



พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT)
ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

สุนิษา สุระใจ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2565

BEHAVIORS AND EXPECTATIONS OF LGBT THAI TOURISTS TRAVELING
IN KOH SAMET, RAYONG

SUNISA SURAJAI

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2022




ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทยกลุ่มเพศทางเลือก
(LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
เสนอโดย นางสาวสุนิษา สุระใจ
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยพล ทรงสุนทรวงค์)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชูบชูวงศ์)


..... กรรมการ
(ดร.อนันต์ เชื้อวานาญกิจการ)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว


..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(อาจารย์ช่วยสุกานต์ วิศาลสวัสดิ์)

วันที่ 14 เดือน Nov. พ.ศ. 2566

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
ชื่อผู้เขียน	สุนิษา สุระใจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และเพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 402 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบด้วย Independent Sample : T-test และ One-way ANOVA : F-test และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยการวิเคราะห์ Post Hoc แบบ Least Significant Difference (LSD) ผลการวิจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ 15,000-30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยมีจุดมุ่งหมายในการเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมากับเพื่อน มีผู้ร่วมเดินทาง 3 คน ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากโซเชียลมีเดีย เพิ่งมาเป็นครั้งแรก ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน เข้าพักในโรงแรม / รีสอร์ท / บังกะโล กำหนดค่าใช้จ่าย 1,001-3,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง มีความต้องการมาท่องเที่ยว หาดทรายแก้ว สำหรับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง หากพิจารณาในภาพรวม พบว่าด้านที่มีความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน สำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวัง ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่มเพศทางเลือก ความคาดหวัง เกาะเสม็ด



อาจารย์ที่ปรึกษา

Thesis Topic Title	BEHAVIORS AND EXPECTATIONS OF LGBT THAI TOURISTS TRAVELING IN KOH SAMET, RAYONG
Author	Sunisa Surajai
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Kanlaya Swangkong
Program	Master of Arts
Academic Year	2022

ABSTRACT

The purpose of this study is to study behaviors of LGBT Thai tourists to visit Samet Island, Rayong Province. To study the level of expectations of LGBT Thai tourists to visit Samet Island, Rayong Province and also compared the level of expectation of LGBT Thai tourists to visit Samet Island, Rayong Province. Classified by, age, education level, occupation, monthly income and domicile. This research is a survey research and are analyzed by using Frequency Mean, Percentage, Standard Deviation Independent Sample Test : T-test and One-way ANOVA : F-test and paired samples t-test, least significant difference (LSD) Post Hoc analysis. The results revealed that most LGBT Thai tourists were aged between 21–30 years old who have graduated from university and are employees income of 15,000 – 30,000 Baht with their domicile in Bangkok / perimeter. They travelled for the main purposes of relaxation and resting, travel with friends. There are 3 travel companions who got travel information from social media and just came for the first time. Travel time 2-3 days, the expenses are 1,001 to 3,0000 Baht. Use a private car to travel. And want to visit Sai Kaew Beach. For the expectation on LGBT Thai Tourists to visit Samet Island, Rayong Province considered overall indicated that the highest expectation was accommodation in tourist attractions followed by the management of attractions, tourism attractions, transportation access to tourist attractions, the facilities in tourist attractions and tourism activities, respectively. For LGBT Thai Tourists with different ages, education levels, and domiciles, there was no difference on level of expectations of such tourist attractions to visit Samet Island, Rayong Province. And the LGBT Thai Tourists with difference on occupations, there was different level of expectations on accommodations and activities in tourist attractions. However, the LGBT Thai Tourists with difference on monthly incomes, there was different level of expectations on activities in tourist attractions.

Keywords: Tourists' Behavior Thai, LGBT, expectations, Samet Island



.....
Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความเมตตาและกรุณาอย่างสูงจากเหล่าคณาจารย์ โดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์แนะนำ ให้คำปรึกษา ติดตาม และปรับปรุงแก้ไขมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล และผู้ทรงคุณวุฒิสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า ให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความตั้งใจ ความมีเมตตา และความทุ่มเทของท่านอาจารย์อย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณนายภัทรพงษ์ นิภากุล นักวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ให้ทุนการศึกษาตลอดจนค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอนในครั้งนี้ และความกรุณาช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาไม่มากนักน้อย จึงขอมอบความสำเร็จทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ ขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แต่บิดามารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ โอกาสนี้

สุณิชา สุระใจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A.....	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	20
2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเพศภาพของกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT).....	23
2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง.....	27
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	56
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	57
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	58
3.3 การทดสอบเครื่องมือ.....	60
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4. ผลการวิจัย.....	63
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	64
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก.....	66
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก.....	72
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	78
4.5 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....	88
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	91
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	91
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	93
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	94
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก.....	105
ก แบบสอบถาม.....	106
ข จริยธรรม.....	115
ค รูปภาพ.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	121

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางโดยสารประจำทาง ท่าเรือฉนวนทิพย์.....	44
3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของคำถามในปัจจุบันแต่ละด้าน..... จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน	61
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย..... ต่อเดือน และภูมิลำเนา	64
4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง..	66
4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	72
4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	73
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	74
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	75
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	76
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	76
4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว..... กลุ่มเพศทางเลือก ภาพรวม	77
4.10 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการ..... ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ	78
4.11 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการ..... ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา	80
4.12 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการ..... ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ	81
4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกที่มีต่อการท่องเที่ยว..... เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยว..... เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ด้วย วิธี LSD	83
4.15 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการ..... ท่องเที่ยว..เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยว..... เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD	85
4.17 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการ..... ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิลำเนา	86
4.18 ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง.....	88
4.19 ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง.....	89

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย.....	7
2.2 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์.....	15
2.3 ภาพประกอบแสดงรูปแบบทฤษฎีความคาดหวัง (The Expectancy Model).....	21
2.4 แสดงถึงเพศวิถี (รสนิยมทางเพศ).....	25
2.5 ภาพแสดงแผนที่เกาะเม็ต.....	27
2.6 อ่าวน้อยหน้า.....	29
2.7 อ่าวกลาง.....	29
2.8 อ่าวป่าช้า.....	30
2.9 อ่าวลูกโยน.....	30
2.10 เขาแหลมหญ้า.....	31
2.11 หาดทรายแก้ว.....	31
2.12 อ่าวทับทิมหรืออ่าวพุทรา.....	32
2.13 อ่าววงเดือน.....	32
2.14 แหลมใหญ่.....	33
2.15 อ่าวพร้าว.....	33
2.16 อ่าวไผ่.....	34
2.17 อ่าวนวล.....	34
2.18 อ่าวช่อ.....	35
2.19 อ่าวแสงเทียน.....	35
2.20 อ่าวหวาย.....	36
2.21 อ่าวกิวหน้าใน.....	36
2.22 อ่าวกิวหน้านอก.....	37
2.23 อ่าวปะการัง.....	37
2.24 อ่าวเตย.....	38
2.25 แหลมเรือแตก.....	38
2.26 อ่าวขาม.....	39
2.27 เกาะกูด.....	39

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28 เกาะปลาตีน.....	40
2.29 เกาะทะเล.....	40
2.30 จุดชมวิวย้ายเกาะเสม็ด.....	41
2.31 วัดเกาะเสม็ด.....	41
2.32 สถานบันเทิงบนเกาะเสม็ด.....	42
2.33 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	56

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยและเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านจำหน่ายของที่ระลึก หรือธุรกิจต่าง ๆ ภายในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้และอาชีพให้กับคนในชุมชนท้องถิ่นและเปิดโอกาสให้ผู้ทำการค้ารายย่อยมีรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงไปยังผู้ประกอบการต่าง ๆ ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นรายได้หลักของประเทศไทยที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เพราะการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นและสามารถสร้างรายได้อันมหาศาลให้แก่ประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ปัจจุบันประเทศไทยมีแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ดีหลังช่วงวิกฤติหนักจากโรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทางหน่วยงานภาครัฐได้ออกมาสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาเยือนประเทศไทยตามข้อกำหนดนโยบายของทางภาครัฐ จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม ในปี 2562 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 3.01 ล้านล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 39.79 ล้านคน สร้างรายได้จำนวน 1.93 ล้านล้านบาทและนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 166.84 ล้านคน สร้างรายได้จำนวน 1.08 ล้านล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) จากการสำรวจการท่องเที่ยวภายในประเทศในปี 2563 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยทั่วไปส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการคลายเครียดโดยต้องการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนเนื่องจากไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้ โดยเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความสะดวก สะอาด ปลอดภัย และพื้นที่ท่องเที่ยวต้องไม่แออัดจนเกินไป ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลและวางแผนก่อนการเดินทาง โดยมีผู้ร่วมเดินทางเป็นบุคคลในครอบครัวและนำประสบการณ์การท่องเที่ยวมาแบ่งปันให้กับกลุ่มเพื่อน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีกประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจไม่แพ้การท่องเที่ยวประเภท ป่าเขา น้ำตก ซึ่งการท่องเที่ยวทางทะเลสามารถสร้างความเพลิดเพลินกับกิจกรรมต่าง ๆ บนชายหาด และความงดงามจากธรรมชาติบนท้องทะเล จึงสร้างแรงดึงดูดใจเป็นอย่างมากให้กับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เหมาะกับการมาพักผ่อนหย่อนใจไม่ว่าจะเป็นครอบครัวหรือคู่รัก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับบรรยากาศที่บริสุทธิ์ ท้องฟ้า แสงแดด และฟังเสียงคลื่นทะเล ทั้งนี้ล้วนมีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจของผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวทางทะเลจึงถือเป็นการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ โดยแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมาก สามารถแบ่งออกเป็นแต่ละจังหวัดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้ จังหวัดสตูล (อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา เกาะหลีเป๊ะ เกาะหินงาม ทะเลบัน) จังหวัดตรัง (เกาะกระดาน หาดเจ้าไหม เกาะมุกและถ้ำมรกต) จังหวัดกระบี่

(หมู่เกาะพีพี อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา หาดถ้ำพระนาง หาดไร่เลย์) จังหวัดภูเก็ต (แหลมพรหมเทพ อ่าวป่าตอง อ่าวเอมเมอร์ลด์) จังหวัดพังงา (เกาะยาว หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์) จังหวัดสุราษฎร์ธานี (หมู่เกาะอ่างทอง เกาะสมุย เกาะเต่า เกาะนางยวน เกาะพะงัน หาดรีน) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน อ่าวมะนาว อ่าวประจวบคีรีขันธ์ หาดวนกร) จังหวัดเพชรบุรี (หาดเจ้าสำราญ หาดชะอำ) จังหวัดชลบุรี (หาดบางแสน เกาะสีชัง พัทยา เกาะล้าน หาดจอมเทียน) จังหวัดตราด (เกาะช้าง เกาะเหลายา เกาะกูด เกาะหมาก) จังหวัดจันทบุรี (หาดเจ้าหลาว หาดคู้งวิมาน) จังหวัดระยอง (เกาะเสม็ด หาดแม่รำพึง เกาะทะลุ เกาะมันนอก) เป็นต้น (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2556)

จังหวัดระยองตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลทางภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เนื่องจากจังหวัดระยองมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามและไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก เช่น หมู่เกาะเสม็ด ตั้งอยู่ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า มีพื้นที่จำนวน 3,125 ไร่ มีรูปร่างคล้ายรูปสามเหลี่ยม เกาะเสม็ด มีชื่อมาจาก ต้นเสม็ดขาว และเสม็ดแดงที่ขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านจึงเรียกเกาะแห่งนี้ว่า “เกาะเสม็ด” จุดเด่นของเกาะเสม็ด คือ เป็นพื้นที่ที่มีน้ำใสและหาดทรายขาวละเอียดอยู่ทั่วไป อีกทั้งยังมีกิจกรรมบนชายหาดที่น่าสนใจ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สมเหตุสมผล ซึ่งมีตำนานกล่าวขานว่า คือ เกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ของสุนทรภู่ (เกาะเสม็ดดอทคอม, 2563) โดยการท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ดได้รับความนิยมในอันดับต้น ๆ ในการมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ส่วนงานวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรมอุทยานแห่งชาติ ได้กล่าวว่า เกาะเสม็ดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวติด 1 ใน 10 อันดับแรก คือ เขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด สถิตินักท่องเที่ยวในปี 62 จำนวนทั้งหมด 1,619,908 คน รายได้ 247,652,890 ล้านบาท (คอลัมน์ ดาต้ากูธร์, 2562) ซึ่งปัจจุบันพบว่าพฤติกรรมการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพและรายได้ที่ค่อนข้างสูง มีอำนาจในการใช้จ่ายใช้สอยและมีกำลังซื้อสูงคือกลุ่มเพศทางเลือก LGBT โดยบริษัทที่ปรึกษาด้านการเงินซึ่งให้บริการกลุ่ม LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender) กล่าวว่า ปัจจุบันมีชาว LGBT อยู่ทั่วโลกราว 450 ล้านคน มีกำลังซื้อมากถึง 3.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่ารายได้ต่อปีของครอบครัวชาย-หญิงทั่วไปราว 13,400 ดอลลาร์สหรัฐ จึงเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพซึ่งผู้ผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ พยายามขยายตลาดสินค้าของตนไปยังกลุ่มดังกล่าว เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่มีบุตร จึงไม่มีภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลและเก็บออมเพื่อบุตร ส่งผลให้ชาว LGBT เป็นกลุ่ม LGBT : Niche Market ที่มีศักยภาพสูง (สำนักบริหาร ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2559)

กลุ่มเพศทางเลือก LGBT เป็นคำที่ใช้นิยามเรียกกลุ่มที่ไม่ใช่เพศภาพของตนเองแต่โดยกำเนิด เช่น ผู้หญิงหรือผู้ชายที่มีสภาพทั้งกายและจิตใจตรงกันข้ามกับเพศภาพของตนเอง โดยอักษรย่อดังกล่าวก็คือ L หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น เลสเบียน หรือว่า ผู้หญิงที่มีความรู้สึกชื่นชอบ ประารถนา ในเพศเดียวกัน G หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น เกย์ หรือว่า ผู้ชายที่มีจิตใจรักและชื่นชอบในผู้ชายเหมือนกัน B หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น ไบเซ็กชวล หรือว่า เป็นบุคคลที่ไม่จำกัดเพศ หรือมีความต้องการทั้งผู้หญิงและผู้ชาย T หมายถึงกลุ่ม

เพศทางเลือกที่เป็น ทรานเจนเดอร์ หรือว่า เป็นบุคคลข้ามเพศ ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงจะมีความรู้สึกทางด้านจิตใจเป็นเพศตรงข้ามอยู่เสมอ (พิมพ์ชนก เขมพิลา, 2561)

ปัจจุบันกลุ่มเพศทางเลือก LGBT มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ สังคมมีการยอมรับมากยิ่งขึ้นและมีจำนวนประชากรของบุคคลข้ามเพศหรือเพศหลากสี LGBT ทั่วโลก มีจำนวนราว 483 ล้านคน LGBT ในภูมิภาคเอเชียมีจำนวนราว 288 ล้านคน หรือคิดเป็น 60% ของประชากร LGBT ทั่วโลก ในขณะที่จำนวนประชากร LGBT ในประเทศไทยมีจำนวนราว 4 ล้านคน หรือคิดเป็น 6% ของประชากร LGBT ทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยมีจำนวนประชากร LGBT อยู่ที่อันดับ 4 ของโลก จึงถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจในการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจงเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับบุคคลข้ามเพศได้อย่างเหมาะสม (บิสซิเนส ทูเดย์, 2563) จากจำนวนประชากรของบุคคลข้ามเพศหรือเพศหลากสี ที่เพิ่มมากขึ้น เพศที่ถูกกำหนดตามแบบแผนของสังคมวัฒนธรรม ที่แสดงถึงบทบาททางเพศโดยกำเนิด เช่น ผู้หญิงหรือผู้ชายเท่านั้น จึงมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ดังนั้นค่านิยมเกี่ยวกับเพศทางสังคมอาจจะเปลี่ยนแปลง โดยคุณลักษณะอาจจะไม่ใช่เพศสภาพโดยกำเนิดของตนเองก็ได้ กล่าวคือ เป็นเพศสภาพตามที่ตนเองได้กำหนดขึ้นเอง จึงได้นิยามบัญญัติคำศัพท์ที่ใช้เรียกกลุ่มเพศทางเลือกว่า “LGBT” (ปราณี วงษ์เทศ, 2547)

กลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวทางทะเลเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถแต่งกายที่แสดงถึงความเป็นตัวตนและการแสดงออกอย่างอิสระเสรี อีกทั้งการท่องเที่ยวทางทะเลยังเป็นการสร้างความผูกพันระหว่างคู่รักและกลุ่มเพื่อน สร้างสรรค์ประสบการณ์ดี ๆ ร่วมกันผ่านกิจกรรมบนชายหาดหรือกิจกรรมดำน้ำดูความงามใต้ท้องทะเล โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ซึ่งถือได้ว่าเป็นเกาะสวาทหาดสวรรค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ที่มักเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนสังสรรค์ในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือช่วงเทศกาลวันหยุดยาว เพราะเกาะเสม็ดนอกจากจะมีหาดทรายที่ขาวละเอียดแล้วยังมีร้านอาหารและผับบาร์เป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีกลุ่มเพศทางเลือกอาศัยอยู่หนาแน่นจนกลายเป็นแลนด์มาร์กที่มีสีสันของ LGBT (ชานันท์ ยอดหงส์, ม.ป.ป)

ปัจจุบันสังคมได้มีการยอมรับบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศมากยิ่งขึ้นและสามารถเปิดเผยตัวตนได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ให้ความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการที่จะสามารถรองรับ และสร้างแรงดึงดูดใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและเพื่อให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT)

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ที่แตกต่างกัน

1.3.2 นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ที่แตกต่างกัน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงสินค้าและบริการด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT)

1.4.2 องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) เดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวัง ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก โดยการเก็บข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แบบค้างคืนและแบบไป-กลับ ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม 2566

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง เช่น ท่าเรือหน้าด่าน อ่าวกลาง เขาแหลมหญ้า หาดทรายแก้ว อ่าวทับทิมหรืออ่าวพุทรา อ่าววงเดือน อ่าวพร้าว อ่าวขาม อ่าวซ้อ อ่าวแสงเทียน อ่าวปะการัง จุดชมวิวท้ายเกาะเสม็ด เกาะกูด เกาะทะลุ วัดเกาะเสม็ด และสถานบันเทิงยามค่ำคืน

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เก็บข้อมูลในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม 2566

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ชาวไทย ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึงอายุ 51 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ทั้งแบบพักค้างคืน และแบบไป-กลับ

พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด

ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด จิตนาการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งความคาดหวังนั้น อาจจะเป็นไปในทางบวก หรืออาจจะเป็นไปในทางลบ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับเรื่องราวหรือสิ่งที่คาดหวัง

การท่องเที่ยวเกาะเสม็ด หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว กลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด

LGBT หมายถึง เป็นคำที่ใช้นิยามเรียกกลุ่มที่ไม่ใช่เพศสภาพของตนเองแต่โดยกำเนิด เช่น L คือ เลสเบียน (ผู้หญิงที่รักผู้หญิงด้วยกัน) G คือ เกย์ (ผู้ชายที่รักผู้ชายด้วยกัน) B คือ ไบเซ็กชวล (บุคคลที่มีความต้องการทั้งผู้หญิงและผู้ชาย) T คือ ทรานส์เจนเดอร์ (บุคคลที่มีลักษณะข้ามเพศ จากอีกเพศหนึ่งเป็นอีกเพศหนึ่ง)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา “พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็นลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเพศภาพของกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT)
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีผู้ให้นิยามเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้หลากหลายแนวคิด ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป ดังนี้

ฉันทิช วรรณทนอม (2552) ได้อธิบายถึง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้หรือไม่นั้น จะต้องอิงอาศัยหลักขององค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ บุคคลผู้มาเยือนที่เดินทางเข้ามาพักอาศัยแบบค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น และรวมถึงนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแต่ไม่ได้พักค้างคืน

(2) สิ่งดึงดูดใจ คือ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ที่มีพืชพันธุ์ต่าง ๆ ฯลฯ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น อาทิเช่น โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ ศาสนา สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนอีกด้วย

(3) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถสร้างความสุขและการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง เช่น การคมนาคม และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้รวมถึงในเรื่องของ อาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

(4) องค์กรภาครัฐ คือ บุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของนโยบายการท่องเที่ยว คอยให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในทุก ๆ รูปแบบไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะที่เดียวกันก็ดูแลและเฝ้าระวังไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายให้แก่สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และคุณภาพชีวิตของชุมชน

(5) องค์กรเอกชน คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือนักลงทุนที่ดำเนินธุรกิจบริการต่าง ๆ ที่หลากหลายภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อคอยให้บริการและอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจอย่างสูงสุด จึงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

(6) เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น คือ บุคคลในท้องถิ่นหรือคนในชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนโดยตรง ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

ที่มา: ฉันทิช วรรณทนอม (2552)

นิตา ชัชกุล (2557) ได้อธิบายถึง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลากหลายประเภท ซึ่งมีปัจจัยขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนต่าง ๆ 10 ส่วน ดังนี้ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหาร และภัตตาคาร มัคคุเทศก์ ของที่ระลึก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง การจัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว การเผยแพร่โฆษณา เป็นต้น

(1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว มีอยู่ 4 ประเภท

- ประเภทธรรมชาติ อันได้แก่ ภูเขา น้ำตก ทะเล ป่าพันธุ์ไม้นานาชนิด หมู่เกาะ ทะเล ทะเลสาบ ทะเลทราย น้ำพุร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ เป็นต้น

- ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา อันได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ ศาสนสถาน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน

- ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น หมู่บ้าน ชาวเขา ชาวเล ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ

- ประเภทสิ่งเลียนแบบธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สินค้าพื้นเมือง และแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง กีฬาต่าง ๆ แหล่งบันเทิงต่าง ๆ ศูนย์การค้า โรงงานอุตสาหกรรม ฯลฯ

ประเทศไทยมีทรัพยากรที่หลากหลายเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ แต่ทรัพยากรหลักที่ประเทศไทยใช้เป็นจุดขายมาโดยตลอดมีอยู่ 2 อย่าง คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมและพักผ่อนยังแหล่งเที่ยวนั้น

- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานให้บริการในการเยี่ยมชมอย่างเดียว แต่ขาดการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมอันดั้งเดิม เช่น วัฒนธรรมการกิน หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดั้งเดิมของคนในพื้นที่ จึงทำให้วัฒนธรรมอันดั้งเดิมบางอย่างค่อย ๆ สูญหายไป เนื่องจากไม่ค่อยให้ความสำคัญในการสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว

(2) การคมนาคมขนส่ง คือ สิ่งที่อำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีอยู่ 3 ทาง ได้แก่

- ทางบก การสร้างถนนหนทางที่สะดวกในการเข้าถึง หรือมีการขยายเส้นทางถนนที่เข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น รวมถึงการจัดบริการขนส่งในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถเช่า เป็นต้น

- ทางเรือ การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ การสร้างเรือแพทุประเภทการจัดบริการขนส่งทางเรือ

- ทางอากาศ การปรับปรุงดูแลเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง และมีราคาที่ประหยัด อีกทั้งยังมีความปลอดภัยในการเดินทางที่สูงอีกด้วย

(3) ที่พักแรม คือ สถานที่พักแรมที่มีให้เลือกใช้บริการหลากหลายรูปแบบและหลากหลายประเภทดังต่อไปนี้

- โรงแรม (และบังกะโล) มีการบริการที่หลากหลายไว้คอยอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากห้องพัก เช่น การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การจัดเลี้ยงสังสรรค์ การจัดประชุมสัมมนา และนิทรรศการต่าง ๆ เป็นต้น

- ที่พักแรมประเภทอื่น เช่น เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนท์หอพัก แคมป์ปิ้ง บ้านพักต่างอากาศ คอนโดมิเนียม เป็นต้น

(4) ร้านอาหารและภัตตาคาร ได้แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามเกณฑ์ ดังนี้

- เกณฑ์ตามลักษณะของการบริการ เช่น แบบเสิร์ฟที่โต๊ะ แบบบุฟเฟต์ แบบตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ

- เกณฑ์ตามบรรยากาศ เช่น สวนอาหาร ร้านอาหารริมทะเล ฯลฯ

- เกณฑ์ตามความพิเศษ/จำเพาะของร้านอาหาร เช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารไทย อาหารพื้นเมือง ฯลฯ

- เกณฑ์ตามสภาพของเจ้าบ้าน เช่น เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม หรือเอกเทศ หรือภัตตาคารในเรือ (Cruise Restaurant) เช่น ภัตตาคารร้านอาหารไทย ภัตตาคารร้านอาหารจีน เป็นต้น

(5) บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

(5.1) ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการนำเที่ยว (Tour Operator)

- จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จส่งให้ตัวแทนไปจำหน่าย

- จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กร สถาบัน

วิชาชีพต่าง ๆ

- การจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่องค์กรต่าง ๆ และบริษัทผู้ผลิตสินค้า (Incentive)

(5.2) ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency)

- จำหน่ายทัวร์ที่บริษัทจัดนำเที่ยว (Tour Operator) จัดตั้งขึ้น

- เป็นตัวแทนจำหน่ายตัวโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท

- เป็นตัวแทนสำรองห้องพักโรงแรมและกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ

- บริการจัดเอกสารการเดินทางต่าง ๆ

- บริการในด้านการต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยวและให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

(6) ร้านขายของที่ระลึก คือ ร้านที่จำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ เสื้อผ้า สินค้าพื้นเมือง เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือน สินค้าแปรรูปอื่น ๆ เป็นต้น

(7) ความปลอดภัย ได้แก่ ศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือหรือคนในท้องถิ่นที่สามารถให้ความช่วยเหลือและคอยแนะนำนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความเดือดร้อนหรือต้องการความช่วยเหลือ อีกทั้งแนะนำ

ในกฎระเบียบข้อห้ามเพื่อป้องกันมิให้นักท่องเที่ยวได้รับอันตราย รวมถึงการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น กล้องวงจรปิด ตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

(8) การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ได้แก่ การออกกฎหมายเพื่อผ่อนคลายระเบียบวิธีการเข้า-ออกเมือง การให้บริการขอวีซ่า การบริการข่าวสารต่าง ๆ บริการขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร บริการขนส่งระหว่างสถานีกับที่พัก อำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่สถานีขนส่งต่าง ๆ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และเพื่อประโยชน์ของประเทศ

(9) การจัดบริการอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่

(9.1) การจัดการประชุมในประเทศและนานาชาติ

- การจัดหาและการจัดสถานที่ประชุม อุปกรณ์การประชุม
- การจัดทำเอกสารและการแจก
- การต้อนรับอำนวยความสะดวก
- การจัดเลี้ยงและจัดนำเที่ยวแก่ผู้ประชุม

(9.2) การจัดบริการในด้านสารนิเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- การจัดพิมพ์เอกสารข้อมูลแนะนำสถานที่เที่ยวและข้อมูลอื่น ๆ สำหรับแจก
- การจัดทำสื่ออื่น ๆ เพื่อให้ข้อมูล

(9.3) การจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ

- การจัดหาอุปกรณ์การกีฬาประเภทต่าง ๆ
- การจัดรายการบันเทิงที่น่าสนใจเป็นครั้งคราว

(10) การเผยแพร่โฆษณา เพื่อจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำสื่อ (Media) ต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นปลิว การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภททั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจด้านภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกและอื่น ๆ โดยอาศัยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ดังนี้

- (1) นักท่องเที่ยว
- (2) สิ่งดึงดูดใจหรือแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว
- (3) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยว
- (4) องค์กรภาครัฐ /ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- (5) องค์กรภาคเอกชน /ธุรกิจภาคบริการ
- (6) เจ้าบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A

มาศศุภา นิรมัญญาช (2558) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญไว้ 6 ประการ หรือ 6 As ดังต่อไปนี้

(1) ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการรองรับและอำนวยความสะดวกให้กับ นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการพร้อมกับการให้บริการอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากบริการห้องพัก เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับขนาดของที่พัก ทั้งนี้ธุรกิจที่พักได้มีการพัฒนาใน หลากหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้ใช้บริการและเพื่อให้ทันกับคู่แข่งทาง ธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจที่พักมีการเติบโตอย่างกว้างขวาง มีการแข่งขันที่สูงขึ้นอีกทั้งยังต้องรักษามาตรฐาน ในการบริการให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการยังต้องดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและเป็นมิตรกับ ธรรมชาติเพื่อความยั่งยืนสืบต่อไป

(2) การคมนาคม (Accessibility) หมายถึง พาหนะที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายนักเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งการคมนาคม มีทั้ง ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เป็นต้น

(3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง จากสถานที่อื่นสามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น เช่น สิ่งดึงดูดใจ ของอากาศที่หนาวเย็นและทะเลหมอก ปรากฏการณ์ความแปลกของทะเลแหวก หรือน้ำอันบริสุทธิ์จากบ่อน้ำพุ ร้อน ทั้งนี้ยังมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่ดึงดูดใจ ได้แก่ น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ ฯลฯ และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ดึงดูดใจ ได้แก่ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาลงาน ประเพณี เป็นต้น

(4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ได้แก่ ถนน น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นต้น

(5) กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว (Activity) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น เพื่อความเพลิดเพลินและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นอกเหนือจากการเยี่ยมชม แหล่งท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยาก เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า ดำน้ำ หรือกิจกรรมทางทะเล ดำน้ำ ตกปลา เป็นต้น

(6) การบริการจัดการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) หมายถึง การบริหารจัดการใน ด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ทั้งเรื่องของการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ การประสานงาน รวมถึงการดูแลให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

บุษบา สิทธิการ และ สิริวัฒนา ไจมา (2553) ได้อธิบายถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญที่ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบทั้งหมด 6 องค์ประกอบ หรือ 6 As

ดังนั้น คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่พักแรม (Accommodation) และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

(1) ทรัพยากรท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววนั้น เช่น ทะเลที่มีชายหาดขาวและมีแนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งฝูงปลานานาชนิด หุบเขาที่มีอากาศหนาวเย็นและมีป่าไม้ที่มีพืชพันธุ์ต่าง ๆ หรือความงดงามทางวัฒนธรรมขนมธรรมเนียมประเพณีที่มนุษย์สร้างขึ้น

(2) เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววนั้นได้ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านถนนหนทางและมีการบริการขนส่งเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เพราะฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบริหารจัดการในเรื่องของการคมนาคมที่สะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวจึงสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว อันได้แก่ ไฟฟ้า ประปา ถนน โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต และระบบการสื่อสารต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความสุขและความสะดวกสบายกับนักท่องเที่ยวได้ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว

(4) ที่พักแรม (Accommodation) หมายถึง สิ่งที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว คือ ที่พักแรม ดังนั้นภายในแหล่งท่องเที่ยวควรมีที่พักแรมไว้คอยบริการรองรับนักท่องเที่ยว ที่มีความประสงค์ต้องการพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน

(5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างความสุขและความเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววนั้น เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือ รวมถึงกิจกรรมการร่ำรำ หรือการบายศรีสู่ขวัญในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

(6) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) การบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ตู้ ATM ร้านขายของ โรงพยาบาลหรือสถานีนอนมัย และปั้มน้ำมัน เป็นต้น

Buhalis (2000) ได้อธิบายถึง องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว ควรประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ หรือ 6As ดังต่อไปนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยว Attractions หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ

(2) การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ระบบการคมนาคม และการขนส่งเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว รวมถึงยานพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง ที่พัก การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว

(4) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Package) หมายถึง โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ผู้เตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

(5) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวที่จัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว

(6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม

Pelasol, J. (2012) ได้อธิบายไว้ว่า การที่จะพัฒนาแหล่งเที่ยวนั้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ดังนี้

- (1) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
- (2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
- (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
- (4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)
- (5) ที่พัก (Accommodation)
- (6) กิจกรรม (Activity)

Pike (2008) ได้อธิบายถึง แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์และการนำเสนอทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ ให้กับผู้บริโภค โดยสิ่งสำคัญ คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบ ด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่

- (1) ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package)
- (2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
- (3) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
- (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
- (5) กิจกรรม (Activities)
- (6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

สรุปได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 As ที่กล่าวมานี้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้นักท่องเที่ยวอยากออกเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการและสามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจ ความสวยงาม ความทันสมัย หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากสถานที่พัก กิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งความสะดวกสบายในการเดินทางและการเข้าถึง ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลส่งผลโดยตรงต่อนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6As มาใช้ในการศึกษา พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) อธิบายถึงการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้คนที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนเองไปยังสถานที่อื่น ๆ ซึ่งไม่ใช่ที่พักของตนเองเป็นระยะเวลาชั่วคราว ทั้งนี้อาจเดินทางด้วยความพึงพอใจหรือเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายอื่น ๆ ที่มีได้สร้างรายได้ในการทำงานให้กับบุคคลที่ไปเยือน

ไพฑูริย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2542) อธิบายถึงการท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งเดินทางไปยังต่างพื้นที่ โดยมีใช้ถิ่นอาศัยเดิมที่เคยพักอาศัยอยู่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นการเดินทางไปเพียงระยะเวลาชั่วคราวเท่านั้น ทั้งนี้ต้องไม่เป็นการแสวงหารายได้ให้กับตนเอง

ชวัลนุช อุทยาน (2552) อธิบายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ พฤติกรรมการแสดงออกทุกประการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ หรือการแสดงออกนั้นคนอื่นจะรับรู้ถึงการกระทำเหล่านั้นหรือไม่ก็ตาม เป็นเพียงอารมณ์ความรู้สึกที่แสดงต่อบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งการกระทำภายนอกนั้นบุคคลอื่นสามารถรับรู้ได้จากการมองเห็น และพฤติกรรมภายใน เป็นความรู้สึกนึกคิดทางอารมณ์ที่อยู่ภายในสามารถควบคุมได้ โดยบุคคลอื่นจะรับรู้ได้หรือไม่นั้นพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมภายนอก เช่น การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) อธิบายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำหรือการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวผ่านอวัยวะต่าง ๆ ทางร่างกายในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะป็นวาจา สีหน้า ท่าทาง ที่แสดงออกของบุคคลนั้น ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยส่วนตัว หรือความพึงพอใจพื้นฐานของแต่ละบุคคล ทั้งนี้อาจจะเหมือนกันหรือไม่เหมือนกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2555) อธิบายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ พฤติกรรมการแสดงออกโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน เช่น รูปแบบของจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะการกินอยู่ หรือการเลือกซื้อสิ่งของ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากความต้องการหรืออุปนิสัยของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป

2.3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

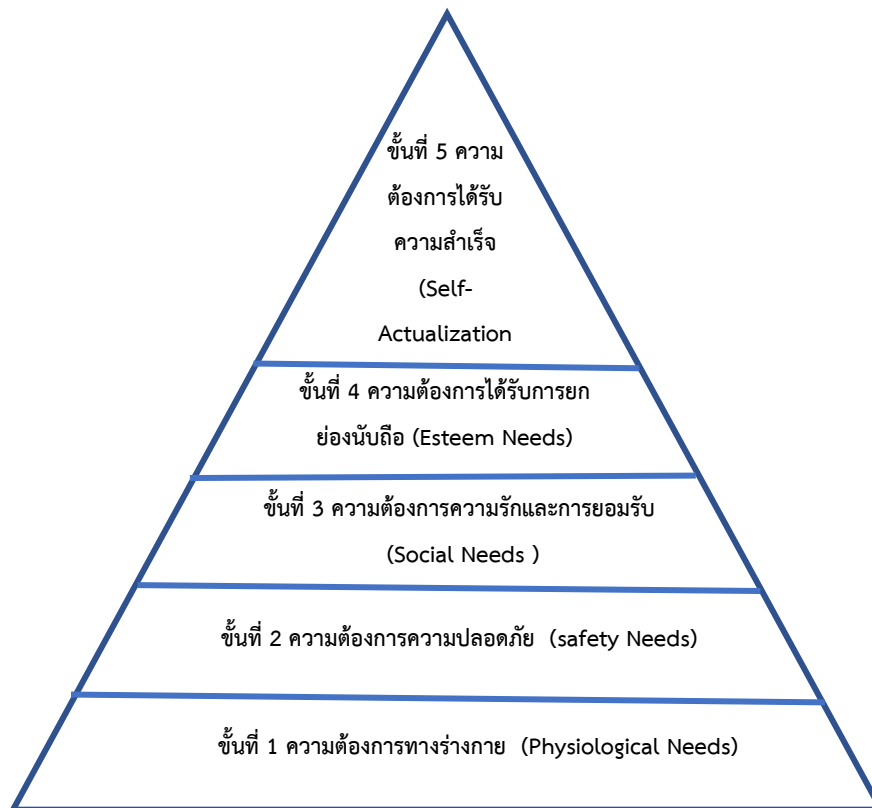
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555, น. 7-9) ได้อ้างถึง ทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation) เกี่ยวข้องกับการจูงใจและได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำไปหาระดับสูง ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับกันอย่างแพร่หลาย โดยเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ดังต่อไปนี้

(1) มนุษย์มีความต้องการอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการนั้นเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย ทั้งนี้ความต้องการเกิดขึ้นจากสิ่งเหล่านั้นเขามีอยู่หรือไม่ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความต้องการใหม่ ๆ มาทดแทนอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด

(2) มนุษย์เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการแล้วก็จะไม่มีแรงจูงใจต่อพฤติกรรมนั้นอีก ทั้งนี้สิ่งที่จะเป็นแรงจูงใจต่อพฤติกรรมได้ก็ต่อเมื่อความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการ

(3) มนุษย์มีความต้องการจากระดับขั้นต่ำไปหาระดับขั้นสูง กล่าวคือ เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการระดับขั้นต่ำแล้ว ก็จะมีความต้องการที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับ

(4) ทฤษฎีของมาสโลว์ ได้แบ่งลำดับขั้นตอนของความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้นตอน จากระดับต่ำไปหาระดับสูง ดังแสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555 น. 7-9)

จากรูปที่ 2.2 ทฤษฎีของมาสโลว์ ได้แบ่งลำดับขั้นตอนของความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้นตอน คือ (1) ความต้องการทางร่างกาย ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์โดยอิงอาศัยหลักความต้องการทางด้านปัจจัยสี่ในการอยู่รอดของชีวิต

(2) ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการของมนุษย์ที่นอกเหนือจากความต้องการอยู่รอดในชีวิต ซึ่งมนุษย์มีความต้องการที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ความต้องการเกี่ยวกับความมั่นคงในอาชีพการงาน ความต้องการได้รับการปกป้องจากภัยอันตรายต่าง ๆ หรือความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

(3) ความต้องการด้านสังคม กล่าวคือ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมคือสิ่งมีชีวิตที่ต้องการที่จะได้รับความรักและการยอมรับ ทั้งในด้านของการให้และการได้รับ ดังนั้นความต้องการทางด้านสังคมที่ประกอบด้วยความรักและความต้องการจึงมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะได้รับการยอมรับในหมู่คณะหรือการยอมรับทางด้านสังคม

(4) ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ ซึ่งเป็นความต้องการยกย่องส่วนตัว ที่ต้องการให้ผู้อื่นมายกย่องนับถือตนเอง หรือต้องการความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ โดยพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้ได้สถานะที่ดีทางสังคมตลอดจนชื่อเสียงทางสังคม

(5) ความต้องการได้รับความสำเร็จ ซึ่งถือเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ เมื่อมนุษย์ทุกคนได้รับการตอบสนองความต้องการอันสูงสุดนี้แล้ว ก็จะได้รับการยกย่องจากสังคมว่าบุคคลนั้นเป็นบุคคลที่มีความพิเศษแตกต่างจากบุคคลทั่วไป เช่น ความต้องการที่จะเป็นดารานักแสดงหรือบุคคลอื่นที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

2.3.3 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวลินุช อุทยาน (2552) อธิบายถึง องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ 7 ข้อดังต่อไปนี้

(1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างมีเป้าหมายในการกระทำนั้นอยู่เสมอ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ที่ออกเดินทางท่องเที่ยวโดยแสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมที่ตนเดินทางไปยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศน์เดิมที่สมบูรณ์

(2) ความพร้อม หมายถึง ความพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจของบุคคลนั้น กล่าวคือ ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมที่ตนเองชอบได้ เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบทางด้านการผจญภัย ชื่นชอบการไต่เขา หรือปีนหน้าผา เป็นต้น

(3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์อันเอื้อประโยชน์ในการเลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องดูแลสุขภาพแวดล้อมเป็นหลัก เช่น การเดินทางท่องเที่ยวทางทะเลนักท่องเที่ยวควรเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่ไม่มีพายุฝนฟ้าคะนอง เป็นต้น

(4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดในรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่พึงพอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

(5) การตอบสนอง หมายถึง การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่นักท่องเที่ยวได้กำหนดไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ต้องเริ่มตั้งแต่การกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กำหนดการเดินทาง การจองที่พัก ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

(6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากกระทำที่มีความคาดหวังในบางสิ่งบางอย่าง อาจจะบรรลุตามที่ตนเองคาดหวังไว้หรืออาจตรงกันข้ามก็ได้ เช่น นักท่องเที่ยวได้จองตั๋วเครื่องบินไปท่องเที่ยวต่างประเทศในวันหยุด แต่เกิดวิกฤตโรคระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั่วโลกมีการปิดประเทศไม่สามารถเดินทางได้ ผลลัพธ์ที่ตามมาคือนักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

(7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกอันเกิดจากผลของการกระทำนั้นไม่บรรลุตามความคาดหวังหรือไม่บรรลุตามเป้าหมายที่ตนคาดหวังไว้ เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการก็จะคิดค้นหาวิธีใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองหรือล้มเลิกความตั้งใจเพราะสิ่งที่คาดหวังนั้นเกินความสามารถของตนเอง เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลในด้านความปลอดภัย

2.3.4 ประเภทของพฤติกรรม

จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์ (2556 : 2-3) ได้อธิบายถึง ประเภทของพฤติกรรม ดังนี้

(1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ การแสดงออกทางคำพูด สีหน้า ท่าทาง ซึ่งบุคคลอื่นสามารถรับรู้ได้ผ่านการสังเกต หรือใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ช่วยสังเกต ทั้งนี้สามารถแบ่งพฤติกรรมภายนอกออกเป็น 2 ประเภท คือ

- พฤติกรรมภายนอกชนิดโมลาร์ (Molar Behavior) คือ บุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ผ่านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้งห้า(ตา ลิ้น จมูก หู และผิวหนัง) โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ช่วย เช่น การเดิน การวิ่ง การจาม เป็นต้น

- พฤติกรรมภายนอกชนิดโมเลกุล (Molecular Behavior) คือ บุคคลอื่นไม่สามารถต้องอิงอาศัยเครื่องมือทางการแพทย์หรือเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์เท่านั้น เช่น การทำงานของต่อมต่างๆ ในร่างกาย การทำงานของอวัยวะภายใน เป็นต้น

(2) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในของตัวบุคคลนั้น คือ ความรู้สึกนึกคิดทางอารมณ์ที่อยู่ภายใน โดยบุคคลนั้นจะรู้สึกตัวหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้บุคคลอื่นจะไม่สามารถสังเกตหรือใช้เครื่องมือวัดได้ ซึ่งบุคคลอื่นจะรับรู้ได้ก็ต่อเมื่อมีการบอกกล่าวหรือแสดงสีหน้า ท่าทาง ดังนั้นพฤติกรรมภายในจึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก และสามารถแบ่งพฤติกรรมภายในออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- พฤติกรรมภายในที่เกิดขึ้นโดยรู้สึกตัว (Conscious process) ทั้งนี้เจ้าของพฤติกรรมนั้นจะรู้สึกตัวตลอดว่ากำลังรู้สึกนึกคิด หรือจินตนาการสิ่งต่าง ๆ อยู่ แต่หากไม่บอกกล่าวหรือแสดงท่าทางใด ๆ ผู้อื่นก็ไม่สามารถรับรู้ได้ว่าเกิดพฤติกรรมนั้น ๆ

- พฤติกรรมภายในที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้สึกรู้ตัว (Unconscious process) ทั้งนี้เจ้าของพฤติกรรมจะไม่รู้สึกตัว เช่น มีความคาดหวังหรือมีความวิตกกังวลในบางสิ่งบางอย่างอันส่งผลต่อพฤติกรรมภายนอก

2.3.5 การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ออกเป็นหลากหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ โดยรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของ

พฤติกรรมของการเดินทาง คือ 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวมาจากบริษัทนำเที่ยว 2) นักเดินทาง (travelers) หมายถึง บุคคลที่มีการวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง เช่น กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง จองตั๋วเครื่องบินและจองที่พักเอง เป็นต้น

Perreault and Dorden (1979) ได้อธิบายถึงรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ระดับปานกลาง แต่ต้องการแสวงหาวันหยุดพักผ่อนและมักจะเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่เสียค่าใช้จ่ายที่น้อยที่สุด

(2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาที่ดีแต่ชื่นชอบในกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

(3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ที่มีรายได้ค่อนข้างน้อยแต่มีความกระตือรือร้นที่จะออกเดินทางท่องเที่ยว และมักจะมีการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งต่อไปอยู่เสมอว่าจะเดินทางไปไหน อย่างไร

(4) นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีใจรักในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่สนใจการท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมักจะใช้ชีวิตกับการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากเป็นหลัก

Cohen (1979) ได้อธิบายถึง รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

(1) นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่เน้นการทำกิจกรรมเป็นหลัก โดยกิจกรรมนั้นมีความเกี่ยวข้องกับนันทนาการการพักผ่อนทางร่างกายด้วย

(2) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่สรรหาสิ่งที่ทำให้ตนเองเพลิดเพลิน เพื่อหลีกเลี่ยงความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน

(3) นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่เน้นศึกษาและแสวงหาประสบการณ์เป็นหลัก โดยผ่านจากประสบการณ์ที่แท้จริงในการสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองได้เดินทางไปเยือน

(4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ และเรียนรู้ในชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น อีกทั้งมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมหรือบุคคลอื่นอยู่เสมอ

(5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้ระยะเวลาหรืออาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นเป็นเวลานาน ซึ่งมีการเรียนรู้และพยายามใช้ชีวิตเหมือนคนในท้องถิ่น ทั้งการใช้ภาษา การรับประทานอาหาร หรือการเรียนรู้ในวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2.3.6 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559) อธิบายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมี 9 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการกระจายข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารเหล่านั้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) ทำให้กระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับทราบข่าวสารนั้นแล้ว เกิดความต้องการภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว โดยอิงอาศัยปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) สิ่งจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้อยากเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ซึ่งการที่จะตัดสินใจได้ต้องอิงอาศัยสภาพลักษณะทางการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นมาเป็นสิ่งจูงใจ โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) คือ เป็นการคิดคำนวณวางแผนค่าใช้จ่ายในการเดินทางไว้ล่วงหน้าว่าจะมีค่าใช้จ่ายใดบ้างที่จะเกิดขึ้นตลอดการเดินทาง จนกระทั่งกลับบ้าน

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมความพร้อมทุกอย่างก่อนการเดินทางทั้งในเรื่องของการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว การจองตั๋วพาหนะ การจองที่พัก เป็นต้น

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) คือการออกเดินทางจากที่พักอาศัยชั่วคราว เพื่อเดินทางท่องเที่ยว เมื่อเดินทางท่องเที่ยวเสร็จแล้วจึงกลับไปอยู่ที่พักอาศัยของตนเอง

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) คือ ประสบการณ์ในการออกเดินทางของนักท่องเที่ยวแล้วมีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับในระหว่างการเดินทางว่ามีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อประสบการณ์นั้น

ขั้นที่ 9 ทักษะคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เกิดจากประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ จากการท่องเที่ยว แล้วมีทัศนคติที่ดีหรือทัศนคติที่ไม่ดีก็ได้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีซึ่งในทางตรงกันข้ามถ้าหากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจก็จะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่อยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวหรือเล่าผ่านประสบการณ์ให้บุคคลอื่นฟังทำให้ไม่อยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรม คือ การแสดงออกจากภายในและภายนอกไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ซึ่งการแสดงออกภายในเป็นการแสดงออกทางความรู้สึกนึกคิด ที่สามารถควบคุมได้ ส่วนพฤติกรรมภายนอกเป็นการแสดงออกที่บุคคลอื่นสามารถรับรู้ได้จากสีหน้า ท่าทาง การกระทำ โดยพฤติกรรมภายในเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก

ที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อบริการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว นั้นประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การเตรียมการเดินทาง การเดินทางของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์นักท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.4.1 ความหมายของความคาดหวัง

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง โดยมีผู้ให้นิยามเกี่ยวกับความคาดหวังไว้ ดังนี้

สิริวรรณ อิศวกุล (2528) ได้อธิบายถึงความคาดหวังไว้ว่า เป็นความรู้สึกคาดหวังของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นการคาดการณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับอนาคตที่พึงาม โดยสิ่งที่คาดการณ์นั้นอาจจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่เกิดขึ้นจริงก็ได้ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์

สุชา จันทน์เอม (2524) ให้นิยามความคาดหวังไว้ว่า เป็นความเชื่อในบางสิ่งบางอย่างที่เป็นไปได้ และบางสิ่งบางอย่างที่เป็นไปไม่ได้ ความคาดหวังจะเกิดขึ้นตามความเชื่อมั่น และการคาดเดาเหตุการณ์ไว้ล่วงหน้า หรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ในชีวิตของแต่ละบุคคล ที่เคยเผชิญพบเจอมา หากความคาดหวังนั้นสำเร็จหรือถูกต้อง จะมีเจตคติที่ดี และรู้สึกพึงพอใจในสิ่งนั้น หรือเป็นความคาดหวังที่จะบรรลุถึงเป้าหมายในหน้าที่การงาน เพราะคิดว่าสิ่งที่ทำนั้นมีความเป็นไปได้ ถึงแม้ว่าการกระทำนั้นจะไม่บรรลุเป้าหมายก็ตาม หากสิ่งที่ทำนั้นยากเกินความสามารถของตนเอง

ชิงณกร พรภาณวิชัย (2540) ได้กล่าวถึงความคาดหวังไว้ว่า เป็นความรู้สึกนึกคิด เป็นสิ่งที่รับรู้เป็นการตีความ หรือเป็นการคาดเดาถึงเรื่องราวในอนาคตที่มีความเป็นไปได้ว่าจะสามารถเกิดขึ้นได้จริง และความคาดหวังในตัวบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกับตนเองหรือเป็นบุคคลในครอบครัว โดยได้คาดหวังหรือพยายามให้บุคคลดังกล่าวนั้นประพฤติตนตามที่ตนเองต้องการ

รัตนา สุขะนินทร์ (2547) ความคาดหวัง คือ เจตคติที่ดี ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความต้องการทางด้านจิตใจของนักท่องเที่ยวที่หวังจะได้รับการบริการนั้น ๆ ตรงต่อความต้องการ เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น

พรศิริ บินนาราวิ (2555) ความคาดหวัง คือ การประเมินทักษะของตนเองกับการตั้งใจในการปฏิบัติงานที่นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งใจไว้ หากผู้คนนั้นมีความชำนาญและตั้งใจสูงก็จะประสบผลสำเร็จในงานสูง หรือถ้าขาดความชำนาญหรือไม่ตั้งใจก็จะประสบความล้มเหลวในการปฏิบัติงาน ทำให้ส่งผลลบทางด้านจิตใจและมีเจตคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

Clay (1988) นิยามว่า ความคาดหวัง เป็นการคาดหวังถึงการกระทำในบางสิ่งบางอย่าง หรือเป็นการคาดเดาถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นได้ เป็นทัศนคติที่ดีถึงอนาคตว่าอาจมีความเป็นไปได้ในสิ่งที่หวังและตั้งใจเอาไว้

Hornby et al. (2000) กล่าวว่าความคาดหวังเป็นความเชื่อมั่น เป็นเจตคติที่ดีในการคาดเดาเหตุการณ์ต่าง ๆ ในอนาคต ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์บางอย่างที่มีความเป็นไปได้

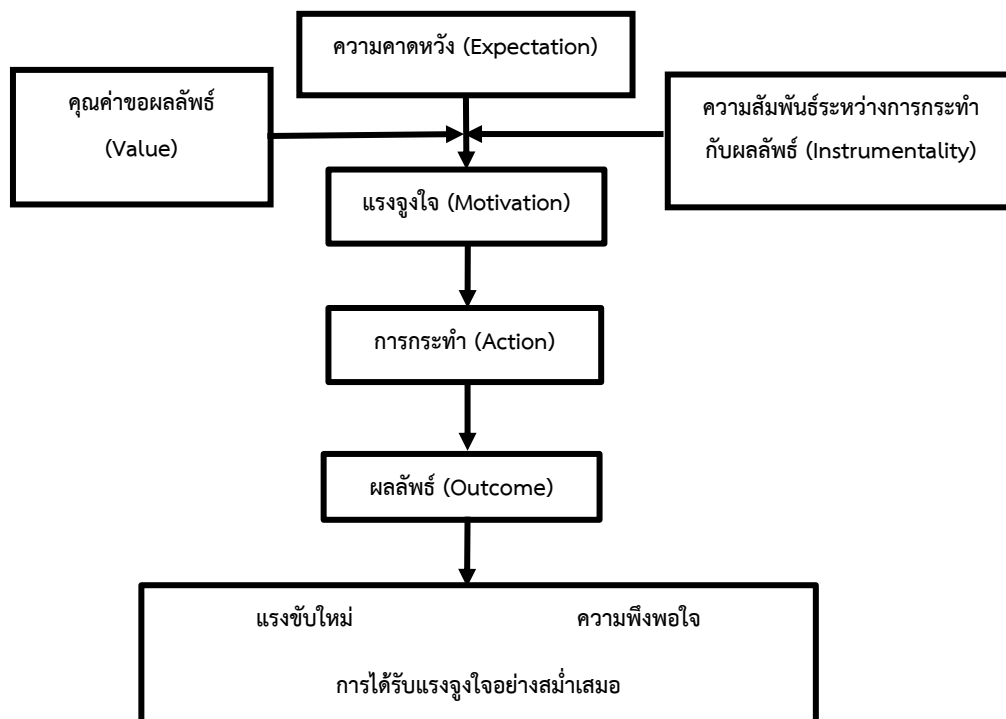
กล่าวโดยสรุป คือ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกคาดหวังในสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคาดหวังในตัวของคุณคนใดบุคคลหนึ่ง หรือเป็นการคาดเดาในสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้นโดยความคาดหวังนั้นมีผลต่อความต้องการทางด้านจิตใจ ถ้าสิ่งที่คาดหวังนั้นเป็นจริง หรือประสบผลสำเร็จก็จะมีเจตคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าความคาดหวังไม่เป็นจริงหรือไม่ประสบผลสำเร็จ ก็จะส่งผลลบทางด้านจิตใจ บุคคลนั้นก็จะมีเจตคติที่ไม่ดี มีความรู้สึกไม่พึงพอใจ หรือรู้สึกผิดหวังต่อสิ่งนั้น

2.4.2 ทฤษฎีความคาดหวัง

Vroom (1964) ได้วิเคราะห์ทฤษฎีความคาดหวัง ไว้ดังนี้

- Valence คือ ความต้องการด้านจิตใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์
- Instrumentality คือ เครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีการตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ
- Expectancy คือ ความคาดหวังในตัวบุคคล หรือบุคคลนั้นมีความปรารถนาในหลายสิ่งหลายอย่าง

มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความคาดหวังและความต้องการอยู่ตลอดเวลาโดยไม่มีที่สิ้นสุด จึงแสวงหาวิถีทางตันรน หรือกระทำการต่าง ๆ เพื่อความต้องการทางด้านจิตใจ และเมื่อบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองความต้องการแล้ว ก็จะมีความรู้สึกที่ดี ประทับใจ หรือมีเจตคติที่ดีในสิ่งนั้น ถึงกระนั้นมนุษย์ก็ยังคงมีความคาดหวังในสิ่งใดสิ่งหนึ่งสูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ภาพประกอบแสดงรูปแบบทฤษฎีความคาดหวัง (The Expectancy Model)

Clay (1988) นิยามว่า ความคาดหวัง คือ การคาดเดาถึงอนาคตที่ยังไม่เกิดขึ้น เป็นการตั้งใจที่ดี หรือการประเมินความเป็นไปได้ของบางสิ่งบางอย่างในอนาคตข้างหน้า จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ไม่ว่าจะได้รับจากสิ่งที่เคยเห็น เคยได้ยินว่า สิ่งเหล่านั้นมีจริง โดยจินตนาการตามสภาพแวดล้อม ดังนั้นแต่ละบุคคลจึงไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละบุคคล

Parasuraman et al. (1990) ได้กล่าวว่า สิ่งส่งผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ดังนี้

- (1) การบอกเล่าจากประสบการณ์ หรือคำแนะนำจากผู้ที่มีความรู้
- (2) ความปรารถนาของแต่ละบุคคล
- (3) ความชำนาญในอดีต
- (4) ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางต่าง ๆ
- (5) ราคา

2.4.3 ลักษณะความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นเป้าหมายแห่งความสำเร็จ สามารถทำให้บุคคลนั้นตัดสินใจในการเลือกกระทำบางสิ่งบางอย่าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของบุคคลนั้นด้วย และมีสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ความคาดหวังนั้นประสบผลสำเร็จตามที่หวังได้

ศรีนิตย์ สุวัช (2521) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ซึ่งได้กำหนดบางสิ่งบางอย่างตามความคิด หรือคาดการณ์ถึงอนาคตที่ดี เป็นการประเมินค่าตามมาตรฐานของบุคคลนั้น เพื่อวัดความคาดหวังของบุคคลอื่น

Vroom (1964) มีฐานคติความเชื่อว่า การกระทำของแต่ละบุคคลเป็นผลมาจากการตัดสินใจเลือกในหลายสิ่งหลายอย่าง โดยการกระทำเหล่านั้นเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการด้านจิตใจ เช่น ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ทศนคติ โดยมีแรงจูงใจเป็นตัวกำหนด

ลักษณะความคาดหวัง (ม.ป.ป.) ได้นิยามว่า ความคาดหวังของแต่ละบุคคลนั้นย่อมไม่เหมือนกัน เหตุเพราะมนุษย์ทุกคนต่างก็มีกระบวนการทางด้านความคิด จินตนาการ และสิ่งที่ปรารถนาแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล

2.4.4 การกำหนดความคาดหวัง

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2540) ได้ศึกษาตามทฤษฎีความคาดหวังของเดอซีคโค นิยามไว้ว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และทักษะของแต่ละบุคคล หรือความชำนาญในอดีต เดอซีคโคจึงกล่าวว่า เมื่อบุคคลนั้นเคยประสบผลสำเร็จในหน้าที่การงานนั้นแล้ว ก็จะตั้งเป้าหมายในการทำงานครั้งต่อไปให้สูงขึ้นกว่าเดิม และคำนึงถึงความเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น แต่ถ้าระดับความเป็นไปได้ที่จะประสบผลสำเร็จนั้นมีน้อย ก็จะลดระดับความคาดหวังให้ต่ำลง เพื่อไม่ให้ตนเองเกิดความรู้สึกผิดหวัง

สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540) ได้สรุปความคาดหวังว่า บุคคลนั้นจะกำหนดความคาดหวังได้ จะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ก่อนเป็นอันดับแรก เพราะความคาดหวังเป็นเพียงความรู้สึก ความเชื่อ และการคาดเดา

ถึงอนาคตที่ดีงาม เป็นการประเมินค่าตามมาตรฐานของบุคคลนั้น เพื่อวัดความคาดหวังของบุคคลอื่น โดยการคาดการณ์นั้นจะเป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ก็ตาม ขึ้นอยู่กับความสามารถ ประสบการณ์ หรือสิ่งที่เคยได้ยินได้ฟังมา และเห็นถึงคุณค่าของความสำเร็จในสิ่งนั้น ๆ

2.4.5 ปัจจัยกำหนดความคาดหวัง

พัชรี มหาลาก (2538) ได้กล่าวว่า สิ่งสำคัญที่จะสามารถกำหนดความคาดหวังได้มี 3 ประการ ได้แก่

(1) คุณลักษณะที่มีไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม จะส่งผลถึงความคาดหวังและการแสดงออกที่ไม่เหมือนกัน เพราะแต่ละบุคคลต่างมีกระบวนการทางด้านความคิด และความต้องการที่ต่างกัน

(2) ระดับความยากง่ายของงาน และความชำนาญในแต่ละบุคคล กล่าวได้ว่าหากบุคคลนั้นเคยประสบผลสำเร็จในหน้าที่การงานนั้นแล้ว จะกำหนดความคาดหวังในการทำงานสูงขึ้นเรื่อย ๆ และมีความเป็นไปได้ให้มากที่สุด ถ้าหากระดับความเป็นไปได้ที่จะประสบผลสำเร็จมีน้อย ก็จะกำหนดความคาดหวังต่ำลง เพื่อไม่ให้ตนเองรู้สึกผิดหวังในสิ่งนั้น

(3) ความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นเพียงความรู้สึก สิ่งที่ได้รับรู้ ความเชื่อและการคาดการณ์ถึงอนาคต เป็นการประเมินค่าตามมาตรฐานของบุคคลนั้น เพื่อวัดความคาดหวังของบุคคลอื่น โดยการคาดการณ์นั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของ ประสบการณ์ ความชำนาญ หรือสิ่งที่เคยได้ยินได้ฟังมา และเห็นถึงคุณค่าของความสำเร็จในสิ่งนั้น ๆ

สรุปจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับความหมายของความคาดหวังจากผู้ให้นิยาม จึงสรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือ ความคาดหวังของมนุษย์ เป็นกระบวนการทางด้านความคิด เจตคติที่ดีต่อบางสิ่งบางอย่าง หรือการคาดเดาล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ หวังว่าจะให้เกิดขึ้นตามความเชื่อของตนเอง และคาดหวังปรารถนาให้บุคคลอื่นปฏิบัติตามในสิ่งที่ตนเองต้องการ โดยมีปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังอยู่ 3 ปัจจัย ดังนี้ 1) คุณลักษณะที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล 2) ระดับความยากง่ายของงาน และความชำนาญในแต่ละบุคคล 3) การวิเคราะห์ความน่าจะเป็นไปได้ของงาน เมื่อบุคคลนั้นคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ว่าจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด หรือถ้าเห็นว่ามีความเป็นไปได้ที่จะประสบผลสำเร็จ ก็จะมี ความพยายามและตั้งใจมาก เพราะค้ำค้ำกับสิ่งที่ตนเองจะได้รับ แต่หากว่าความเป็นไปได้มีน้อย ก็จะไม่พยายาม ไม่ตั้งใจ เพราะคิดว่าไม่คุ้มค่าในการลงมือทำ

2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเพศภาพของกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT)

2.5.1 ความหมายของคำว่ากลุ่มเพศทางเลือก LGBT

พิมพ์ชนก เขมพิลา (2561) ได้ให้ความหมายว่า กลุ่มเพศทางเลือก LGBT เป็นคำที่ใช้ นิยามเรียกกลุ่มที่ไม่ใช่เพศภาพของตนเองแต่โดยกำเนิด เช่น ผู้หญิงหรือผู้ชายที่มีสภาพทั้งกายและจิตใจตรงกันข้ามกับเพศภาพของตนเอง โดยอักษรย่อดังกล่าวก็คือ L หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น เลสเบียน หรือว่า ผู้หญิงที่มีความรู้สึกชื่นชอบ ปรารถนา ในเพศเดียวกัน G หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น เกย์ หรือว่า ผู้ชายที่มีจิตใจรักและชื่นชอบในผู้ชายเหมือนกัน B หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น ไบเซ็กชวล หรือว่า เป็นบุคคลที่ไม่จำกัด

เพศ หรือมีความต้องการทั้งผู้หญิงและผู้ชาย T หมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น ทรานเจนเดอร์ หรือว่า เป็นบุคคลข้ามเพศ ไม่ว่าจะเป็เพศชายหรือเพศหญิงจะมีความรู้สึกทางด้านจิตใจเป็นเพศตรงข้ามอยู่เสมอ

สหพันธ์นิสิตนักศึกษาแพทย์แห่งประเทศไทย หรือ สพท. (2563) กล่าวอธิบายถึงอักษรย่อที่ใช้เรียกกลุ่มเพศทางเลือกแตกต่างกันออกไป ทั้งคำว่า LGBT LGBTQ หรือ LGBTQA ทั้งนี้ก็ต่างหมายถึงกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็น เลสเบียน เกย์ ไบเซ็กชวล ทรานเจนเดอร์ หรือ เคียวร์ โดยอักษรย่อเหล่านี้ได้ใช้นิยามเรียกกลุ่มเพศทางเลือกที่ไม่ใช่เพศสภาพโดยกำเนิดของตนเอง

โรงพยาบาลเพชรเวช (2563) ได้นิยามถึงกลุ่มเพศทางเลือก LGBT หรือเพศหลากหลาย ซึ่งย่อมาจาก

- L คือ Lesbian ผู้หญิงที่มีความรู้สึกชื่นชอบในผู้หญิงด้วยกัน
- G คือ Gay ผู้ชายที่รักผู้ชายเหมือนกัน
- B คือ Bisexual มีลักษณะความต้องการทั้งผู้หญิงและผู้ชาย
- T คือ Transgender มีลักษณะข้ามเพศ จากอีกเพศหนึ่งเป็นอีกเพศหนึ่ง

โดยบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นเป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ทางเพศ หรือ รสนิยมทางเพศ ดังนี้

อัตลักษณ์ทางเพศ (Gender identity) หมายถึง บุคคลที่รับรู้ว่าคุณเองมีความปรารถนาที่จะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีสภาพจิตใจตรงตามอวัยวะเพศหรือไม่ก็ได้ ถ้าหากว่าคุณคนนั้นมีอัตลักษณ์ทางเพศที่ตรงกันข้ามกับร่างกาย ก็จะมีรู้สึกไม่พึงพอใจ และอยากเปลี่ยนแปลงสภาพร่างกายของตนเองด้วยวิธีต่าง ๆ ทางทางการแพทย์ ซึ่งจะเรียกบุคคลเหล่านั้นว่า คนข้ามเพศ หรือเพศหลากหลายก็ได้แล้วแต่ผู้ให้นิยาม

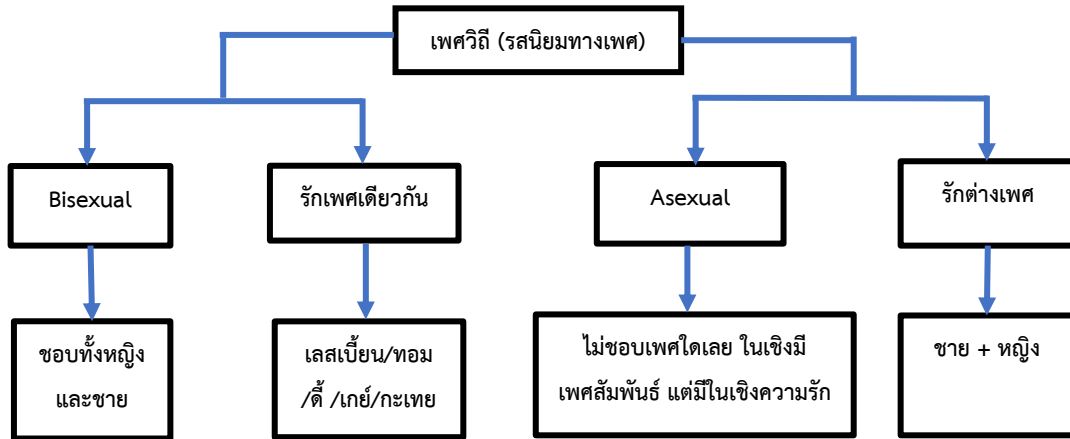
นริสา วงศ์พนารักษ์ และ จิระภา ศิริวัฒนเมธานนท์ (2556) ได้อธิบายถึงอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มเพศทางเลือก หรือ เพศหลากหลาย ว่า บุคคลเหล่านี้จะประพฤติตนและกระทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับเพศของตนเองอยู่เสมอ และมีความชัดเจนในเพศของตนเองอย่างเห็นได้ชัด ดังนี้

- (1) แสดงถึงความปรารถนาที่จะเป็นเพศตรงข้ามกับตนเอง หรือแสดงความชัดเจนในตนเองว่ามีความต้องการเป็นเพศใด
- (2) ปฏิบัติตนหรือมีความต้องการสวมใส่เสื้อผ้าที่เป็นเพศตรงข้ามกับตนเองเท่านั้น
- (3) มีการละเล่นหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีบทบาทเป็นเพศตรงข้าม ด้วยการใช้นิยามหรือจินตนาการว่าตนเองเป็นเพศที่ตนนั้นได้กำหนด โดยต่างจากเพศสภาพของตน
- (4) มีความประสงค์หรือความพึงพอใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เพศสภาพของตนเอง
- (5) มีความสนิทสนมใกล้ชิดกับเพศตรงข้าม หรือต้องการมีเพื่อนเป็นเพศตรงข้ามอยู่เสมอ

วิถีทางเพศ (Sexual orientation) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด รสนิยมทางเพศที่มีความต้องการทางเพศในแต่ละบุคคล ซึ่งมีเพศสภาพแตกต่างกันออกไป โดยได้จัดแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ (โรงพยาบาลเพชรเวช, 2563)

- รักต่างเพศ คือ บุคคลที่มีเพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศในการชื่นชอบเพศตรงกันข้ามกับเพศสภาพของตนเอง เช่น ผู้หญิงรักผู้ชาย หรือผู้ชายรักผู้หญิง

- รักเพศเดียวกัน คือ บุคคลที่มีเพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศที่รักในเพศเดียวกัน เช่น เกย์ หรือเลสเบี้ยน
 - ไบเซ็กชวล คือ บุคคลที่มีเพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศที่ชื่นชอบทั้งผู้หญิงและผู้ชายก็ได้ กล่าวคือ บุคคลที่ไม่จำกัดเพศ
 - ไม่ฝักใฝ่ทางเพศ คือ บุคคลที่ไม่สนใจในเรื่องเพศ โดยไม่ว่าตนเองจะอยู่ในเพศสภาพใดก็ตาม
- ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงถึงเพศวิถี (รสนิยมทางเพศ)

ที่มา: กิตติวินท์ เดชชวนากร และ รังสิมา วิวัฒน์วงศ์วนา (2560)

ผู้วิจัยได้สรุป ดังนี้ กลุ่มเพศทางเลือก คือ บุคคลที่มีเพศสภาพที่ไม่ตรงกับโครงสร้างทางร่างกายหรืออวัยวะเพศของตนเอง กล่าวก็คือ กลุ่มเพศทางเลือก LGBT เป็นคำที่นิยามใช้เรียกบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีลักษณะอัตลักษณ์ข้ามเพศหรือเพศหลากหลาย เช่น เลสเบี้ยน เกย์ ไบเซ็กชวล ทรานเจนเดอร์ เป็นต้น โดยบุคคลเหล่านี้จะมีเพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศแตกต่างกันออกไปตามคำนิยามที่ตนเองได้กำหนด

2.5.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับเพศสภาพ

กฤตยา อาชวนิจกุล (2554) เพศสภาพ (gender) คือ เพศที่ถูกกำหนดตามคำนิยามของสังคม โดยกำหนดตามเพศสภาพโดยกำเนิดของบุคคลนั้น เช่น สังคมหรือคนในครอบครัวกำหนดให้บุคคลนั้นเป็นผู้หญิงหรือเป็นผู้ชาย โดยแต่ละบุคคลต่างมีบทบาทหน้าที่ทางสังคมที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้รวมถึงกลุ่มเพศทางเลือก เลสเบี้ยน เกย์ ไบเซ็กชวล ทรานเจนเดอร์ ก็เช่นกัน ต่างก็มีบทบาททางเพศที่ไม่เหมือนกัน

เพศสภาพ (Gender) คือ เพศที่ถูกกำหนดตามแบบแผนของสังคมวัฒนธรรม ที่แสดงถึงบทบาททางเพศโดยกำเนิด เช่น ผู้หญิงหรือผู้ชายเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันสังคมได้เปิดกว้างมากขึ้น ดังนั้นคำนิยามเกี่ยวกับเพศทางสังคมอาจจะเปลี่ยนแปลง โดยคุณลักษณะอาจจะไม่ใช่เพศสภาพโดยกำเนิดของตนเองก็ได้ กล่าวคือเป็นเพศสภาพตามที่ตนเองได้กำหนดขึ้นเอง (ปราณี วงษ์เทศ, 2547)

ปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ (2554) ได้นิยามถึงบุคคลที่มีลักษณะข้ามเพศ คือ บุคคลที่ประพุดิตนหรือกระทำในสิ่งที่ไม่ใช่เพศสภาพตามร่างกายหรืออวัยวะเพศของตนเอง หรือมีความรู้สึกและความต้องการที่จะเป็นเพศตรงกันข้ามกับตนเองอยู่เสมอ หรืออาจมีลักษณะเป็นสองเพศในบุคคลเดียวกันก็ได้

2.5.3 ปัญหาของอัตลักษณ์ทางเพศ

มูลนิธิธีรนาถ กาญจนอักษร (2554) เป็นองค์กรดำเนินงานให้ความช่วยเหลือหรือคุ้มครองด้านสิทธิมนุษยชนเพื่อความเป็นธรรมทางเพศ ได้แสดงถึงปัญหาชีวิตที่ถูกละเมิดของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือ LGBT โดยยกตัวอย่างมาพอสังเขป ดังนี้

(1) LGBT สภากาชาดไทยและโรงพยาบาลปฏิเสธการรับบริจาคโลหิตจากผู้บริจาค ที่ให้ข้อมูลว่ามีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน

(2) ทอมดี้ หรือผู้ที่มีชีวิตเป็นเพศหญิง ถูกเจ้าหน้าที่ธนาคารปฏิเสธไม่รับพิจารณาสินเชื่อจากธนาคารไม่สามารถกู้เงินร่วมกันได้ เนื่องจากไม่ใช่สามีภรรยา

(3) สาวประเภทสอง หรือบุคคลข้ามเพศ ถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจตรวจคนเข้าเมืองปฏิเสธห้ามเข้าประเทศเพราะหนังสือเดินทางระบุว่าเป็น “ชาย”

(4) เกย์ หรือกลุ่มชายรักชาย ถูกบริษัทประกันชีวิตไม่รับทำสัญญาประกัน โดยระบุให้คู่ชีวิตเป็นผู้รับสิทธิประโยชน์

(5) ผู้ป่วยสาวประเภทสอง หรือบุคคลข้ามเพศ ถูกแพทย์และพยาบาลจัดให้นอนรักษาอาการในหอผู้ป่วยชาย

(6) ดี หรือหญิงรักหญิง ไม่ได้รับสิทธิในการให้ความยินยอมทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาลให้คู่ชีวิต และไม่ได้รับสิทธิหรือใช้สิทธิทางข้าราชการเบิกค่ารักษาพยาบาลให้คู่ชีวิตได้

(7) สาวประเภทสอง หรือบุคคลข้ามเพศ ถูกข้าราชการสูญเสียเงินฝาก เพราะธนาคารปฏิเสธการแจ้งอายัดบัตรเอทีเอ็ม โดยอ้างว่าเสียงูตกเป็นผู้หญิง แต่เอกสารประจำตัว ระบุเป็น “ผู้ชาย”

กล่าวโดยสรุป คือ คุณลักษณะทางเพศหรือการให้นิยามทางเพศที่ถูกกำหนดไว้แต่เดิมนั้น อาจจะไม่ใช่เพศสภาพโดยกำเนิดหรือตามธรรมชาติของตนเองก็ได้ กล่าวคือ ผู้ที่ให้นิยามว่าตนเองเป็นกลุ่ม LGBT ซึ่ง L หมายถึง เลสเบียน คือ ผู้หญิงที่มีจิตใจรักผู้หญิงด้วยกัน G คือ เกย์ ผู้ชายที่รักผู้ชายเหมือนกัน B คือ ไบเซ็กชวล กลุ่มที่รักได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง T คือ ทรานเจนเดอร์ เป็นบุคคลที่มีลักษณะข้ามเพศ มีความพึงพอใจที่จะกระทำหรือชื่นชอบในสิ่งที่ไม่ใช่เพศของตนเอง ซึ่งบุคคลที่กล่าวมานี้ จะมีเพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศแตกต่างกันออกไปตามคำนิยามที่ตนเองได้กำหนด อีกทั้งอัตลักษณ์ทางเพศของบุคคลข้ามเพศหรือกลุ่มเพศทางเลือกนั้น ก็ยังส่งผลกระทบต่อ ด้วยข้อกำหนดและเงื่อนไขบางประการ เพราะข้อบังคับทางกฎหมายยังไม่คุ้มครองด้านสิทธิทางผลประโยชน์ของคู่ชีวิต กล่าวคือ บุคคลข้ามเพศไม่ว่าหญิงหรือชายไม่สามารถจดทะเบียนสมรสกับเพศเดียวกันได้ หรือไม่สามารถใช้สิทธิในข้าราชการบำนาญของคู่สมรสได้ เป็นต้น

ปัจจุบันกลุ่มเพศทางเลือก LGBT มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ สังคมมีการยอมรับมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดก็เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่นกัน

ซึ่งในปี พ.ศ 2562 ส่วนงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการอุทยานแห่งชาติ ได้กล่าวว่า อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวติด 1 ใน 10 อันดับ ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด จึงเห็นได้ว่าเกาะเสม็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในอันดับต้น ๆ ในการมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้วิจัยจึงได้เลือกอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด เพื่อใช้ในการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

2.6 ข้อมูลทั่วไปของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

แผนที่เกาะเสม็ด ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงแผนที่เกาะเสม็ด

ที่มา: <https://www.atsiamtour.com/gallery/121>

2.6.1 ประวัติและความเป็นมาของเกาะเสม็ดหรือเกาะแก้วพิสดาร

เกาะเสม็ด มีชื่อมาจาก ต้นเสม็ดขาวและเสม็ดแดงที่ขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านจึงเรียกเกาะแห่งนี้ว่า “เกาะเสม็ด” โดยเกาะเสม็ดตั้งอยู่ในพื้นที่ของเขตอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า ตำบลบ้านเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในอันดับต้น ๆ ในการมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งในปี พ.ศ 2562 ส่วนงานวิจัยและพัฒนาอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติ ได้กล่าวว่า เกาะเสม็ดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวติด 1 ใน 10 อันดับ ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด จึงเห็นได้ว่าเกาะเสม็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก เกาะเสม็ดมีรูปลักษณะของเกาะเป็นรูปสามเหลี่ยม จุดเด่นของเกาะเสม็ด คือ เป็นพื้นที่ที่มีน้ำใสและหาดทรายขาวละเอียดอยู่ทั่วไป มีพื้นที่จำนวน 3,125 ไร่ อยู่ห่างจากชายฝั่งบ้านเพ ประมาณ 6.5 กิโลเมตร ซึ่งมีตำนานกล่าวขานและมีความเชื่อกันว่า คือ เกาะแก้วพิสดาร ในวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี ของสุนทรภู่

สภาพภูมิประเทศของเกาะเสม็ด เป็นสันเขาที่มีความยาวจากทิศเหนือลงมาทิศใต้ โดยฝั่งทิศตะวันตกของเกาะเป็นหน้าผาสูงชันและค่อย ๆ ลาดเอียงลงสู่ฝั่งทิศตะวันออก มีภูเขาที่สลับซับซ้อนกันอยู่ 2-3 ลูก บนพื้นที่ของเกาะเสม็ดไม่มีแม่น้ำลำคลอง โดยส่วนใหญ่เป็นภูเขาและป่าไม้เบญจพรรณ ประมาณร้อยละ 80 ของพื้นที่ อีกทั้งยังมีอ่าวและชายหาดที่สวยงามเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริเวณปลายแหลมด้านใต้ของเกาะพบว่า เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยและวางไข่ของนกนางนวล ซึ่งนกเหล่านี้จะอาศัยในเกาะเล็ก ๆ เช่น เกาะหินขาว เกาะสันฉลามและเกาะจันทร์ เพราะบริเวณพื้นที่นี้ส่วนใหญ่เป็นหินล้วน ไม่มีต้นไม้ (ข้อมูลทั่วไปเกาะเสม็ด, 2557)

2.6.2 สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ด

สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ดนอกจากจะมีทะเลและชายหาดที่สวยงามบนอ่าวต่าง ๆ แล้ว ยังมีสิ่งที่น่าสนใจบนเกาะเสม็ด คือ เส้นทางในการเดินศึกษาธรรมชาติที่มีอยู่ 3 เส้นทาง ได้แก่ เกาะเสม็ด เกาะกุฎี และเขาแหลมหญ้า ในเส้นทางศึกษาธรรมชาตินักท่องเที่ยวจะพบพันธุ์ไม้ต่าง ๆ นานาชนิด เช่น พันธุ์มะนาวป่า ต้นไข่เต่า ต้นชันทองพญาบาท ต้นเสม็ดแดง และสัตว์ป่าที่ไม่อันตราย

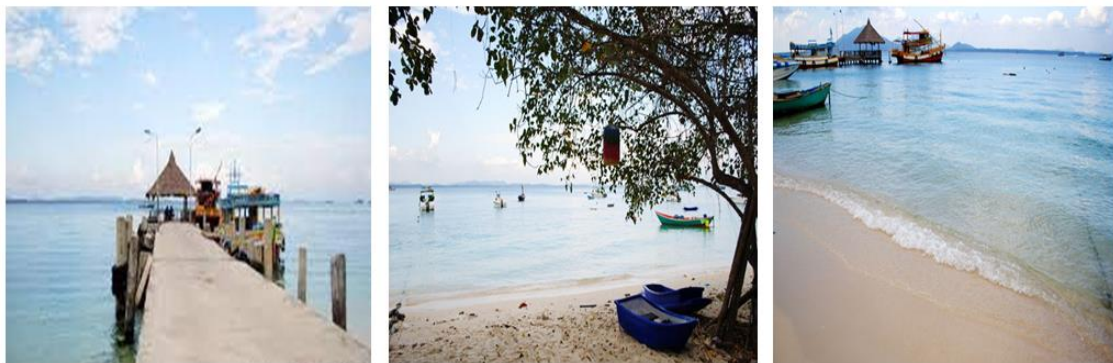
จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวบนอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด นอกจากธรรมชาติ ป่าไม้ สัตว์ป่า ยังมีความงดงามของทะเลและชายหาดในอ่าวต่าง ๆ บนเกาะเสม็ด ที่ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ดังนี้

- **อ่าวน้อยหน้า** อยู่ห่างจากหาดทรายแก้วประมาณ 2 กิโลเมตร ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของเกาะเสม็ด ใกล้หมู่บ้านชาวประมง อ่าวน้อยหน้ามีบรรยากาศที่เงียบสงบแตกต่างจากชายหาดอื่น ๆ ถึงแม้หาดทราย อาจจะไม่ขาวเท่ากับชายหาดอื่น แต่มีความสะอาดและมีธรรมชาติที่งดงาม ซึ่งแหลมน้อยหน้าที่อยู่ท้ายอ่าวยังเป็นจุดที่คนนิยมไปตกปลาหมึกอีกด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 อ่าวน้อยหน้า

- **อ่าวกลาง** เป็นอ่าวทางเหนือของเกาะ มีหน้าหาดค่อนข้างสั้น ห่างจากท่าเรือหน้าด่านเพียงประมาณ 600-700 เมตร เป็นที่ตั้งของชุมชนหมู่เกาะเสม็ด และเป็นที่ตั้งของท่าเรือบริเวณนี้ ดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 อ่าวกลาง

ที่มา: <https://www.ceediz.com/th/travel/rayong/koh-samed/sp/a/อ่าวกลาง-เกาะเสม็ด.16980/>

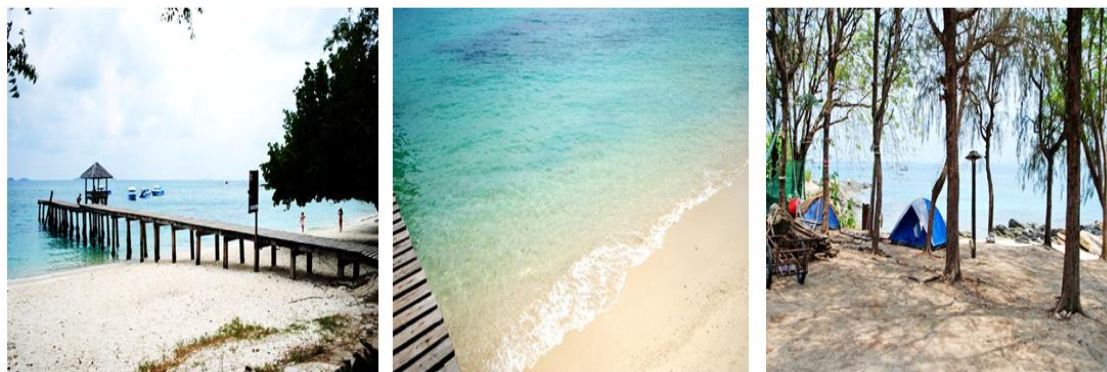
- **อ่าวป่าช้า** บนพื้นที่บริเวณอ่าวป่าช้า เมื่อก่อนราว ๆ 40-50 ปี เป็นสถานที่ฝังศพของชาวบ้านบนเกาะเสม็ด ปัจจุบันได้ทำการล้างป่าช้าและทำการฃาปนกิจเรียบร้อยแล้ว จนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งไม่ค่อยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากนัก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นแนวโขดหินเหมาะสำหรับผู้ชื่นชอบในการตกปลา ดังแสดงในภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 อ่าวป่าช้า

ที่มา: <https://sites.google.com/site/kohsamett/home/cud-den-thi-hna-snci>

- **อ่าวลูกโยน** ตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของเกาะ อยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่านประมาณ 200-300 เมตร เป็นหาดเล็ก ๆ ที่มีความเงียบสงบร่มรื่นและมีหาดทรายให้สามารถลงเล่นน้ำได้ ผู้คนไม่ค่อยพลุกพล่านมาก อีกทั้งยังมีพื้นที่สำหรับกางเต็นท์อีกด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 อ่าวลูกโยน

ที่มา: <https://www.ceediz.com/th/travel/rayong/koh-samed/sp/a/อ่าวลูกโยน-เกาะเสม็ด.16979/>

- **เขาแหลมหญ้า** ตั้งอยู่ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด มีพื้นที่เป็นภูเขาเตี้ย ๆ ติดทะเล น้ำทะเลค่อนข้างใส และเป็นจุดกางเต็นท์สำหรับคนที่ชื่นชอบแนวแคมป์แบบใกล้ชิดกับธรรมชาติ ดังแสดงในภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 เขาแหลมหญ้า

ที่มา: <https://www.paiduaykan.com/travel/เขาแหลมหญ้า>

- **หาดทรายแก้ว** เป็นชายหาดที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด เพราะหาดทรายแก้ว มีทรายที่ขาวละเอียดเหมือนแป้ง และน้ำทะเลสีฟ้าคราม อยู่ห่างจากท่าหน้าด่าน ประมาณ 750 เมตร เป็นหาดที่ยาวที่สุดบนเกาะเสม็ด โดยมีความยาวประมาณ 800 เมตร ซึ่งจุดเด่นของหาดจะมีรูปปั้นของนางเงือกอุ้มลูกตั้งอยู่บนโขดหิน บริเวณหาดทรายแก้วมีกิจกรรมที่หลากหลาย และมีที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้คอยให้บริการนักท่องเที่ยว ดังแสดงในภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 หาดทรายแก้ว

- **อ่าวทับทิมหรืออ่าวพุทรา** เป็นอ่าวเล็กๆ มีความยาวประมาณ 100 เมตร ตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่านประมาณ 2 กิโลเมตร โดยอ่าวทับทิมมีชายหาดทรายที่ขาวสะอาดและบรรยากาศที่เงียบสงบน่าพักผ่อน เหมาะกับการเล่นน้ำ ซึ่งบริเวณหัวหาดจะมีกองหินตั้งเรียงกันเป็นกอง ๆ สร้างไว้เป็นจุดเด่นของอ่าว ดังแสดงในภาพที่ 2.12



ภาพที่ 2.12 อ่าวทับทิมหรืออ่าวพุทรา

- **อ่าววงเดือน** ตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 3.5 กิโลเมตร และมีพื้นที่ชายหาดยาวประมาณ 500 เมตร ลักษณะของชายหาดเป็นรูปโค้งคล้ายพระจันทร์ครึ่งวงกลม ถือเป็นชายหาดอีกแห่งหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว จึงทำให้ชายหาดมีความคึกคัก และมีกิจกรรมที่หลากหลาย อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้คอยบริการให้นักท่องเที่ยวอีกด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.13



ภาพที่ 2.13 อ่าววงเดือน

- **แหลมใหญ่** เป็นพื้นที่เหมาะสำหรับชมพระอาทิตย์ขึ้นมากที่สุด เพราะเป็นแหลมที่อยู่หัวเกาะ และมีลักษณะเป็นโขดหินและเนินเขาเตี้ย ๆ จึงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาชมพระอาทิตย์ขึ้นบริเวณนี้ ดังแสดงในภาพที่ 2.14



ภาพที่ 2.14 แหลมใหญ่

ที่มา: <https://sites.google.com/site/kohsamett/home/cud-den-thi-hna-snci>

- **อ่าวพร้าว** มีลักษณะพื้นที่คล้ายครึ่งวงกลม ซึ่งชายหาดมีความยาวประมาณ 400 เมตร ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะเสม็ด อ่าวพร้าวมีบรรยากาศที่เงียบสงบและน้ำทะเลที่ใสสะอาด จึงมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นจุดที่ชมพระอาทิตย์ตกอีกด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.15



ภาพที่ 2.15 อ่าวพร้าว

ที่มา: <https://www.ceediz.com/th/travel/rayong/koh-samed/sp/a/อ่าวพร้าว-เกาะเสม็ด.16978/>

- **อ่าวไผ่** มีพื้นที่เป็นอ่าวเล็ก ๆ โดยมีความยาวของชายหาดเพียง 150-200 เมตรเท่านั้น อ่าวไผ่อยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่านประมาณ 1.2 กิโลเมตร ซึ่งชายหาดบริเวณนี้มีน้ำทะเลที่ค่อนข้างใสและทรายที่ขาวละเอียด เมื่อสะท้อนกับแสงแดดจะมีสีสันสวยงามมาก ดังแสดงในภาพที่ 2.16



ภาพที่ 2.16 อ่าวไผ่

- **อ่าวนวล** เป็นอ่าวเล็ก ๆ ที่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 2.5 กิโลเมตร ซึ่งอยู่ถัดจากอ่าวทับทิมไปเพียงเล็กน้อย ถือเป็นอ่าวที่เล็กที่สุดบนเกาะเสม็ด อ่าวนวลเป็นชายหาดที่มีน้ำทะเลสีฟ้าครามใสสวยงาม ลักษณะของชายหาดมีโขดหินเล็ก ๆ กระจายอยู่จำนวนมากสามารถเล่นน้ำได้ในบางพื้นที่ของหาดเท่านั้น ดังแสดงในภาพที่ 2.17



ภาพที่ 2.17 อ่าวนวล

- **อ่าวช่อ** เป็นอ่าวที่มีขนาดพื้นที่ไม่ใหญ่มาก โดยบริเวณชายหาดจะมีความยาวประมาณ 200 เมตร อยู่ทางตอนเหนือของอ่าววงเดือน เป็นหาดที่เงียบสงบและผู้คนไม่ค่อยพลุกพล่านมากนัก ซึ่งบริเวณตรงกลางอ่าวจะมีสะพานไม้ยื่นออกไปในทะเล สำหรับรับนักท่องเที่ยว ดังแสดงในภาพที่ 2.18



ภาพที่ 2.18 อ่าวช่อ

- **อ่าวแสงเทียน** เป็นอ่าวเล็ก ๆ ที่มีความยาวของบริเวณพื้นที่ชายหาดประมาณ 100-150 เมตร เท่านั้น อ่าวแสงเทียนตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 4 กิโลเมตร เป็นอ่าวที่เล็กไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมากนัก จึงทำให้มีบรรยากาศที่เงียบสงบ อีกทั้งทัศนียภาพที่สวยงามและน้ำทะเลที่ใสจนมองเห็นพื้นทรายที่ขาวละเอียด ดังแสดงในภาพที่ 2.19



ภาพที่ 2.19 อ่าวแสงเทียน

- **อ่าวหวาย** ตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 5.3 กิโลเมตร โดยอ่าวนี้จะอยู่ค่อนข้างไปทางท้ายเกาะ มีความยาวของบริเวณพื้นที่ชายหาดประมาณ 200 เมตร มีรูปลักษณ์ของหาดเป็นรูปโค้ง ๆ ซ้ายขวา เป็นหิน โดยตรงกลางจะเป็นชายหาด จุดเด่นของชายหาดจะเป็นทรายที่มีสีขาวเหมือนแป้ง พอโดนน้ำแล้วก็จะใสออกนวล ๆ ส่วนบรรยากาศก็จะมีบรรยากาศที่เงียบสงบและมีความสวยงามตามธรรมชาติ ดังแสดงในภาพที่ 2.20



ภาพที่ 2.20 อ่าวหวาย

ที่มา: <https://www.ceediz.com/th/travel/rayong/koh-samed/sp/a/อ่าวหวาย-เกาะเสม็ด.16975/>

- **อ่าวกิว** อยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 6.5 กิโลเมตร โดยอ่าวนี้จะอยู่เกือบถึงท้ายเกาะ ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของเกาะเสม็ด รูปลักษณะของเกาะเป็นพื้นที่ราบทางฝั่งทิศตะวันตกและทิศตะวันออกเข้าหากัน เป็นช่วงแคบ ๆ ของเกาะ ที่เกือบจรดถึงกัน อ่าวทางฝั่งตะวันออกจะเรียกว่า "อ่าวกิวหน้านอก" และอ่าวที่อยู่ทางทิศตะวันตกเรียกว่า "อ่าวกิวหน้าใน" เป็นท่าเทียบเรือ และจุดชมพระอาทิตย์ตก ปัจจุบันเป็นเขตพื้นที่ของของปาร์ดี รีสอร์ท ซึ่งห้ามบุคคลภายนอกเข้า ดังแสดงในภาพที่ 2.21 และภาพที่ 2.22



ภาพที่ 2.21 อ่าวกิวหน้าใน

ที่มา: <https://th.soidb.com/samet/sub-area/ao-kiew-na-nai.html>



ภาพที่ 2.22 อ่าวกิวหนานอก

ที่มา: <https://th.trip.com/travel-guide/attraction/koh-samet/ao-kiu-na-nok-62036743/>

- **อ่าวปะการัง** อยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 7.3 กิโลเมตร อ่าวนี้จะอยู่เกือบถึงท้ายเกาะ ส่วนมากบริเวณของเกาะจะมีแนวปะการังน้ำตื้นอยู่ตลอดแนวริมฝั่ง ยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร โดยอ่าวปะการังจะมีทั้งส่วนที่เป็นหาดทรายที่สามารถเล่นน้ำได้ และส่วนที่เป็นจุดชมวิวทะเลที่ไม่มีหาดทราย ซึ่งในส่วนที่เป็นหาดทรายนั้นมีขนาดเล็ก ๆ ยาวประมาณ 100 เมตร และจุดชมวิวทะเลจะมีท่าไม้ยื่นออกไปในทะเลให้นักท่องเที่ยวสามารถยื่นชมวิวทะเลได้ใกล้ ๆ อีกทั้งยังสามารถดำน้ำดูปะการังน้ำตื้นได้อีกด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.23



ภาพที่ 2.23 อ่าวปะการัง

ที่มา <https://bit.ly/3PNcNGr>

- **อ่าวเตย** เป็นอ่าวเล็ก ๆ ที่อยู่สุดท้ายบนเกาะเสม็ด โดยลักษณะพื้นที่เป็นหาดหิน ไม่ค่อยมีผู้นิยมมาเล่นน้ำ ซึ่งอ่าวเตยเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในการตกปลา เพราะที่นี่มีปลาชุมชุมมากและเป็นจุดที่มักจะมีปลาฉลามอยู่บ่อย ๆ ทั้งนี้ยังเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมพระอาทิตย์ตกอีกด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.24



ภาพที่ 2.24 อ่าวเตย

- **แหลมเรือแตก** เป็นจุดชมวิว ส่วนใหญ่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นมาชมวิทิวทัศน์ของเกาะเสม็ดและชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น สถานที่นี้ไม่เหมาะกับการลงเล่นน้ำเพราะลักษณะพื้นที่เป็นหน้าผาชันและเป็นแนวโขดหิน ดังแสดงในภาพที่ 2.25



ภาพที่ 2.25 แหลมเรือแตก

ที่มา: <https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=naijoke&group=1>

- **อ่าวขาม** เป็นอ่าวเล็ก ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากนัก นอกจากจะมาต่อเรือที่นี่เพื่อเดินทางไปอ่าวพร้าว เพราะลักษณะชายหาดของอ่าวขามจะเต็มไปด้วยโขดหินที่คล้าย ๆ กับแหลมเรือแตก นักท่องเที่ยวจึงไม่นิยมมาเล่นน้ำ ดังแสดงในภาพที่ 2.26



ภาพที่ 2.26 อ่าวขาม

ที่มา: <https://sites.google.com/site/kohsamet056/chayhad-bn-keaa-semd-laea-thiphak-thihin-bang-na-tam-pi-du-kan-kha/xaw-kham>

- **เกาะกุฎี** เป็นสถานที่ที่มีความสวยงามอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ค่อยเดินทางมาท่องเที่ยวมากนัก จึงยังคงมีธรรมชาติรอบเกาะกุฎีที่สวยงามหลายแห่ง เช่น หาดสินสมุทร อ่าวหูกวาง ฆานิลมังกกร ถ้ำฤๅษี โดยจุดชมวิวของเกาะกุฎีจะสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์รอบเกาะได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะเกาะค้างคาว นอกจากนี้แล้วเกาะกุฎียังมีน้ำทะเลที่ใสสามารถมองเห็นทรายสีขาวและแนวปะการังได้ชัดเจน ดังแสดงในภาพที่ 2.27



ภาพที่ 2.27 เกาะกุฎี

ที่มา: <https://www.rayonghip.com/เกาะกุฎี-พร้อมดำดิ่งชม/>

- **เกาะปลาตีน** มีลักษณะเป็นที่เกาะที่ยาว ตั้งอยู่ถัดจากอ่าวขาม โดยเกาะปลาตีนเป็นอีกแห่งที่มีความสวยงามและความเงียบสงบ เพราะเป็นเกาะที่ไม่มีผู้คนอยู่อาศัย เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักความสงบ ดังแสดงในภาพที่ 2.28



ภาพที่ 2.28 เกาะปลาตีน

ที่มา: <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/98430>

-เกาะทะเล เป็นเกาะที่ได้รับความนิยมจากอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะ โดยมีที่มาของชื่อ “เกาะทะเล” คือ มีช่องหินหรือโพรงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งแหลมหินตรงกลางน้ำทะเลสามารถทะลุผ่านได้ เกาะทะเลมีเนื้อที่ประมาณ 69 ไร่ มีลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่าดิบ ทางด้านทิศตะวันตกเป็นแนวหน้าผาสูงชัน ทางทิศตะวันออกและทิศใต้เป็นหาดทรายขาวและน้ำทะเลที่ใส โดยเฉพาะฝั่งด้านทางทิศตะวันออกจะมีแนวปะการังที่สวยงามสามารถดำน้ำดูปะการังได้ ดังแสดงในภาพที่ 2.29



ภาพที่ 2.29 เกาะทะเล

ที่มา: <https://www.thailandhotelforums.com/th/places-to-visit-th/237-rayong/278-talu-island-rayong.html>

- จุดชมวิวท่ายเกาะเสม็ด อยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 7.5 กิโลเมตร ตั้งอยู่ทางทิศใต้สุดของเกาะเสม็ด ซึ่งเป็นจุดชมวิวที่สามารถชมวิวดูทั้งฝั่งทางทิศตะวันตก และฝั่งทางทิศตะวันออก โดยจุดชมวิว

สามารถมองเห็นเส้นขอบฟ้าได้เกือบ 360 องศา นอกจากนี้ยังมีจุดที่มีกองหินกองเล็ก ๆ ตั้งซ้อนกันอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความเชื่อกันว่าคนที่มาตั้งเรียงกองหินแบบนี้ที่เกาะเสม็ดจะได้กลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก ดังแสดงในภาพที่ 2.30



ภาพที่ 2.30 จุดชมวิวย้ายเกาะเสม็ด

ที่มา: <https://www.ceediz.com/th/travel/rayong/koh-samed/sp/a/จุดชมวิวย้ายเกาะเสม็ด-เกาะเสม็ด.16983/>

- วัดเกาะเสม็ดหรือวัดเกาะแก้วพิสดาร เป็นวัดราษฎร์สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายมหานิกาย ซึ่งเป็นวัดเดียวที่ตั้งอยู่บนเกาะเสม็ด มีเนื้อที่ 16 ไร่ 2 งาน 14 ตารางวา ตั้งอยู่ห่างจากท่าเรือหน้าด่านประมาณ 500 เมตร จุดเด่นของวัดเกาะเสม็ด คือ มีพระอุโบสถที่สวยงามและมีพระพุทธรูปองค์ใหญ่ ซึ่งประดิษฐานอยู่ด้านหลังของวัดหันหน้าเข้าหาทะเลสามารถไปกราบสักการะเพื่อเป็นสิริมงคลได้ ดังแสดงในภาพที่ 2.31



ภาพที่ 2.31 วัดเกาะเสม็ด

- **สถานบันเทิงบนเกาะเสม็ด** จุดเด่นของเกาะเสม็ดนอกจากจะมีหาดทรายที่ขาวละเอียดและน้ำทะเลที่ใสแล้ว ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่หลากหลาย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT จำนวนมากเดินทางมาพักผ่อนสังสรรค์ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาลวันหยุดยาว เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มาก โดยมีร้านอาหาร ผับ และบาร์หลากหลายแห่ง อาทิเช่น (1) พลอยทะเล บาร์แอนด์ผับ (2) นากะบาร์ (3) ลิโต้ บีชบาร์ (4) ทะเลบาร์ (5) พีเอส บอทเทิล บาร์ (6) เดอ กริลล์ บาร์ แอนด์ บิสโทร (7) เสม็ด แกรนด์วิว รีสอร์ท (8) ซิลเวอร์แซนด์บาร์เกาะเสม็ด (9) บาร์ แอนด์ เบด (10) ราชดำ บาร์ เกาะเสม็ด เป็นต้น ซึ่งถือเป็นเกาะสวรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกอาศัยอยู่หนาแน่นจนกลายเป็นแลนด์มาร์กของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ดังแสดงในภาพที่ 2.32



ภาพที่ 2.32 สถานบันเทิงบนเกาะเสม็ด

ที่มา: <https://paimayang.com/ร้านเหล้า/บีชบาร์เกาะเสม็ด>

<https://www.chillpainai.com/scoop/9084/>

2.6.3 กิจกรรมบนเกาะเสม็ด

- ดำน้ำชมปะการัง และปลาการ์ตูน
- พายเรือแคนู
- เล่นน้ำ
- ดูการแสดงโชว์ Fire Man Show.
- เดินป่าศึกษาธรรมชาติรอบเกาะ
- ปั่นจักรยาน
- ชมวิว ถ่ายภาพ
- ตกปลา
- พักผ่อนปิคนิค

2.6.4 การเดินทางกลับบ้านเพ (ท่าเรือไปเกาะเสม็ด)

(1) เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว

เส้นทางที่ 1 เดินทางไปยังทางหลวงหมายเลข 34 บางนา-ตราด จนถึงแยก "ชลบุรีเลียเมือง" หรือขึ้นทางยกระดับโทลเวย์ 40 กว่ากิโลเมตร ระยะทางทางสั้นสุดที่บางปะกง ให้มองป้ายทางซ้ายมือที่เขียนว่า "ชลบุรีเลียเมือง" จากนั้นขับตามป้าย "พัทยา-ระยอง" เรื่อยมา จนเข้าทางหลวงหมายเลข 36 เลี้ยว ตรงมาเรื่อย ๆ ไม่ต้องเลี้ยวเข้าตัวเมืองระยอง ให้ตามป้าย "จันทบุรี-ตราด" เพื่อตรงมายัง บ้านเพ ขับไปเรื่อย ๆ จะเจอแยกไฟแดงที่มีป้าย "บ้านเพ-เกาะเสม็ด" ให้เลี้ยวขวาเข้าบ้านเพ เมื่อเลี้ยวเข้ามาประมาณ 2 กิโลเมตร จะเจอป้ายทางซ้ายมือว่า "สวนสน" และ "สถานีตำรวจภูธร ตำบลเพ" ให้เลี้ยวซ้ายมาตามป้าย จากจุดนั้นตรงมาอีกประมาณ 2 กิโลเมตร เจอโค้งหักศอก ให้ขับตามโค้งนั้นมาจะมีป้ายบอกทางไปท่าเรือนวลทิพย์ (ท่าเรือไปเกาะเสม็ด)

เส้นทางที่ 2 ไปตามทางหลวงหมายเลข 3 หรือถนนสายสุขุมวิท เป็นระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร เมื่ออำเภอมืองจังหวัดระยอง ขับตรงมาอีกประมาณ 19 กิโลเมตร จะถึงบ้านเพ ให้สังเกตป้าย "บ้านเพ-เกาะเสม็ด"

เส้นทางที่ 3 เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 3 และแยกซ้ายจากถนนสุขุมวิทตรงกิโลเมตรที่ 136.5 เข้าทางหลวงหมายเลข 36 เป็นระยะทาง 185 กิโลเมตร ให้ขับตรงมาเรื่อย ๆ ไม่ต้องเลี้ยวเข้าตัวเมืองระยอง ให้ตามป้าย "จันทบุรี-ตราด" เพื่อตรงมายัง บ้านเพ ขับไปเรื่อย ๆ จะเจอแยกไฟแดงที่มีป้าย "บ้านเพ-เกาะเสม็ด" ให้เลี้ยวขวาเข้าบ้านเพ เมื่อเลี้ยวเข้ามาประมาณ 2 กิโลเมตร จะเจอป้ายทางซ้ายมือว่า "สวนสน" และ "สถานีตำรวจภูธร ตำบลเพ" ให้เลี้ยวซ้ายมาตามป้าย จากจุดนั้นตรงมาอีกประมาณ 2 กิโลเมตร เจอโค้งหักศอก ให้ขับตามโค้งนั้นมาจะมีป้ายบอกทางไปท่าเรือนวลทิพย์ (ท่าเรือไปเกาะเสม็ด)

เส้นทางที่ 4 เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 34 (บางนา-ตราด) และเข้าทางหลวงหมายเลข 3138 โดยผ่านอำเภอบ้านบึง เป็นระยะทาง 179 กิโลเมตร ถ้าออกมาทางนี้เมื่อมาถึงระยองแล้ว ให้ขับตรงมาเรื่อย ๆ ไม่ต้องเลี้ยวเข้าตัวเมืองระยอง ให้ตามป้าย "จันทบุรี-ตราด" เพื่อตรงมายัง บ้านเพ ขับไปเรื่อย ๆ จะเจอแยกไฟแดงที่มีป้าย "บ้านเพ-เกาะเสม็ด" ให้เลี้ยวขวาเข้าบ้านเพ เมื่อเลี้ยวเข้ามาประมาณ 2 กิโลเมตร จะเจอป้ายทางซ้ายมือว่า "สวนสน" และ "สถานีตำรวจภูธร ตำบลเพ" ให้เลี้ยวซ้ายมาตามป้าย จากจุดนั้นตรงมาอีกประมาณ 2 กิโลเมตร เจอโค้งหักศอก ให้ขับตามโค้งนั้นมาจะมีป้ายบอกทางไปท่าเรือนวลทิพย์ (ท่าเรือไปเกาะเสม็ด)

เส้นทางที่ 5 สำหรับผู้เดินทางโดยใช้เส้นทางมอเตอร์เวย์ เมื่อถึงพัทยาแล้วให้แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 36 ไปจังหวัดระยอง นอกจากนี้ยังสามารถใช้เส้นทางกรุงเทพฯ-ชลบุรี-บ้านบึง และต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 3138 ผ่านอำเภอลวกแดง และอำเภอบ้านค่าย เข้าตัวเมืองระยอง ให้เลี้ยวซ้ายตามป้าย "จันทบุรี-ตราด" เพื่อตรงมายัง บ้านเพ ขับไปเรื่อย ๆ จะเจอแยกไฟแดงที่มีป้าย "บ้านเพ-เกาะเสม็ด" ให้เลี้ยวขวาเข้าบ้านเพ เมื่อเลี้ยวเข้ามาประมาณ 2 กิโลเมตร จะเจอป้ายทางซ้ายมือว่า "สวนสน" และ "สถานีตำรวจภูธร ตำบลเพ"

ให้เลี้ยวซ้ายมาตามป้าย จากจุดนั้นตรงมาอีกประมาณ 2 กิโลเมตร เจอโค้งหักศอก ให้ขับตามโค้งนั้นมาจะมีป้ายบอกทางไปท่าเรือฉลพิษ (ท่าเรือไปเกาะเสม็ด)

(2) รถโดยสารประจำทาง

จากสถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) มีรถประจำทางไปจังหวัดระยอง และอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดหลาย เส้นทาง ได้แก่ สายกรุงเทพฯ-ระยอง, บ้านเพ, แกลง, แหลมแม่พิมพ์, มาบตาพุด, ประแสร์ สถานีเดินรถโดยสาร จังหวัดระยอง และมีบริษัทเดินรถเอกชน ที่วิ่งบริการ เส้นทางสายมอเตอร์เวย์ ได้แก่ บริษัท ระยอง ทัวร์ กรุงเทพฯ, บริษัท เซ็ดชัย ทัวร์ กรุงเทพฯ, บริษัท นครชัยแอร์ กรุงเทพฯ

จากสถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศชั้น 2 หมอชิต-ระยอง ออกทุก 1 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 04.30-16.30 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง ส่วนรถปรับอากาศที่ใช้เส้นทางสายมอเตอร์เวย์ ออกตั้งแต่วันที่ 04.30-21.00 น. ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง

เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังเกาะเสม็ดโดยผ่านจุดคัดกรองที่ท่าเรือหน้าด่านเท่านั้น ซึ่งท่าเรือหน้าด่านเกาะเสม็ด คือ จุดส่งผู้โดยสารของท่าเรือต่าง ๆ ที่มีเรือโดยสารคอยให้บริการผู้โดยสารที่จะข้ามฝากทุกชั่วโมง ซึ่งเปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งมีอัตราค่าเรือโดยสารจาก ท่าเรือบ้านเพ-ท่าเรือหน้าด่าน ประมาณ 50บาท/คน สามารถขึ้นได้ทุกท่าเรือ เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงจุดคัดกรองท่าเรือหน้าด่านแล้วจะมีรถสองแถวคอยให้บริการรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวไปยังหาดต่าง ๆ บนเกาะเสม็ด ซึ่งเริ่มต้นที่ราคาประมาณ 30-50 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทาง หรือนักท่องเที่ยวสามารถเช่ามอเตอร์ไซค์เที่ยวรอบเกาะเสม็ดได้ที่ท่าเรือหน้าด่าน อัตราค่าบริการในวันธรรมดา ราคา 300 บาท/วัน และวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ราคา 400/วัน

อ้างอิงจาก เกาะเสม็ด.คอม (2563)

ตารางที่ 2.1 ตารางโดยสารประจำทาง ท่าเรือฉลพิษ

ท่าเรือฉลพิษ-ท่าเรือหน้าด่าน	เรือโดยสารประจำทาง	เรือสปีดโบ๊ท
ช่วงเวลาเดินเรือ	- วันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลา 08:00-18:00 น. (ออกทุก 1 ชั่วโมง) - วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ช่วงเวลา 08:00-18:00 น. (ออกทุก 30 นาที) - ทุกวัน หลังเวลา 18:00 น. (ออกเมื่อผู้โดยสารครบ 20 คน)	- ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง
ราคาค่าโดยสาร	120 บาท / คน	300 บาท / คน

ที่มา: ปรับปรุงจาก เกาะเสม็ดดอทคอม/ท่าเรือฉลพิษ (2563)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT)

ปิยพร ทองสุข (2558) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกที่มีปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และนำเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่เหมาะสม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศทางเลือก ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 352 คน แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 176 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 176 คน รวมถึงมีการสัมภาษณ์เชิงลึกอีกจำนวน 8 คน แบ่งออกเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับเพศทางเลือก ได้แก่ ธุรกิจที่พัก จำนวน 3 คน ธุรกิจสปาและซาวน่า จำนวน 3 คน และธุรกิจสถานบันเทิง จำนวน 2 คน จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมีศักยภาพในการใช้จ่ายที่สูงและมีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าจากการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งนิยมเดินทางด้วยตนเอง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมักให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ผลิตภัณฑ์และบริการ ตามลำดับ อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับเพศทางเลือกมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมากยิ่งขึ้น โดยธุรกิจที่พิกเน้นด้านการออกแบบสถานที่และการบริการเหมือนอยู่บ้าน ส่วนธุรกิจสปาและซาวน่าจะเน้นในเรื่องความสะดวก ความคุ้มค่าของราคา ธุรกิจสถานบันเทิงจะมุ่งเน้นในเรื่องของความเป็นมิตรและความสุภาพในการบริการของพนักงาน

กนกพร อริยา (2561) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการพื้นฐานของผู้ชายข้ามเพศในประเทศไทย สรุปได้ว่า มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อหาความต้องการขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของมาสโลว์ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างและพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศรวมทั้งช่วยลดผลกระทบต่อสิทธิที่ผู้ชายข้ามเพศควรได้รับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชายข้ามเพศ โดยมีการใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก จากผลการวิจัย พบว่า ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นลำดับขั้นตามความต้องการขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของมาสโลว์ คือ ความต้องการด้านกายภาพ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 66.7 ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งสิทธิในการได้รับการรักษาในโรงพยาบาล ร้อยละ 100 ความต้องการความรักและความสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่น ร้อยละ 93 ทั้งนี้ความต้องการระดับสูง เช่น ต้องการสภาพแวดล้อมในสังคม สถานที่ทำงาน สถานศึกษาที่มีความเป็นมิตรกับทุกเพศและความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ ร้อยละ 86.7 เป็นความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสังคม ครอบครัว หรือคนรอบข้าง โดยไม่มีเงื่อนไข และมีความต้องการระดับสูงที่จะได้รับการพัฒนาตนเองไปสู่ศักยภาพสูงสุดของตนเอง ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตในเพศสภาพที่ตนเองเลือก ร้อยละ 93.3 เช่น ด้านการทำงาน ด้านการยอมรับทางสังคมและครอบครัว ด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง และสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผู้ชายข้ามเพศรวมทั้งความหลากหลายทางเพศ ร้อยละ 90 โดยผู้ชายข้ามเพศส่วนใหญ่ไม่มีความต้องการที่จะกลับไปเป็นเพศสภาพเดิมโดยกำเนิดของตนเอง

พลากร แก้วทิพย์ (2562) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า

จากข้อมูลการเก็บแบบสอบถามในการลงพื้นที่และแบบออนไลน์ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่มีอัตลักษณ์ข้ามเพศหรือเพศหลากหลาย แบ่งออกเป็น กลุ่มเพศทางเลือกชาวไทย 200 คน และกลุ่มเพศทางเลือกชาวต่างชาติ 200 คน ซึ่งแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จากแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มเพศทางเลือกชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว 1-3 วัน และเลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาว มีค่าใช้จ่ายประมาณ 12,001-18,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุด มีความสนท่งเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็น ภูเขา น้ำตก และศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวิถีชีวิตชุมชน โดยกลุ่มเพศทางเลือกชาวต่างชาติ มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 4-6 วัน และเลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 4 ดาว มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง ประมาณ 12,001-28,000 บาท มีจุดมุ่งหมายเพื่อพักผ่อนในวันหยุด มีความสนใจในการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็น ภูเขา น้ำตก และศิลปะวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ไม่ต่างกัน โดยในด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7Ps และองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นธุรกิจทั้งหลายไม่ว่าจะเกี่ยวข้องทางตรงหรือทางอ้อมควรวางแผนทางการตลาดท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก LGBT หรือกลุ่มเพศหลากหลาย

ภัสร์นลิน เกียรติกมลศรีและคณะ (2563) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศทางเลือกชาวไทย ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ชาวไทย และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ชาวไทย จากข้อมูลการเก็บแบบสอบถามในการลงพื้นที่ จำนวน 400 คน โดยแบ่งตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานเพื่อสรุปอ้างอิงไปยังประชากรโดยระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ จากนั้นนำข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน จากข้อมูลการวิจัยโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกที่มีอายุ 21-30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา จบระดับปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ซึ่งกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 2 วัน จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือก LGBT พบว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และมีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวไม่ต่างกัน โดยภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางที่ส่งผลต่อความภักดี ได้แก่ (1) สิ่งอำนวยความสะดวก (2) การเข้าถึง (3) สิ่งดึงดูดใจ ตามลำดับ ส่วนการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความภักดี คือ (1) ตัวแปรด้านประสบการณ์คุ้มค่า (2) ตัวแปรด้านความคุ้มค่าเวลา (3) ตัวแปรด้านความคุ้มค่าของเงิน ดังนั้น ธุรกิจทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดให้กับธุรกิจในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้กลุ่มเพศทางเลือก LGBT และทำให้ได้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเพศทางเลือกมากยิ่งขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายมากขึ้นอีกทั้งยังสร้างแนวโน้มให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

สุพิชฌาย์ พรสุขสวัสดิ์ (2563) ทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT+) ชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศชาวต่างชาติ (2) เพื่อเสนอแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศชาวต่างชาติ ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์บนสื่อออนไลน์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศไทย จากนั้นจึงกำหนดแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และมีการอภิปรายกลุ่ม โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อคำถามได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (กิจกรรม, ความสนใจ, ความคิดเห็น) และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้ใช้เกณฑ์พิจารณาข้อคำถามของ Cronbach's alpha if item deleted โดยจะต้องมีค่าไม่เกินค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคและค่า Corrected Item-Total Correlation มากกว่า 0.3 ผู้วิจัยจึงทำการเลือกข้อคำถามจำนวน 70 ข้อ มาวิเคราะห์โดยการหมุนแกนด้วยวิธีเวรีแมก ตามองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5 ประการ ได้แก่ (1) องค์ประกอบด้านข่าวสารและข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (2) องค์ประกอบด้านแรงบันดาลใจในการเดินทาง (3) องค์ประกอบความชอบด้านการท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทาง (4) องค์ประกอบด้านความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และ (5) องค์ประกอบด้านประเภทของการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศมีการค้นหาข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด และมีความคาดหวังมากที่สุด คือ เรื่องการยอมรับอย่างจริงใจของคนในท้องถิ่นและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งนี้ในเรื่องของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศชาวต่างชาติ ผู้วิจัยได้ทำการ SHOE-Flower Model ซึ่งการ SHOE เป็นการแสดงถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่ม Safe & Chill 2. กลุ่ม Hits 3. กลุ่ม Option และ 4. กลุ่ม Exploit เป็นต้น

วีรบูรณ์ วิสารทสกุล และคณะ (2564) จัดทำวิจัยเรื่อง ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคล ที่มีความหลากหลายทางเพศ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย คือ ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คนโดยคัดเลือกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ ดังนี้ (1) ตัวแทนจากผู้ประกอบการภาคเอกชนและภาคประชาสังคม (2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย (3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน (4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการภาคเอกชนและภาคประชาสังคมในประเทศไทย (5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย (6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน จากผลสำรวจ พบว่า ประเทศที่มีความพร้อมทางด้านอุปทานการท่องเที่ยวที่สามารถ

รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเชิงนโยบายในประเทศไทย คือ ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน จากการเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายของ 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย พบว่าเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีกฎหมายครอบคลุมด้านสิทธิพลเมืองเท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้นในความแตกต่างด้านถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ศาสนา และบุคคลข้ามเพศหรือเพศหลากหลายก็ได้รับสิทธิแบบเดียวกันกับคู่รักต่างเพศทุกประการ รองลงมา คือ ประเทศไทย มีกฎหมายในด้านความเสมอภาคและความเท่าเทียมกัน ซึ่งยังมีจุดอ่อนทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับเพศทางเลือกในการจำกัดความว่าใช้ชีวิตแทนคู่สมรส และยังไม่สามารถรับบุตรบุญธรรมได้ และสุดท้ายเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่มีกฎหมายรองรับในด้านความเท่าเทียมกันของเพศหลากหลาย จากการเปรียบเทียบจึงเห็นได้ว่านโยบายและกฎหมายในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับ 3 ประเทศ และสำหรับแนวทางการสร้างความพร้อมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ในประเทศไทย คือ (1) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง (2) การเผยแพร่ให้มีความเข้าใจในบุคคลข้ามเพศหรือเพศหลากหลายให้กับคนท้องถิ่นและหน่วยงาน (3) แผนที่แบบพกพาให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (4) กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

เสกสรร สายสีสด (2564) จัดทำวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการดำรงชีวิตและความพึงพอใจในการดำรงชีวิต ของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1.เพื่อศึกษาการใช้ชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัด อุดรธานี 2.เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการดำรงชีวิตของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัด อุดรธานี 3.เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัดอุดรธานี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเพศทางเลือกที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ทั้งนี้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-30 ปี (ร้อยละ 77.0) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 53.0) มีอาชีพเป็นนักศึกษา (ร้อยละ 68.0) และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ต่อเดือน (ร้อยละ 54.0) โดยมีรสนิยมการแต่งตัว (ร้อยละ 94.0) ซึ่งกลุ่มเพศทางเลือกส่วนใหญ่มีความชื่นชอบการแต่งตัว ลุคแมน (ร้อยละ 29.0) มีความชื่นชอบในการเลือกซื้อเสื้อผ้า (ร้อยละ 59.0) โดยสถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าเป็นตลาด (ร้อยละ 47.0) โดยคำนึงถึงความสวยงามเป็นหลัก (ร้อยละ 27.89) ส่วนในด้านของความพึงพอใจของกลุ่ม LGBTQ+ พบว่า มีสามารถอยู่ในสังคมได้โดยไม่มีปัญหา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.42 มีการยอมรับกับสิ่งที่เป็นอย่าง ค่าเฉลี่ย 4.35 มีความสุขกับการเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 3.81 มีความพึงพอใจต่อนโยบายของภาครัฐที่มีต่อกลุ่มเพศทางเลือก อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.10 และความลำบากมากกับการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 2.91 ต่อมาด้านความต้องการของกลุ่ม LGBTQ+ ในจังหวัด อุดรธานี พบว่า กลุ่ม LGBTQ+ มีความต้องการใช้สิทธิมนุษยชนที่เป็นสากล อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ย 4.42 ต้องการความเสมอภาคและการห้ามเลือกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย 4.32 การรับรองทางกฎหมายในการคุ้มครอง ค่าเฉลี่ย 4.32 สุดท้ายด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับกลุ่ม LGBTQ+ พบว่า ต้องการการยอมรับกับสิ่งที่คุณกำลังเป็นอยู่ มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.35 ซึ่งบุคคลเพศที่สามหรือเพศทางเลือกจะอยู่ในสังคมได้โดยไม่มีปัญหา อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.42 และมีความพึงพอใจกับการเบี่ยงเบนทางเพศของตนเอง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ทั้งนี้ บุคคลข้ามเพศจะมีความสุขกับการเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81

ณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร และคณะ (2564) ศึกษาย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมาก ช่วง อายุ 20 – 30 ปี ระดับ การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และความ สนใจพิเศษ เดินทางด้วยการขนส่งทางอากาศ เลือกสถานที่พักแรมที่เป็นเครือโรงแรมของต่างชาติ เดินทางพร้อม กับคนรัก ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวัน 1,001 – 2,000 บาท และปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มี ความหลากหลายทางเพศ (LGBT) มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.12 ในขณะที่ปัจจัยด้านกระบวนการส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางน้อยที่สุด ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ ด้านอายุ และด้านการศึกษา ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความหลากหลายทางเพศชาวไทย (LGBT) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.7.2 งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) จัดทำเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะพะงัน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีการจำแนกตามกลุ่มเชื้อชาติ คือ ชาวยุโรป ชาวอเมริกา และชาวโอเชียเนีย พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเพศชาย อาศัยในทวีปยุโรป มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพอิสระ และมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเกาะพะงันเป็นครั้งแรกและใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-5 วัน มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง อีกทั้งมีปัจจัยดึงดูดทางด้านแหล่งท่องเที่ยวเกาะพะงัน คือ มีความชื่นชอบทางด้านทะเลและชายหาด โดยเฉพาะการว่ายน้ำและอาบแดด ซึ่งพบนักท่องเที่ยวในหาดรีนเกาะพะงันมากที่สุด โดยมาตรฐานปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวเกาะพะงันของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีปไม่เหมือนกัน กล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวทวีปยุโรปมีแรงจูงใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ต่อมานักท่องเที่ยวทวีปโอเชียเนียมีแรงจูงใจในแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด และนักท่องเที่ยวทวีปอเมริกามีแรงจูงใจในด้านศักดิ์ศรีและเสริมสร้างสัมพันธภาพทางสังคมมากที่สุด

ฐิติมา ไทยวงษ์ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวไม่เกิน 3 ครั้ง และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 1,019 บาท โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการมาซื้อปิ้งและพบปะสังสรรค์ โดยบุคคลผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นเพื่อน มีจุดมุ่งหมายเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า (1) ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ แตกต่างกัน (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ ในด้านปัจจัยดีและปัจจัยดีหลักมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สุตา สุวรรณภิญโญ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง และพักอาศัยค้างคืนจำนวน 2 คืน ราคาห้องพักอยู่ในช่วง 1,001-3,000 บาท/คืน มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางมาเที่ยวเกาะช้างแล้วจำนวน 2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 2,001-4,000 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีความชื่นชอบในความสวยงามของธรรมชาติที่เกาะช้าง ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวเกาะช้าง เดินทางมาด้วยรถยนต์โดยสาร และใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยว ประมาณ 8,001-10,000 บาท/ครั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ชื่นชอบประเพณีและวัฒนธรรม ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะช้างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูงต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการในเรื่องประเพณีและวัฒนธรรม

วีรพงศ์ ชูวงศ์วาลย์ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวและเลือกที่พักของกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวผู้ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ จำนวน 400 คนโดยมีการใช้ระเบียบการวิจัยแบบผสมผสาน คือ วิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์และใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม จากข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 91.30) อายุอยู่ใน ช่วง 21-30 ปี (ร้อยละ 47.00) จบระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.00) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 41.30) และ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท (ร้อยละ 48.00) ซึ่งนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์น้อยกว่า 3 ครั้ง มักเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนกับกลุ่มเพื่อน ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-4 วัน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ประมาณ 2,000 - 4,000 บาท มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูเขา น้ำตก โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม อีกทั้งวางแผนและค้นหาข้อมูลจากโซเชียลมีเดียหรือสื่อออนไลน์ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวและเลือกที่พักโรงแรม มีดังนี้ คือ สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม การต้อนรับและการบริการ ตามลำดับ ทั้งนี้ในส่วนของการตัดสินใจในการท่องเที่ยวและเลือกที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และการประเมินหลังการท่องเที่ยวและเลือกที่พักอยู่ในระดับมากที่สุด จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าพฤติกรรมและแรงจูงใจส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวและเลือกที่พักของกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ภัทราพร สิทธิฉัตรทอง (2562) จัดทำเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท โดยมีภูมิลำเนาอยู่ที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อทำกิจกรรมทางน้ำ ซึ่งส่วนใหญ่เพิ่งเคยมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง มีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวช่วงเดือนเมษายน และมีความชื่นชอบในการเลือกซื้อสินค้า เครื่องประดับ โดยมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อต้องการ ดำน้ำ ดูปะการัง ทั้งนี้ในส่วนของการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการเลือกเดินทาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการเข้าถึง ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ในทุกด้าน แต่ในด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการส่งเสริมการตลาด จะมีคะแนนรองจากด้านอื่น ๆ

อริญญา เกรียงไกรโชค และ กุลพิชญ์ โภคยุดม (2562) ทำวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้หญิงสัญชาติไทยที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังในแหล่งท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 400 คน แบ่งออกเป็นบริเวณพื้นที่นั่งพักผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศของท่าอากาศยานดอนเมือง 200 คน และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 200 คน โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยตามตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้หญิงที่เคยเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังโดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-39 ปี (ร้อยละ 23.50) สถานภาพโสด (ร้อยละ 66.50) จบระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 73.00) อาชีพรับจ้างเอกชน (ร้อยละ 41.00) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 36.50) โดยเหตุผลที่เลือกเดินทางตามลำพังเพราะมีความอิสระ สามารถยืดหยุ่นเวลาได้และสามารถวางแผนการเดินทาง

ได้ตามใจชอบ ซึ่งมีการสืบค้นข้อมูลการเดินทาง ค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และอื่น ๆ จากทางโซเชียลมีเดีย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย เลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังมาแล้ว ประมาณ 1-2 ครั้ง และใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 2-4 วัน โดยมีแรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) แรงจูงใจด้านกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.42 (2) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ค่าเฉลี่ย 4.18 (3) แรงจูงใจในวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ย 4.02 (4) แรงจูงใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก ค่าเฉลี่ย 3.99 (5) แรงจูงใจในภาพลักษณ์ชื่อเสียง ค่าเฉลี่ย 3.78 (6) แรงจูงใจด้านบุคคล ค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้หญิงชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลทำให้แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทยแตกต่างกัน

ธนธรณ์ แสงสว่าง (2563) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และการวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-29 ปี สถานภาพโสด และมีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000-50,000 บาท ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มักเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ปีละ 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 1-2 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีการแสวงหาข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ให้ความสำคัญกับการแสวงหาข่าวสารเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด และมีความพึงพอใจในการแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากโซเชียลมีเดียหรือสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการใช้สื่อทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ในการท่องเที่ยวมากที่สุด และมีความพึงพอใจกับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่มีความทันสมัยมากที่สุด ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการใช้สื่อยูทูบหรือยูทูบเบอร์ ในการท่องเที่ยวมากที่สุด และมีความพึงพอใจกับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์มากที่สุด

วรรณพร วะสุวรรณ (2564) จัดทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด ภายใน 1 ปี ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จากข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-29 ปี และมีการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดครั้งล่าสุด ภายใน 1-6 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งมีระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจ

ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้ ด้านทัศนคติ และด้านศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความรู้/ความเข้าใจ/อารมณ์/ความรู้สึก/พฤติกรรม ตามลำดับ และปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยว คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านการบริการ ตามลำดับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติ เช่น ความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ ความรู้สึก พฤติกรรม และปัจจัยทางด้านศักยภาพการท่องเที่ยว คือ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง ความปลอดภัย การบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย โดยผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

2.7.3 งานวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง

สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2554) ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยมในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 400 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพโสด อยู่ในระดับการศึกษามัธยมตอนปลาย มีอาชีพเป็นนักเรียน และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ซึ่งมีผู้ร่วมเดินทางเป็นญาติหรือบุคคลในครอบครัวและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 500 บาทต่อครั้ง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยมโดยรวมอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อความคาดหวัง และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมตามลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการ ชาวไร่ ชาวสวน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

พรศิริ บินนาราวี (2555) จัดทำวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมีการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย ในเดือนเมษายน 2554 โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความคาดหวังและการรับรู้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง

และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.50) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 52.30) สถานภาพโสด (ร้อยละ 71.00) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 70.30) มีอาชีพใช้แรงงาน (ร้อยละ 39.30) รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 39.30) และไม่เคยเดินทางมาอำเภอปาย (ร้อยละ 66.00) ทั้งนี้มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย คือ (1) ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (2) ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านการบริการ ตามลำดับ และในส่วนของการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย คือ (1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (2) ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (3) ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (4) ด้านการบริการ ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในด้านปัญหาของการเข้าถึงมากที่สุด และมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวัง การรับรู้ ในการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน แตกต่างกัน และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีความแตกต่างจากการรับรู้จริง

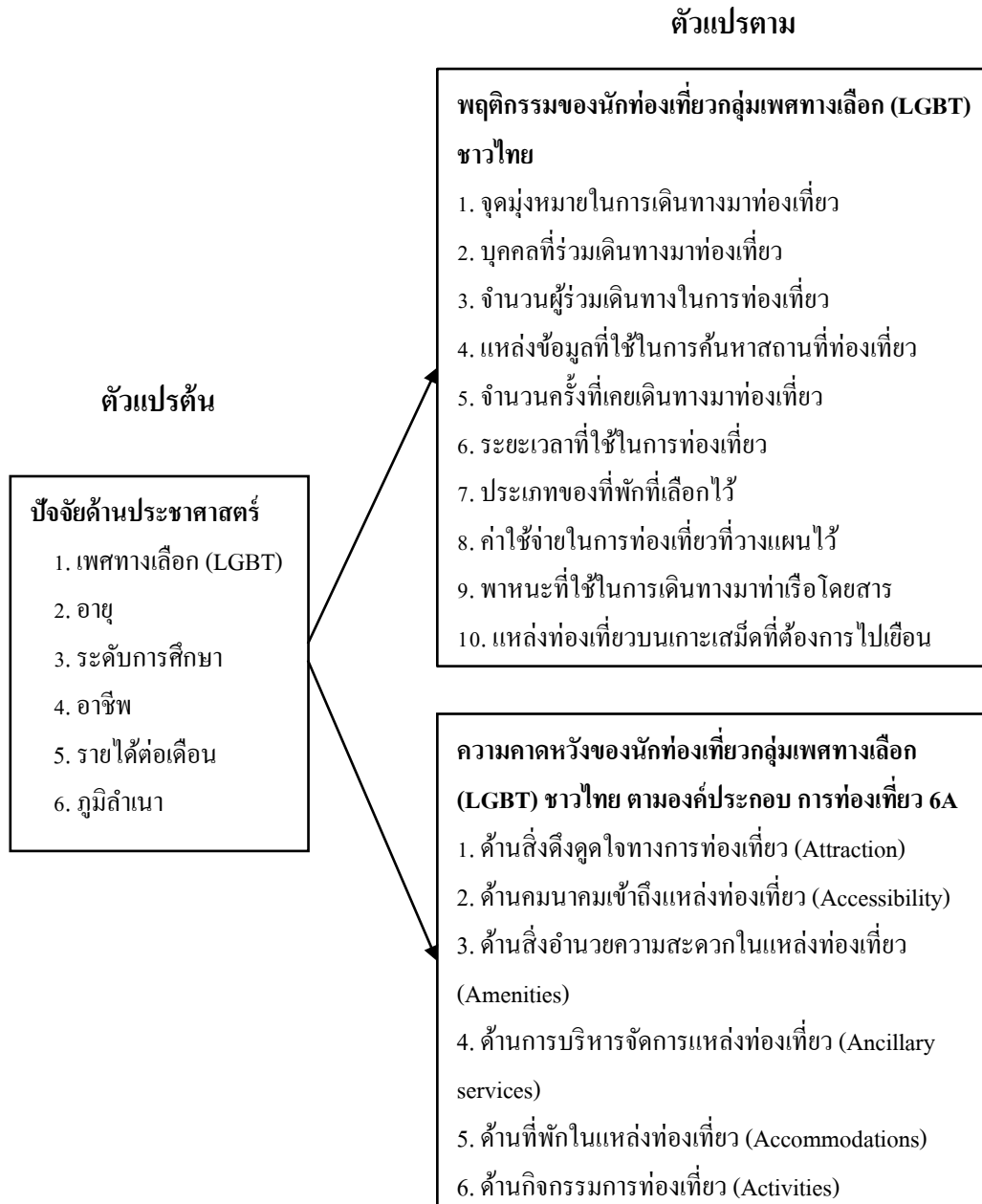
วิฑูร แจ่มจำรัส (2562) จัดทำวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวสเปนต่อการท่องเที่ยวปางช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวสเปนที่เดินทางมาท่องเที่ยวปางช้าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จากผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จบระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 15,000-25,000 เหรียญสหรัฐ โดยเดินทางมาท่องเที่ยวกับคู่รักหรือครอบครัว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวไม่ใช่สมาชิกองค์กรเกี่ยวกับสัตว์ ส่วนใหญ่ชอบดูสารคดีเกี่ยวกับสัตว์ มีการรับรู้ถึงการใช้ความรุนแรงกับช้างในไทย ทั้งนี้ระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวปางช้าง ทั้ง 4 ด้าน มีดังนี้ คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ ซึ่งในด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการมีโอกาสได้สัมผัสกับช้างอย่างใกล้ชิด และการมีโอกาสได้พบช้างที่มีความฉลาดสามารถฝึกฝนได้ ส่วนในด้านทัศนคติต่อการท่องเที่ยวปางช้างนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับช้างที่อยู่ป่าตามธรรมชาติเท่าที่นั้น และการมีปางช้างสามารถช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพราะฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการปางช้างควรรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามรอบปางช้างให้มีความยั่งยืน ด้วยการช่วยกันรักษาแม่น้ำและป่าไม้ อีกทั้งร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติผ่านกิจกรรม เช่น ทำกระดาศซี่ช้าง

ชัชวาล ม่วงพรรณ (2564) จัดทำวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหวที่มีต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความพิการทางการเคลื่อนไหว โดยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองเหิยะ จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความพิการทางการเคลื่อนไหวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยว

กลุ่มนี้มีความผิดปกติทางร่างกาย เช่น มือ แขน หรือขา ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหวกลุ่มนี้ยังสามารถประกอบกิจกรรมหลักในการดำรงชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังทางด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเข้าถึงสำหรับคนทั้งมวล ได้แก่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทางด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเข้าถึงสำหรับคนทั้งมวล ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้มีความพิการทางการเคลื่อนไหวที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเข้าถึงสำหรับคนทั้งมวลในเขตเทศบาลเมืองแม่เหียะ จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้พิการทางการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเข้าถึงสำหรับคนทั้งมวลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลเมืองแม่เหียะ จังหวัดเชียงใหม่

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.33 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้กำหนดการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แบบค้างคืนและแบบไป-กลับ โดยไม่ทราบขนาดของจำนวนประชากรที่ชัดเจน เนื่องจากไม่สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT จากรายงานสถิติการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถคำนวณได้ จากสูตรของ W.G. Cochran ที่ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ภายใน 5 ปี จำนวน 400 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามสูตรของ W.G. Cochran (อ้างถึงใน วิลาสินี จงกลพิช, 2563) โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)z^2}{E^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดหรือจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

P คือ สัดส่วนของประชากรที่กำลังสุ่ม 0.50

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

E คือ สัดส่วนความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

ซึ่งเมื่อนำค่าที่กำหนดมาคำนวณหาขนาดหรือจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จากสูตรข้างต้น ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{0.50(1 - 0.50)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากผลการคำนวณข้างต้น พบว่า ขนาดหรือจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีค่าเท่ากับ 384 คน ดังนั้นเพื่อลดความผิดพลาดในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 384 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ ได้เลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัย สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยแบบสอบถามของงานวิจัยนี้ แบ่งลักษณะข้อมูลในการสำรวจออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการสำรวจข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นการสำรวจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้แก่ จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ประเภทของที่พักที่เลือกไว้ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่าเรือโดยสาร และแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเสม็ดที่ต้องการไปเยือน

ส่วนที่ 3 เป็นการสำรวจถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ซึ่งประกอบด้วย

- ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ บรรยากาศวิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทั้งทางบกและทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ความสวยงามของทรัพยากรทั้งทางบกและทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และอาหารท้องถิ่น

- ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนที่จอดรถ หรือ จุดจอดรถ บริเวณท่าเรือโดยสาร จำนวนเที่ยวไป-กลับของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว ความจุในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว คุณภาพของการให้บริการของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว มาตรการความปลอดภัยของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว จำนวนยานพาหนะบริการรับ-ส่ง เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด และจำนวนป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนของป้ายสื่อสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและแผนที่ จำนวนของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวนของห้องสุขาหรือห้องอาบน้ำสาธารณะแบบรวมเพศตามแหล่งท่องเที่ยว จำนวนของสถานพยาบาล หรือโรงพยาบาล จำนวนร้านอาหาร และจำนวนร้านค้าให้บริการเครื่องอุปโภค และบริโภค ต่าง ๆ

- ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การบริหารจัดการความแออัดของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านความสะอาดและรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว การจัดการทางด้านสาธารณสุขและเหตุฉุกเฉินให้กับนักท่องเที่ยว การจัดการในด้านบริการเสริมต่าง ๆ การกำหนดราคาของเครื่องอุปโภค และบริโภคอย่างถูกต้องเหมาะสม และการจัดการด้านกฎระเบียบและข้อห้ามเพื่อไม่ให้เกิดความวุ่นวายหรือสร้างความรำคาญให้ผู้อื่น

- ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ชื่อเสียงของที่พัก จำนวนของที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของประเภทที่พัก ทำเลที่ตั้งของที่พักที่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ บริเวณที่พักมีความสวยงาม ความสะอาดและมาตรการรักษาความปลอดภัยของที่พัก และการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

- ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของกิจกรรมทั้งทางบกและทางน้ำ จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนหรือสถานบันเทิง สำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) โดยเฉพาะการให้บริการมัคคุเทศก์และการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในเกาะเสม็ด มีบริการนำเที่ยวภายในเกาะเสม็ดที่หลากหลาย และมีกิจกรรมที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบทางลบน้อย

โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตรแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อศวิน แสงพิบูล, 2556) ดังต่อไปนี้

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

และกำหนดช่วงเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการสรุปผล โดยการหาพิสัยของคะแนนเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด และ บุญส่ง นิลแก้ว, 2535) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นของคะแนน}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

จากผลคำนวณอันตรภาคชั้นข้างต้น มีค่าเป็น 0.08 ดังนั้น ช่วงเกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

4.21 ถึง 5.00	ให้ความหมายเป็น	มากที่สุด
3.41 ถึง 4.20	ให้ความหมายเป็น	มาก
2.61 ถึง 3.40	ให้ความหมายเป็น	ปานกลาง
1.81 ถึง 2.60	ให้ความหมายเป็น	น้อย
1.00 ถึง 1.80	ให้ความหมายเป็น	น้อยที่สุด

3.3 การทดสอบเครื่องมือ

3.3.1 ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมและเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เช่น ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ ความครอบคลุมของเนื้อหา โดยนำข้อเสนอแนะที่ได้มาทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างถูกต้อง

3.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยใช้ Cronbach's Alpha ในการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability test) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) หากค่าที่ได้จากการวิเคราะห์มีค่า ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปทดสอบสมมติฐานและนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยได้ (Gosset, 1908) ได้ใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังต่อไปนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ α คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

n คือ จำนวนข้อของคำถามในปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์

$\sum s_i^2$ คือ ผลรวมค่าความแปรปรวนแต่ละข้อคำถามในปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์

s_t^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อคำถามในแต่ละผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ของคำถามในปัจจัยแต่ละด้าน จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน

ลำดับที่	ปัจจัยของข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach
1	ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	0.89
2	ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	0.89
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	0.86
4	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	0.93
5	ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	0.90
6	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	0.81

จากตารางการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Cronbach พบว่า ผลจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแอลฟา Cronbach กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ในทุกปัจจัยของข้อคำถาม

3.3.3 นำแบบสอบถามไปทำการทดลอง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วจนสมบูรณ์ ถูกต้องจากนั้นก็นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ทั้งแบบค้างคืนและแบบไป-กลับ ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2566

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลและสถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และข้อมูลของจังหวัดระยอง รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ จาก Website

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ทั้งแบบค้างคืนและแบบไป-กลับ ในช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ 2566 มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) ซึ่งอาศัยการประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติมาช่วยวิเคราะห์ผลข้อมูล โดยในงานวิจัยนี้ใช้โปรแกรม SPSS for Windows

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

3.6.2 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

(1) การทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample : T-test เพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย นักท่องเที่ยวที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมและความคาดหวังในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

(2) ค่าสถิติ One-way ANOVA : F-test ซึ่งเอาไว้ใช้ทดสอบเพื่อค่าความแตกต่าง ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยขั้นตอนการวิเคราะห์ใช้ความแปรปรวนทางเดียว โดยจะนำมาทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และถ้าหากว่าผลการทดสอบพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยการวิเคราะห์ Post Hoc แบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง 2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และ 3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ เงินเดือน และภูมิลำเนา การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางประกอบกับคำอธิบาย ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก
- 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ เงินเดือน และภูมิลำเนา

- 4.5 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์เพื่อแทนความหมายของค่าทางสถิติ ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง
df.	แทน	องศาความเป็นอิสระ
t	แทน	การทดสอบด้วยค่าสถิติที (t-test)
F	แทน	การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
***	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิภาค

ที่	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เพศ		
	ชาย	-	-
	หญิง	-	-
	เพศทางเลือก LGBT	402	100
	รวม	402	100
2	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	17	4.2
	21-30 ปี	163	40.5
	31-40 ปี	152	37.8
	41-50 ปี	60	14.9
	51 ปีขึ้นไป	10	2.5
	รวม	402	100
3	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	21.1
	ปริญญาตรี	263	65.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	54	13.4
	รวม	402	100
4	อาชีพ		
	พนักงานบริษัท	207	51.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	67	16.7
	อาชีพอิสระ	90	22.4
	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	32	8.0
	อื่นๆ	6	1.5
	รวม	402	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ที่	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	65	16.2
	15,000-30,000 บาท	182	45.3
	30,001-50,000 บาท	81	20.1
	สูงกว่า 50,000 บาท	74	18.4
	รวม	402	100.0
6	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	165	41.0
	ภาคกลาง	38	9.5
	ภาคตะวันตก	3	.7
	ภาคตะวันออก	51	12.7
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	77	19.2
	ภาคใต้	10	2.5
	ภาคเหนือ	58	14.4
	รวม	402	100.0

จากตาราง 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้
 เพศ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น เพศทางเลือก LGBT คิดเป็นร้อยละ 100
 อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ต่อด้วย อายุ 41-50 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 รองอันดับสุดท้าย อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และอันดับสุดท้าย อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมา คือ การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 และลำดับสุดท้าย มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ต่อด้วย ประกอบอาชีพพนักงาน

รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลำดับสุดท้าย เป็นนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และลำดับสุดท้าย เป็นอาชีพ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ 15,000-30,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ มีรายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 รองลำดับสุดท้าย มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และลำดับสุดท้าย มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ต่อด้วย มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 รองลำดับสุดท้ายมีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และลำดับสุดท้าย มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้		
	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	385	95.8
	เพื่อเยี่ยมชมญาติพี่น้อง / เพื่อน	1	0.2
	เพื่อการทัศนศึกษาหาความรู้	4	1.0
	เพื่อรักษาสุขภาพ	1	0.2
	เพื่อการประชุม / สัมมนา	9	2.2
	เพื่อการทำธุรกิจ	2	0.5
	อื่นๆ โปรดระบุ	-	-
	รวม	402	100
2	บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้ (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	เดินทางมาคนเดียว	6	1.2
	คู่รัก	125	25.3
	พ่อ-แม่	24	4.8
	ญาติพี่น้อง	57	11.5
	เพื่อน	210	42.4

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	เพื่อนร่วมงาน / ผู้บังคับบัญชา	73	14.7
	อื่นๆ	-	-
	รวม	402	100
3	จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวครั้งนี้		
	1 คน	7	1.7
	2 คน	15	3.7
	3 คน	70	17.4
	4 คน	48	11.9
	5 คน	60	14.9
	6 คน	49	12.2
	7 คน	32	8.0
	8 คน	19	4.7
	9 คน	21	5.2
	10 คน	14	3.5
	11 คน	18	4.5
	12 คน	5	1.2
	13 คน	5	1.2
	14 คน	14	3.5
	15 คน	2	0.5
	16 คน	1	0.2
	17 คน	2	0.5
	18 คน	2	0.5
	19 คน	4	1.0
	20 คน	2	0.5
	21 คน	2	0.5
	22 คน	1	0.2
	34 คน	1	0.2
	36 คน	1	0.2
	50 คน	1	0.2

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	56 คน	1	0.2
	80 คน	4	1.0
	85 คน	1	0.2
	รวม		100
4	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	วิทยุ / โทรทัศน์	17	3.5
	แผ่นพับ / โบรชัวร์	12	2.5
	เว็บไซต์	152	31.3
	โซเชียลมีเดีย	296	60.9
	นิทรรศการ	3	0.6
	อื่น ๆ แนะนำ	6	1.2
	รวม	402	100
5	จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง		
	เพิ่งมาครั้งแรก	182	45.3
	1-3 ครั้ง	133	33.1
	มากกว่า 3 ครั้ง	87	21.6
	รวม	402	100
6	ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว		
	1 วัน	104	25.9
	2-3 วัน	277	68.9
	มากกว่า 3 วัน	21	5.2
	รวม	402	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7	ประเภทของที่พักบนเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	ไม่ได้เข้าพักบนเกาะเสม็ด	12	2.9
	ที่พักของญาติ / คนรู้จัก	8	1.9
	โฮสเทล	19	4.5
	หอพัก / อพาร์ทเมนท์ / เกสเฮ้าส์	21	5.0
	โฮมสเตย์	20	4.8
	แคมป์ / เต็นท์	2	0.5
	โรงแรม / รีสอร์ท / บังกะโล	336	80.4
	รวม	402	100
8	ท่านกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองในครั้งนี้อย่างไร (เฉลี่ยต่อ 1 คน)		
	ไม่เกิน 1,000 บาท	17	4.2
	1,001-3,000 บาท	151	37.6
	3,001-5,000 บาท	126	31.3
	มากกว่า 5,000 บาท	108	26.9
	รวม	402	100
9	พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่าเรือโดยสาร (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	รถยนต์ส่วนบุคคล	323	78.4
	รถเช่า	17	4.1
	รถตู้ / รถโค้ช / รถบัส	42	10.2
	รถโดยสารประจำทาง	16	3.9
	เครื่องบิน	13	3.2
	อื่นๆ รถจักรยานยนต์ส่วนบุคคล	1	0.2
	รวม	402	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ที่	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10	ในครั้งนี้นักท่องเที่ยวประสงค์ไปแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างในเกาะเสม็ด (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	หาดทรายแก้ว	362	35.1
	อ่าวปะการัง	38	3.7
	อ่าวแสงเทียน	72	7.0
	อ่าวช่อ	18	1.7
	อ่าวทับทิม	51	4.9
	อ่าวนวล	33	3.2
	อ่าวพร้าว	75	7.3
	อ่าวไผ่	58	5.6
	อ่าววงเดือน	71	6.9
	อ่าวหวาย	25	2.4
	จุดชมวิวเขาแหลมหญ้า	67	6.5
	แหลมใหญ่	18	1.7
	แหลมเรือแตก	10	1.0
	จุดชมวิวท้ายเกาะเสม็ด	56	5.4
	เกาะทะลุ	36	3.5
	วัดเกาะเสม็ดหรือวัดเกาะแก้วพิศดาร	22	2.1
	เกาะกูดี้	19	1.8
	อื่น ๆ ต้นไม้รูปหัวใจ	1	0.1
	รวม	402	100

จากตาราง 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ได้ดังนี้

จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 รองลงมา คือ มาเพื่อการประชุม / สัมมนา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ต่อมา เพื่อการทัศนศึกษาหาความรู้ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 รองลงมา เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง / เพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 และลำดับสุดท้าย เพื่อรักษาสุขภาพ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มากับเพื่อน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา คือ มากับคู่รัก จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ต่อมา เดินทางมากับเพื่อนร่วมงาน / ผู้บังคับบัญชา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลำดับสุดท้าย มากับพ่อ-แม่ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และลำดับสุดท้าย เดินทางมาคนเดียว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

ผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 3 คน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 รองลงมา คือ ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 5 คน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ต่อมา ท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 6 คน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 รองลำดับสุดท้ายท่องเที่ยวเกาะเสม็ด 15 - 21 คน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และลำดับสุดท้าย ท่องเที่ยวเกาะเสม็ดเป็นหมู่คณะ 85 คน จำนวนละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้ข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมา คือ ได้ข้อมูลจากเว็บไซต์ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ต่อมา ได้ข้อมูลจากวิทยุ / โทรทัศน์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 รองลำดับสุดท้าย ได้ข้อมูลจากการแนะนำ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และลำดับสุดท้าย ได้ข้อมูลจากนิตยสาร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เพิ่งมาครั้งแรก จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ มา 1-3 ครั้ง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 และลำดับสุดท้าย มามากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาท่องเที่ยว 2-3 วัน จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมา คือ ใช้เวลาท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และลำดับสุดท้าย ใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 3 วัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ประเภทของที่พักบนเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เข้าพักในโรงแรม / รีสอร์ท / บังกะโล จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมา คือ หอพัก / อพาร์ทเมนท์ / เกสเฮ้าส์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ต่อมา เข้าพักในโฮมสเตย์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รองลำดับสุดท้าย ที่พักของญาติ / คนรู้จัก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และอันดับสุดท้ายเข้าพักในแคมป์ / เต็นท์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ท่านกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ กำหนดค่าใช้จ่าย 1,001-3,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมา คือ กำหนดค่าใช้จ่าย 3,001-5,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลำดับสุดท้าย กำหนดค่าใช้จ่ายมากกว่า 5,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และลำดับสุดท้าย ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่าเรือโดยสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมา คือ ใช้รถตู้ / รถโค้ช / รถบัส จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ต่อมา

ใช้รถเช่า จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 รองลำดับสุดท้าย ใช้เครื่องบิน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และลำดับสุดท้าย จักรยานยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ครั้งนี้ท่านประสงค์ไปแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างในเกาะเสม็ด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หาดทรายแก้ว จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมา คือ อ่าวพร้าว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ต่อมา อ่าวแสงเทียน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 รองลำดับสุดท้าย แหลมเรือแตก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และลำดับสุดท้าย ต้นไม้รูปหัวใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว			
1	จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.19	0.69	มาก
2	แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีบรรยากาศ วิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม	4.32	0.63	มากที่สุด
3	ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางบกในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.21	0.75	มากที่สุด
4	ความสวยงามของทรัพยากรทางบกในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.28	0.67	มากที่สุด
5	ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.23	0.72	มากที่สุด
6	ความสวยงามของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.33	0.71	มากที่สุด
7	แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีอาหารท้องถิ่น ให้ได้ลิ้มลอง	4.17	0.81	มาก
	รวม	4.25	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 แสดงว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสวยงามของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีบรรยากาศ วิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม (

$\bar{X} = 4.32$) ความสวยงามของทรัพยากรทางบกในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.28$) ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.23$) ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางบกในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.21$) จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.19$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีอาหารท้องถิ่น ให้ได้ลิ้มลอง ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว			
1	จำนวนที่จอดรถ หรือ จุดจอดรถ บริเวณท่าเรือโดยสาร	4.11	0.80	มาก
2	จำนวนเที่ยวไป-กลับของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว	4.16	0.77	มาก
3	ความจุในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัวในแต่ละเที่ยว	4.16	0.74	มาก
4	คุณภาพของการให้บริการของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว	4.20	0.75	มาก
5	มาตรการความปลอดภัยของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว	4.38	0.70	มากที่สุด
6	จำนวนยานพาหนะบริการรับ-ส่ง เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.27	0.72	มากที่สุด
7	จำนวนป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด	4.24	0.74	มากที่สุด
	รวม	4.22	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 แสดงว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มาตรการความปลอดภัยของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ จำนวนยานพาหนะบริการรับ-ส่ง เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.27$) จำนวนป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.24$) คุณภาพของการให้บริการของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว ($\bar{X} = 4.20$) จำนวนเที่ยวไป-กลับของเรือ

โดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัวและความจุในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัวในแต่ละเที่ยว $\bar{X} = (4.16)$ และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จำนวนที่จอดรถหรือ จุดจอดรถ บริเวณท่าเรือโดยสาร ($\bar{X} = 4.11$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว			
1	จำนวนของป้ายสื่อสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและแผนที่ภายในเกาะเสม็ด	4.21	0.75	มากที่สุด
2	จำนวนของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.16	0.77	มาก
3	จำนวนของห้องสุขาหรือห้องอาบน้ำสาธารณะแบบรวมเพศตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ภายในเกาะเสม็ด	4.25	0.79	มากที่สุด
4	จำนวนของสถานพยาบาล หรือโรงพยาบาล ภายในเกาะเสม็ด	4.18	0.83	มาก
5	จำนวนร้านอาหาร	4.26	0.74	มากที่สุด
6	จำนวนร้านค้าให้บริการเครื่องอุปโภค และบริโภค ต่าง ๆ	4.28	0.71	มากที่สุด
	รวม	4.22	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 แสดงว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าจำนวนร้านค้าให้บริการเครื่องอุปโภค และบริโภค ต่าง ๆ เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ จำนวนร้านอาหาร ($\bar{X} = 4.26$) จำนวนของห้องสุขาหรือห้องอาบน้ำสาธารณะแบบรวมเพศตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ภายในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.25$) จำนวนของป้ายสื่อสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและแผนที่ภายในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.21$) จำนวนของสถานพยาบาล หรือโรงพยาบาล ภายในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 4.18$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จำนวนของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.16$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว			
1	การบริหารจัดการความแออัดของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว	4.25	0.75	มากที่สุด
2	การจัดการด้านความสะอาดและรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	4.34	0.75	มากที่สุด
3	การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ไลฟ์การ์ดประจำชายหาด/ตำรวจท่องเที่ยว/กล้องวงจรปิด	4.37	0.74	มากที่สุด
4	การจัดการทางด้านสาธารณสุขและเหตุฉุกเฉินให้กับนักท่องเที่ยว	4.32	0.77	มากที่สุด
5	การจัดการในด้านบริการเสริม เช่น ธนาคาร/ตู้ ATM/ปั้มน้ำมัน	4.14	0.82	มาก
6	การกำหนดราคาของเครื่องอุปโภค และบริโภคอย่างถูกต้องเหมาะสม	4.26	0.78	มากที่สุด
7	การจัดการด้านกฎระเบียบและข้อห้ามเพื่อไม่ให้เกิดความรำคาญหรือสร้างความรำคาญให้ผู้อื่น	4.27	0.79	มากที่สุด
	รวม	4.28	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 แสดงว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ไลฟ์การ์ดประจำชายหาด/ตำรวจท่องเที่ยว/กล้องวงจรปิด เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดการด้านความสะอาดและรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.34$) การจัดการทางด้านสาธารณสุขและเหตุฉุกเฉินให้กับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.32$) การจัดการด้านกฎระเบียบและข้อห้ามเพื่อไม่ให้เกิดความรำคาญหรือสร้างความรำคาญให้ผู้อื่น ($\bar{X} = 4.27$) การกำหนดราคาของเครื่องอุปโภค และบริโภคอย่างถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X} = 4.26$) การบริหารจัดการความแออัดของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดการในด้านบริการเสริม เช่น ธนาคาร/ตู้ ATM/ปั้มน้ำมัน ($\bar{X} = 4.14$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกร้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกร้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว			
1	ชื่อเสียงของที่พัก	4.16	0.75	มาก
2	จำนวนของที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว	4.23	0.74	มากที่สุด
3	ความหลากหลายของประเภทที่พัก	4.24	0.71	มากที่สุด
4	ทำเลที่ตั้งของที่พักที่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	4.25	0.74	มากที่สุด
5	บริเวณที่พักมีความสวยงาม	4.39	0.70	มากที่สุด
6	ความสะอาดและมาตรการรักษาความสะอาดของที่พัก	4.38	0.72	มากที่สุด
7	การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.35	0.72	มากที่สุด
	รวม	4.29	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 แสดงว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกร้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริเวณที่พักมีความสวยงาม เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสะอาดและมาตรการรักษาความสะอาดของที่พัก ($\bar{X} = 4.38$) การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.35$) ทำเลที่ตั้งของที่พักที่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.25$) ความหลากหลายของประเภทที่พัก ($\bar{X} = 4.24$) จำนวนของที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.23$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ชื่อเสียงของที่พัก ($\bar{X} = 4.16$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกร้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกร้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			
1	ความหลากหลายของกิจกรรมทางบก	4.11	0.78	มาก
2	ความหลากหลายของกิจกรรมทางน้ำ	4.19	0.77	มาก

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
3	จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวมค้าคืนหรือสถานบันเทิง สำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) โดยเฉพาะ	4.20	0.82	มาก
4	การให้บริการมัคคุเทศก์และการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในเกาะเสม็ด	3.99	0.90	มาก
5	มีบริการนำเที่ยวภายในเกาะเสม็ดที่หลากหลาย	4.07	0.87	มาก
6	มีกิจกรรมที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบทางลบน้อย	4.17	0.80	มาก
รวม		4.12	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวมค้าคืนหรือสถานบันเทิง สำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) โดยเฉพาะ เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความหลากหลายของกิจกรรมทางน้ำ ($\bar{X} = 4.19$) มีกิจกรรมที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบทางลบน้อย ($\bar{X} = 4.17$) ความหลากหลายของกิจกรรมทางบก ($\bar{X} = 4.11$) บริการนำเที่ยวภายในเกาะเสม็ดที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.07$) และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้บริการมัคคุเทศก์และการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในเกาะเสม็ด ($\bar{X} = 3.99$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ภาพรวม

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.25	0.59	มากที่สุด
2	ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.61	มากที่สุด
3	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.65	มากที่สุด
4	ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	4.28	0.65	มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ที่	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	ระดับความคาดหวัง		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
5	ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว	4.29	0.61	มากที่สุด
6	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.12	0.70	มาก
รวม		4.23	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 แสดงว่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เป็นด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.28$) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.22$) และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.623	0.156	0.43	0.78
ภายในกลุ่ม	397	143.415	0.361		
รวม	401	144.038			
ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.243	.311	0.82	0.51
ภายในกลุ่ม	397	150.291	.379		
รวม	401	151.534			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	.284	.071	0.16	0.95
ภายในกลุ่ม	397	170.495	.429		
รวม	401	170.779			
ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	.583	.146	0.34	0.85
ภายในกลุ่ม	397	170.005	.428		
รวม	401	170.588			
ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	.315	.079	0.20	0.93
ภายในกลุ่ม	397	151.081	.381		
รวม	401	151.397			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.699	.425	0.86	0.48
ภายในกลุ่ม	397	195.620	.493		
รวม	401	197.319			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	4	.543	.136	0.43	0.78
ภายในกลุ่ม	397	124.843	.314		
รวม	401	125.386			

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ โดยพิจารณาค่า เอฟ (F) และค่า Sig. พบว่า ทุกข้อ มีค่ามากกว่า .05 อธิบายว่า อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.115	.558	1.55	0.21
ภายในกลุ่ม	399	142.923	.358		
รวม	401	144.038			
ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2	.605	.302	.79	0.45
ภายในกลุ่ม	399	150.930	.378		
รวม	401	151.534			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2	.075	.037	.08	0.91
ภายในกลุ่ม	399	170.704	.428		
รวม	401	170.779			
ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2	.807	.403	.94	0.38
ภายในกลุ่ม	399	169.781	.426		
รวม	401	170.588			
ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.967	.983	2.62	0.07
ภายในกลุ่ม	399	149.430	.375		
รวม	401	151.397			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2	2.057	1.029	2.10	0.12
ภายในกลุ่ม	399	195.262	.489		
รวม	401	197.319			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	2	.710	.355	1.13	0.32
ภายในกลุ่ม	399	124.676	.312		
รวม	401	125.386			

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยพิจารณาค่า Sig. พบว่า ทุกข้อมีค่ามากกว่า .05 อธิบายว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	.369	.092	.25	0.90
ภายในกลุ่ม	397	143.668	.362		
รวม	401	144.038			
ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	.902	.225	.59	0.66
ภายในกลุ่ม	397	150.633	.379		
รวม	401	151.534			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.691	.423	.99	0.41
ภายในกลุ่ม	397	169.088	.426		
รวม	401	170.779			
ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	2.382	.596	1.40	0.23
ภายในกลุ่ม	397	168.205	.424		
รวม	401	170.588			
ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	3.796	.949	2.55	0.03*
ภายในกลุ่ม	397	147.601	.372		
รวม	401	151.397			

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4	5.167	1.292	2.66	0.03*
ภายในกลุ่ม	397	192.152	.484		
รวม	401	197.319			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.719	.430	1.38	0.24
ภายในกลุ่ม	397	123.667	.312		
รวม	401	125.386			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพ โดยพิจารณาค่า Sig. พบว่า ภาพรวม ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีค่ามากกว่า .05 อธิบายว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อธิบายว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ผู้วิจัยทำการจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

อาชีพ	\bar{X}	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	อาชีพ อิสระ	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	อื่นๆ
พนักงานบริษัท	4.32	-	-0.07	0.06	0.29*	0.29
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	4.39		-	.014	0.37*	0.37

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

อาชีพ	\bar{X}	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	อาชีพ อิสระ	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	อื่นๆ
อาชีพอิสระ	4.25			-	0.23	0.23
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	4.02				-	-0.00
อื่นๆ	4.02					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 แสดงว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ คือ 1. พนักงานบริษัท กับนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา และ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ กับนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา โดยทั้งสองคู่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

อาชีพ	\bar{X}	พนักงาน บริษัท	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	อาชีพ อิสระ	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	อื่นๆ
พนักงานบริษัท	4.12	-	-0.12	-0.00	0.17	0.71*
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ	4.25		-	0.12	0.30*	0.84*
อาชีพอิสระ	4.13			-	0.18	0.72
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	3.95				-	0.53
อื่นๆ	3.41					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 3 คู่ คือ 1. พนักงานบริษัท กับอาชีพอื่น ๆ และ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ กับนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา และ 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ อาชีพอื่น ๆ โดยทั้งสามคู่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.419	.473	1.32	0.26
ภายในกลุ่ม	398	142.619	.358		
รวม	401	144.038			
ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.182	.394	1.04	0.37
ภายในกลุ่ม	398	150.352	.378		
รวม	401	151.534			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3	.777	.259	.60	0.61
ภายในกลุ่ม	398	170.002	.427		
รวม	401	170.779			
ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3	.463	.154	.36	0.78
ภายในกลุ่ม	398	170.124	.427		
รวม	401	170.588			
ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.362	.454	1.20	0.30
ภายในกลุ่ม	398	150.035	.377		
รวม	401	151.397			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3	6.043	2.014	4.19	0.01*
ภายในกลุ่ม	398	191.276	.481		
รวม	401	197.319			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	3	1.326	.442	1.41	0.23
ภายในกลุ่ม	398	124.060	.312		
รวม	401	125.386			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยพิจารณาค่า Sig. พบว่า ภาพรวมด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มีค่ามากกว่า .05 อธิบายว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อธิบายว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ผู้วิจัยทำการจำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.07	-	-0.16	-0.01	0.15
15,000-30,000 บาท	4.24		-	0.15	0.32*
30,001-50,000 บาท	4.09			-	0.17

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท
สูงกว่า 50,000 บาท	3.91				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 แสดงว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD พบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 1 คู่ คือ 1. 15,000-30,000 บาท กับสูงกว่า 50,000 บาท โดยทั้งคู่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิลำเนา

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6	2.272	.379	1.05	0.38
ภายในกลุ่ม	395	141.766	.359		
รวม	401	144.038			
ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6	3.216	.536	1.42	0.20
ภายในกลุ่ม	395	148.318	.375		
รวม	401	151.534			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6	3.697	.616	1.45	0.19
ภายในกลุ่ม	395	167.081	.423		
รวม	401	170.779			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6	4.534	.756	1.79	0.09
ภายในกลุ่ม	395	166.053	.420		
รวม	401	170.588			
ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6	3.560	.593	1.58	0.15
ภายในกลุ่ม	395	147.837	.374		
รวม	401	151.397			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6	3.408	.568	1.15	0.32
ภายในกลุ่ม	395	193.911	.491		
รวม	401	197.319			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	6	2.917	.486	1.56	0.15
ภายในกลุ่ม	395	122.468	.310		
รวม	401	125.386			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามภูมิภาค โดยพิจารณาค่า Sig. พบว่า ทุกข้อ มีค่ามากกว่า .05 อธิบายว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

4.5 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.5.1 ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ตารางที่ 4.18 ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ที่	ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	ความถี่
1	เป็นเกาะที่อากาศดี มีความสวยงาม น้ำทะเลสวย ชายหาดขาวสวยสะอาด น่าพักผ่อน บรรยากาศดี มีที่เที่ยวยุทธศาสตร์หลากหลาย และยังคงความเป็นธรรมชาติได้ดี	56
2	อยู่ใกล้กรุงเทพ เดินทางสะดวก ไม่ไกล เหมาะกับการท่องเที่ยว	49
3	อาหาร ราคาสินค้า ค่าบริการต่างๆ และราคาเรือโดยสารแบบธรรมดาค่อนข้างแพง	45
4	การดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวยังมีน้อย	43
5	มีขยะเยอะ โดยเฉพาะบนชายหาด และบริเวณท่าเรือ ขยะส่งกลิ่นเหม็น	40
6	ที่จอดรถบริเวณท่าเรือมีน้อยเกินไป	36
8	พาหนะท้องถิ่นบนเกาะ เช่น รถสองแถวบนเกาะเสม็ดขับนำกลัวมาก เรือไม่ตรงเวลา เที่ยวเรือน้อยเกินไป และรถมอเตอร์ไซด์เช่าไม่เพียงพอในช่วงวันหยุดทำให้เกิดความลำบากในการเดินทางไปจุดต่าง ๆ	30
9	ถนนบนเกาะเสม็ด ไม่ค่อยดี เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย	30
10	ผู้คนมีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ เป็นมิตร และบริการดี	19
11	อาหารมีความหลากหลาย รสชาติอร่อย	13
12	โรงแรมน้อยไม่เพียงพอกับนักท่องเที่ยว ไม่ค่อยประทับใจที่พัก ที่พักควรปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ	12
13	ท่าเรือมีความสวยงาม แต่ไม่มีเรือมาส่งหน้าชายหาดของที่พัก	5
14	สามารถซื้อตั๋วออนไลน์ได้	2

4.5.2. ข้อเสนอแนะ หรือ จุดที่ควรปรับปรุง ของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ที่	ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	ความถี่
1	ควรมีมาตรการรักษาความสะอาด หรือข้อกำหนดที่ได้ชัดเจน บนเกาะควรปลอดภัยขยะ ควรจัดการเรื่องขยะ ควบคุมให้นักท่องเที่ยวทิ้งขยะลงในถังขยะ ไม่ทิ้งลงบนชายหาด หรือในน้ำทะเล ควรควบคุมกลิ่นน้ำมันเรือ speed boat และควรดูแลความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะด้วย	59
2	ควรเพิ่มจำนวนที่ฝากรถในร่มมากขึ้น และควรมีหลังคาลานจอดรถสำหรับขนส่งผู้โดยสาร	45
3	ควรปรับปรุงเรื่องถนน เพื่อความสะดวก ความปลอดภัยในการสัญจร และควรปรับปรุงจุดการมองเห็นบริเวณอันตราย	30
4	ควรตั้งมาตรฐานและราคาของสินค้า บริการต่างๆ ค่ารถ ค่าเช่ารถและร้านอาหาร ไม่ให้ราคาสูงจนเกินไป	27
5	ควรดูแลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มไฟส่องสว่าง และเพิ่มกล้องวงจรปิด และควรควบคุมความเร็วของรถประจำทางบนเกาะ	24
6	ควรมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับสาธารณูปโภคให้ดีขึ้น และควรเพิ่มจุดอำนวยความสะดวก เช่น ตู้ ATM ร้านสะดวกซื้อ 7-11 ร้านให้เช่าจักรยาน ห้องน้ำสาธารณะ และเพิ่มบริการสองแถวรับส่งให้มากขึ้น ควรจัดให้มีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ ควรจัดให้มีตลาดหรือถนนคนเดิน และควรมีระบบการบำบัดน้ำเสียที่ดี	20
8	ควรเพิ่มเที่ยวเรือ และควรเพิ่มการเดินทางภายในเกาะให้มีความหลากหลาย	18
9	ควรปรับปรุงท่าเรือ และระบบขนส่ง (TAXI) ควรจัดระเบียบผู้ประกอบการเรือข้ามเกาะ ควรมีการแจ้งเวลาเรือออก ใน website ที่ชัดเจน และควรจัดระเบียบรถบริการสาธารณะ โดยให้เอกชนเจ้าอื่นเข้ามาดำเนินการด้วย เพื่อไม่เป็นการผูกขาด	15
10	ควรพัฒนาและยกระดับเกาะเสม็ดให้เป็นจุดหมายปลายทางในฝันของนักท่องเที่ยวที่ชอบสายบริสุทธิ์ ทั้งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสู่การเป็น Green Island ลดมลพิษเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Zero waste / พลังงานสะอาด ปลอดภัยกิจกรรมที่ใช้คาร์บอน หรือ Zero Carbon / และ Zero purify Air ใช้พาหนะที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษบนเกาะ เช่นจักรยานยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น และควรอนุรักษ์ให้คงสภาพดั้งเดิมให้มากที่สุด หากมีการพัฒนา ควรให้ธรรมชาติยังคงอยู่ หรือกระทบน้อยที่สุด	12

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ที่	ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	ความถี่
11	ควรมีที่พักที่หลากหลาย เพิ่มจำนวนเตียงและขนาดของที่พัก	9
12	ควรให้รีสอร์ท ที่มีจุดชมวิวอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวของ เปิดทางเดินสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปด้วย	4
13	ควรปรับปรุงการต้อนรับลูกค้าและการสื่อสารกับลูกค้าดีๆ ด้วยความสุภาพ	3
14	ควรมีเรือไปส่งถึงหน้าชายหาดที่พัก เพื่อลดการเดินทางจากรถโดยสาร	3
15	ควรมีร้านอาหารมังสวิรัตบนเกาะเพื่อบริการนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ	2

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง 2. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และ 3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ เงินเดือน และภูมิลำเนา โดยในบทนี้สามารถแยกออกได้เป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
 - 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย
 - 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีบุคคลที่ร่วมเดินทาง จำนวน 3 คน ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน ซึ่งแหล่งข้อมูลในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวมาจากโซเชียลมีเดีย และเพิ่งเดินทางมาครั้งแรก ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน เข้าพักในโรงแรม / รีสอร์ท / บังกะโล มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001-3,000 บาท ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่าเรือโดยสาร โดยมีความประสงค์เดินทางมาท่องเที่ยวหาดทรายแก้ว

5.1.3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

5.1.3.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสวยงามของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีอาหารท้องถิ่น ให้ได้ลิ้มลอง

5.1.3.2 ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มาตรการความปลอดภัยของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จำนวนที่จอดรถ หรือจุดจอดรถ บริเวณท่าเรือโดยสาร

5.1.3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จำนวนร้านค้าให้บริการเครื่องอุปโภค และบริโภค ต่าง ๆ เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จำนวนของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

5.1.3.4 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ไลฟ์การ์ดประจำชายหาด/ ตำรวจท่องเที่ยว/กล้องวงจรปิด เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดการในด้านบริการเสริม เช่น ธนาคาร/ตู้ ATM/ปั้มน้ำมัน

5.1.3.5 ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บริเวณที่พักมีความสวยงาม เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ชื่อเสียงของที่พัก

5.1.3.6 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนหรือสถานบันเทิง สำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) โดยเฉพาะ เป็นข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การให้บริการมัคคุเทศก์และการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในเกาะเสม็ด

5.1.3.7 ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เป็นด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ผลการวิเคราะห์พบว่า

5.1.4.1 จำแนกตามอายุ พบว่า ภาพรวมและรายด้าน มีค่ามากกว่า .05 ดังนั้น อายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

5.1.4.2 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ภาพรวมและรายด้าน มีค่ามากกว่า .05 ดังนั้น ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

5.1.4.3 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.03 ดังนั้น อาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยคู่ที่แตกต่างกัน คือ พนักงานบริษัทและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกับนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในภาพรวมและด้านอื่น ๆ มีค่ามากกว่า .05 จึงมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

5.1.4.4 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น รายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยคู่ที่แตกต่างกัน คือ 15,000-30,000 บาท กับสูงกว่า 50,000 บาท ส่วนในภาพรวมและด้าน อื่น ๆ มีค่ามากกว่า .05 จึงมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

5.1.4.5 จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ภาพรวมและรายด้าน มีค่ามากกว่า .05 ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) มีอายุในช่วงระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับ ภัสรณลิน เกียรติกมลศรีและคณะ (2563) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกที่มีอายุ 21-30 ปี จบระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท สอดคล้องกับ ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร วิชาสินี เขมะปัญญา, และพรรณี วันเรืองโชค (2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมาก อายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน

5.2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุดา สุวรรณภิญโญ (2560) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด และงานวิจัยของ ปิยพร ทองสุข (2558) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่นเดียวกัน โดยได้แหล่งข้อมูลในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวจากโซเชียลมีเดียและเดินทางมากับเพื่อน โดยใช้ระยะเวลา ในการท่องเที่ยว 2-3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,001-3,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) จัดทำเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราพร สิทธิฉัตรทอง (2562) จัดทำเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ที่ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก

เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเกาะอาจ ทำให้การเข้าถึงยาก หากใช้รถสาธารณะ ดังนั้นจึงพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่า ซึ่งสิ่งที่ควรพิจารณาต่อไปคือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เช่น ที่จอดรถ ความปลอดภัย เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

5.2.3 จากการศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ซึ่งหมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่าจะได้สัมผัสกับความสวยงามทางธรรมชาติ ที่มีความสมบูรณ์และหลากหลาย ทั้งธรรมชาติทางทะเล ภูเขา และป่าไม้ อีกทั้งความต้องการที่จะได้รับการบริการในด้านต่างๆ ที่สูง ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง “ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวัง ที่ได้อธิบายว่า สิ่งส่งผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย คือ การบอกเล่า หรือคำแนะนำจากบุคคลอื่น ความปรารถนาของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลข่าวสารจากช่องทางต่าง ๆ และราคา (Parasuraman et al., 1990)”

5.2.4 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วิธาน จินาภักดิ์ (2555) ทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า สิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมากยิ่งขึ้น โดยมีส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

5.3.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก ส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเสม็ด มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เป็นช่วงของวัยเริ่มต้นการทำงาน มีร่างกายที่แข็งแรง เหมาะในการทำกิจกรรมต่าง ๆ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ในการเน้นกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

เดินทางมาท่องเที่ยวและสนใจในการทำกิจกรรมมากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มรายได้จากการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อีกด้วย

5.3.1.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก ส่วนใหญ่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจกับกลุ่มเพื่อนและมีความชื่นชอบในความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติของเกาะเสม็ด ดังนั้นควรดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้คงความสวยงามตลอดไป

5.3.1.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก ส่วนใหญ่ ใช้สื่อโซเชียลในการค้นหาข้อมูลในการทำท่องเที่ยวเป็นหลัก ดังนั้นควรมีการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด ผ่านสื่อโซเชียล เช่น Facebook, YouTube, Instagram, และ TikTok เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร และยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5.3.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเพศทางเลือก ส่วนใหญ่ ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเกาะเสม็ดอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพและปริมณฑลมาก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างที่จอดรถให้มีจำนวนที่เพียงพอ เช่น บริเวณที่จอดรถท่าเรือฝั่งบ้านเพก่อนข้ามฝั่งไปเกาะเสม็ด อีกทั้งโดยส่วนใหญ่ที่จอดรถเป็นลานโล่งไม่มีหลังคา รวดตากทั้งแดด และฝน ควรสร้างเป็นอาคารที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

5.3.1.5 ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด พบว่า เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังกับ ความสวยงามของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรออกกฎระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจน ไม่ให้นักท่องเที่ยวทิ้งขยะลงทะเลหรือบริเวณชายหาดโดยรอบของเกาะเสม็ด หรือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติผ่านกิจกรรมต่างๆ ภายในเกาะเสม็ด

5.3.1.6 ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุด เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ควรปรับปรุงในเรื่องของพื้นผิวถนนให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากพื้นผิวถนนบนเกาะเสม็ดค่อนข้างแยะ พังเสียหายเป็นหลุมบ่อ ดังนั้นเพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการสัญจรของนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมาดูแลแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

5.3.1.7 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังกับ จำนวนร้านค้าให้บริการเครื่องอุปโภค และบริโภค ต่างๆ นอกจากร้านค้าที่มีจำนวนน้อยแล้ว บนเกาะเสม็ดยังเซเว่นอีเลฟเว่น อยู่เพียงแค่ 2 สาขา ได้แก่ สาขาท่าเรือหน้าด่าน และสาขาหาดทรายแก้ว เท่านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดให้มีจำนวนร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภค และบริโภค มากยิ่งขึ้น

5.3.1.8 ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังกับ การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากบางพื้นที่

บนเกาะเสม็ดเป็นจุดอับสายตา จึงมีการโจรกรรมจักรมมอเตอร์ไซค์นักท่องเที่ยวอยู่บ่อยครั้ง จึงควรเพิ่มกล้องวงจรปิด เพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

5.3.1.9 ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังกับ บริเวณที่พักมีความสวยงาม ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านที่พักควรออกแบบตกแต่งภายในห้องพักหรือบริเวณที่พักให้มีความสวยงาม เพื่อสร้างบรรยากาศให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย และมีความแปลกแตกต่าง อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกในด้านของธุรกิจที่พัก

5.1.3.10 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากที่สุด ซึ่งมีระดับความคาดหวังน้อยที่สุดในภาพรวม โดยนักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังกับจำนวนของแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนหรือสถานบันเทิง สำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก LGBT โดยเฉพาะ เนื่องจากประชากรกลุ่มเพศทางเลือกอาศัยอยู่หนาแน่นมากในช่วงวันหยุด ผู้ประกอบการควรหาแนวทางในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการเพิ่มจำนวนของแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกโดยเฉพาะ หรือสร้างกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรม เนื่องจากมีระดับความคาดหวังน้อยที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยควรที่จะศึกษาวิจัยว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT มีความต้องการกิจกรรมประเภทไหนที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดจังหวัดระยอง ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

5.3.2.2 ควรศึกษาวิจัยนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก LGBT ในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกพร อริยา. (2561). *การศึกษาความต้องการพื้นฐานของผู้ชายข้ามเพศในประเทศไทย*
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. http://www.graduate.cmru.ac.th/core/km_file/397.pdf
- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (2556, 1 สิงหาคม). *คลังความรู้ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง*.
<https://km.dmc.go.th/home>
- กฤตยา อาชวนิจกุล. (2554). เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย. *วารสารประชากรและสังคม*, 15(1), 43-66.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *Executive Summary สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. https://www.mots.go.th/download/article/article_20200123132729.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย*.
<https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/12311>
- กิตติวิทย์ เดชชานาคร และ รังสิมา วิวัฒน์วงศ์วนา. (2560). *เพศวิถีกับการสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่โรงเรียน. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับชาติและนานาชาติ*. (น. 63-73). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. <https://gsbooks.gs.kku.ac.th/60/nigr2017/pdf/HDO2.pdf>
- เกาะเสม็ด.คอม. (2563). *ประวัติเกาะเสม็ด*. <https://bit.ly/3NYuguv>
- เกาะเสม็ด.คอม. (2563). *การเดินทางเกาะเสม็ด*. <https://www.เกาะเสม็ด.com/การเดินทางเกาะเสม็ด>
- ข้อมูลทั่วไปเกาะเสม็ด. (2557, 15 มีนาคม). *ดินแดนสวรรค์บนเกาะเสม็ด*. Blogger.
http://rayongsamed.blogspot.com/p/blog-page_15.html
- คอลัมน์ ดาต้าธุรกิจ. (2562, 16 ธันวาคม). *เศรษฐกิจภูมิภาค ปี 2562 เกาะเสม็ด แชมป์นักท่องเที่ยวสูงสุด*. ประชาชาติธุรกิจ. <https://www.prachachat.net/local-economy/news-401763>
- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์. (2556). *จิตวิทยาทั่วไป*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2539). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 4, 23-43.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 5). คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิช วรรณทนาม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สามลดา
- ชวัลนุช อุทยาน. (2552, 29 สิงหาคม). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว*. Wordpress.
<https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชัชวาล ม่วงพรวน. (2564). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหวที่มีต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลเมืองแม่เหิยะ จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Chadchawan.Muo.pdf>
- ชานันท์ ยอดหงส์. (2561, 23 กรกฎาคม). *LGBT Tourism: Thailand as a vagaytion*. TAT REVIEW. <https://www.tatreviewmagazine.com/article/vagaytion>
- ชัชฌุกร พรภาณูวิชญ์. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารการบริการส่วนตำบล: กรณีศึกษาจังหวัดแพร่* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ฐิติมา ไทยวงษ์. (2556). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเอเชียทีค เดอะ รีเวอร์พาร์ก* [สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Thitima_T.pdf
- ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร, วิลาสินี เขมะปัญญา และ พชรรัฐ วันเรืองโชค. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT). *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 5(2), 150-161.
- ไทยแลนด์พลัส. (2563, 23 มกราคม). *สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2562P*. ไทยแลนด์พลัสออนไลน์. <https://www.thailandplus.tv/archives/122196>
- ธนธรณ์ แสงสว่าง. (2563). *ปัจจัยการพยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และการวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. NIDA Wisdom Repository. <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5143>.
- นริสา วงศ์พนารักษ์ และ จิระภา ศิริวัฒนเมธานนท์. (2556). การรับรู้เพศวิถีรักเพศเดียวกันของวัยรุ่นผู้ชาย (Perception of Homosexuality in Adolescent Males). *วารสารสมาคมพยาบาลฯ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 30(3), 42-49.
- นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล. (2540). *ความคาดหวังของผู้เรียนต่อโครงการยกระดับความรู้พื้นฐานสำหรับผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่น ในจังหวัดสุพรรณบุรี* [ปริญญาโทปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Adu_Ed/Nualchan_P.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นิตา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บิสซิเนส ทูเดย์. (2563, 30 มกราคม). *เปิดชุมชน LGBTQ ในไทยสวรรค์แห่งความหลากหลายทางเพศ*.
บิสซิเนส ทูเดย์. <https://www.businesstoday.co/bt-news/30/01/2020/22814/>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เพิร์นข้าหลวง พรินดีงแอนด์พับลิชชิง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2559). *การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด และ บุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การอ้างอิงประชากรเมื่อใช้เครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. *วารสารการวัดผลการศึกษา มศว มหาสารคาม*, 3(1), 22-25.
- บุษกร ภู่แส. (2564, 23 เมษายน). *อสังหาริมทรัพย์. อสังหาฯเจาะอำนาจซื้อ LGBTQ ‘พร้อมจ่าย’ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์*. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/business/933909>
- บุษบา สิทธิการ และ สิริวัฒนา ไจมา. (2553). *การพัฒนาบทบาทองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมและสนับสนุนความพร้อมของเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ปราณี วงษ์เทศ. (2547). *เพศสภาพกับการกล่อมเกลாதงทางเพศในสังคมไทย*. *Damrong Journal of The Faculty of Archaeology Silpakorn University*, 3(6), 72-76.
- ปิยพร ทองสุข. (2558). *กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/238>
- ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ. (2554). *คนข้ามเพศ: ตัวตน วัฒนธรรมย่อย และพื้นที่ทางสังคม*. *Damrong Journal of the Faculty of Archaeology Silpakorn University*, 10(1), 98-125.
- พรศิริ บินนาราวิ. (2555). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอป่าจ้งหวัดแม่ฮ่องสอน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/149667.pdf>
- พลากร แก้วทิพย์. (2562). *การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3344>
- พัชรี มหาลาภ. (2538). *ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชาในระดับกลางที่มีต่อบทบาทการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาในระดับล่างในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พิมพ์ชนก เขมพิลา. (2561, 22 มิถุนายน). *LGBTQ คืออะไร สำคัญอย่างไร มหาวิทยาลัยต่างประเทศจัดการกับประเด็นนี้อย่างไร*. Hotcoursesthailand. <https://www.hotcourses.in.th/study-abroad-info/before-you-leave/what-is-lgbtq/>
- ไพฑูรย์ พงศะบุตร และ วิลาสวงค์ พงศะบุตร. (2542). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรพร สิทธิฉัตรทอง. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพีพี จังหวัดกระบี่* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Patraporn.Sit.pdf>
- มาศศุภา นิมบุญจาช. (2558). *การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอก้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University administrators. <https://bit.ly/3JNGseP>
- มุลนิธิธีรนาถ กาญจนอักษร. (2554). *LGBTQs ชีวิตที่ถูกละเมิด: เรื่องเล่ากะเทย ทอม ดี หญิงรักหญิง ชายรักชาย และกฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ*. ผู้แต่ง.
- รัตนา สุขะนินทร์. (2547). *ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการล้านช้าง รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป* [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โรงพยาบาลเพชรเวช. (2563, 14 ธันวาคม). *LGBTQ ความหลากหลายที่ต้องเข้าใจ*. Petcharavej Hospita. https://www.petcharavejhospital.com/th/Article/article_detail/LGBTQ
- ลักษณะความคาดหวัง. (ม.ป.ป.). โนวาบิซส์. https://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Expectancy_Theory.htm
- วรรณพร วะสุวรรณ. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย* [งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/5431/1/62920039.pdf>
- วิฑูร แจ่มจำรัส. (2562). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวสเปนต่อการท่องเที่ยวปางช้างอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Vitool.Jae.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิธาน จินากักดี. (2555). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี* [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Rec_Man/Vitan_J.pdf
- วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง. (2555). *ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วีรพงศ์ ชูวงษ์วาลย์. (2560). *พฤติกรรมและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวและเลือกที่พักของกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1673/1/58602369.pdf>
- ศรีนิตย์ สุวัช. (2521). *พฤติกรรมทางสังคม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- สมลักษณ์ เพชรช่วย. (2540). *ความคาดหวังในการเรียนการศึกษาสายสามัญ วิธีเรียนทางไกลของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง* [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Adu_Ed/Somluk_P.pdf
- สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. (2554). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำคลองลัดมะยมในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. DSpace at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/bitstream/123456789/1151/1/132511.pdf>
- สหพันธ์นิสิตนักศึกษาแพทย์แห่งประเทศไทย. (2563, 7 มิถุนายน). LGBTQ คืออะไร. <https://thesmst.com/blog/2020/06/07/lgbtq-คืออะไร/>
- สำนักบริหาร ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2559). ตลาดสีรุ้ง LGBT Niche Market ที่มีโอกาสเลย. *EXIM E-NEWS*, 11(5), https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/7451/enews_may2016_tip.html
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). *พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/144706.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สิริวรรณ อัครกุล. (2528). *ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานที่กำหนดของนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและต่ำ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. CUIR at Chulalongkorn University. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/18980>
- สุชา จันทน์เอม. (2524). *จิตวิทยาสังคม*. ไทยวัฒนาพานิช.
- สุดา สุวรรณภรณ์. (2560). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเกาะช้าง จังหวัดตราด. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(3), 69-79. <https://bit.ly/3NO2Vtp>
- สุพิชฌาย์ พรสุขสวัสดิ์. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT+) ชาวต่างชาติ [ดุชนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย].
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). *การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. อินทนิล.
- อรรณญา เกรียงไกรโชค และ กุลพิชญ์ โภโคยอุดม. (2562). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังของผู้หญิงชาวไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 20(3), 122-136.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Carmela, J. (2020). *How travel & luxury brands can embrace the rise of LGBT travel*. WTM Global Hub. <https://hub.wtm.com/how-travel-luxury-brands-canembrace-the-rise-of-lgbt-travel/>
- Clay, R. (1988). *Chamber English Dictionary*. bunay Suffolk.
- Cohen, Erik. (1979). A Phenomenology of tourist experiences. *Sociology Journal*, 13(2), 179-201.
- Feigenbaum, A. V. (1991). *TQM* (3rd ed.). Mc Graw – Hill.
- Gosset, W. S. (1908). The Probable Error of a Mean. *Biometrika*, 6(1), 1-25.
- Hornby, A. S., Ashby, M., & Wehmeier, s. (2000). *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (6th ed.). Oxford University Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivery QualityService: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press.
- Pelasol, J. (2012). Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. *JPAIR Multidisciplinary Research*, 8(1), 90-97.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Perreault, W. D., Dorden, D. K., & Dorden, W. R. (1979). A Psychological Classification of Vacation Life-styles. *Journal of Leisure Research*, 9(3), 208-224.

Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An integrated marketing communication approach*. Butterworth-Heinmann.

Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer behavior in Tourism*. Butterworth-Heinmann.

Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. Wiley and Sons.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มทางเลือก (LGBT)
ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มทางเลือก (LGBT) ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มทางเลือก (LGBT)
 - ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
 - ส่วนที่ 3 : ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
 - ส่วนที่ 4 : ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ร่วมตอบแบบสอบถาม
นักศึกษาศาखाวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มทางเลือก (LGBT)

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. สถานภาพทางเพศ

- ชาย หญิง
 เพศทางเลือก LGBT

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ข้าราชการ
 อาชีพอิสระ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
 อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000-30,000 บาท
 30,001-50,000 บาท สูงกว่า 50,000 บาท

6. ภูมิลำเนา

- กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง
 ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้
 ภาคเหนือ

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ (กรุณาเลือกคำตอบเดียว)

<input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	<input type="checkbox"/> เพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง / เพื่อน
<input type="checkbox"/> เพื่อการทัศนศึกษาหาความรู้	<input type="checkbox"/> เพื่อรักษาสุขภาพ
<input type="checkbox"/> เพื่อการประชุม / สัมมนา	<input type="checkbox"/> เพื่อการทำธุรกิจ
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ	
2. บุคคลที่ร่วมเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้ (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> เดินทางมาคนเดียว	<input type="checkbox"/> คู่รัก
<input type="checkbox"/> พ่อ-แม่	<input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง
<input type="checkbox"/> เพื่อน	<input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน / ผู้บังคับบัญชา
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ	
3. จำนวนผู้ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวครั้งนี้ คน
4. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> วิทยู / โทรทัศน์	<input type="checkbox"/> แผ่นพับ / โบรชัวร์
<input type="checkbox"/> เว็บไซต์	<input type="checkbox"/> โซเชียลมีเดีย
<input type="checkbox"/> นิทรรศการ	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ
5. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

<input type="checkbox"/> เพิ่งมาครั้งแรก	<input type="checkbox"/> 1-3 ครั้ง
<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง	
6. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

<input type="checkbox"/> 1 วัน	<input type="checkbox"/> 2-3 วัน
<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 วัน	
7. ประเภทของที่พักบนเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> ไม่ได้เข้าพักบนเกาะเสม็ด	<input type="checkbox"/> ที่พักของญาติ / คนรู้จัก
<input type="checkbox"/> โฮสเทล	<input type="checkbox"/> หอพัก / อพาร์ทเมนท์ / เกสเฮ้าส์
<input type="checkbox"/> โฮมสเตย์	<input type="checkbox"/> แคมป์ / เต็นท์
<input type="checkbox"/> โรงแรม / รีสอร์ท / บังกะโล	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ
8. ท่านกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองในครั้งนี้อย่างไร (เฉลี่ยต่อ 1 คน)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,001-3,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3,001-5,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5,000 บาท |

9. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่าเรือโดยสาร (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนบุคคล | <input type="checkbox"/> รถเช่า |
| <input type="checkbox"/> รถตู้ / รถโค้ช / รถบัส | <input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> เครื่องบิน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ |

10. ในครั้งนี้ท่านประสงค์ไปแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างในเกาะเสม็ด (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> หาดทรายแก้ว | <input type="checkbox"/> อ่าวปะการัง |
| <input type="checkbox"/> อ่าวแสงเทียน | <input type="checkbox"/> อ่าวช่อ |
| <input type="checkbox"/> อ่าวทับทิม | <input type="checkbox"/> อ่าวนวล |
| <input type="checkbox"/> อ่าวพร้าว | <input type="checkbox"/> อ่าวไผ่ |
| <input type="checkbox"/> อ่าววงเดือน | <input type="checkbox"/> อ่าวหวาย |
| <input type="checkbox"/> จุดชมวิวเขาแหลมหญ้า | <input type="checkbox"/> แหลมใหญ่ |
| <input type="checkbox"/> แหลมเรือแตก | <input type="checkbox"/> จุดชมวิวท้ายเกาะเสม็ด |
| <input type="checkbox"/> เกาะทะลุ | <input type="checkbox"/> วัดเกาะเสม็ดหรือวัดเกาะแก้วพิศดาร |
| <input type="checkbox"/> เกาะกูด | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

ส่วนที่ 3 : ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว					
1.1 จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในเกาะเสม็ด					
1.2 แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีบรรยากาศ วิิว ทิวทัศน์ที่สวยงาม					
1.3 ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางบกในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด					
1.4 ความสวยงามของทรัพยากรทางบกในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด					
1.5 ความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด					
1.6 ความสวยงามของทรัพยากรทางน้ำในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด					
1.7 แหล่งท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมีอาหารท้องถิ่น ให้ได้ลิ้มลอง					
2. ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
2.1 จำนวนที่จอดรถ หรือ จุดจอดรถ บริเวณท่าเรือโดยสาร					
2.2 จำนวนเที่ยวไป-กลับของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว					
2.3 ความจุในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัวในแต่ละเที่ยว					
2.4 คุณภาพของการให้บริการของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว					
2.5 มาตรการความปลอดภัยของเรือโดยสารประจำทางหรือเรือโดยสารส่วนตัว					
2.6 จำนวนยานพาหนะบริการรับ-ส่ง เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด					

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.7 จำนวนป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ในเกาะเสม็ด					
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
3.1 จำนวนของป้ายสื่อสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและแผนที่ภายในเกาะเสม็ด					
3.2 จำนวนของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
3.3 จำนวนของห้องสุขาหรือห้องอาบน้ำสาธารณะแบบรวมเพศตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ภายในเกาะเสม็ด					
3.4 จำนวนของสถานพยาบาล หรือโรงพยาบาล ภายในเกาะเสม็ด					
3.5 จำนวนร้านอาหาร					
3.6 จำนวนร้านค้าให้บริการเครื่องอุปโภค และบริโภค ต่าง ๆ					
4. ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
4.1 การบริหารจัดการความแออัดของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว					
4.2 การจัดการด้านความสะอาดและรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว					
4.3 การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ไลฟ์การ์ดประจำชายหาด/ตำรวจท่องเที่ยว/กล้องวงจรปิด					
4.4 การจัดการทางด้านสาธารณสุขและเหตุฉุกเฉินให้กับนักท่องเที่ยว					
4.5 การจัดการในด้านบริการเสริม เช่น ธนาคาร/ตู้ ATM/ปั้มน้ำมัน					
4.6 การกำหนดราคาของเครื่องอุปโภค และบริโภคอย่างถูกต้องเหมาะสม					
4.7 การจัดการด้านกฎระเบียบและข้อห้ามเพื่อไม่ให้รบกวนหรือสร้างความรำคาญให้ผู้อื่น					

ความคาดหวังที่มีต่อการท่องเที่ยว เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
5. ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว					
5.1 ชื่อเสียงของที่พัก					
5.2 จำนวนของที่พักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
5.3 ความหลากหลายของประเภทที่พัก					
5.4 ทำเลที่ตั้งของที่พักที่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ					
5.5 บริเวณที่พักมีความสวยงาม					
5.6 ความสะอาดและมาตรการรักษาความสะอาดของที่พัก					
5.7 การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก					
6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
6.1 ความหลากหลายของกิจกรรมทางบก					
6.2 ความหลากหลายของกิจกรรมทางน้ำ					
6.3 จำนวนของแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนหรือสถานบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก (LGBT) โดยเฉพาะ					
6.4 การให้บริการมัคคุเทศก์และการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในเกาะเสม็ด					
6.5 มีบริการนำเที่ยวภายในเกาะเสม็ดที่หลากหลาย					
6.6 มีกิจกรรมที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากรหรือสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบทางลบน้อย					

ส่วนที่ 4 : ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

1. ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะ หรือ จุดที่ควรปรับปรุง ของเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
จริยธรรม

ที่ DPU_BSH 140666/2565

วันที่ 14 มิถุนายน 2566

จาก คณะกรรมการพิจารณางานวิจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (DPU_BSH)
เรียน นางสาวสุนิษา สุระใจ

เรื่อง แจ้งผลการตรวจสอบโครงการวิจัย
ตามแนวปฏิบัติในการดำเนินการวิจัยในมนุษย์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์

ตามที่ นางสาวสุนิษา สุระใจ คณะกรรทงที่่ยวและกรรโรงแรม มหาวทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ได้ขอความอนุเคราะห์ให้ คณะกรรทงการพิจารณางานวิจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ (DPU_BSH) ตรวจสอบเอกสารการ ประเมินตนเองเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการดำเนินการวิจัยในมนุษย์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ของ โครงการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและความคาดหวังของนักทงที่่ยวไทยกลุ่มเพศทางเลือก(LGBT)ในการทงที่่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง”

จากการตรวจสอบโดยพิจารณาเอกสารแนบ ได้แก่ 1) แบบตรวจสอบ DPU_BSH Checklist 2) รายละเอียดบท/ หัวข้อ “วิธีการดำเนินการวิจัย” และ 3) เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลของโครงการวิจัย

ทางคณะกรรมการฯ ได้พิจารณาโดยอ้างอิงเกณฑ์ตามประกาศของสำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการดำเนินการวิจัยในมนุษย์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์และ มนุษยศาสตร์ เลขที่ อว 6309.FB 6.1/1/2564 ลงวันที่ 18 มีนาคม 2564 ข้อ (3) แล้ว เห็นควรว่า การดำเนินการวิจัยของ โครงการวิจัยข้างต้น เข้าข่ายการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แบบยกเว้น (Exemption)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ลงนาม.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล แสงพิกุล)

ประธานคณะกรรมการพิจารณางานวิจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์

วันที่....14...../.....มิถุนายน...../.....2566.....



ภาคผนวก ค
รูปภาพ

