

ศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์)

ลลิตธิชา ตองอบ และ ชวลีย์ ณ ถกลาง
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมทัศนคติ แรงจูงใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา และ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพเมืองพัทยาในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเป็นเครื่องมือวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ไคสแควร์แบบกลุ่มตัวอย่างเดียว (Chi-Square) การทดสอบสมมติฐานใช้ค่า (T-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA or F-test) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ (Scheffe) โดยสมมติฐานกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาส่วนใหญ่มีลักษณะบทบาททางเพศเป็นเกย์ที่มีลักษณะทั้งชายและหญิง (both) ส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และถือสัญชาติอเมริกัน โดยจากการศึกษาครั้งนี้ นักท่องเที่ยวเหล่านี้มากกว่าครึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีอาชีพอิสระ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ซึ่งพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ซึ่งโดยเฉลี่ยจะเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่า 4 ครั้งขึ้นไปต่อปี

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามีทัศนคติในเชิงบวก โดยส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่า ความโดดเด่นของเมืองพัทยาคือความคุ้มค่าคุ้มราคา และผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังมีความรู้สึกผ่อนคลายและมีความสุข โดยสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาคือความสะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ เมืองพัทยายังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมสำหรับชายรักชาย (เกย์) ที่หลากหลายและสนุกสนาน เมืองพัทยาจึงถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุดคือ จอมเทียนคอมเพล็กซ์ และชายหาดโค้งดงตาล ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์)

คำสำคัญ: ศักยภาพเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ชายรักชาย(เกย์)

POTENTIAL OF PATTAYA TOURISM DESTINATION FOR MALE HOMOSEXUALS

Sitticha Tongob and Chawalee Na Thalang

College of Management University of Phayao

Abstract

The objective of this qualitative research is: 1) to study homosexual / gay foreign tourists' behavior, attitudes and motivation towards Pattaya city and 2) to identify the potential of Pattaya city being the ideal destination for these homosexual / gay tourists.

Samples were randomly selecting approximately 400 homosexual / gay foreigners within the research location. Questionnaires were handed out to collect data as the research tool. Moreover, the information collected was analyzed by descriptive statistics such as frequencies, percentage, mean, and standard deviation. Finally, the hypothesis testing was described using inferential statistics such as Chi-Square, T-test and the One way ANOVA or F-test and comparing the differences following Scheffe's methods.

The study of this research found that homosexual / gay foreigners who travel to Pattaya City are mostly over 51 years of age and more than 50 percent are American citizens, and they are non-specify preference homosexual / gay. Meaning, they can be both 'gay-king' are 'gay-queen'. Information collected from the questionnaire showed that over 50 percent graduated with at least bachelor degree levels, they were mostly retired but still earning an income of at least 40,000 baht per month. These homosexual / gay tourists also commented that Pattaya city was an ideal destination for homosexuals / gays and some of them travel to this destination up to four times a year.

Pattaya city can be classified as a designated tourist zone that could contains potentially disruptive foreign cultural influences within highly limited geographical spaces. This may provide Thai homosexuals / gays with places in which they can leave behind Thai old culture expectations without leaving Thailand. For this reason, the homosexual / gay tourists then can present positive attitudes towards Pattaya city given the low cost of living, easy to travel, and the activities that this city has to offer for them. The development of Pattaya city as containment zones for international tourism means they have emerged as spaces in which broader Thai cultural norms may be transgressed by both foreign and Thai tourists. As a result, this concludes that Pattaya city definitely has potential to be the ideal destination for the homosexual / gay tourists

Keywords: Potential of Pattaya, Foreign Tourists, Male Homosexuals

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลกได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วจึงทำให้ตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลกขยายตัว ร้อยละ 6 ในเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายนของปี พ.ศ.2560 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วโดยความเชื่อมั่นทางธุรกิจสูงสุดในรอบ 10 ปี การเติบโตอย่างต่อเนื่องในจุดหมายปลายทางที่สำคัญ ๆ และการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องในบางส่วนทำให้เกิดผลดีขึ้นโดยมีคะแนนสูงสุดในรอบ 12 ปี ชัดเจนเกินความคาดหวังบวกแล้วตั้งแต่เริ่มต้นของระยะเวลา การตอบแบบสอบถามมีความแข็งแกร่งมากที่สุดจากยุโรปซึ่งสอดคล้องกับการฟื้นตัวของขาเข้าผู้เยี่ยมชมยังแสดงความเชื่อมั่นที่แข็งแกร่งในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคมปัจจุบันเนื่องจากแนวโน้มของพวกเขาจะเป็นแง่ดีที่สุดในทศวรรษที่ผ่านมาและได้รับแรงหนุนจากความคาดหวังในยุโรป ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคมมีช่วงการท่องเที่ยวสูงสุดในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและแหล่งตลาดที่สำคัญของโลก (UNWTO. 2010)

ความเท่าเทียมกันในการเดินทาง การเดินทางคือ พรหมแดนที่แตกต่างถัดไปเราอาศัยอยู่บนโลกที่ยอดเยียมและเราควรจะสามารถสำรวจและสนุกกับมันได้อย่างเปิดเผย การเดินทางที่เท่าเทียมกันมันไม่มีอยู่จริงแต่มันจะเกิดขึ้นกับโลกการท่องเที่ยวแบบเกย์กำลังที่จะมีการเปิดขึ้น แต่ไม่ใช่เหตุผลที่เกิดขึ้น ทศนคติของคนจำนวนมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกย์ คือ อาชีพของเกย์มักมีรายได้เข้ามาอย่างมากมาย ถ้าหากพวกเขาอดทนต่ออาชีพของตน เงินตอบแทนดีไม่น้อยเลยทีเดียว ธุรกิจจำนวนมากยินดีที่จะใช้เงินของกลุ่มเกย์แต่ไม่ต้องการให้กลุ่มเกย์อยู่รอบข้าง

มิตรภาพของเกย์ที่นั่น มักจะมีทัศนคติที่ดีต้อนรับอย่างอบอุ่นแต่ธุรกิจนี้จะไม่ได้เกิดขึ้นจริงที่เป็นมิตรเกี่ยวกับเกย์ที่เป็นมิตร มีเว็บไซต์หนึ่งที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกย์ทั่วโลกเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลและแหล่งท่องเที่ยวสถานที่ ต่าง ๆ สำหรับเกย์ทั่วทุกมุมโลกโดยรวมอยู่ในเว็บไซต์นี้ อย่างครบถ้วนทั้ง สถานที่พัก ร้านอาหาร สถาน บันเทิงยามค่ำคืน และรวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำต่างๆ ทั่วโลกหลายประเทศมีการเปิดกว้างเพื่อสิทธิเสรีภาพของกลุ่มชายรักชายจึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วโลกที่มีรสนิยมเกี่ยวกับชายรักชายสามารถเปิดตัวและเปิดโอกาสให้กับตัวเองประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันมานานแล้วว่าเป็นศูนย์กลางของเกย์ท่องเที่ยวในเอเชีย เมื่อ 20 ปีก่อนประเทศไทยเป็นที่สมบูรณแบบผ่อนคลายเป็นมิตรและราคาถูกวันนี้ได้รับการ ค้นพบ แล้วราคาถูกยากที่จะหาและมีประชากรที่เป็นมิตร การรับจ่ายเงินในนี้นักท่องเที่ยวครั้งใหญ่แต่ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางยอดเยี่ยม เกย์ประเทศไทย (Gay Travel. 2017))

การท่องเที่ยวของประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศ การท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทย พิจารณาสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 35,381,210 ล้านคน ในภาพรวมของการท่องเที่ยวของภาคตะวันออก พบว่า มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงทั้งในด้านรายได้และอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 1 ของประเทศในปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 19,757,639 คน (Pongpanu Svetarundra, 2018)

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา แนวทางการพัฒนาศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย(เกย์) เมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกอีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวที่หลังไหลเข้ามาท่องเที่ยวไม่ขาดสายเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของการควบคุมนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาความปลอดภัยไม่ทั่วถึงจึงทำให้เกิดอาชญากรรมบ่อยครั้ง เมืองพัทยาได้มีการส่งเสริมกำลังทัพของ อปพร กลางคืนเพื่อตรวจสอบสอดส่องดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้สามารถลด การเกิดอาชญากรรมได้มากขึ้น และเมืองพัทยาได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มเติมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในด้าน

ต่างๆ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความคิดที่จะต้องการศึกษาผลวิจัยในตัวนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากหลายประเทศในตัวผู้ศึกษาวิจัยเองได้เลือกกลุ่มเฉพาะสำหรับชายรักชาย (เกย์) ที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาว่าทำไมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ส่วนใหญ่ได้เลือกเมืองพัทยาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลักและเป็นแหล่งเดียวกันและมีจุดรวมตัวที่สามารถพบปะกันได้สะดวกทั้งตอนกลางวันและตอนกลางคืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทักษะคติ แรงจูงใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาศักยภาพเมืองพัทยาในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์)

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ศึกษากลุ่มชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่พักอาศัยในเขตเมืองพัทยาโดยเมืองพัทยาได้แบ่งส่วนภายในของเมืองเป็น 4 ส่วน ได้แก่ หาดพัทยาใต้ หาดพัทยากลาง หาดพัทยาเหนือ และหาดจอมเทียน

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ว่ามีพฤติกรรม ทักษะคติ แรงจูงใจ ต่อแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาสำหรับชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) อย่างไร และเพื่อศึกษาหาศักยภาพเมืองพัทยาในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างไร

ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไปที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่พักอาศัยในเขตเมืองพัทยา และศึกษาเฉพาะกลุ่มเกย์จำนวน 400 คน

นิยามศัพท์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง

ทัศนคตินักท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นหรือความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เป็นมาจากการได้ท่องเที่ยวจนตอบสนองกับความรู้สึกนั้น ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง รวมทั้งอาจจะมีทั้งบวกและลบ

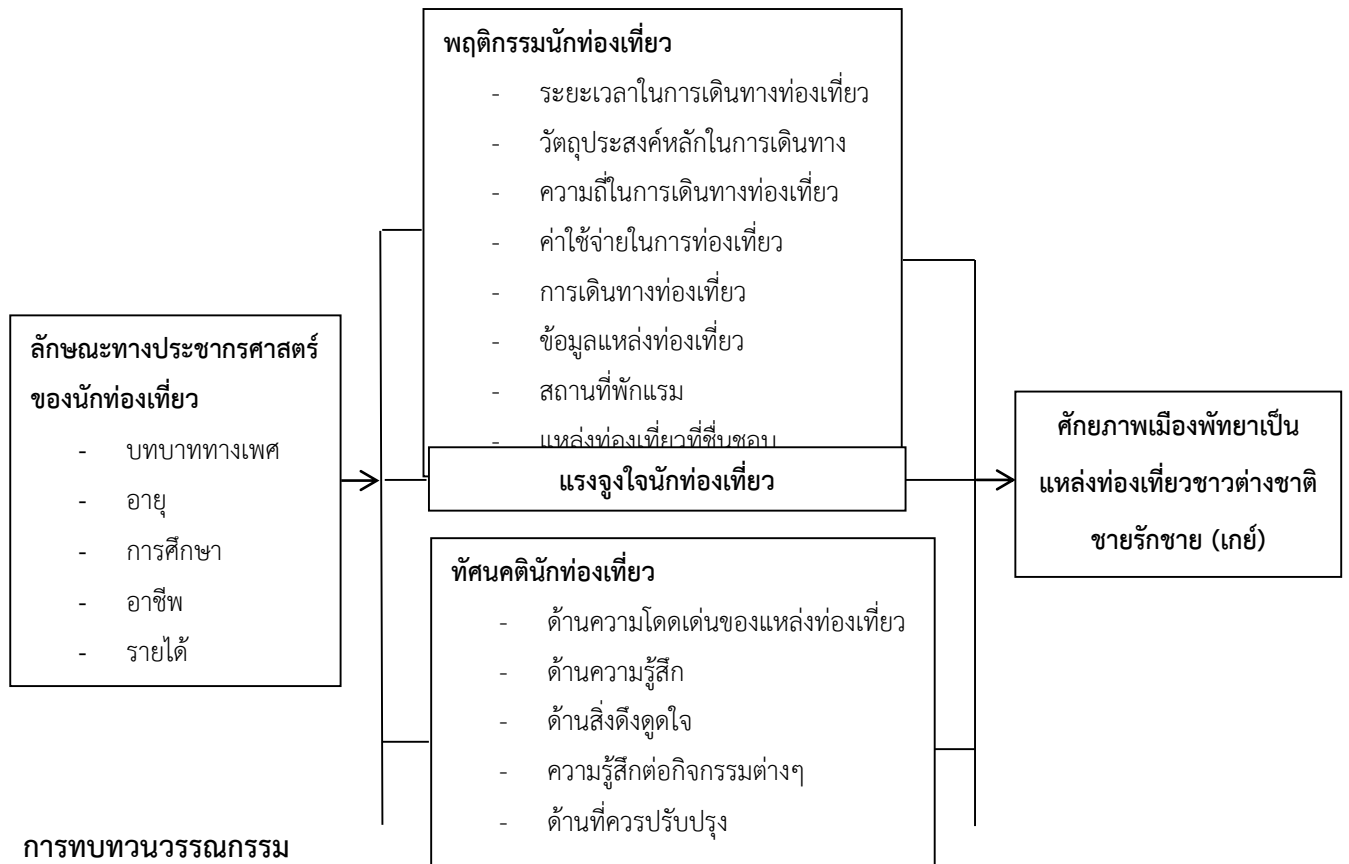
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการถูกกระตุ้นหรือยั่วให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวพักผ่อน

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถสูงสุด ที่คนคนหนึ่งสามารถทำได้ โอกาสของธุรกิจที่จะเจริญเติบโตที่วัดได้จากการเติบโตของตลาดกลุ่มเป้าหมาย กำลังซื้อ การยอมรับของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และทัศนคติที่เป็นบวกของสังคมที่ให้การยอมรับความหลากหลายทางเพศ

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศที่ตนเดินทางไปท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา

ชายรักชาย (เกย์) หมายถึง บุคคลที่มีรสนิยมทางเพศแบบรักร่วมเพศ และมีเพศสภาพที่เป็นผู้ชาย มีความสัมพันธ์ระหว่างเพศเดียวกัน แม้คำว่าเกย์ไม่ได้จำกัดความทางเพศ แต่มักใช้เฉพาะกลุ่มผู้ชายรักเพศเดียวกัน

กรอบแนวคิด



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว

ผกา มาศ ชัยรัตน์ (Phakamas Chaiyarat, 2017) กล่าวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงศักยภาพเมืองพัทยาในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเพื่อพักผ่อนระยะยาวในเขตเมืองพัทยาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นอย่างอื่นได้อย่างแท้จริง

สุภาภรณ์ หาญทอง (Supaporn Hanthong, 2000) กล่าวว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นมีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้สนใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ การกำหนดปัจจัยการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ เพื่อจะนำไปใช้ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างแม่นยำและแหล่งท่องเที่ยวนั้น มีการจัดการที่เหมาะสมต่อไป ดังนี้ 1) ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว 2) เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลาย 3) แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัย 4) สภาพแวดล้อม 5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว และ 6) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

สรุปศักยภาพของการท่องเที่ยวเป็นการเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้านเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาพักผ่อนในสถานที่แห่งนั้นและเมื่อมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นแล้วก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แหล่งไหลเข้ามาเป็นจำนวนมากและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการเตรียมความพร้อมทั้งภายนอกและภายใน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ดั่งลั่งจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเข้ามาพัก

อาศัยอยู่เป็นระยะเวลาที่ยาวนาน

แนวคิดเกี่ยวกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลนานาชาติ เชิงนิเวศ เชิงเกษตร เชิงคุณภาพ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน แหล่งท่องเที่ยวหลักของกลุ่มจังหวัดดำรงเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับสากลต่อไป นักท่องเที่ยวรายเดิมและนักท่องเที่ยวรายใหม่เพิ่มขึ้นจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและได้มาตรฐานการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยรวมทั้งประทับใจในอัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่ กลุ่มจังหวัด การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกของกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างทั่วถึงในทุกช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและระบบการสื่อสารสมัยใหม่ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่แต่ละจังหวัด

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

พัฒนารูปแบบวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์โดยชุมชนมีส่วนร่วมจัดการและสร้างจุดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว กำหนดโซน/รูปแบบท่องเที่ยวและบุคลากรท่องเที่ยว ภาคีทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยมีแผนที่ชัดเจนร่วมกัน ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น/วัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และคงเอกลักษณ์ชุมชน พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานส่งเสริมศักยภาพประกอบการในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ยั่งยืน ส่งเสริมศาสนาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้คงอยู่และยั่งยืน

ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา

พัฒนาสู่การเป็นเมืองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวระดับโลก และมหานครศูนย์กลางภูมิภาค (Innovation) แนวทางการพัฒนา/กลยุทธ์

1. เร่งรัดการพัฒนาเมืองพัทยาสู่การเป็น Smart city
2. สร้างพลวัตกิจกรรม และสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์แปลกใหม่ หลากหลาย
3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมนันทนาการ และกีฬาทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
4. เสริมสร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยาในฐานะแหล่งท่องเที่ยว สถานที่รองรับการจัดประชุมสัมมนา ที่พักอาศัย ศูนย์กลางด้านการแพทย์ หรือแหล่งทุนระดับ World class
5. สื่อสารสาธารณะสู่สังคมไทย เพื่อสร้างทัศนคติที่ถูกต้องของสำคัญของเมืองพัทยา (Research and Evaluation Department Development strategy Bureau of Strategy and Budget, 2017)

สรุปการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยาให้เกิดประสิทธิภาพนั้นทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมและดำเนินงานตามแผนงานที่ตั้งไว้เพื่อให้แผนได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งการพัฒนาศักยภาพยิ่งขึ้นไป

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ชูด้า จิตพิทักษ์ (Chuda Chitpitak, 1982, p.2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่างๆ ทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่างๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจที่ถือว่าเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น

พฤติกรรมด้านทัศนคติ (Affective domain) ทัศนคติ โดยทั่วไป หมายถึง ความรู้สึกทำที่ของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของหรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึก หรือท่าทีเหล่านี้จะเป็นไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

พฤติกรรมด้านนี้ หมายถึง ความสนใจ ความรู้สึก ความชอบ ค่านิยม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ยากแก่การมองเห็นและเข้าใจ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล พฤติกรรมด้านนี้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ให้ความสนใจ (Attending) การที่บุคคลถูกกระตุ้นจากเหตุการณ์ หรือสิ่งเร้าบางอย่าง และบุคคลนั้นมีความยินดี หรือภาวะจิตใจมีความพร้อมที่จะยอมรับ หรือให้ความพึงพอใจต่อสิ่งเร้านั้น ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักได้ถูกเงื่อนไข ความยินดีที่จะรับและการเลือกรับ

2. การตอบสนอง (Responding) การที่บุคคลถูกจูงใจให้เกิดความรู้สึกต่อสิ่งเร้าเป็นเหตุให้บุคคลพยายามที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งประกอบด้วย การยินดี ความเต็มใจและความพอใจที่จะตอบสนอง

3. การยอมรับหรือการให้ค่านิยม (Valuing) การที่บุคคลมีปฏิกิริยาแสดงว่ายอมรับว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อตนเองและได้นำไปพัฒนาเป็นของเขาย่างแท้จริง ซึ่งประกอบด้วยการยอมรับ ความชอบและค่านิยม

4. การจัดกลุ่ม (Organizing) การที่บุคคลจัดกลุ่มของสิ่งเร้าที่ตนเองให้ความสนใจและยอมรับ

5. การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by value) การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้า หรือเหตุการณ์ตามที่ตนมีการยอมรับและให้ค่านิยมไว้

สงวน สุทธิเลิศอรุณ จำรัส ต้วงสุวรรณ และฐิติพงษ์ ธรรมานุสรณ์ (Sanguan Sutthireerun, Chamrat Duangsuwan and Thitipong Thammanusorn (1979) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือกริยาที่ปรากฏทางกล้ามเนื้อ ทางสมอง ทางอารมณ์ และความรู้สึกซึ่งโดยปกติของมนุษย์และสัตว์ย่อมแสดงออกมาให้เป็นที่สังเกตเห็นได้ชัดและเห็นได้ไม่ชัด ซึ่งขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากกระตุ้นเป็นสิ่งสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย (เกย์)

ในปัจจุบันกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ไม่ได้ถือว่าเป็นเพศผิดปกติ เนื่องจากสังคมให้การยอมรับกับบุคคลที่มีบทบาททางเพศต่างไปจากเพศสภาพ อีกทั้งมีนักวิชาการสาขาวิชาต่างๆ ทำการศึกษาเพื่ออธิบายถึงธรรมชาติของคนกลุ่มนี้ ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชาย (เกย์)

ความหมายของคนรักเพศเดียวกัน ลักษณะพฤติกรรมทางเพศของมนุษย์นั้น (Thananikan Sonsinphai, 2003) แบ่งออกได้เป็น 3 แบบ ได้แก่ รักต่างเพศ และรักทั้งสองเพศ คำว่า “รักร่วมเพศ” (Homosexual) ซึ่งคำว่า “Homosexual” มาจากภาษากรีก คือ “Homo” ซึ่งมีความหมายว่า “เหมือนกัน” ส่วนคำว่า “Sexual” ความหมายว่า เกี่ยวกับเพศ ดังนั้นคำดังกล่าวจึงเหมาะสมที่นำมาอธิบายความรักระหว่างบุคคลสองคนที่มีต่อเพศเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย

ปิยรัตน์ มาร์แตง (Piyarat Marteng, 2003) ให้ความหมายไว้ว่า รักร่วมเพศหมายถึง การมีความรู้สึกทางเพศกามอารมณ์ต่อบุคคลในเพศเดียวกันและชอบสมสู่หรือร่วมเพศกับบุคคลในเพศเดียวกันด้วย รักร่วมเพศเป็นความผิดปกติทางเพศที่เน้นในเรื่องลักษณะเพศของคู่ร่วมเพศว่าจะต้องเป็นเพศเดียวกัน ชอบประกอบกามกิจด้วยวิธีแปลก และแตกต่าง มีบุคลิกภาพโดยทั่วไปแตกต่างจากคนปกติหรือรักต่างเพศ (Heterosexual) อย่างเห็นได้ชัด ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ พวกรักร่วมเพศนี้พบได้ทั้งในเพศชายและเพศหญิง พวกรักร่วมเพศในเพศชายมีชื่อเรียกว่า “Homosexual” หรือ “Gay” ในเพศหญิง “Lesbian”

คลิฟ และ ฟอเรส (Clift & Forrest, 1999) ได้อธิบายถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกี๋ โดยทำการแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1. ชีวิตสังคมเกย์และเพศสัมพันธ์ (Gay Social Life and Sex)

2. วัฒนธรรมและภูมิทัศน์(Culture and Sight)

3. ความสะดวกสบายและผ่อนคลาย(Comfort and Relaxation)

กล่าวโดยสรุป คนรักเพศเดียวกัน คือ ผู้มีความรู้สึกรักและชอบกันกับบุคคลเพศเดียวกันอาจมีความสัมพันธ์ทางเพศกับเพศเดียวกันหรือไม่ก็ได้ คนรักเพศเดียวกันแบ่งออกเป็นชายรักชาย และหญิงรักหญิง ซึ่งการเรียกคนรักเพศเดียวกันได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและการแสดงออกของแต่ละคน

บงกชมาศ เอกเอี่ยม (Bongkotmat Ek-lam, 1989) สรุปไว้ว่า รักร่วมเพศ หรือ Homosexual นั้นเป็นการเสนอภาพของผู้รักร่วมเพศทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นกะเทย ตั๊ด และเกย์ ซึ่งต้องการมีความสัมพันธ์ทางเพศกับเพศชายด้วยกัน หรือแม่แต่ทอม (Tomboy) และดี้ (Lady) ที่มีความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างเพศหญิงในลักษณะของเลสเบี้ยน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบญญาภา อยุโทธิ์ทอง และสมบัติ กาญจนกิจ (Benyapha Yuenphothong & Sombat Kanchanakit, 2016) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาติด้านเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาติด้านส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 จากกลุ่มประเทศต้นทาง อาเซียน เอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา อย่างละเท่าๆกัน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปี \$10,000-\$20,000 ด้านพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวชาติด้านส่วนใหญ่เดินทาง มาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจำนวน 2-3 ครั้ง ฟานักในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่าจำนวน 5 วัน เดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทย มีความถี่ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีจำนวน 2-5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายรวมต่อมื้อในการรับประทานอาหารริมบาทวิถีระหว่าง 51-100 บาท มีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย มีการตัดสินใจในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเองมากที่สุด

วิชยานันท์ พอค้า (Wichayan Phorka, 2016) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมตลาดเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับผู้บริโภคกลุ่มชายรักชาย (เกย์) กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยเชิงประมาณพบว่า คนที่เป็นเกย์ในปัจจุบันที่แต่งตัวเป็นชายและมีปฏิกริยาเป็นชายมากกว่านั้นนิยมที่จะไปใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว สำหรับคนทั่วไปที่เป็นมิตรกับเกย์มากกว่าที่จะไปใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับเกย์ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จะเห็นได้ว่าภาครัฐจะต้องมีนโยบายในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับเกย์และควรมีการรณรงค์ทางสังคมให้คนยอมรับการดำรงอยู่ของความหลากหลายทางเพศ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการ โอกาสที่จะสำเร็จจะสูงขึ้น เพราะมีความเข้าใจความต้องการของเกย์โดยจะต้องให้ความสำคัญกับการปลูกฝังวัฒนธรรมของความ เป็นมิตรกับเกย์ให้กับพนักงานทั้งองค์กร

กฤษ เตชะประเสริฐ (Krit Techaprasert, 2013) ได้ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่อาศัยในเขตจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่กลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่อาศัยในเขตจังหวัดขอนแก่นมีความสนใจ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่กลุ่มชายรักชาย (เกย์) มีความสนใจกิจกรรมเดินป่า ดูนก ธรรมชาติ กิจกรรมเลือกซื้อสินค้า ซ็อบปิ้งและกิจกรรมแข่งกีฬาสร้างแรงจูงใจในระดับการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด

ปริญทร์ นาคสิงห์ (Purin Naksing, 2004) ได้ศึกษาเกย์: กระบวนการพัฒนาเอกลักษณ์และวิถีชีวิตทางเพศ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาเอกลักษณ์ความเป็นเกย์เอาไว้ค่อนข้างน่าสนใจว่ามีอยู่ 3 ขั้นตอนด้วยกัน คือ ขั้นที่หนึ่ง เริ่มรู้สึกว่ามันแตกต่างจากผู้ชายคนอื่น ขั้นที่สอง เริ่มสงสัยว่าตนเป็นเกย์ขั้นที่สาม เริ่มยอมรับ และ

เปิดเผยตัวเองต่อชุมชนชาวเกย์ หลังจากนั้นจึงพัฒนาไปสู่ความคาดหวังเรื่องคนรักและชีวิตคู่ระหว่างชายรักชายด้วยกันแม้ว่าทุกวันนี้ สังคมไทยจะยอมรับสถานภาพของชายรักชายมากขึ้น แต่ถ้าถามพ่อแม่ที่มีลูกชายว่า หากลูกโตขึ้นเป็นเกย์จะยอมรับได้ไหม เชื่อว่าพ่อแม่ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถทำใจยอมรับได้ เพราะหากสามารถเลือกคำตอบสุดท้ายได้เอง พ่อแม่ทุกคนคงอยากให้ลูกมีความรักต่างเพศมากกว่ารักเพศเดียวกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทักษะคิด แรงจูงใจ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) เพื่อศึกษาศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) โดยรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินการวิจัย มีดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นกลุ่มชายรักชายชาวต่างชาติ (เกย์) ที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยา ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของคอเครน (W.G.Cochran, 1953) ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n) ที่ใช้ในการศึกษา เท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง จึงทำการเก็บจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นเวลา 2 เดือน คือเดือนเมษายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาวิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในด้านพฤติกรรม ทักษะคิด แรงจูงใจนักท่องเที่ยว ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา ของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) โดยเลือกใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยา แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ บทบาททางเพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ประกอบด้วย ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวพร้อมไปกับใคร ประเภทของสื่อที่เลือกรับข้อมูล ประเภทที่พักแรมที่ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ

ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและแรงจูงใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองพัทยา ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ศึกษาวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window (Statistical Package for Social Science) ซึ่งเป็นโปรแกรมทางสถิติที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการ

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จะวิเคราะห์ผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการหาค่าคงที่ (Fixed rate) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าคงที่ (Fixed rate) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติและแรงจูงใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายทัศนคติและแรงจูงใจของเมืองพัทยาในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตั้งสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตั้งสมมติฐานโดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) และสถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ One-Way ANOVA มาวิเคราะห์การทดสอบว่าข้อมูลในแต่ละกลุ่มที่จำแนกนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่ให้ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ส่วนใหญ่ มีลักษณะบทบาททางเพศที่มีลักษณะทั้งชายและหญิง (ไบท์) โดยมีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป สัญชาติ สหรัฐอเมริกา ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ด้านการประกอบอาชีพหลักพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ในเมืองพัทยา

ผลการศึกษาดูพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ในเมืองพัทยา พบว่า ระยะเวลาในการเดินทางส่วนใหญ่มากกว่า 15 วันขึ้นไป วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป/ปี และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคูร์ก/แพน ประเภทของสื่อที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้มากที่สุดคือสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต มากกว่าครึ่งพักผ่อนที่อพาร์ทเมนท์/คอนโด แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุดคือย่านจอมเทียนคอมเพล็กซ์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.73) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

ด้านความรู้สึกต่อกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นสำหรับเกย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง

ด้านความรู้สึก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ รู้สึกผ่อนคลาย/อบอุ่น/มีความสุข

ด้านความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคุ้มค่า/คุ้มราคา

ด้านความคิดเห็นในแต่ละด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากแต่เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสวยงามและทิวทัศน์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

กลุ่มตัวอย่างมีระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ประหยัดและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาได้แก่ โอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.03) โอกาสในการเข้าสังคมพบปะเพื่อนเกย์ใหม่ๆ มีการยอมรับและสังคมเปิดกว้างสำหรับเกย์ และมีอิสระในการแสดงออกถึงบทบาททางเพศของเกย์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน = 4.01) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การพบปะญาติพี่น้อง/คนรัก (ค่าเฉลี่ย = 3.21) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ศักยภาพเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

ข้อมูลประชากรศาสตร์ของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบทบาททางเพศแบบเกย์ที่มีลักษณะทั้งชายและหญิง (ไบท์) ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 51 ปีขึ้นไป และสัญชาติสหรัฐอเมริกา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นอาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤต เตชะประเสริฐ (Krit Techaprasert, 2013) ซึ่งได้ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชายรักชาย (เกย์) ที่อาศัยในเขตจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบทบาททางเพศแบบเกย์ที่มีลักษณะหญิง (ควีน) ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก และผลการวิจัยของเบญญาภา อยู่โพธิ์ทอง และสมบัติ กาญจนกิจ (Benyapha Yuenphothong & Sombat Karnchanakit, 2016) มีความสอดคล้องในเรื่องของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีสัญชาติมาจากยุโรป ระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี โดยได้ศึกษาถึง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จากกลุ่มต้นทางทางยุโรป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง \$10,000-\$20,000

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ในเมืองพัทยา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ในเมืองพัทยา ถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 15 วันขึ้นไป จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป/ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาในครั้งนี้มากกว่าครึ่งตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับใครส่วนมากเดินทางพร้อมกับคู่รัก/แฟน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ประเภทของสื่อที่เลือกรับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งเลือกรับสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 ประเภทที่พักแรมที่ใช้บริการมากกว่าครึ่งพักแรมที่อพาร์ทเมนท์/คอนโด จำนวน 240 คน

คิดเป็นร้อยละ 60.0 แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ชื่นชอบขบายนจอมเทียนคอมแพ็ค จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ซึ่งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phimphan Bunruang (2003) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในทางมาเยือน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีในเขตเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมกับเพื่อน/ญาติ มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-10 คน การตัดสินใจร่วมกันสิ่งจูงใจให้มาเยือนเกิดจากคำเชิญชวนจากเพื่อน/ญาติและได้รับข้อมูลจากคำบอกเล่าของผู้ที่เคยไปเยือน ลักษณะการเดินทางเป็นการเดินทางมาเองโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักมาเพื่อความบันเทิงและการพักผ่อน ส่วนใหญ่จะพักค้างแรมในเมืองพัทยา และเลือกพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท โดยมีระยะเวลาพักโดยเฉลี่ยประมาณ 1 คืน รับประทานอาหารที่ร้านอาหารตามสั่งผู้มาเยือนส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการออกก่อนการเดินทาง ค่าใช้จ่ายตลอดการมาเยือนน้อยกว่า 1,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ชำระค่าบริการต่างๆด้วยเงินสด

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้สึกต่อกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นสำหรับเกย์ (ค่าเฉลี่ย = 3.81) รองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (ค่าเฉลี่ย = 3.79) ด้านความรู้สึก (ค่าเฉลี่ย = 3.75) ด้านความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.70) และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความคิดเห็นในแต่ละด้าน (ค่าเฉลี่ย = 3.57) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Chuda Chitpitak, 1982, p.2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักการในการประเมินสิ่งต่างๆ ทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่างๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจที่ถือว่าเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น พฤติกรรมด้านทัศนคติ (Affective domain) ทัศนคติ โดยทั่วไป หมายถึง ความรู้สึกทำที่ของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของหรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึก หรือท่าทีเหล่านี้จะเป็นไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างมีระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ประหยัดและสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมาได้แก่ โอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.03) โอกาสในการเข้าสังคมพบปะเพื่อนเกย์ใหม่ๆ มีการยอมรับและสังคมเปิดกว้างสำหรับเกย์ และมีอิสระในการแสดงออกถึงบทบาททางเพศของเกย์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน = 4.01) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การพบปะญาติพี่น้อง/คนรัก (ค่าเฉลี่ย = 3.21) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ S. Clift & Forrest (1999) ได้อธิบายถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเกย์ โดยทำการแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 3 กลุ่มคือ ชีวิตสังคมเกย์และเพศสัมพันธ์ วัฒนธรรมและภูมิทัศน์ ความสะดวกสบายและผ่อนคลาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ภาครัฐ ควรมีการนำผลวิจัยดังกล่าวข้างต้นมาประกอบการพิจารณาถึงความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติชายรักชาย (เกย์) เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพภาพเมืองพัทยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ควรมีการหารือและนำข้อเสนอแนะเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานภาครัฐของเมืองพัทยาเพื่อประกอบการพิจารณาในการดำเนินงานเพื่อการทำสื่อโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวเรื่องนักท่องเที่ยวชายรักชาย (เกย์) เพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวแล้วสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับชายรักชาย (เกย์) ที่ชาวโลกให้ความสนใจในศักยภาพเมืองพัทยาของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชายรักชาย (เกย์) และเพศทางเลือก

References

- Benyapha Yonphothong and Sombat Kanchanakit. (2016). Behavior and satisfaction of international tourists about Thai food along the way Bangkok. *Academic Journal of the Institute of Physical Education*. 9(1), 91-105.
- BongkotMat Ak-eiam. (1989). *Gay development processes and maintaining homosexual identity*. (Master's thesis), Thammasart University.
- Chuda Chitpitak. (2525). *Behavioral science*. (2nd edition). Bangkok: Public masses.
- Clift, Stephen & Forrest, Simon. (1999). Gay Man and Tourism: Destinations and Holiday Motivations. *Tourism Management*. 20:615-625.
- Gay Travel. (2017). *Gaycation & gay friendly hotels*. Retrieved October 10, 2017, from www.gaytravel.com
- Krit Techaprasert. (2013). *Tourism behavior of male-homosexual (gay) men living in Khon Kaen province*. (Master's thesis), Khonkaen University.
- Phakamas Chaiyarat. (2017). *Integrated Tourism Development Plan, Udon Thani Province*. (Master's thesis), University of Phayao, Phayao.
- Piyarat Marteng. (2003). *Guidelines for providing education for understanding the lifestyles of same-sex lovers*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Pongpanu Svetarundra. (2018). *Press release on the tourism situation in December 2017*, Mr. Pongpanu Svetarundra, Permanent Secretary for Tourism and Sports. Bangkok.
- Purin Nakasing. (2004). *Identity and sexual life development process*. (Master's thesis), Thammasat University.
- Research and Evaluation Department Development strategy Bureau of Strategy and Budget. (2017). *Briefing on Pattaya City*. Chon Buri.
- Sanguan Sutthireerun Chamrat Duangsuwan and Thitipong Thammanusorn. (1979). *Social psychology*. Bangkok: Chaisiri printing.
- Supaporn Hanthong. (2000). *Tourism Management Potential in Phatthalung Province*.

Bangkok: National Institute of Development Administration

Thananikan Sunthayapai. (2003). *Factors influencing women to be women love women in Bangkok*. (Master's thesis), Chulalongkorn University.

UNWTO. (2010). *The Gay and Lesbian Tourism Market January 2010*. Retrieved December 16, 2017, from www.unwto.org.

W.G.Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Wichayanan Phorka. (2016). *Guidelines for the development of a marketing strategy for tourism business for male-male-male (gay) consumers in Bangkok*. (doctoral dissertation), Phayao University.

Received : 11 July, 2018

Revised : 22 August, 2018

Accepted : 15 September, 2018