

# พฤติกรรมและแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดง Drag Queen ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

Behavior and Motivation of Thai and Foreign Tourists Watching Drag Queen Shows in Silom, Bangkok

อาชาคริส นาคขาว<sup>1</sup>, ศุภิสรา ใจกำแหง<sup>2</sup> และฐิติมา อังกรวัชรพันธุ์ \*

Archakrit Nakkaw, Supisara Jaikumhaeng and Thitima Angkurawacharapan

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเข้าชมการแสดงแดร็กควีน ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของคอคแรน (Cochran) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 140 คน เก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคนไทยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของชาวต่างชาติน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 USD ผลการวิเคราะห์สถิติของพฤติกรรมในระดับมากที่สุด พบว่า มีจำนวนคนที่เข้าชมการแสดงแดร็กควีน 1 ครั้ง 69 คน วัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง 110 คน เข้าชมกับเพื่อน 106 คน เดินทางโดยรถไฟฟ้า 55 คน มีค่าใช้จ่ายต่อการเข้าชมอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท 69 คน ซื้อตั๋ว walk in 72 คน และรับรู้ข่าวสารจากโซเชียลมีเดีย 76 คน โดยแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการพัฒนาตัวเอง ( $\bar{x}=3.98$ ) ด้านบุคคล ( $\bar{x}=4.02$ ) ด้านการตอบสนองอารมณ์บางอย่าง ( $\bar{x}=4.18$ ) ด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ ( $\bar{x}=4.19$ ) และด้านวัฒนธรรม ( $\bar{x}=4.23$ ) ตามลำดับ ซึ่งด้านสรีระหรือทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.27$ ) คือ เดินทางมาเข้าชมเพื่อความตื่นเต้น ( $\bar{x}=4.31$ ) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจ พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน

คำสำคัญ: แดร็กควีน , แรงจูงใจ , พฤติกรรมนักท่องเที่ยว , นักท่องเที่ยว

## Abstract

This research was quantitative. The purpose was to study the behavior and motivation of Thai and foreign tourists watching Drag Queen shows in Silom, Bangkok. The research tool was a questionnaire, the sample size was 140 people, selected according to Cochran's formula and collected using a multi-stage

<sup>1</sup> คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup> Faculty of Environmental Culture and Ecotourism (Integrated Tourism Management)

\* Corresponding author e-mail: (thitima@g.swu.ac.th)

sampling method including quota sampling and accidental sampling. Statistical analysis used in data analysis is inferential statistics. The results showed that most tourists were females, aged between 20 - 29 years, with a bachelor's degree, the occupation was student, and the average monthly income of Thai tourists was less than or equal to 15,000 baht, while the average monthly income of foreign tourists was less than or equal to 3,000 USD. Statistical analysis of the highest-level behavior showed that 69 people watched a Drag Queen show once, 110 people watched for entertainment, 106 people watched the show with friends, 55 people used the Skytrain and metro for transportation, 69 people had an expenditure per person per visit of less than or equal to 1,000 baht, 72 bought walk-in tickets, and 76 received information from social media. The motivation was at a high level, including self-improvement motivation ( $\bar{x}=3.98$ ), personal motivation ( $\bar{x}=4.02$ ), emotional needs ( $\bar{x}=4.18$ ), tourism for status ( $\bar{x}=4.19$ ), cultural motivation ( $\bar{x}=4.23$ ) and physical motivation was at the highest level ( $\bar{x}=4.27$ ) which was for the excitement ( $\bar{x}=4.31$ ). The results showed statistical significance at the 0.05 level, and the comparison of demographic characteristics with motivation revealed that demographic characteristics are another factor influencing the motivation to watch drag queen shows.

**Keywords:** Drag Queen, Motivation, Tourist Behavior, Tourists

## บทนำ

จากการคาดการณ์แนวโน้มทางเศรษฐกิจของประเทศไทยภายหลังจากการเกิดโรคระบาดโควิด-19 รัฐบาลไทย ได้มีมาตรการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวสถานบันเทิง ส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2567) โดยนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่มเดินทางเข้ามาเพื่อรับชมความบันเทิงในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม เป็นการแสดงอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันธุรกิจด้านการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก แต่ถือได้ว่ามีบทบาทที่โดดเด่นในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา พร้อมกับโลกออนไลน์ก็ได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงมาจนถึงปัจจุบัน

ด้วยการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ที่เป็นการแสดงโชว์ที่เน้นสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เสริมสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ และให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังมีความเข้าใจว่า การแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) เป็นการแสดงประเภทเดียวกับคาบaretโชว์ แต่แท้จริงแล้วการแสดงประเภทนี้มีศิลปะทางความคิดเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งการคิดค้นตัวตนในการแสดงโชว์ การออกแบบเสื้อผ้า การแต่งหน้าทำผม ล้วนแล้วแต่ต้องใช้ความคิดเฉพาะตัวทั้งนั้น ซึ่งด้วยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ของนักท่องเที่ยว ทำให้การแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ยังไม่ได้เป็นที่นิยมแก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่น ๆ มากนัก อีกทั้งธุรกิจการแสดงแดร็กควีน ในพื้นที่สีลมนั้นยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ที่เป็นที่รู้จักเพียงแค่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ซึ่งจากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในทุกปี จากสถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2567 ในเดือนมกราคมที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยว

ต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยกว่า 3,035,296 คน โดยสัญชาติที่เดินทางเข้ามามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ซึ่งเมื่อเทียบจากปี 2566 พบว่า นักท่องเที่ยวในปี 2567 มีอัตราการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 41 แสดงให้เห็นผ่านการเพิ่มเที่ยวบินสำหรับการท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ประกอบกับมาตรการด้านวีซ่าสำหรับบางประเทศ ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) ในปัจจุบันการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) นั้นก็มีการเติบโต และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากกระแสรายการ แดร็ก เรซ ไทยแลนด์ (Drag Race Thailand) และได้รับกระแสตอบรับอย่างล้นหลามจากผู้รับชมชาวไทยและชาวต่างชาติ มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปรับชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) อย่างไม่ขาดสาย (ฐิติกาญจน์ กาญจนภักดิ์, 2561) ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาและการผลักดันธุรกิจการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) กลับเกิดปัญหา เนื่องจากพบว่า แดร็กควีน (Drag Queen) นั้นยังไม่ได้รับการผลักดันในประเทศไทยมากนัก รวมถึงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแดร็กควีน (Drag Queen) ในประเทศไทยมีน้อย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแดร็กควีน (Drag Queen) ก่อนข้างจะหายาก จากการศึกษา พบว่ามีการศึกษาเพียงเรื่อง อัตลักษณ์และความเท่าเทียม (โชติกา ปัทมาภรณ์, พิษญาณี พูนพล และ ปิยดา สมบัติวัฒนา, 2565) โดยยังขาดในเรื่องพฤติกรรม และแรงจูงใจ ด้วยเหตุผลข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม และแรงจูงใจในการรับชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร เพื่อให้สามารถนำมากำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและทราบถึงแนวทางในการสร้างแรงจูงใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) มากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแดร็กควีน

“แดร็ก” มีที่มาจาก “Dressed Resembling A Girl” หรือ “แต่งตัวเหมือนผู้หญิง” เป็นกลุ่มคนที่กลายเป็นชายแต่มีทักษะความสามารถที่โดดเด่นด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะการแต่งหน้า การตัดเย็บ การเต้นแสดงโชว์มีการใช้ลีลาท่าทางในการแสดงที่เกินจริง ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อการแสดงและความบันเทิง โดยจะออกมาเปิดเผยอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนผ่านสถานบันเทิงต่าง ๆ ที่แสดงออกถึงความเป็นผู้หญิงได้อย่างสวยงามและเกินจริง โรงละครโกลบของคณะ Lord chamberlain เป็นคณะละครของวิลเลียม เชกสเปียร์ จะไม่ได้อนุญาตให้ผู้หญิงทำการแสดงด้วยเหตุผลทางศาสนา นักแสดงชายส่วนหนึ่งจึงต้องแต่งหน้าเพื่อรับบทบาทตัวละครหญิงแทน และถูกเรียกว่า “Drag” ต่อมาคำว่า แดร็ก จึงถูกผนวกเข้ากับคำว่า ควีน เป็นผลให้คำว่า “Drag Queen” กลายเป็นคำนิยามของผู้ชายที่แต่งตัวเป็นผู้หญิงเพื่อการแสดง (วิภาดา รัตนติลก ณ ภูเก็ต และ ดิอนา คาซา, 2563)

### แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์

คอตเลอร์ และ เคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2016) กล่าวว่า ตัวแปรการแบ่งส่วนตลาดด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย คือสิ่งที่ใช้วัดค่าสถิติของประชากรเพื่อใช้ในการแบ่งกลุ่มประชากร โดยสามารถแบ่งเป็นปัจจัยต่าง ๆ คือ เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ที่มีความต่างกันของแต่ละบุคคล ส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมความต้องการและความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

### แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คอตเลอร์ (Kotler, 1997) กล่าวว่า ความเข้าใจการตอบสนองของสิ่งเร้าในสภาพแวดล้อมและการตลาดจะผ่านเข้าสู่จิตสำนึกของผู้ซื้อ บุคลิก ลักษณะนิสัย และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อนำไปสู่การตัดสินใจซื้ออย่างใดอย่างหนึ่งโดยใช้ 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?) คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) เพื่อให้ทราบกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยกำหนดจากปัจจัยต่าง ๆ
2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the customer buy?) คือ การวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าในการซื้อสินค้าและบริการ (Objects)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why does the customer buy?) คือ การวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ ว่าทำไมลูกค้าต้องการซื้อสินค้า (Objective)
4. ใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom participate in buying?) คือ การวิเคราะห์ใครที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (Organization) ใครเป็นผู้ริเริ่มในการไป และใครบ้างที่มีส่วนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) คือ การวิเคราะห์ถึงโอกาสในการซื้อหรือลูกค้าซื้อเมื่อใด (Occasions) ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการตัดสินใจซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?) คือ การวิเคราะห์ช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้า (Outlets)
7. ผู้บริโภคซื้อได้อย่างไร (How does the customer buy?) คือ กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Operation) มีการค้นหาข้อมูลประเมินทางเลือกถึงสิ่งที่ทำให้ลูกค้ายอมตกลงซื้อสินค้า ซื้อได้อย่างไร

### แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ

ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว จะทำให้ทราบถึงความต้องการในการเดินทาง รวมถึงยังสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้คนเดินทาง จำแนกออกเป็น 6 ชนิด ดังนี้ (Swarbrooke, 1999 อ้างอิงใน เลิศพรภาระสกุล, 2556)

1. แรงจูงใจทางด้านสรีระหรือทางกายภาพ (Physical) คือ ความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ จากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน มีความต้องการที่จะได้พักผ่อนและหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ
2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural) คือ ความสนใจที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวชมบ้านเมือง ได้เห็นสถาปัตยกรรม วิถีชีวิตที่แปลกใหม่
3. การท่องเที่ยวเพื่อต้องการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง (Emotional) คือ นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะต้องการเห็นสิ่งที่เป็อดีต สิ่งที่ทำไม่ได้ในโลกปัจจุบัน บางคนชื่นชอบการใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมที่แตกต่างไปจากโลกปัจจุบัน
4. การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ (Status) คือ แรงจูงใจที่อยากได้ชื่อว่าเดินทางไปท่องเที่ยวแล้วมีหน้ามีตา มีคนพุดถึงหรือชื่นชมเมื่อทำได้สำเร็จ
5. แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง (Personal Development) คือ การเดินทางเพื่อหาความรู้และทักษะใหม่
6. แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล

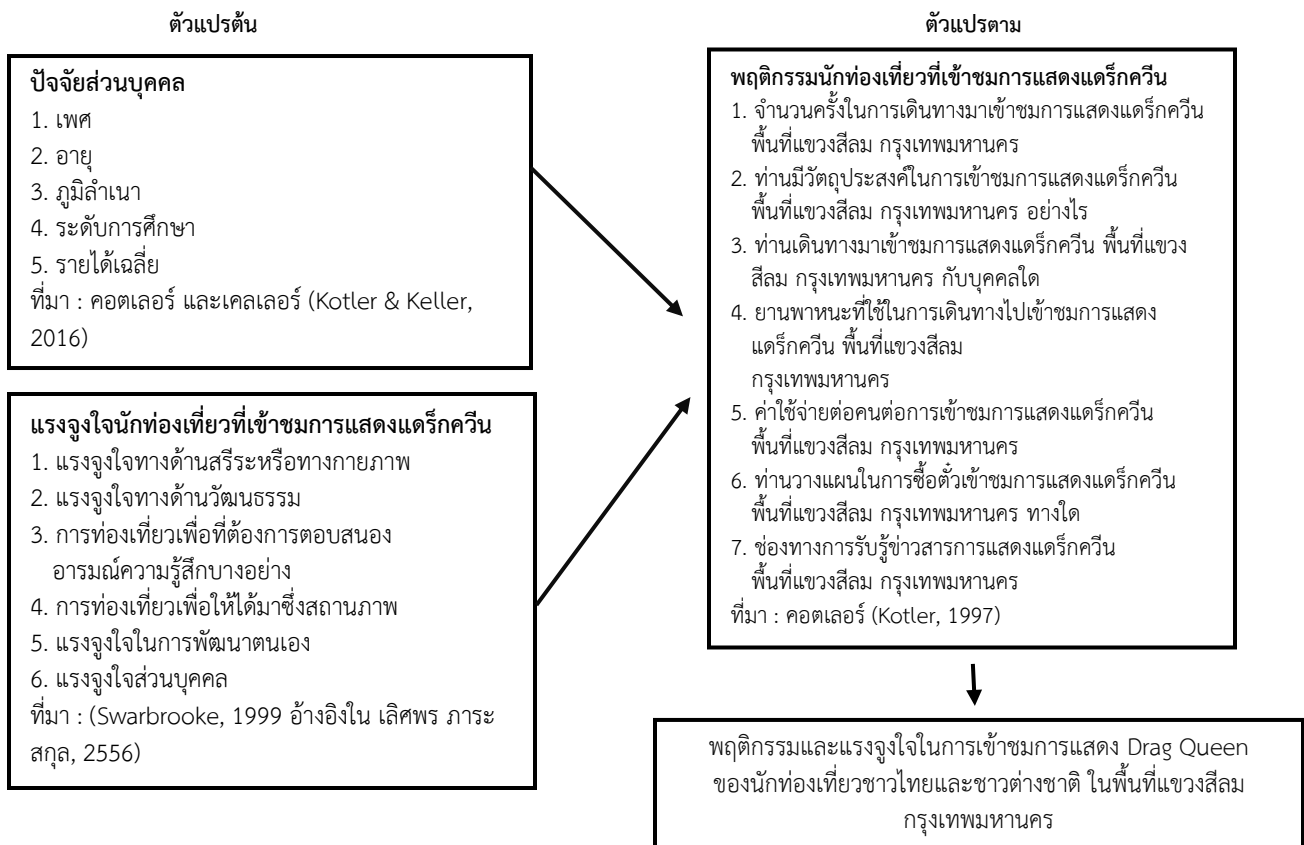
### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริมชญา คิวาบุตรี (2557) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวัง และ พฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 22 - 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท ซึ่งเพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน และพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตต่างประเทศต่อครั้งมากกว่าผู้บริโภคเพศชาย อาจเนื่องมาจาก ผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่จะมีความชื่นชอบคลังโคลีในตัวศิลปินมากกว่าเพศชาย ทำให้มีแรงจูงใจและยอมจ่ายในราคาที่สูงกว่า เพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับศิลปินมากยิ่งขึ้น

จาง เหวย (2561) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดง สวประภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า แรงจูงใจด้านหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสวประภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี คือ ความต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และแรงจูงใจด้านดึงดูด คือ นักแสดงสวประภทสองมีชื่อเสียงและสวยงาม

ศิริพันธ์ รักเรียนรบ (2546) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มากที่สุด ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจที่น้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และปัจจัยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เป็นแรงจูงใจที่น้อยที่สุด คือ การท่องเที่ยวเพื่อเพชรรส

### กรอบแนวคิดการวิจัย



## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดง Drag Queen ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษา

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป บริเวณพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกใช้ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร แต่กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรอย่างแน่ชัดได้ จึงใช้สูตรการกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ 5%

$$\text{โดยใช้สูตร} \quad \text{จากสูตร} \quad n = \frac{(t)^2(p)(q)}{(d)^2}$$

โดย n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

t คือ ค่าระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ มีค่า 1.96

ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า T = 1.96

p คือ การประมาณค่าความแปรปรวน ซึ่งกำหนดไว้ที่ 0.25 โดยมีสัดส่วนสูงสุดที่เป็นไปได้ไม่เกิน 1 ซึ่งในสูตรนี้  
เลือกใช้ค่า p = 0.9

q คือ การประมาณค่าความแปรปรวน ซึ่งกำหนดไว้ที่ 0.25 โดยมีสัดส่วนสูงสุดที่เป็นไปได้ ซึ่งนำ 1 - 0.9 เพื่อสร้าง  
ขนาดตัวอย่างสูงสุดที่เป็นไปได้ ทำให้ค่า q = 0.1

d คือ ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ มีค่า 0.05

$$\text{แทนค่าในสูตร} \quad n = \frac{(1.96)^2(0.9)(0.1)}{(0.05)^2}$$

$$n = 138.2976 \approx 140 \text{ คน}$$

ดังนั้นจากการคำนวณ พบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 140 คน ซึ่งผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งผู้วิจัยเก็บตัวอย่างแบบโควตาเพื่อต้องการศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจ โดยกำหนดโควตาแบ่งเป็นร้อยละ 50 และขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จึงเลือกเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวทั้งหมด 140 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 70 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 70 คน โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เคยรับชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยควรคำนึงถึงการนำปัจจัยต่าง ๆ หลายอย่างมาประกอบกัน (Librero, 1985 อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ให้เหมาะสมกับสถานที่เพื่อเก็บข้อมูลและศึกษาตามหัวข้อวิจัย ดังนี้

เนื่องจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีขนาดเล็ก และไม่สามารถระบุจำนวนประชากรอย่างแน่ชัดได้ จึงใช้สูตรการกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ 5% ด้วยเวลาที่มีอย่างจำกัดและกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดเล็ก ในการเก็บประชากร

กลุ่มตัวอย่าง 140 คน จึงเพียงพอต่อการเก็บข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เคยรับชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 2.1 ขั้นตอนการสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากหนังสือ เอกสาร หรืองานวิจัยที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวิจัยที่จัดทำ โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำ เพื่อให้ข้อมูลที่นำมาใช้ในการจัดทำแบบสอบถามตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยมากที่สุด

2) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่านตรวจสอบเพื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม วัตถุประสงค์ และเนื้อหา (IOC: Index of item objective congruence) ซึ่งค่าที่ได้ต้องมีมากกว่า 0.5 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.88

3) นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนจะนำไปทดลองใช้กับกลุ่มคนที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (Try Out) หลังจากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าที่ได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป ถือว่าเป็นค่าที่เป็นที่ยอมรับทางสถิติ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2545) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.89 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับให้เกิดความสมบูรณ์

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถาม แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถาม แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ในส่วนนี้จะเป็นการตั้งคำถามแบบเลือกตอบ มากถึงน้อย 5 ระดับ (Likert Scale) จากส่วนที่ 3 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

โดยใช้เกณฑ์ระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนน 1 = 1.00 - 1.80 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด

คะแนน 2 = 1.81 - 2.60 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับน้อย

คะแนน 3 = 2.61 - 3.40 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับปานกลาง

คะแนน 4 = 3.41 - 4.20 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมาก

คะแนน 5 = 4.21 - 5.00 หมายถึง มีแรงจูงใจในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.2 พฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.3 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

1.4 ทดสอบค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้ง 2 กลุ่มว่าแตกต่างกันหรือไม่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Independent Sample T-test ซึ่งเป็นการทดสอบค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มของประชากร ที่ข้อมูลเป็นอิสระต่อกัน โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ คณะผู้วิจัยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

1.5 การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ระหว่างแรงจูงใจแรงจูงใจในการเข้าชมกับเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่มกรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ ด้วยวิธีเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ Scheffe โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ คณะผู้วิจัยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

1.6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะนำความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนหรือสอดคล้องกัน มาทำการแจกแจงความถี่ และนำเสนอในรูปแบบความเรียง

### ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของการเข้าชมการแสดงแดร็กควีนจำนวน 140 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 77.9 คนไทยมีภูมิลำเนาภาคกลาง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และชาวต่างชาติมีภูมิลำเนาทวีปเอเชีย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 68.6 อาชีพเป็นนักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของคนไทยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของชาวต่างชาติน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 USD จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร



การวิเคราะห์พฤติกรรมการเข้าชมการแสดงแดร็กควีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร พบว่า มีความถี่ในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน 1 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9 โดยส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการเข้าชมเพื่อความผ่อนคลายและความบันเทิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเข้าชมกับเพื่อนจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 โดยนิยมเดินทางมาโดยใช้รถไฟฟ้า จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 โดยค่าใช้จ่ายต่อคนต่อการเข้าชมอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 ซื้อตั๋วแบบ walk in จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 เป็นส่วนมาก และมีการรับรู้ข่าวสารการแสดงแดร็กควีน จากโซเชียลมีเดีย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3

**ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร**

**ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจการเข้าชมการแสดงแดร็กควีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ**

| แรงจูงใจ  | $\bar{x}$ | S.D. | การแปลผล  |
|---|-----------|------|-----------|
| <b>1.ด้านสรีระหรือทางกายภาพ</b>   | 4.27      | 0.65 | มากที่สุด |
| 1.1 เดินทางมาชมการแสดงแดร็กควีน เนื่องจากสถานที่ทำการแสดงอยู่ใกล้ทำเลที่เหมาะสมสามารถเดินทางได้ง่าย                           | 4.23      | 0.83 | มากที่สุด |
| 1.2 เดินทางมาชมการแสดงแดร็กควีนเพื่อต้องการความตื่นเต้นเร้าใจ   | 4.31      | 0.78 | มากที่สุด |
| <b>2.ด้านวัฒนธรรม</b>   | 4.23      | 0.60 | มากที่สุด |
| 2.1 เดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน เนื่องจากมีการนำเอกลักษณ์การแต่งกายหรือแต่งหน้าที่มีความโดดเด่นมาใช้ในการแสดง              | 4.26      | 0.78 | มากที่สุด |
| 2.2 เดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน เพื่อต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและประสบการณ์ใหม่ ๆ  | 4.29      | 0.78 | มากที่สุด |
| 2.3 เดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน เพื่อต้องการมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้แสดงแดร็กควีนและสถานที่ท่องเที่ยว              | 4.12      | 0.97 | มาก       |
| <b>3.ด้านการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง</b>   | 4.18      | 0.64 | มาก       |
| 3.1 เดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน เพื่อต้องการความสนุกสนาน เพลิดเพลิน  | 4.46      | 0.74 | มากที่สุด |
| 3.2 เดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน เพื่อต้องการพบปะ บุคคลที่มีชื่อเสียง นักร้อง นักแสดง อินฟลูเอนเซอร์ที่ชื่นชอบ (Influencer) | 3.79      | 1.16 | มาก       |

|  |  |             |             |            |
|--|--|-------------|-------------|------------|
| 3.3  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อสัมผัสความรู้สึก และประสบการณ์แปลกใหม่   | 4.28        | 0.83        | มากที่สุด  |
| <b>4.ด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ</b> |  | 4.19        | 0.67        | มาก        |
| 4.1  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อต้องการความสนุกสนาน เพลิดเพลิน   | 4.20        | 0.80        | มากที่สุด  |
| 4.2  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เนื่องจากมีความประทับใจในการแสดงแดร์กควีน จากสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook YouTube Instagram และอื่น ๆ | 4.18        | 0.93        | มาก        |
| <b>5.ด้านแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง</b>               |  | 3.98        | 0.75        | มาก        |
| 5.1  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อแสวงหาความรู้ทักษะศิลปะ เช่น การแต่งหน้า การแต่งกาย ผ่านการแสดงแดร์กควีน                     | 3.95        | 1.05        | มาก        |
| 5.2  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อแสวงหาโอกาสในการพัฒนาทักษะความสามารถ ในด้านต่าง ๆ ของตนเอง                                   | 3.84        | 1.06        | มาก        |
| 5.3  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อเกิดประสบการณ์ใหม่เรียนรู้เรื่องราวที่ไม่เคยพบ ผ่านการแสดงแดร์กควีน                          | 4.16        | 0.86        | มากที่สุด  |
| <b>6.ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล</b>                     |  | 4.02        | 0.69        | มาก        |
| 6.1  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อค้นหาแรงบันดาลใจจากประสบการณ์แปลกใหม่  | 4.13        | 0.88        | มากที่สุด  |
| 6.2  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เนื่องจากต้องการรับชมการแสดงเพื่อให้รางวัลแก่ตนเอง  | 3.89        | 1.04        | มาก        |
| 6.3  | เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อเข้าร่วมสังคม และเสริมสร้างมิตรภาพใหม่ ๆ   | 4.03        | 1.05        | มาก        |
| <b>รวม</b>   |  | <b>4.14</b> | <b>0.44</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจการเข้าชมการแสดงแดร์กควีนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.14$ , S.D. = 0.44) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.27 รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยคือ 4.23 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ มีค่าเฉลี่ยคือ 4.19 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อต้องการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง มีค่าเฉลี่ยคือ 4.18 แรงจูงใจด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยคือ 4.02 และแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองมีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เดินทางมาชมการแสดงแดร์กควีนเพื่อต้องการความตื่นเต้นเร้าใจ แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและประสบการณ์ใหม่ ๆ แรงจูงใจด้านอารมณ์และการตอบสนองความรู้สึกบางอย่าง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อต้องการความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อต้องการความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เดินทางมารับชมการแสดงแดร์กควีน เพื่อเกิดประสบการณ์ใหม่เรียนรู้เรื่องราวที่

ไม่เคยพบ ผ่านการแสดงแดร์ควีน แรงจูงใจส่วนบุคคล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เดินทางมารับชมการแสดงแดร์ควีน เพื่อค้นหาแรงบันดาลใจจากประสบการณ์แปลกใหม่

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร  
ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

| หลักธรรมาภิบาล  | T-test for Equality of Means |    |           |      |       |       |
|---|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|
|   | นักท่องเที่ยว                | n  | $\bar{x}$ | S.D  | t     | Sig   |
| แรงจูงใจในการเข้าชมการ                                    | ไทย                          | 70 | 4.19      | 0.46 | 1.265 | 0.776 |
| แสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร | ต่างชาติ                     | 70 | 4.09      | 0.42 |       |       |

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยค่า Independent sample T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในการทดสอบ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร  
ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ กับแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

|     | แหล่งความแปรปรวน | SS     | df  | MS   | F     | Sig   |
|-----|------------------|--------|-----|------|-------|-------|
| เพศ | ระหว่างกลุ่ม     | 1.527  | 2   | .763 | 4.065 | .019* |
|     | ภายในกลุ่ม       | 25.727 | 137 | .188 |       |       |
|     | รวม              | 27.254 | 139 |      |       |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่มีแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร์ควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อเสนอแนะ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|---|------------|---------------|
| 1) เป็นการแสดงที่ดี มีความสวยงามรวมถึงให้ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ ตื่นเต้น ส่งผลให้ได้ความรู้สึกดี สนุก   | 30         | 21.4          |
| 2) ต้องการให้การแสดงแดร็กควีน เป็นที่รู้จักในวงกว้างเพื่อสนับสนุนข้อจำกัดในการเป็นตัวเองของชาว LGBTQIA+   | 6          | 4.3           |
| 3) เป็นการแสดงที่หารับชมได้ยาก ผู้คนไม่ค่อยรู้จักการแสดงแดร็กควีน มีสถานที่ให้ทำการแสดงค่อนข้างน้อยและต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น                      | 13         | 9.3           |
| 4) แดร็กควีนศิลปะการแสดงเพื่อความบันเทิง ที่ควรผลักดันให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น และอยากให้นักท่องเที่ยวให้การสนับสนุนเยอะ ๆ ผ่านการได้รับการบริการที่ดี จากนักแสดง และผู้คนในร้าน | 12         | 8.6           |
| 5) ไม่แสดงความคิดเห็น   | 79         | 56.4          |
| <b>รวม</b>  | <b>140</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีนจำนวน 140 คน ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงที่ดี มีความสวยงามรวมถึงให้ประสบการณ์ด้านความแปลกใหม่ ตื่นเต้น ส่งผลให้ได้ความรู้สึกดี สนุก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 ต้องการให้การแสดงแดร็กควีน เป็นที่รู้จักในวงกว้างเพื่อสนับสนุนข้อจำกัดในการเป็นตัวเองของชาว LGBTQIA+ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 เป็นการแสดงที่หารับชมได้ยาก ผู้คนไม่ค่อยรู้จักการแสดงแดร็กควีน มีสถานที่ให้ทำการแสดงค่อนข้างน้อยและต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 แดร็กควีนเป็นวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดงเพื่อความบันเทิงแขนงหนึ่ง ที่น่าผลักดันให้เป็นที่รู้จักอยากให้นักท่องเที่ยวมารับชมการแสดงแดร็กควีนและให้การสนับสนุนเยอะ ๆ ผ่านการได้รับการบริการที่ดีจากนักแสดง และผู้คนในร้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และไม่แสดงความคิดเห็น จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4

## อภิปรายผลการวิจัย

### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด คือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นนักศึกษา และผลการวิจัยรายได้ของคนไทย พบว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของชาวต่างชาติน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3000 USD โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่บริเวณภาคกลางและชาวต่างชาติมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปเอเชีย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด คอตเลอร์ และ เคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2016) กล่าวไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สิริรัชญา ศิวาบุตรี, 2557) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวัง และพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 22 - 25 ปี

สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 15,000 บาท ซึ่งเพศสถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมกรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน

### **พฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร**

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนคนที่เข้าชมการแสดงแดร็กควีนจำนวน 1 ครั้ง และมีวัตถุประสงค์ในการเข้าชมเพื่อความผ่อนคลายและความบันเทิง มีเพื่อนเป็นผู้เดินทาง และใช้การคมนาคมโดยรถไฟฟ้า มีค่าใช้จ่ายต่อการเข้าชมอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท และซื้อตั๋ว walk in เป็นส่วนมาก รับรู้ข่าวสารการแสดงแดร็กควีนผ่านการใช้โซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สิริรมชญา ศิวาบุตรี, 2557) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวัง และพฤติกรรมกรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตต่างประเทศต่อครั้งมากกว่าเพศชาย ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดมีความถี่ในการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศต่อปีมากกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง กลุ่มผู้บริโภคที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความถี่ในการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศต่อปีน้อยกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอาชีพอื่น ๆ โดยผู้บริโภคมีความสนใจที่จะชมคอนเสิร์ตต่างประเทศเพื่อเรียนรู้ เปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียด

### **แรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ**

แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ด้านแรงจูงใจส่วนบุคคล ด้านการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง ด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ ตามลำดับ และด้านวัฒนธรรม ด้านสรีระหรือทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (Swarbrooke, 1999 อ้างอิงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2556) กล่าวไว้ว่า ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว จะทำให้ทราบถึงความต้องการในการเดินทาง รวมถึงยังสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจสำคัญในการทำให้เกิดการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จาง เหว่ย, 2561) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี พบว่า แรงจูงใจด้านหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี คือ ความต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และแรงจูงใจด้านดึงดูด คือ นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและสวยงาม

### **ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร**

ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย 70 ท่าน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 70 ท่าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความต้องการเดินทางมาชมการแสดงแดร็กควีนโดยมีแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการความตื่นเต้นเร้าใจ และต้องการเรียนรู้ วัฒนธรรมและประสบการณ์ใหม่ เพื่อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ ประสบการณ์ที่ได้จากการเรียนรู้เรื่องราวที่ไม่เคยพบ ผ่านการแสดงแดร็กควีน ซึ่งสอดคล้อง

กับแนวคิดของ (ศิริพันธ์ุ รักรเรียนรบ, 2546) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจที่น้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และปัจจัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นแรงจูงใจที่น้อยที่สุด คือ การท่องเที่ยวเพื่อเพชร

### ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่มีแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจ พบว่า เพศเป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเข้าชมการแสดงแดร็กควีน ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับที่ 2 รองมาจากด้านระดับการศึกษา ทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมารับชมการแสดงแดร็กควีน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและ LGBTQIA+ โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการรับชมการแสดงที่ให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ให้ความรู้สึกตื่นเต้นและนอกจากนี้ยังต้องการพื้นที่ที่สามารถแสดงความเป็นตัวเองได้อย่างไม่มีข้อจำกัด ซึ่งเพศหญิงและ LGBTQIA+ ชื่นชอบในการรับชมการแสดงที่แปลกใหม่จึงส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด (สิริชมญา ศิวาบุตรี, 2557) จากการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวัง และพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตต่างประเทศต่อครั้งมากกว่าผู้บริโภคเพศชาย อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่จะมีความชื่นชอบคลั่งไคล้ในศิลปินมากกว่าเพศชาย ทำให้มีแรงจูงใจและยอมจ่ายในราคาที่สูงกว่าเพื่อให้ได้ใกล้ชิดกับศิลปินมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเข้าชมการแสดงแดร็กควีน (Drag Queen) ในพื้นที่แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์กับแรงจูงใจ พบว่า ด้านอาชีพ ด้านรายได้ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และด้านเพศ ด้านอายุ ด้านภูมิลำเนา ด้านระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มเป้าหมายเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจจะทำให้ขาดข้อมูลสำคัญบางส่วนในงานวิจัย ดังนั้นในการวิจัยในครั้งถัดไปควรมีการใช้การวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ทำให้มีการแสดงโชว์แดร็กควีน หรือการสัมภาษณ์นักแสดงแดร็กควีน เพื่อนำมาสู่การรวบรวมเชิงลึก ทำให้ได้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายที่มีความชัดเจนและครอบคลุมในงานวิจัยในครั้งต่อไป
2. งานวิจัยในครั้งถัดไปควรมีการเก็บข้อมูลกลุ่มแดร็กควีนหรือเรียนรู้การเป็นแดร็กควีนให้ลึกซึ้งกว่านี้ เช่น กว่าจะมาเป็นแดร็กควีนต้องเตรียมตัวอย่างไร มีองค์ประกอบอะไรบ้างในการประกอบอาชีพหรือทำการแสดงในแต่ละครั้ง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์หรือข้อมูลที่ตรงตามความต้องการผู้วิจัยมากที่สุด
3. งานวิจัยครั้งถัดไปควรมีขยายขอบเขตบริบทพื้นที่ในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงมุมมองการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อรับชมการแสดงแดร็กควีนในพื้นที่ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - เม.ย. ปี 2567. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/759>
- โชติกา ปัทมาภรณ์, พิชญานี พูนพล และ ปิยดา สมบัติวัฒนา. (2565). แดร์กควีน: อัตลักษณ์ และคุณค่า สู่อการพัฒนาตนเอง และสังคม. วารสารพฤติกรรมศาสตร์. 28(2), 81-94.
- ฐิติกาญจน์ กาญจนภักดี. (2561). ทำความรู้จัก อาร์ต อารยา โฮสต์คนสำคัญรายการ Drag Race Thailand. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://thestandard.co/drag-race-thailand/>
- ณภัค เพชรวิสัย. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทรายดำ จังหวัดตราด. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2545). ระเบียบวิธีการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- เลิศพร ภาระสกุล. 2556. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาดา รัตนติลิก ณ ภูเก็ต และ ตีอณา คาซา. (2563). แดร์กควีน: การนำเสนอตัวตนของผู้เข้าแข่งขันในรายการเรียลลิตีโชว์ Drag Race Thailand. วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ มก. 27(1), 160-184.
- สิริมชญา ศิวาบุตรี. (2557). แรงจูงใจ การรับรู้ ความคาดหวัง และพฤติกรรมการชมคอนเสิร์ตต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2567). สรุยอดนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 66 ทะลุ 28 ล้านคน สร้างรายได้ 1.2 ล้านลบ. มาเลย์เข้ามาสูงสุด. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.infoquest.co.th/2024/363215>
- ศิริพันธุ์ รักริเณรบ. (2546). แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York John Wiley & sons
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis. planning implementation and control*. 9th ed. New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977). *On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity*. Tijdschrift Voor Onderwijs Research, 2, 49-60.
- Zhang Wei. (2561). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.