



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
ด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ:
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์
(Policy recommendation development
for promoting LGBT tourism market:
A case study of Gay tourists)

โดย ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส และคณะ

เมษายน 2563

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

แผนงานวิจัย

(ภาษาไทย)	การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
(ภาษาอังกฤษ)	Policy recommendation development for promoting LGBT tourism market: A case study of Gay tourists

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ	ดร.ศิญาณี หิรัญสาลี
หน่วยงานที่สังกัด	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส 11 ซอยสามัคคี 58/18 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ 020414869 โทรสาร - โทรศัพท์มือถือ 0909723128
E-mail	siyanee@thetsis.com

1) บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

หนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงและกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการคาดการณ์ของ Out Now Consulting ซึ่งเป็นบริษัทสำรวจตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า มูลค่าทางการตลาดท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอยู่ที่ประมาณ 165 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.5 ล้านล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (World Tourism Organization, 2019) โดยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และหลายคนได้ยกให้เป็น “เมืองหลวงของ LGBT แห่งเอเชีย” (Ragavan, 2017)

การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 4 ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 เนื่องจากการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ตอบโจทย์การสร้างสรรคกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลาย

กว่าที่เป็นอยู่ (ยุทธศาสตร์ที่ 1) การพัฒนาเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการสร้างความเชื่อมั่นของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มนำไปสู่การกระตุ้นการใช้จ่าย ตลอดจนสร้างรายได้ให้ประเทศเพิ่มมากขึ้น (ยุทธศาสตร์ที่ 2) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการบริการที่มีมูลค่าสูง โดยการเพิ่มความหลากหลายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยและพัฒนาให้เกิดจุดแข็งของประเทศในส่วนที่มีศักยภาพสูงเพื่อเป็นการยกระดับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพของฐานบริการใหม่ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งยังเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ในด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาภาคบริการ และสร้างปัจจัยสนับสนุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศอีกด้วย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นยังมียังจำกัด การพัฒนานโยบายส่งเสริมการตลาดนั้นจึงเป็นไปได้ยาก การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินการ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และการศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รวมทั้งศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ก่อนจะทำการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เหมาะสมกับประเทศไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- 3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- 4) เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อออกแบบข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีพฤติกรรมและความต้องการหลากหลายและซับซ้อน ทั้งนี้ เพื่อให้การออกแบบและพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้สูงสุด จึงบริหารงานและศึกษาวิจัยผ่าน 2 โครงการย่อย คือ โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หลังจากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากทั้งสองโครงการย่อยมาวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยแบ่งออกเป็นผลกระทบต่อ (1) สภาวะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม (2) สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (3) สภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม จากนั้น จึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โครงการวิจัยนี้เป็นการศึกษาผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบในมิติต่าง ๆ ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเท่านั้น ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยคือ ตั้งแต่ มกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเมษายน พ.ศ. 2563 และกำหนดให้มีระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามระหว่างสิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึงกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ทั้งในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากระยะเวลาที่กำหนดจะไม่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้ ขอบเขตทางด้านพื้นที่อยู่ในประเทศไทย 8 จังหวัดที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุอยู่ในแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศของประเทศไทย ได้แก่ (1) กรุงเทพมหานคร (2) เชียงใหม่ (3) เชียงราย (4) ภูเก็ต (5) กระบี่ (6) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) (7) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และ (8) ชลบุรี (พัทยา) เท่านั้น

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) กล่าวคือ เป็นการวิจัยที่เริ่มจากการรายงานผลด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.4.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากหนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์ หรือข่าว ฯลฯ จากข้อมูลออนไลน์และออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบทางบวกและทางลบ จากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยการวิเคราะห์จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดง ประเด็นสำคัญ การเปลี่ยนแปลง และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสถานการณ์ที่ต้องการอธิบาย

1.4.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งทำพร้อมกับการสัมภาษณ์ในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.4.3 การวิเคราะห์ผลข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะใช้เทคนิคการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ตั้งไว้

1.4.4 การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการจัดประชุมกลุ่ม ย่อยกับ (1) กลุ่มผู้ประกอบการ (2) กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และ (3) กลุ่มผู้สนใจทั่วไป อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาและขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม โดยจะเป็นการ จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อคืนข้อมูลพร้อมกันของทั้งโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์ การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่ม บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และแผนงานวิจัยการพัฒนาข้อเสนอแนะ เชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.4.5 ผู้อำนวยการการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จัดประชุมคณะผู้วิจัยของโครงการ ย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่ มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพื่อร่วมสังเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.4.6 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ จัดทำตามแบบฟอร์มมาตรฐานที่สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ระบุไว้

2) สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

2.1 สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยทางด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์จะสามารถทำให้ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกเดินทางนั้นสั้นลง และเพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังกระตุ้นการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำด้วย รายได้และเชื้อชาตินั้นมีผลต่อความสนใจและหาประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทาง และยังพบว่ามีพฤติกรรมในการใช้จ่ายและขนาดการใช้จ่ายที่แตกต่างกันด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งเอเชียที่ไม่ใช่ไทยและไม่ใช่อเอเชียที่มีรายได้ระดับล่างนั้น มีระดับความคาดหวังกับประเทศไทยที่อยู่ในระดับตมิกกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งเอเชียที่ไม่ใช่ไทยและไม่ใช่อเอเชียที่มีรายได้ระดับกลาง - บน นอกจากนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยมากนั้นจะต้องอยู่ที่ระดับบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) เป็นความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าและบริการนั้นในสถานการณ์หนึ่ง จึงจะเพิ่มแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ทางด้านความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สามารถสรุปได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ ส่วนใหญ่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา แม้ว่าจะไม่ได้มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ แต่การเตรียมความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยการเตรียมความพร้อมและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่าง ๆ อีกทั้ง การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อคนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ก็จะทำให้การท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือ การปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว อหยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกพื้นที่นั้นเป็นจุดหมายปลายทาง แต่ที่ขาดไม่ได้คือ การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ที่มีการรับรู้ ต้นตัวและเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากขึ้น แม้ว่าจะยังมีข้อจำกัดในเรื่องของกฎหมายของในบางประเทศอยู่ก็ตาม

ผลกระทบทางบวกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทยต่อสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สร้างผลกระทบทางบวกที่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เมื่อรวมกับสินค้าการท่องเที่ยวที่ภาคเอกชนมีความเข้าใจตลาด มีการเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ในการส่งเสริมตลาดยังมีแง่มุมที่ละเอียดอ่อน และต้องตั้งหลักกันให้มั่น เพื่อให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเชื่อมั่นว่าประเทศไทยเปิดกว้างอย่างแท้จริง ไม่พบผลกระทบทางลบทางด้านเศรษฐกิจจากการเข้ามาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ผลกระทบทางด้านผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสภาวะแวดล้อมทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจนเกินไปจนกระทบต่อความรู้สึกของคนในชุมชน ซึ่งจะเกิดในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ทำให้เกิดผลกระทบทางลบ ในเรื่องของการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนหรือพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นมากขึ้น เพื่อประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว และทำให้คนในชุมชนเดิมต้องย้ายออกไปจากพื้นที่ชุมชนมากขึ้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนี้เป็น

ผลกระทบในภาพรวมของการท่องเที่ยว ไม่ได้เกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ซึ่งในประเทศไทยไม่พบผลกระทบเชิงลบจากการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบัน พบแต่ข้อกังวลของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในประเด็นเรื่องของการยาเสพติด และการมั่วสุม ในเทศกาลท่องเที่ยว เช่น Full moon Party เป็นต้น เนื่องจากประเทศไทยขาดความเข้มงวดด้านกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิพลเมือง นักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มย่อมสร้างผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเกิดผลกระทบด้านลบหลาย ๆ ด้านด้วยกัน อาทิ ปัญหาการจราจร ปัญหามลพิษ และปัญหาขยะ

2.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

2.2.1 นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)

2.2.1.1 การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ยืนยันว่า การมีกฎหมายต่าง ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมการใช้สิทธิอย่างเท่าเทียมกันของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะได้รับการดูแลภายใต้บริบทเดียวกันอย่างเท่าเทียมหรือดีกว่า การแก้ไขกฎหมายหรือการส่งเสริมกฎหมายสิทธิพลเมือง เช่น กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) และกฎหมายความเท่าเทียมทางเพศต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์สำคัญของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศนั้นเป็นนโยบายที่ต้องอาศัยการวางแผนมาตรการระยะยาวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจร่วมช่วยกันผลักดัน

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอมาตรการระยะสั้นโดยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเน้นเรื่องกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย (Adoption allowed) เพื่อกระตุ้นแนวโน้มในการกลับมาเดินทางซ้ำยังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย เพราะการสื่อสารประเด็นกฎหมายมีความจำเป็นต่อการรับรู้และการตัดสินใจท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง หากยังไม่มีกฎหมายสิทธิพลเมืองรับรองแต่มีการ

สื่อสารเรื่องการเคลื่อนไหวของกฎหมายสิทธิพลเมือง ก็ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่า ประเทศไทยมีการตระหนักในเรื่องสิทธิพลเมือง หากนักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวจะปลอดภัยและไม่โดนกีดกันด้วยเหตุทางเพศ มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศ ด้วยการสร้างสื่อรวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ทางด้านกฎหมายที่สำคัญต่อการส่งเสริมสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายในประเทศ ให้ข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง ผ่านรูปแบบการผลิตวีดีโอให้ความรู้ประเด็นการเคลื่อนไหวทางด้านสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยสอดคล้องไปกับการโฆษณาการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่ เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free www.gothaibefree.com จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการสื่อสารผ่านหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยโดยตรง โดยการประสานการทำงานร่วมกับเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นช่องทางยอดนิยมในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น www.travelgay.com และ www.thepassportgay.com รวมไปถึงแอปพลิเคชันเพื่อกลุ่มเกย์ (Gay dating application) ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับกลุ่มเกย์ อาทิ แอปพลิเคชัน Hotnet Jack'D และ Grindr อีกทั้งควรนำเสนอข้อมูลเรื่องกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวในแหล่งข้อมูลออนไลน์ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ได้แก่ www.tripadvisor.com www.expedia.com และระบุกฎหมายสิทธิพลเมืองในคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเพื่อการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ในด้านสิทธิพลเมืองในประเทศไทย อีกทั้งควรสื่อสารประเด็นเรื่องสิทธิพลเมืองแก่คนท้องถิ่นเพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิทธิด้วยเช่นกัน

2.2.1.2 การพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล

ผลจากงานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและเดินทางกลับมาอีกครั้งยังประเทศที่แสดงออกถึงความใส่ใจและมีส่วนร่วมกับการเผชิญหน้ากับประเด็นความท้าทายระดับโลก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้ความสำคัญพิเศษรองลงมาจากประเด็นเรื่องกฎหมายสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คือ ประเด็นสิ่งแวดล้อม และประเด็นการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล

1) คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (สททร.) สนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) โดยเน้นการสร้างควมรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและได้ใกล้ชิดกับชุมชน เน้นการเสนอขายสินค้าท้องถิ่น และการเสนอขายที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) หรือโรงแรมสีเขียว (Green Accommodation) มีการให้ความรู้การแยกขยะและจุดคัดแยกขยะในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างควมตระหนักในการลดการใช้พลาสติกที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในประเทศไทย โดยนโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

(Responsible Tourism) เน้นการทำงานในพื้นที่นำร่องตามสถานที่ท่องเที่ยว 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ระบุในเว็บไซต์ Go Thai Be Free มุ่งเน้นการทำงานกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะเจาะจงแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าอยู่ขึ้น ประสานการทำงานร่วมกันกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้คนท้องถิ่น ชุมชน ธุรกิจเอกชน และหน่วยงานของรัฐ เพื่อช่วยกันสร้างให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบที่น้อยที่สุดต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับการทำงานกับหน่วยงานท้องถิ่น อีกทั้งยังต้องมีการดำเนินการที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เพื่อนำพาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) คณะผู้วิจัยเสนอให้มีการสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นในสถานที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ผ่านการดำเนินการของท่าอากาศยานในการนำร่องสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค โดยสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคในการนำร่องสนามบินที่ระบุใน 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินเชียงใหม่ สนามบินเชียงราย สนามบินภูเก็ต สนามบินกระบี่ สนามบินสุราษฎร์ธานี สนามบินอุตะเถา เป็นต้น แล้วค่อยขยายผลสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคไปยังผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือผู้ประกอบการที่ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุอยู่ในแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อพัฒนาประเด็นความท้าทายระดับสากลเรื่องห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย รวมทั้งสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ของห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคที่มีการออกแบบเพื่อทั้งมวลมีความสำคัญมาก ห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคสร้างขึ้นเพื่อให้คนทุกกลุ่มสามารถใช้บริการได้อย่างเปิดกว้าง ไม่มีข้อจำกัดในการใช้บริการ ไม่ใช่ห้องน้ำเพื่อเพศใดเพศหนึ่งโดยเฉพาะ

3) คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภายใต้การทำงานของแคมเปญ Go Thai Be Free มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทย เช่น นโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) การออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อคนทุกกลุ่ม (Universal Design) และ ห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในรูปแบบการสอดแทรกข้อมูลประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทยผ่านวิดีโอโฆษณาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เว็บไซต์ www.travelgay.com ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากผลโครงการย่อยที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รวมไปถึงช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวทั่วไป หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น www.tripadvisor.com www.expedia.com และคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น จะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นเกิดการรับรู้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการแก้ไขปัญหาตามประเด็นความท้าทายระดับสากล ซึ่งมีประเด็นเรื่องความหลากหลายทางเพศรวมอยู่ด้วย

2.2.1.3 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

ข้อมูลการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของโครงการย่อยที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทยที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เปิดเผยเพศวิถีกับสถาบันครอบครัว ต้องมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่ระบุว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่เน้นตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสองปัจจัยหลัก คือ (1) ภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และ (2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งในความเห็นนั้นยังระบุข้อมูลเพิ่มเติมว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีการบริหารจัดการที่ดีแล้ว แต่ยังขาดความหลากหลายและขาดนัยยะสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้สัมภาษณ์หลายท่านนั้นยังระบุไปในทิศทางเดียวกันว่า หากมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีความหมายในลักษณะที่เป็นการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น งาน Pride หรือ งานแสดงสิทธิของคนข้ามเพศระดับสากล การสร้างความเข้าใจของครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ ตนในฐานะนักท่องเที่ยวก็มีความสนใจในการเข้าร่วม นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายคนยังระบุว่าตนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านกิจกรรมเหล่านี้ซึ่งเป็นตัวเร่งให้เกิดการตัดสินใจเดินทางไปยังประเทศเป้าหมายด้วย สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความต้องการที่จะเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลก ขององค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA องค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมให้ข้อมูลผลวิจัยแก่กลุ่มผู้ประกอบการที่มุ่งพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อกิจกรรมในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเป็นตัวกลางในการประสานงานกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ภาครัฐที่

เกี่ยวข้องกับ กลุ่มผู้ประกอบการ หรือภาคประชาสังคม ในการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มที่จะร่วมกันสร้าง กิจกรรมประจำปีที่เป็นกิจกรรมใหญ่ การเสนอจัดประชุมประเด็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศระดับ โลก เป็นการจัดงานเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารให้เห็นว่าประเทศไทยนั้นต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และ นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างเท่าเทียม และมีการวางตารางการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีที่เกี่ยวข้องกับความ หลากหลายทางเพศเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทกิจกรรม ดังนี้

1) การพัฒนากิจกรรมสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วที่มีความ สำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

ปัจจุบันกิจกรรม Pride parade ถูกจัดขึ้นทุกปีตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น Pride parade พัทยา Pride parade เชียงใหม่ และ Pride parade ภูเก็ต เป็นต้น ผ่านการดำเนินงานของกลุ่มเอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไรด้านบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดย อุปสรรคในการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยที่พบเจอคือ การไม่อนุญาตให้ใช้ สถานที่ของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศ ด้วยสาเหตุความไม่เหมาะสมของ วัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม อีกทั้งยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้มีการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่ แล้วในปัจจุบันแล้วพัฒนากิจกรรมให้มีศักยภาพมากขึ้น อาทิ การจัดงาน Pride Parade ที่เคยมีการจัดงาน ดังกล่าวเกิดขึ้นแล้วในประเทศไทย โดยจัดกิจกรรมดังกล่าวในช่วงเดือนมิถุนายนที่เป็นเดือนแห่งการเฉลิมฉลอง Pride สอดคล้องกับสากลโลก โดยมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากจะเป็นการเน้นย้ำต่อประชาชนทุกภาคส่วนว่า หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ และสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงออกของ ประชาชนที่ไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานไม่แสวงหากำไรด้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทาง เพศที่มีความพร้อมและมีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรม Pride มาอยู่แล้ว อาทิ มูลนิธิ Bangkok Rainbow หรือมูลนิธิกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอื่น ๆ ในการให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อความ หลากหลายทางเพศ มีการโฆษณากิจกรรม Pride parade ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free และช่องทางการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาสัมพันธ์กิจกรรมในวงกว้างต่อประชาชนทุกกลุ่ม ไม่จำกัด แค่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมทั้งประสานงานกรุงเทพมหานครและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน การให้ความร่วมมือการอนุเคราะห์เรื่องสถานที่และดูแลความปลอดภัยภายในงาน อาทิ ตำรวจการท่องเที่ยว หรือตำรวจท้องถิ่นในการจัดการเรื่องความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งการควบคุมเรื่องการ แสดงออกเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่สาธารณะ เน้นย้ำกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมว่าการแสดงออกทางเสรีภาพต้องไม่ขัด

กับหลักกฎหมาย ห้ามกระทำอนาจาร โดยภายในขบวนพาเหรดจัดให้มีการเฉลิมฉลองความหลากหลายทางเพศของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การเผยแพร่ความรู้ข้อมูลความเท่าเทียมทางเพศ และประเด็นสากลอื่น ๆ ที่การเคลื่อนไหวในประเทศไทย เป็นต้น

2) การจัดทำกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้ประเทศไทยภายใต้การดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ทำงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลกขององค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA องค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หากประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมข้างต้น เป็นโอกาสอันดีในการสื่อสารต่อสากลว่าประเทศไทยเป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดประชุมคือช่วงเวลานอกฤดูการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมของทุกปี เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยดึงดูดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

2.2.2 นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)

2.2.2.1 การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกหาข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยประกอบการตัดสินใจการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ที่บริการให้ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การเล่าปากต่อปากในกลุ่มเพื่อนที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และบทความออนไลน์ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ให้ข้อมูลสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สอดคล้องกับผลจากการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่

เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับกลุ่มเกย์ ไม่ใช่จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ยกกระตือรือร้นการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวโดยสร้างทางเลือกช่องทางในการสื่อสารให้ครอบคลุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทุกระดับรายได้ โดยการสร้างแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free ที่รองรับทั้งระบบ IOS และ Android ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยในแอปพลิเคชันมีการจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพา (Gay map) ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมทั้งให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์บนเว็บไซต์ www.gothaibefree.com เพื่อรองรับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับกลาง - บน โดยเน้นการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ระบุข้อมูลที่จำเป็นในการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างละเอียด ดังนี้ ข้อมูลทางกายภาพของประเทศไทย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสนามบินแต่ละแห่งในประเทศไทย ข้อมูลการคมนาคมในประเทศไทย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปของประเทศไทย ข้อมูลภูมิอากาศ ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งตัวในการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรระวังระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม การไม่ลบหลู่ความเชื่อของคนไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่น ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่นิยมในประเทศ บาร์ คลับ ชาวน่า โดยระบุสถานที่ตั้ง รายละเอียดธุรกิจสถานประกอบการ เวลาเปิดปิด กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ ข้อมูลโรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลเบอร์โทรฉุกเฉิน ข้อห้ามผิดกฎหมายในประเทศไทย (กฎหมายว่าด้วยอายุที่สามารถร่วมประเวณีได้ 18 ปี และกฎหมายเรื่องการพกพายาเสพติด) รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวก สถานพยาบาลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ คลินิกสำหรับการขอรับยา Pep และ PreP สถานีดารวที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลหน่วยงานภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านความหลากหลายทางเพศ และคำพูดทักทายภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวให้หลากหลายภาษา เริ่มต้นด้วยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่นิยมในการท่องเที่ยวประเทศไทย นอกจากการสร้างแผนที่การท่องเที่ยวในแอปพลิเคชัน คณะผู้วิจัยเสนอให้มีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยว (gay map) วางไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อรองรับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยกระจายคู่มือการท่องเที่ยวตามศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สนามบินทุกแห่งที่เป็นจุดเริ่มต้นในการท่องเที่ยว โรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และสถานประกอบการที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือยอดนิยมในประเทศไทย

2.2.2.2 การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม

ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคประชาสังคมเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อย อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถานบันเทิงแบบหลากหลายจุดมุ่งหมาย และไม่จำกัดระยะเวลาในการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำกัดจำนวนคลับบาร์ในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามระยะเวลาเปิดปิดของสถานที่นั้น ตัวอย่าง ลูกค้าที่ใช้บริการคลับ Punto BCN เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ในช่วงเวลาก่อนเที่ยงคืน หากมีการใช้จ่ายซื้อเครื่องดื่มภายในร้าน Punto BCN ผู้ใช้บริการจะได้ตั๋วพิเศษ เข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ โดยไม่ต้องเสียค่าเข้าผ่านประตูในการใช้บริการคลับ Arena จากข้อมูลด้านต้น คณะผู้วิจัยเสนอนโยบายการส่งเสริมการเสนอขายแบบกลุ่ม ดังนี้

1) สภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธนาคารแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ทำงานร่วมกันในการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ในการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่ม โดยหน่วยงานดังกล่าวเป็นตัวกลางในการเชื่อมการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวทุกคนไม่จำกัดเพศที่ใช้บริการสินค้าและบริการในสถานประกอบการที่เข้าร่วมการเสนอขายแบบกลุ่ม ได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าบางรายการตามโปรโมชั่นการเสนอขายแบบกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้มีความหลากหลายทางเพศ อาจเริ่มในพื้นที่นำร่องที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในบริเวณย่านสีลม อาทิ การสร้างการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้บริการร้าน Telephone สีลมซอย 4 ที่เป็นธุรกิจรายย่อยที่คนนิยมใช้บริการในช่วงหัวค่ำ เกิดการจับจ่ายสินค้าในร้าน แล้วสามารถได้รับการยกเว้นค่าผ่านประตูของคลับยอคนนิยมที่มีระยะเวลาปิดร้านที่ตึกกว่า แต่อยู่ในกรอบเวลาที่ภาครัฐกำหนดในการปิดสถานบันเทิง รวมไปถึงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวนอกเหนือจากการท่องเที่ยวยามราตรี เช่น ร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในการลดราคาเข้าชมในสถานที่ต่าง ๆ เมื่อสะสมแต้มครบถ้วน เป็นต้น

2) คณะผู้วิจัยเสนอแนะนโยบายกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางภายในจังหวัดที่เป็นจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวและเชื่อมโยง 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุใน Go Thai Be Free ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย กระบี่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชลบุรี (พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free นำเสนอการขายการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางเดียวกัน โดยการผนึกกำลังผู้ประกอบการเพื่อช่วยกันเชื่อมโยงการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่เป็นมิตรทั้ง 8 จังหวัด ผ่านการทำพาส

ปอตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay Passport) ทั้งรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free และพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นในธุรกิจใด ธุรกิจหนึ่งที่ระบุอยู่ในพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวจะได้รับพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และหากนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการที่เข้าร่วมโครงการในพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวจะได้ยกเว้นค่าผ่านประตูในการใช้บริการ (Free entry) โดยอาจเริ่มนำร่องในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการท่องเที่ยวอย่าง กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเขตสีลม เขตพัฒนาฯ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แล้วค่อยเชื่อมโยงไปสู่ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวที่ระบุในเว็บไซต์ Go Thai Be Free

2.2.3 นโยบายยกระดับจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

2.2.3.1 การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: ทัศนศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีศักยภาพสูงในการใช้จ่ายให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการผลักดันและพัฒนาประเด็นเรื่องกฎหมายและสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นในประเทศ จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยได้ให้ความเท่าเทียมทางด้านสิทธิพลเมืองของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันที่ประจักษ์ในเชิงนโยบาย

ดังนั้น หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีศักยภาพสูงให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย ต้องมีการดำเนินการผลักดันและพัฒนาประเด็นเรื่องกฎหมายและสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นในประเทศ เพราะเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยได้ให้ความเท่าเทียมทางด้านสิทธิพลเมืองของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันที่ประจักษ์ในเชิงนโยบาย โดยการผลักดันและออกกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใสและเปิดโอกาสให้ประชาชนและองค์กรภาคประชาสังคมหลากหลายกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายละเอียดของข้อกฎหมายแต่ละฉบับ มิเช่นนั้นกฎหมายที่ออกมาจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง รวมทั้งคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่รัฐบาลจัดตั้งควรประกอบด้วยนักวิชาการหลากหลายสาขาวิชาเพื่อสะท้อนมุมมองที่สำคัญแตกต่างกัน อาทิ นักนิติศาสตร์ นักการตลาด นักสังคมวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้มาตรการระยะยาวในผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ในประเด็นที่มีการเคลื่อนไหวแต่ยังไม่ประสบความสำเร็จและสามารถผลักดันให้เกิดขึ้นได้จริงโดยไม่ขัดแย้งหลักกฎหมาย ดังนี้ (1) การผลักดันกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) หรือ พ.ร.บ. คู่ชีวิต (2) การเสนอแนะเพิ่มเติมข้อ

กฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) ร่วมไปกับการผลักดัน พ.ร.บ.คู่ชีวิต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ยังขาดหายไป ใน พ.ร.บ. คู่ชีวิตที่กำลังอยู่ในการพิจารณาในขณะนี้ต่างจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่คู่สมรสชายหญิงได้รับ (3) การผลักดันกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ให้สามารถเกิดขึ้นจริงในประเทศไทย

โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำเวทีเสวนาสาธารณะให้ข้อมูลประชาชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ คณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และหน่วยงานภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงมูลนิธิเพื่อความหลากหลายทางเพศทุกหน่วยงาน ในประเด็นการท่องเที่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งสื่อสารประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกับนโยบายและกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ ชี้ให้เห็นว่าหากกฎหมายสิทธิพลเมืองเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับการผลักดันจนสามารถประกาศใช้ได้จริง และให้สิทธิแก่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียมจะส่งผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยในทิศทางบวกอย่างไรบ้าง เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และร่วมกันผลักดันให้เกิดการแก้ไขประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองบางข้อเพิ่มเติมให้ได้รับสิทธิเท่าเทียมกับคู่สมรสในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

2.2.3.2 เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ในปัจจุบันองค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศนั้นเริ่มมีผู้ศึกษารวบรวมไว้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศกับการท่องเที่ยวนั้นยังคงมีอยู่อย่างจำกัด ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวไม่พอใจกับการบริการของผู้ประกอบการในการสื่อสารประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ดังนี้ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและพนักงานบริการขาดความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศสถานะ (Gender Sensitivity) โดยเฉพาะเรื่องการเรียกค่าน้ำตามเพศกำเนิด แทนการเรียกชื่อของลูกค้า (2) การให้สิทธิประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากเกินไปจนเกิดความจำเป็น เช่น การลดราคาแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สร้างความเป็นอื่นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รู้สึกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องนี้ ทำให้เกิดการมุ่งจุดเน้นเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่คาดเคลื่อนไป เช่นการพยายามมากเกินไปที่จะสร้างการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งไม่ได้ช่วยกระตุ้นความต้องการจ่ายแต่เป็นการสร้างความอึดอัดให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บางกลุ่มอีกด้วย

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว หรือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด บุคลากรองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการอบรมที่เกิดขึ้นตามยุทธศาสตร์การพัฒนากองการท่องเที่ยว จัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ เช่น มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว บุคลากรของสถานประกอบการเบื้องต้น ร้านอาหารที่อยู่ในย่านที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นต้น อีกทั้งประเทศไทยยังขาดความรู้ประเด็นความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะในหลักสูตรการศึกษา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในสาขาวิชาการจัดการโรงแรมในสถาบันต่าง ๆ ควรได้รับการกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศภาวะในการให้บริการอันเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาการเรียนการสอนในหลักสูตรนั้น ๆ ด้วย จึงต้องเพิ่มบทบาทของหน่วยงานภาครัฐอื่น อาทิ กระทรวงอุดมศึกษาฯ เพื่อส่งเสริมความสำคัญของประเด็นดังกล่าว เรื่องการเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

จากการรับฟังเสียงสะท้อนของผู้ที่เกี่ยวข้องเสนอให้เพิ่มหน่วยงานที่เข้าร่วมการอบรมเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการรับมือนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น บุคลากรในสถานพยาบาล ตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจท้องถิ่น บ่อยครั้งที่พบปัญหาด้านการเดินทางหรือการเลือกปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ตำรวจในพื้นที่นั้น ๆ มักใช้ดุลยพินิจในการบังคับใช้กฎหมายกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้เกิดการสื่อสารที่ขาดความละเอียดอ่อนทางเพศสร้างความไม่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

2.2.3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่ปลอดภัยและบริการชั้นเยี่ยม

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่มมีแนวโน้มในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) ทั้ง 4 กลุ่ม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและมีศักยภาพและพฤติกรรมในการใช้จ่ายสูงนั้นมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นการบริการชั้นเยี่ยมต่ำกว่าความคาดหวัง เช่น (1) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม ควรมีการจัดการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะเรื่องการเรียกชื่อลูกค้าแทนการเรียกค่านำหน้าตามเพศกำเนิด (2) การฝึกอบรมพนักงานบริการเกี่ยวกับการให้บริการทั่วไป อาทิ การสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้นที่เป็นภาษาสากล และการมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (3) ความไม่เป็นมิตรของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทชานาต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สูงอายุ (4) การปรับปรุงเรื่องความสะดวกของเมืองและความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว (5) การให้บริการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น หลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศในเชิงบวก เช่น การให้บริการที่มากเกินไปจนรู้สึกแตกต่างจาก

นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น และการเลือกปฏิบัติทางลบด้วยเหตุทางเพศ เช่น การห้ามคนข้ามเพศใช้บริการสถาน
เจริญรมย์บางแห่ง เป็นต้น

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับกระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำคณะทำงานที่มีหน้าที่ในการสำรวจและทดลองใช้บริการจากแหล่งบริการชั้นเยี่ยมเพื่อ
ประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดย
อาจสร้างสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์และทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เช่น มีการสร้าง
Certificate of LGBT and Heterosexual - friendly facilities ประกาศรายชื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
ประจำปีโดยเสียงของนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ หรือมีสัญลักษณ์ติดไว้ที่สถานบริการเหมือนธงสีรุ้งเพื่อเป็นการ
ยืนยันว่าสถานบริการแห่งนี้เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ และทำการประชาสัมพันธ์
หน่วยงานที่ได้รับการประเมินดีเยี่ยมผ่านช่องทาง Go Thai Be Free เพื่อเป็นการยืนยันว่าสถานบริการแห่งนี้
เป็นมิตรต่อบุคคลผู้มีความหลากหลายอย่างแท้จริง รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลอย่างแท้จริงและ
สม่ำเสมอ โดยมีตัวชี้วัดที่มีคุณภาพผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเพศสภาวะและการสื่อสารประเด็น
ความหลากหลายทางเพศอย่างถี่ถ้วน

2.2.3.4 การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความ
หลากหลายทางเพศ

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกของคณะผู้วิจัยในการลงพื้นที่สำรวจ
การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า หน่วยงาน
ภาครัฐที่ทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา หรือ Barcelona Turisme
ได้ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคประชาสังคมในการสร้างย่านเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความ
หลากหลายทางเพศ ชื่อว่าเกซัมเปิล (Gaixample) โดยในพื้นที่นั้นเป็นแหล่งธุรกิจบริการหลากหลายประเภท
และพื้นที่ปลอดภัยสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับหน่วยงาน
ภาครัฐและภาคประชาสังคม รวมทั้งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สร้าง
พื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อให้
นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถเลือกสถานที่บริการที่หลากหลายได้ตามความ
ต้องการ และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวในประเทศไทย โดยเริ่มจากพื้นที่ที่ได้รับความ
นิยมและมีศักยภาพในการจัดทำพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความ
หลากหลายทางเพศ ได้แก่ เขตสีลม จังหวัดกรุงเทพฯ ซอยบอยทาว พัทยา และถนนบางลา จังหวัดภูเก็ต เป็น
ต้น อาจมีแนวโน้มขยายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึ่งคณะผู้วิจัยขอเสนอให้เริ่มจากกรุงเทพฯ ในเขตพื้นที่สี
ลม ที่เป็นจุดมุ่งหมายหลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ให้เป็นพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว
กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ถือเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดีที่สุด จากการรับฟังเสียง

สะท้อนของผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ข้อจำกัดของสถานที่และบริการบางแห่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในย่านสีลม ประเทศไทยยังไม่ถูกกฎหมายแต่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว ต้องการแนวทางการสนับสนุนหรือผลักดันอย่างไรให้ถูกกฎหมาย ปลอดภัย และได้คุณภาพมาตรฐาน

3) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง โดยจุดเริ่มต้นของงานนี้มาจากนโยบายด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งเน้นนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4) การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานภาครัฐและองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยได้ โดยนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการดำเนินงาน

บทคัดย่อ

หัวหน้าโครงการ ดร.ศิญาณี หิรัญสาลี

E-mail siyane@thetsis.com

ระยะเวลาดำเนินการ มกราคม พ.ศ. 2562 – เมษายน พ.ศ. 2563

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว และเพื่อออกแบบข้อเสนอแนะเชิงนโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือกลุ่มชายรักชาย โดยวางแผนการบริหารงานและศึกษาวิจัยผ่าน 2 โครงการย่อย คือ โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หลังจากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากทั้งสองโครงการย่อยมาวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยแบ่งออกเป็นผลกระทบต่อ (1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม (2) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (3) สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม จากนั้น จึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ผลการวิจัยนำมาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งหมด 3 ด้าน คือ (1) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีผู้ผลักดันเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สามารถดำเนินการผ่านโครงการ Go Thai Be Free แบ่งเป็น 1) การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ คือการออกกฎหมายที่สนับสนุนสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ 2) นโยบายด้านการพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล โดยเฉพาะประเด็นสิ่งแวดล้อมและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากลในประเทศไทย และ 3) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม ทั้งการพัฒนากิจกรรมสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้ว และการจัดทำกิจกรรมใหม่ในการสร้างความเคลื่อนไหวทางสังคม (2) นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีผู้ผลักดันเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 1) การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือผ่านการยกระดับการทำงานของ Go Thai Be Free และ 2) การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม ผ่านการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ และเสนอแนะนโยบายกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางภายในจังหวัดที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวและเชื่อมโยง 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว (3) นโยบายยกระดับจุดหมาย

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีผู้ผลักดันเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร หรือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด แบ่งเป็น 1) การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ คณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และหน่วยงานภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อร่วมผลักดันกฎหมายด้านสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่ปลอดภัยและบริการชั้นเยี่ยม โดยการสำรวจและทดลองใช้บริการจากแหล่งบริการชั้นเยี่ยมเพื่อประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 3) เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะประเด็นความละเอียดอ่อนเรื่องเพศสถานะและการให้สิทธิประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เกินความจำเป็น และ 4) การสร้างพื้นที่นันทนาการเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น เขตสีลม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซอยควาบอย พัทยา และถนนบางลา จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

Abstract

Head of Project Ph.D. Siyanee Hirunsalee
E-mail siyanee@thetsis.com
Duration January 2019 – April 2020

This research aims to study the factors that influence tourism demand and tourism supply promptness for gay male tourists and to put propositions of gay tourism promotion policy to the public. The project's management and study plans are based on two supporting projects which are supporting project 1: A study of factors influencing tourism demand, behavior and expectation of LGBT tourists: A case study of Gay tourists and supporting project 2: A study of tourism supply promptness in welcoming LGBT tourists: A case study of Gay tourists. The supporting projects' results are employed to analyze both the positive and negative effects of gay tourists upon (1) physical or natural environment (2) economic environment and (3) socio-cultural environment. Then, all results are gathered and analyzed in order to offer tourism promotion policies.

The results lead to propositions of gay tourism promotion policy which are divided into 3 groups: (1) marketing policies, operated by Tourism Authority of Thailand through Go Thai Be Free campaign, include 1) offering empirical evidence of gay-friendliness within the country, meaning the imposition of gender equality laws 2) improving the communication about global challenges, especially environmental issues and 3) developing tourism activities related to social movements such as Pride festivals (2) travel policies, operated by Tourism Authority of Thailand together with civil society and business sectors, include 1) designing a gay map providing credible and detailed information and 2) encouraging traveling from one destination to another destination by providing tour packages and (3) destination policies, operated by Tourism Authority of Thailand together with Ministry of Tourism and Sports, Bangkok's Culture, Sports and Tourism Department, or local Tourism and Sports Department, include 1) improving LGBT law 2) improving tourist's attractions for gay tourists who seek premium services by running research and development projects on tourism products with the aim to meet gay tourists' expectation 3) offering courses about gender diversity for gay-friendly destinations, especially issues concerning gender sensitivity and excessive privileges for gay tourists and 4)

zoning economic areas for LGBT tourists, such as Silom District in Bangkok, Soi Cowboy in Pattaya, and Bangla Road in Phuket.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ณ
สารบัญ	บ
สารบัญตาราง	พ
สารบัญภาพ	ฟ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงานการวิจัย	2
1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	2
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย	4
1.6 ประโยชน์จากงานวิจัย	5
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม	6
2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	6
2.1.1 ปัจจัยผลักดัน (Push Factor)	6
2.1.2 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)	10
2.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	14
2.2.1 ความพร้อมของนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรของกลุ่มเกย์	14
2.2.2 ความพร้อมของสถานประกอบการในการส่งเสริมความเป็นมิตรของกลุ่มเกย์	15
2.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	20
2.3.1 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	20
2.3.2 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม	26

สารบัญ

	หน้า
2.3.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อด้านสิ่งแวดล้อม	30
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	32
3.1 วิธีการดำเนินแผนงานการวิจัย	32
3.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	32
3.1.2 การกำหนดขอบเขตงานวิจัย	33
3.1.3 การรวบรวมข้อมูล	33
3.1.4 การวิเคราะห์ผลข้อมูล	33
3.1.5 การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ	33
3.1.6 การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2	34
3.1.7 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์	34
3.2 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	34
3.3 ขอบเขตการวิจัย	35
3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3.3.2 ระยะเวลา	35
3.3.3 พื้นที่วิจัย	36
3.3.4 เครื่องมือวิจัย	36
3.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	37
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	38
4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	38
4.1.1 ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	38
4.1.2 ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	40
4.1.3 ปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	41
4.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	42

สารบัญ

หน้า

4.2.1 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	44
4.2.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	46
4.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	47
4.3.1 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	47
4.3.2 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม	49
4.3.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม	51
4.3.4 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทย	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	54
5.1 สรุปผล	54
5.2 อภิปรายผล	55
5.2.1 ปัจจัยหลักดันมีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	55
5.2.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวมีผลต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	56
5.2.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ประเทศไทย	57
5.2.4 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	57
5.2.5 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	57
5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	58
5.3.1 นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)	59
5.3.2 นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)	65
5.3.3 นโยบายยกระดับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)	67
5.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการนำเสนอแนะ	72

สารบัญ

	หน้า
5.5 การรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	72
5.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	87
5.6.1 นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)	87
5.6.2 นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)	95
5.6.3. นโยบายยกระดับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)	98
5.7 ข้อจำกัดในการทำงานวิจัย	105
5.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับงานวิจัยในอนาคต	105
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก ก	111
ภาคผนวก ข	106
ภาคผนวก ค	113
ภาคผนวก ง	126

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย พ.ศ. 2561	23
ตารางที่ 2.2 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย พ.ศ. 2562	24
ตารางที่ 5.1 แสดงการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำเสนอนโยบาย	74

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการ	3
ภาพที่ 2.1 ตัวชี้วัดของ Spartacus Gay Travel Index	16
ภาพที่ 2.2 เปรียบเทียบอันดับประเทศสเปนใน Spartacus Gay Travel Index ระหว่าง ค.ศ. 2014 - 2015	17
ภาพที่ 2.3 เปรียบเทียบอันดับประเทศไทยใน Spartacus Gay Travel Index ระหว่าง ค.ศ. 2014 - 2015	19
ภาพที่ 4.1 ภาพที่ใช้ในการโฆษณาของแอปพลิเคชัน Go-Jek	48
ภาพที่ 4.2 การบริการ Go-Glam หนึ่งในบริการของ Go-Jek	49
ภาพที่ 5.1 แสดงการเชื่อมโยงวัตถุประสงค์งานวิจัยนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	58
ภาพที่ 5.2 ย่าน Gaixample เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	103
ภาพที่ 5.3 ย่านสีลมและย่านพัฒนาพงษ์ ย่านที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศของกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	104

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงและกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการคาดการณ์ของ Out Now Consulting ซึ่งเป็นบริษัทสำรวจตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า มูลค่าทางการตลาดท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอยู่ที่ประมาณ 165 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.5 ล้านล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (World Tourism Organization, 2019) โดยในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และหลายคนได้ยกให้เป็น “เมืองหลวงของ LGBT แห่งเอเชีย” (Ragavan, 2017)

การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 4 ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 เนื่องจากการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ตอบโจทย์การสร้างสรรคกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายกว่าที่เป็นอยู่ (ยุทธศาสตร์ที่ 1) การพัฒนาเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการสร้างความเชื่อมั่นของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มนำไปสู่การกระตุ้นการใช้จ่าย ตลอดจนสร้างรายได้ให้ประเทศเพิ่มมากขึ้น (ยุทธศาสตร์ที่ 2) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการบริการที่มีมูลค่าสูง โดยการเพิ่มความหลากหลายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยและพัฒนาให้เกิดจุดแข็งของประเทศในส่วนที่มีศักยภาพสูงเพื่อเป็นการยกระดับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพของฐานบริการใหม่ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งยังเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ภายใดยุทธศาสตร์ที่ 2 ในด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาภาคบริการ และสร้างปัจจัยสนับสนุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอีกด้วย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นยังมียังจำกัด การพัฒนาโยบายส่งเสริมการตลาดนั้นจึงเป็นไปได้ยาก การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินการ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในโครงการย่อยที่

1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และการศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รวมทั้งศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ก่อนจะทำการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เหมาะสมกับประเทศไทยต่อไป

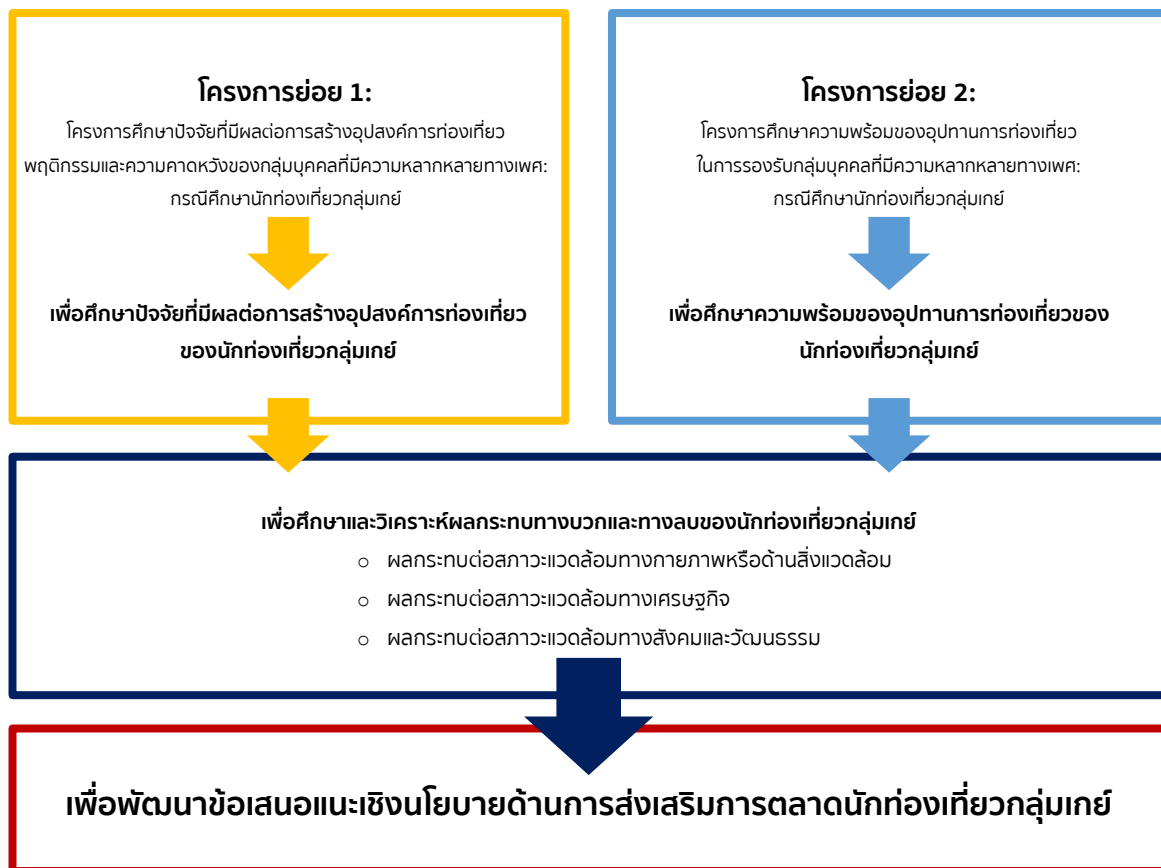
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงานการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- 2) เพื่อศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- 3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- 4) เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

แผนการวิจัยโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” นี้มุ่งเน้นศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อออกแบบข้อเสนอแนะเชิงนโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีพฤติกรรมและความต้องการที่หลากหลายและซับซ้อน

ทั้งนี้ เพื่อให้การออกแบบและพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้สูงสุด จึงบริหารงานและศึกษาวิจัยผ่าน 2 โครงการย่อย คือ โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หลังจากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากทั้งสองโครงการย่อยมาวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยแบ่งออกเป็นผลกระทบต่อ (1) สภาวะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม (2) สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (3) สภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม จากนั้น จึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รายละเอียดดัง ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย
ที่มา: (คณะผู้วิจัย, 2563)

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นำมาข้อมูลที่ได้จากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มาศึกษาในแผนงานวิจัย (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว (2) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านเศรษฐกิจ (4) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และ (5) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.4.2 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง เมษายน พ.ศ. 2563 และกำหนดให้มีระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามระหว่าง สิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ทั้งในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และ โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากระยะเวลาที่กำหนดจะไม่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้

1.4.3 พื้นที่วิจัย

ขอบเขตทางด้านพื้นที่อยู่ในประเทศไทย 8 จังหวัดที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุอยู่ในแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศของประเทศไทย ได้แก่ (1) กรุงเทพมหานคร (2) เชียงใหม่ (3) เชียงราย (4) ภูเก็ต (5) กระบี่ (6) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) (7) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และ (8) ชลบุรี (พัทยา) เท่านั้น

1.4.4 เครื่องมือวิจัย

แผนงานวิจัยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการวิจัยที่ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1) กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีเพศสภาพ เพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ และการแสดงออกทางเพศ ซึ่งจะมีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดก็ได้

2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเพศกำเนิดชาย (Male) เพศสภาพเป็นเกย์คือบุคคลที่ชื่นชอบในบุคคลที่มีเพศสภาพและเพศวิถีตรงกับตนเองแบบชายรักชาย (Gay men) เพศวิถีแบบกลุ่มคนรักเพศเดียวกันแบบชายรักชาย (Homosexual) คือคนที่มีความสนใจ ความดึงดูดทางเพศของบุคคลที่มีต่อบุคคลเพศเดียวกันแบบชายรักชายเท่านั้น ณ ขณะที่สืบค้นข้อมูล เก็บข้อมูลแบบสอบถาม หรือแบบสัมภาษณ์อยู่

3) ผลกระทบทางบวกจากการท่องเที่ยว หมายถึง ผลที่เกิดจากการมีอยู่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกอันจะเกิดขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

4) ผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยว หมายถึง ผลที่เกิดจากการมีอยู่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงลบอันจะเกิดขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

5) อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการซื้อหรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการที่จะใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6) อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึง การเสนอบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอ และสามารถทำการขายได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่าง ๆ กัน ตามกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว (4) อธิปไตยไมตรีของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ (6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

7) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หมายถึง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แบ่งเป็น 3 ประเภทยานโยบาย ดังนี้ 1) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Market) 2) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel) และ 3) นโยบายการยกระดับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลผลิตหลักของแผนงานวิจัย คือ การพัฒนาข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยการนำผลงานไปใช้ประโยชน์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนำผลวิเคราะห์ ผลกระทบ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไปใช้ เพื่อพัฒนานโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับประโยชน์จากผลงานวิจัย

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวนั้นอาจเกิดจากปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หรืออาจเกิดจากปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ที่เป็นปัจจัยจูงใจจากจุดหมายปลายทางที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ (แสงเดือน, 2555) โดยสามารถแบ่งเป็นปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ได้ ดังต่อไปนี้

2.1.1 ปัจจัยผลักดัน (Push Factor)

2.1.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor)

เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษาอาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (สุสา ชัยสุรัตน์, 2537) การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี รองลงมา คือ 1-2 ครั้งต่อปี (กฤษ เตชะประเสริฐ, 2556) จึงอาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยมากจะมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะคู่รักเกย์เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพเนื่องจากไม่มีลูกและมีรายได้สองเท่าทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางบ่อย

ปัจจัยด้านเพศสภาพก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษาของ Howard L. (2006, p. 182) พบว่าเกย์และเลสเบียนมีแนวโน้มที่จะใช้วันหยุดไปกับการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าคนทั่ว ๆ ไป เนื่องจากการได้เดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่แสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดี หรือ “ชีวิตดี” สำหรับทั้งกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มคนรักต่างเพศ เป็นการรับรู้ร่วมของสังคมสมัยใหม่ที่ผู้ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นสมาชิกที่มี “อภิสถิธิ” ของสังคมโดยไม่คำนึงถึงเพศสภาพ ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของเกย์และเลสเบียนจึงเป็นตัวชี้วัดถึงความต้องการการยอมรับในโลกที่ถูกครอบงำโดยบรรทัดฐานรักต่างเพศ การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของการพักผ่อนเท่านั้น แต่อาจมีเรื่องของภาพลักษณ์และการยอมรับในสังคมมาเกี่ยวข้องด้วย ในขณะที่ความต้องการของบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวรวมถึงเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่จะเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และเลสเบียนก็อาจนับเป็นตัวชี้วัดการยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในโลกที่เต็มไปด้วยคนรักต่างเพศ เช่นเดียวกันกับกรณีของกลุ่มคนรักต่างเพศพร้อมที่จะเข้าร่วมเทศกาลที่จัดขึ้นสำหรับเกย์และเลสเบียน แม้จะในฐานะคนดูก็ตาม (Hughes, 2006) หมายความว่าปัจจัยภายในจิตใจที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนหนึ่งในความเป็นจริงแล้วคือ ความต้องการ

ประกอบสร้างตัวตนผ่านการท่องเที่ยวให้ตนเป็นที่ยอมรับ การท่องเที่ยวจึงกลายเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในฐานะของคนที่เป็นเกย์

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยส่วนบุคคลในเชิงการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสามารถศึกษาได้จากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior) ของ Philip Kotler และ Kevin Lane Keller (2006) ที่ใช้การวิเคราะห์ตามหลักจิตวิทยาในการทำ ความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านแบบจำลองสิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง หรือ Stimulus-Response Model ซึ่งแบ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า (2) กระบวนการทางจิตวิทยาของผู้บริโภคที่ทำงานร่วมกับลักษณะนิสัยของผู้บริโภค (3) กระบวนการตัดสินใจในการเลือกซื้อ หรือที่รู้จักกันในนาม “กล่องดำ” (Black Box) ของผู้บริโภค และ (4) การตัดสินใจซื้อ โดยขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาการทำการตลาดอย่างมากคือ กล่องดำของผู้บริโภค ซึ่ง Kotler และ Keller แบ่งออกเป็น 1) การรับรู้ปัญหา 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งเป็นกระบวนการทางความคิดที่เกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึกของผู้บริโภคที่เป็นผลมา จากการทำงานร่วมกันของจิตวิทยาของผู้บริโภคและลักษณะนิสัยของผู้บริโภค โดยจิตวิทยาของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการ 2) การรับรู้ 3) การเรียนรู้ และ 4) การจดจำ ส่วนลักษณะนิสัยของผู้บริโภค แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทางวัฒนธรรม 2) ทางสังคม และ 3) ส่วนบุคคล ซึ่งทั้งสองเป็นกระบวนการทาง ความคิดที่เกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึกของผู้บริโภคเช่นกัน คือเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยที่ผู้บริโภคไม่ได้ ตระหนักถึง ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยผลักดันส่วนบุคคลของผู้บริโภค แต่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องตระหนักถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคเหล่านี้เพื่อให้สามารถทำการตลาดไปในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งการศึกษา แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภคนี้สามารถนำมาปรับใช้กับตลาดการท่องเที่ยวได้เช่นกัน นั่นคือ นักท่องเที่ยว จะมีกระบวนการตัดสินใจในการเลือกซื้อ ดังนี้ 1) การรับรู้ปัญหา คือ นักท่องเที่ยวจะรับรู้ถึงความต้องการหรือ ความจำเป็นใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหรือวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละ บุคคล 2) การแสวงหาข้อมูล คือ นักท่องเที่ยวจะทำการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางหรือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะตอบโจทยปัญหาของตนเอง 3) การประเมินทางเลือก คือ นักท่องเที่ยวจะ เปรียบเทียบตัวเลือกต่าง ๆ หลังจากทำการค้นหาข้อมูล เพื่อให้ได้ตัวเลือกที่ตอบโจทยความต้องการและคุ้มค่า มากที่สุด 4) การตัดสินใจซื้อ คือ นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตนเห็นแล้วว่าเป็น ทางเลือกที่ดีที่สุดเท่านั้น และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ คือ การพิจารณาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตนได้รับกับ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ

2.1.1.2 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

ประเทศไทยคือสวรรค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นปัจจัยผลักดันให้นักท่องเที่ยว กลุ่มเกย์มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการแสดงออกในพื้นที่ที่สังคมยอมรับ และไม่มีข้อจำกัดทางวัฒนธรรม ดังที่ Hughes (2006) กล่าวในการศึกษาของเขาว่า วันหยุดมอบโอกาสในการ

“หนี” จากปัญหาเรื่องการจำกัดการแสดงออกทางสังคม อคติ และการถูกทำให้แปลกแยกภายในบ้านหรือประเทศที่จากมา และเพื่อประกอบสร้าง ยืนยันอัตลักษณ์ และเลือกใช้ชีวิตในแบบที่ตนเองต้องการ คำกล่าวนี้ดูเหมือนจะเป็นความจริง เนื่องจากสังคมไทยเริ่มเปิดกว้างมากขึ้น การเหยียดเพศนักท่องเที่ยวในที่สาธารณะของสังคมไทยจึงถือว่าพบเจอได้น้อยหากเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยจากผลสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ของโครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มประเทศเกิดใหม่: ภูมิภาคตะวันออกกลาง ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยการคัดเลือกตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 3 ตลาด ได้แก่ (1) ตลาดอิตาลี (2) ตลาดสเปน และ (3) ตลาดอิสราเอล และทำการเก็บข้อมูลผ่านการสนทนากลุ่มย่อย พบว่า ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อชาวเกย์ (Gay-friendly Destination) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชาวอิสราเอลเป็นกลุ่มที่มองภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านบวกที่สุด โดยมองว่าไม่จำเป็นต้องจัดงานกิจกรรมประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม หรือแปะป้ายสัญลักษณ์ LGBT แบบโจ่งแจ้ง แต่ควรเป็นการสร้างบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะไม่รู้สึกอึดอัด แต่รับรู้ได้ถึงรับการยอมรับและปฏิบัติแบบเท่าเทียมมากกว่า (ชญาณี วังซ้าย, 2561) จากข้อมูลของ World Tourism Organization (World Tourism Organization, 2017) พบว่า ทั้งกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มเกย์คาดหวังให้สภาพสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางให้การยอมรับและให้ความสำคัญกับเรื่องของความเท่าเทียมกันทางเพศ

2.1.1.3 ปัจจัยด้านการสื่อสาร

การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวเกย์ ปัจจุบันสามารถหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากมาย เช่น www.travelgay.com และ www.thepassportgay.com เป็นต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงได้จัดทำแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งยังให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นประโยชน์ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรายจังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศผ่าน www.gothaibefree.com ในขณะที่ประเทศสเปนนั้น การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่และเปิดเผยจากรัฐบาล ตัวอย่างเช่นแผ่นพับ gay map และเว็บไซต์บริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองบาร์เซโลนาสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ www.visitgaybarcelona.com จัดทำโดย Associació Catalana d'Empreses per a Gais i Lesbianes (ACEGAL) หรือสมาคมผู้ประกอบการเพื่อเกย์และเลสเบียนแห่งกาตาลุญญา ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร ร่วมกับ Consorcio de Turisme de Barcelona (Turisme de Barcelona) หรือ

สมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของเมืองบาร์เซโลนาจึงเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา เพราะนักท่องเที่ยวทั่วโลกสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการได้จากทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการเล่าต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งจะทำให้ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางนั้นลดน้อยลง รวมไปถึงการสื่อสารของกลุ่มเองผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Twitter หรือแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น Grindr Jack'd และ Romeo ที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทำความรู้จักกันง่ายขึ้นกว่าการเจอกันในที่สาธารณะ ก็ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีอุปสงค์ในการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2.1.1.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสาร

ตัวอย่างปัจจัยด้านการสื่อสารข้างต้นเป็นผลมาจากปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสาร หลังจากทีอินเทอร์เน็ตกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ธุรกิจต่าง ๆ ก็เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยว โลกาภิวัตน์และอินเทอร์เน็ตมีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการขายที่มีมากขึ้นในเว็บไซต์ต่าง ๆ การขายกลายเป็นการขายแบบออนไลน์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและผู้บริโภคแบบทันที ซึ่งการขายเช่นนี้จะเอื้อให้ผู้ประกอบการสามารถขายตรงไปยังนักท่องเที่ยวได้ง่ายมากขึ้น เป็นการลดจำนวนผู้ค้าคนกลางหรือตัวแทนเสนอขายรายย่อยต่าง ๆ และที่สำคัญการขายแบบออนไลน์ช่วยให้ผู้ประกอบการมีฐานข้อมูลหรือ database ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการทำการตลาดและการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นรายบุคคลได้ อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลส่วนนี้ไปทำการตลาดร่วมกับธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Middleton, 2001) ซึ่งการทำการตลาดออนไลน์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความน่าสนใจอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นตลาดที่ยังมีฐานข้อมูลผู้บริโภคไม่มากนัก การได้มาซึ่งฐานข้อมูลของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะนำไปสู่การรู้ถึงความต้องการของพวกเขา และสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะกระตุ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการทำการตลาดรูปแบบอื่น ๆ กับผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อีกมากในอนาคต

2.1.1.5 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

สถานการณ์ทางเศรษฐกิจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการผลักดันให้เกิดการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) กล่าวว่า ทิศทางการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2562 ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยในปัจจุบันปัจจัยด้านเศรษฐกิจในหลายประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัวจากความผันผวนของค่าเงิน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทางเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวหรือการปรับลดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจนี้ส่งผลทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่แตกต่างกัน ไม่มีปัจจัยทางเศรษฐกิจใดที่กระทบอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ หากรัฐบาลต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ รัฐบาลจำเป็นต้องพิจารณานโยบายทางเศรษฐกิจที่จะส่งผลดีต่อประชาชนทั้งประเทศ รัฐบาลของ

ประเทศใดมีนโยบายทางเศรษฐกิจที่ดี อุปสงค์การท่องเที่ยวของประชาชนในประเทศนั้นก็สูง รวมทั้งการที่ประเทศมีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่มั่นคง ค่าเงินคงที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติก็จะเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)

2.1.2.1 ปัจจัยด้านกิจกรรมพิเศษหรือกิจกรรมเฉพาะด้าน

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่สร้างความเคลื่อนไหวทางสังคมสามารถดึงดูดผู้คนให้เลือกเดินทางมายังจุดหมายได้อย่างมาก เช่น งานไพรด์ (Pride Parade) ที่จัดขึ้นเพื่อเรียกร้องถึงความเท่าเทียมทางเพศให้เกิดขึ้นจริงในสังคม

จุดเริ่มต้นของ LGBT Pride เกิดขึ้นจากเหตุจลาจลสโตนวอลล์ ในเดือนมิถุนายน ปี ค.ศ. 1969 ในบาร์เกย์ที่ชื่อว่า สโตนวอลล์ อินน์ (Stonewall Inn) ย่าน กรีนวิช วิลเลจ ที่เมืองนิวยอร์กซิตี ซึ่งเป็นสถานที่ยอตนิยมของกลุ่มเกย์ เกิดการเลือกปฏิบัติของตำรวจด้วยเหตุทางเพศจนเกิดเป็นการจลาจล เหตุการณ์รุนแรงในครั้งนั้นถือเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเรียกร้องสิทธิและความเสมอภาคของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หนึ่งปีหลังจากนั้น ก็เกิดการเดินขบวนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ครั้งแรกในนิวยอร์ก ลอสแอนเจลิส ซานฟรานซิสโก และชิคาโก และมีการเดินขบวนในอีกหลายแห่งทั่วโลก ตามมา โดยในปี ค.ศ. 2000 มีการยกระดับการเดินขบวน Pride Parade ให้เป็นงานระดับนานาชาติภายใต้ชื่อ World Pride จัดขึ้นครั้งแรกที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี หรือ World Pride Roma เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม ค.ศ. 2000 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมจำนวนประมาณ 100,000 ถึง 200,000 คน มีทั้งเกย์ เลสเบียน ไบเซ็กชวล ควีเรีย คนข้ามเพศ และผู้สนับสนุนคนกลุ่มนี้ (Markwell & Waitt, 2006) อย่างไรก็ตาม องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรท้องถิ่นในหลาย ๆ ประเทศก็เป็นผู้จัดงาน Pride Parade ขึ้นเอง หรือปัจจุบันงาน Pride Parade บางงานก็ได้รับการสนับสนุนโดยตรงจากภาครัฐกิจ เช่น Pattaya International 2020 ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 14-16 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ณ เมืองพัทยา มีผู้จัดงานเป็นเครือข่ายทรานส์ กรุป (พรสวรรค์, 2563)

เหตุการณ์ที่สโตนวอลล์แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการ “เปิดตัว” (coming out) ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และนำไปสู่การเคลื่อนไหวมวลชนเพื่อเป็นการประท้วงทางการเมือง ต่อต้านการละเมิดสิทธิพลเมือง (Enguix, 2009) อย่างเช่น การเดินขบวน Pride Parade ที่เป็นการ “ท้าทาย สั่นคลอน โค่นล้มความหมายสอดสังคม (social meanings are challenged, destabilized, subverted)” (Enguix, 2009, p. 20) ซึ่งหมายถึงการประท้วงต่อต้านบรรทัดฐานทางสังคมที่ไม่เป็นธรรมในเชิงฐานะทางสังคมต่อคนบางกลุ่ม ดังที่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศถูกทำให้กลายเป็นกลุ่มชายขอบของสังคมที่อยู่ภายใต้บรรทัดฐานรักต่างเพศ นั่นคือ โดยหลักการแล้ว Pride Parade ไม่ได้จัดขึ้นเพื่อเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพในการ “เปิดตัว” หรือการแสดงออกถึงตัวตนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่หมายถึงเพศสภาพ (gender) เท่านั้น แต่คำว่า “ความหลากหลายทางเพศ” ในที่นี้ยังมีความหมายครอบคลุมในหลากหลายมิติ เช่น รสนิยมทางเพศ (sexual orientation) และการแสดงออกทางเพศ (gender

expression) เพราะบรรทัดฐานรักต่างเพศได้สร้างกรอบความคิดเรื่องเพศไว้ในหลากหลายแง่มุม คู่รักในอุดมคติจะต้องเป็นคู่รักต่างเพศแบบผัวเดียวเมียเดียว ครอบครัวที่สมบูรณ์คือครอบครัวที่ประกอบด้วยพ่อ แม่ และลูก เป็นการผูกโยงภาพของครอบครัวเดี่ยวของคู่รักต่างเพศแบบผัวเดียวเมียเดียว (monogamous heterosexual nuclear family) เข้ากับคำว่า “อารยธรรม” ทั้งที่แนวความคิดนี้เป็นเพียงสิ่งประกอบสร้างทางสังคม (social construction) ไม่ได้เป็นสิ่งที่มีความหมายแต่กำเนิดตามประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ (Easton & Hardy, 2017) จนสิ่งเหล่านี้กลายเป็นสิ่งที่ “ปกติ” ส่วนความหลากหลายทางเพศอื่น ๆ กลายเป็นสิ่งที่ “ผิดปกติ” เช่น การมีคนรักหลายคน (polyamory) ความสัมพันธ์แบบเปิด (open relationship) การมีเพศสัมพันธ์กับธรรมชาติ (ecosexual) ซึ่งทั่วไปแล้วจุดประสงค์ของ Pride Parade ส่วนนี้มักถูกหลงลืม ทำให้ Pride Parade ในปัจจุบันกลายเป็นงานรื่นเริงเพื่อเฉลิมฉลองมากกว่าการเดินขบวนประท้วงอย่างในประวัติศาสตร์ แต่ถึงกระนั้น Pride Parade ก็ยังคงจัดในที่สาธารณะ ซึ่งก็จะส่งผลไม่มากนักต่อสังคม เพราะจะทำให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับการมองเห็นว่ามีตัวตนอยู่ในสังคม (Hughes, 2006) หากการเดินขบวน Pride Parade มีการแสดงจุดยืนที่จะต่อต้านการลิดรอนสิทธิเสรีภาพทางสังคมก็จะสร้างการตระหนักรู้ถึงความอยุติธรรมที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมกระแสหลักให้กับสังคม ซึ่งจะทำให้สังคมไม่เพียงเห็นความสำคัญของสิทธิและเสรีภาพของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น แต่จะทำให้คนในสังคมทุกคนไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตามตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกของตนที่อาจกำลังถูกกดทับโดยอำนาจอันไม่ชอบธรรมอยู่โดยที่ตนไม่รู้ตัว และส่งผลให้เกิดเป็นแรงผลักดันให้คนในสังคมหันมาปกป้องสิทธิและเสรีภาพของตนในฐานะพลเมือง ดังนั้นแล้ว Pride Parade จึงเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างมากกับกระบวนการสร้างประชาธิปไตยที่มั่นคงของสังคม

อีกความสำคัญหนึ่งของเทศกาลไพรด์ หรือ Pride Festival สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศคือ เทศกาลเหล่านี้เป็นการเปิดพื้นที่ที่ใช้สำหรับพักผ่อนหย่อนใจเพื่อมอบโอกาสให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศประกอบสร้างชุมชนจินตกรรม (imagined communities) ร่วมกัน และอัตลักษณ์ทางเพศ (sexual identities) ของแต่ละบุคคล (Markwell & Waitt, 2006) ชุมชนจินตกรรม หรือ imagined communities ในความหมายของ Benedict Anderson มีนัยทางการเมืองที่เกี่ยวกับการขบวนการชาตินิยม โดยเขาเสนอแนวคิดที่ว่าความเป็นชาตินั้นเกิดจากกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลให้ผู้คนรับรู้ถึงความเป็นชุมชนและความเป็นหนึ่งเดียวที่สมมติขึ้นมา (Calhoun, 2016) การแสดงออกและการถูกมองเห็นในที่สาธารณะถึงเพศวิถี (sexualities) ของกลุ่มบุคคลที่เป็นคนกลุ่มน้อยของสังคมในรูปแบบของเทศกาลและงานรื่นเริงจึงมีความสำคัญ เพราะคนเหล่านี้ไม่สามารถแสดงเพศวิถีของตนเองในชีวิตประจำวันได้ เนื่องมาจากข้อจำกัดที่เกิดจากบรรทัดฐานรักต่างเพศ เทศกาล Pride ที่จัดให้มีการแสดงออกถึงเพศวิถีในรูปแบบของงานรื่นเริงเฉลิมฉลองในที่สาธารณะอย่างโจ่งแจ้งจึงเป็นสิ่งสำคัญในวัฒนธรรมของกลุ่มเกย์ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ หรือผ่านทางร่างกาย เพราะเป็นกิจกรรมที่เปรียบเสมือนเครื่องยืนยันถึงอัตลักษณ์ทางเพศ (sexual identity) และการเป็นสมาชิกของสังคมจินตกรรม ดังนั้น หากจะพิจารณาการทำตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยนิยาม “แหล่งท่องเที่ยว” ว่าเป็นสถานที่ในเชิงกายภาพตามความหมายดั้งเดิมก็อาจไม่ถูกต้อง เพราะสำหรับการท่องเที่ยวแบบเกย์แล้ว แหล่งท่องเที่ยว

จำเป็นต้องมีร่างของคนที่ทำกิจกรรมอยู่ปรากฏให้เห็นด้วย (active presence of bodies) การจะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดการสร้างชุมชนจินตกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการเดินขบวน Pride Parade งานรื่นเริงต่าง ๆ หรือกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ

ปัจจุบันหลายประเทศต่างก็เฉลิมฉลอง Pride Month หรือเดือนแห่งความภาคภูมิใจนี้ในเดือนมิถุนายนของทุกปี เพื่อสนับสนุนสิทธิและเสรีภาพของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยธงสีรุ้งถือเป็นสัญลักษณ์สำคัญของกลุ่ม LGBTQ ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์โดย Gilbert Baker นักเคลื่อนไหวซึ่งเป็นเกย์อย่างเปิดเผย ธงสีรุ้งถูกใช้โบกสะบัดครั้งแรกในปี ค.ศ. 1978 ที่งาน Gay Freedom Day Parade ในเมืองซานฟรานซิสโก ปัจจุบันธงสีรุ้งเหลือเพียงแค่หกสี โดยมีความหมายดังนี้ (1) สีแดง หมายถึง ชีวิต (2) สีส้ม หมายถึง การเยียวยา (3) สีเหลือง หมายถึง แสงอาทิตย์ (4) สีเขียว หมายถึง ธรรมชาติ (5) สีน้ำเงิน หมายถึง ความปรองดอง และ (6) สีม่วง หมายถึง จิตวิญญาณ (LGBT Capital, 2015)

การเดินขบวน Pride Parade เฉลิมฉลองถึงการเป็นบุคคลที่ไม่ได้มีเพศสภาพตรงกับบรรทัดฐานรักต่างเพศ และงานไพรด์ยังถูกใช้เป็นเครื่องมือในการตั้งคำถามกับสังคมและเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคม (social movement) ที่เรียกร้องให้คนหนุ่มมากและภาครัฐได้รับฟัง ไม่เพียงแต่ประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศเพียงอย่างเดียว ส่วนมากจะจัดที่เมืองใหญ่ที่เป็นเมืองยอดนิยมของกลุ่มเกย์ เช่น NYC Pride นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา EuroPride 2019 & Pride Week เมืองเวียนนา ประเทศออสเตรีย Madrid Gay Pride เมืองมาดริด ประเทศสเปน Amsterdam Gay Pride เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ Mexico City Gay Pride เมืองเม็กซิโก ซิตี้ ประเทศเม็กซิโก Stockholm Pride เมืองสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน Tel Aviv Gay Pride เมืองเทลอาวีฟ ประเทศอิสราเอล Dublin Gay Pride เมืองดับลิน ประเทศไอร์แลนด์ ส่วนในทวีปเอเชียที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม งาน Pride Taiwan ถูกจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองกฎหมายแต่งงานเพศเดียวกันของประเทศไต้หวัน ซึ่งถือเป็นประเทศแรกของทวีปเอเชียที่ประกาศใช้กฎหมายฉบับนี้ และจากงาน Pride Taiwan สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากจากทั่วโลก โดยเฉพาะทวีปเอเชียให้เดินทางมาเฉลิมฉลองความเท่าเทียมที่ไต้หวัน

2.1.2.2 ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา

ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคาเป็นปัจจัยที่เป็นผลมาจากการแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งทางการตลาด Victor T. C. Middleton (2001) ระบุในงานของเขาว่า มีงานพิสูจน์แล้วว่าในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (leisure tourism) นั้น ราคาที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งราคาในที่นี้ไม่ได้หมายถึงความถึงเงินเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมเรื่องของเวลาและความพยายามอีกด้วย จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือกต้องเป็นจุดหมายปลายทางที่คุ้มค่ากับราคา เวลา และความเหนื่อยที่นักท่องเที่ยวต้องแลก แต่โดยรวมแล้วปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคาก็จะผูกโยงกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับค่าเงินและอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงิน แม้ว่าการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะเป็นการตลาดเฉพาะกลุ่มหรือ niche marketing ซึ่งเป็นตลาดที่มีความต้องการเฉพาะและพร้อมที่จะจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ตนต้องการ (Kotler & Keller, 2006) แต่ผู้ประกอบการก็ควรคำนึงถึงการตั้งราคาที่เหมาะสมด้วย เพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้จะยอมซื้อ

สินค้าในราคาสูงก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง สามารถมอบสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่สามารถหาซื้อได้จากผู้ประกอบการทั่วไป แต่หากสินค้าและบริการนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เพียงบางส่วน และเมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้เห็นว่าตนมีตัวเลือกอื่น ๆ ที่ถึงแม้ไม่ได้มีไว้บริการผู้บริโภคกลุ่มใดโดยเฉพาะ แต่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน และมีราคาที่คุ้มค่ากว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก็อาจเลือกสินค้าและบริการที่คุ้มค่ากว่าถึงแม้จะไม่ได้ตอบสนองความต้องการเฉพาะได้ทั้งหมด

2.1.2.3 ปัจจัยการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยตนเองมากขึ้นจากการที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้า และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกรวดเร็ว นักท่องเที่ยวจึงมีความกังวลเมื่อจะต้องเดินทางด้วยตนเองน้อยลงเมื่อเทียบกับยุคก่อนอินเทอร์เน็ต แม้ว่าการเดินทางไกลยังต้องอาศัยการขนส่งสาธารณะ เช่น เครื่องบิน รถไฟ แต่การเดินทางใกล้ ๆ นั้นไม่จำเป็นต้องอาศัยการขนส่งสาธารณะอีกต่อไป ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเช่ารถยนต์และรถจักรยานยนต์ได้ง่ายในประเทศไทย ตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมักมีร้านบริการเช่ายานพาหนะรายวันอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะร้านเช่ารถจักรยานยนต์ที่เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวที่ไม่ใช่ชาวเอเชีย เนื่องจากเป็นยานพาหนะที่ไม่ได้เป็นที่นิยมใช้ในประเทศฝั่งตะวันตก จึงเป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อีกทั้งยังเป็นยานพาหนะที่มีความสะดวก รวดเร็ว ราคาถูก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุสูงกว่าจะไม่นิยมการเช่ารถจักรยานยนต์ เพราะเป็นยานพาหนะที่อันตราย การเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะจึงไม่ได้รับการเดินทางที่สามารถผูกขาดการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นในอดีต ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคลนี้ด้วย เพราะการเลือกเดินทางด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวจะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถทำการค้ากับนักท่องเที่ยวที่แวะพักในจุดต่าง ๆ ระหว่างทาง โดยเฉพาะเขตที่มีพรมแดนติดกัน บริเวณนี้จะมีผลกระทบมากเป็นพิเศษ ถือเป็นโอกาสในการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบการเดินทางด้วยตนเอง

2.1.2.4 ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย

จากรายงาน 22nd Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey ของ Community Marketing & Insights (CMI) (Community Marketing, Inc., 2017) ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า มีปัจจัยทางลบเกี่ยวกับความกังวลที่มีอิทธิพลในการเลือกจุดหมายในการท่องเที่ยวในต่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ (1) ความปลอดภัยในฐานะชาวต่างชาติ ร้อยละ 66 (2) กฎหมายหรือข้อบังคับที่ต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ร้อยละ 66 (3) ความปลอดภัยในฐานะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ร้อยละ 64 (4) สิ่งแวดล้อมทางการเมืองของที่หมาย ร้อยละ 59 (5) อาชญากรรมและความรุนแรงในพื้นที่ ร้อยละ 54 ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นประชากรส่วนน้อยของสังคม และมักมีประสบการณ์กับการถูกดูถูกหรือเลือกปฏิบัติ หลายคนเคยถูกทำร้ายร่างกายแล้วไม่สามารถเรียกร้องค่าเสียหาย

จากผู้ก่อเหตุได้เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับการมีตัวตนของประชากรกลุ่มนี้ ดังนั้น ความปลอดภัยจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากที่สุดในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจก็ต้องการปลดปล่อยความเป็นตัวเองโดยไม่ต้องเป็นกังวลว่าตนจะถูกเลือกปฏิบัติหรือถูกทำร้ายหรือไม่ การมีนโยบายกฎหมายที่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นการทำการตลาดวิธีหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีระดับความกังวลในเรื่องความปลอดภัยน้อยกว่า การมีกฎหมายที่รองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศภายในประเทศจะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นชาวต่างชาติ เพราะเป็นการชี้ให้เห็นถึงหลักประกันความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคกลุ่มนี้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีหลักประกันส่วนนี้ที่จะเสนอให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวไทยเสียศักยภาพทางการตลาดที่จะดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มเกย์ไปให้กับเมืองที่มีความพร้อมทางด้านนี้มากกว่า เช่น ไต้หวัน

2.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ประเทศที่เป็นจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Top gay destination) หรือประเทศที่ถูกจัดอันดับว่าเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Top gay friendly-destination) มักมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐในรูปแบบการออกกฎหมาย นโยบายที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และสนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หน่วยงานภาครัฐก็มีการปรับแผนการตลาดเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว โดยแผนการตลาดต้องชาญฉลาดและไม่สร้างความรู้สึกแตกต่างให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวอื่นที่แสดงความเป็นมิตร จึงจะสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเที่ยวซ้ำยังจุดหมายปลายทางอีกครั้ง

2.2.1 ความพร้อมของนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรของกลุ่มเกย์

Spartacus Gay Travel Index เว็บไซต์เกย์ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกมีการจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดในปี ค.ศ. 2019 เพื่อแสดงสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั้งหมด 197 ประเทศ พบว่า ประเทศโปรตุเกส ประเทศสวีเดน และประเทศแคนาดา คือประเทศท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากที่สุดอันดับที่หนึ่งร่วมกัน ส่วนกลุ่มประเทศที่ได้อันดับ 4 ร่วมกันมีสูงถึง 13 ประเทศ อาทิ ออสเตรเลีย มอลตา เบลเยียม ฟินแลนด์ เป็นต้น (Spartacus, 2019) ซึ่งปัจจัยหลักที่ Spartacus Index เลือกในการจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ กฎหมายและนโยบายที่ส่งเสริมสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศนั้น เช่น กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) กฎหมายความเท่าเทียมของคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent)

ประเทศโปรตุเกส ประเทศที่ถูกจัดอันดับให้เป็นประเทศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดในปี ค.ศ. 2019 ได้ขยับขึ้นมาจากอันดับที่ 27 มาอยู่ในอันดับที่ 1 ร่วมกับอีกสองประเทศ ถือเป็นการเลื่อนอันดับแบบก้าวกระโดดอย่างมาก เป็นผลมาจากการที่รัฐสภาโปรตุเกสได้อนุมัติกฎหมายใหม่ที่ทำให้ประชาชนเมื่ออายุ 16 ปีขึ้นไปสามารถเปลี่ยนเพศกำเนิดและเปลี่ยนชื่อของตนได้โดยไม่ต้องพึ่งรายงานทางการแพทย์ ส่วนกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน ประเทศโปรตุเกสมีการอนุมัติตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010 หลังจากนั้นในปี ค.ศ. 2016 โปรตุเกสจึงอนุมัติกฎหมายที่รับรองการเลี้ยงบุตรบุญธรรมโดยคู่รักเพศเดียวกัน เมื่อดูภาพรวมประเทศที่อยู่ในกลุ่มอันดับที่ 1 รวมจะเห็นได้ว่า กฎหมายที่ทั้งสามประเทศได้คะแนนสูงกว่าอันดับอื่นๆ คือ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ที่เห็นชัดมากกว่าเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากที่สุดในโลก

ประเทศมอลตา และประเทศออสเตรีย ที่สามารถขึ้นมาอยู่ในกลุ่มอันดับที่สี่ร่วมของดัชนีการท่องเที่ยวเกย์ (Spartacus Gay Travel Index) เป็นผลมาจากกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันโดยมอลตาอนุมัติกฎหมายดังกล่าวในปี ค.ศ. 2017 ตามมาด้วยออสเตรียในปี ค.ศ. 2019 ซึ่งเห็นได้ชัดว่ากฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) เป็นกฎหมายที่ถือเป็นกฎหมายที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

ประเทศไทย ถือว่าอยู่ในกลุ่มประเทศที่น่าจับตามอง โดยมีการคาดการณ์ว่าสถานการณ์ในปี ค.ศ. 2019 จะดีขึ้น เนื่องจากรัฐบาลเริ่มมีการหารือเกี่ยวกับการออกกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน หากกฎหมายดังกล่าวมีการประกาศใช้จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดในเอเชีย และด้วยเหตุนี้ทำให้ประเทศไทยได้เลื่อนอันดับจากอันดับที่ 67 มายังอันดับที่ 47 ประเทศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากที่สุดในโลก (Spartacus, 2019)

2.2.2 ความพร้อมของสถานประกอบการในการส่งเสริมความเป็นมิตรของกลุ่มเกย์

ไม่เพียงแต่กฎหมายและนโยบายที่เป็นมิตรจากภาครัฐจะเป็นความพร้อมหนึ่งเดียวในการส่งเสริมความเป็นมิตรของกลุ่มเกย์ แต่การเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการที่ขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกย์ก็มีความสำคัญที่จะทำให้ประเทศนั้นเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

เว็บไซต์ Couple of men ที่เปรียบเสมือนคู่มือการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่จะเดินทางไปยังประเทศสวีเดน มีบล็อกจำนวนมากที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ตัวอย่างเช่น The Karmelung tavern โรงแรมและร้านอาหารในเมืองสต็อกโฮล์มทางตอนใต้ของประเทศสวีเดนที่มีคู่รักเกย์เป็นเจ้าของ จุดเด่นของร้านอาหารนี้คือ การซึมซับธรรมชาติของทุ่งนาอย่างใกล้ชิด สถานที่อีกแห่งคือ โรงแรม The Vault ในเมืองเฮลซิงบอร์ก จุดเด่นของที่พักรับรองคือการนำดีท็อกซ์การเก่าแก่มาแปลงโฉมเป็นโรงแรมที่ประดับไปด้วยงานศิลปะ ซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Krause & Colijn, 2019)

ประเทศแคนาดามีชื่อเสียงเรื่องชุมชนและงานเทศกาลของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ มีหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองโตรอนโต ซึ่งเป็นชุมชนเกย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศแคนาดา บริเวณรอบชุมชนห้อมล้อมไปด้วยโบสถ์ คาเฟ่ ร้านอาหาร และสถานบันเทิงยามค่ำคั่นตลอดหลายช่วงตึกที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Song, 2016)

ประเทศนอร์เวย์มีชื่อเสียงในงานเทศกาลที่ส่งเสริมความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในกรุงออสโลจะมีเทศกาล LGBTIQ+ พร้อมขบวนพาเหรดที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศ รวมทั้งการดื่มด่ำกับงานศิลปะร่วมสมัย ร้านค้า และร้านอาหารเกือบทุกที่ในเมืองจะปักธงสีรุ้งเล็ก ๆ ภายในร้านถือเป็นสัญลักษณ์ที่บอกกับนักท่องเที่ยวว่าที่แห่งนี้เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

บริษัท Community Marketing เริ่มทำการวิจัยด้านการตลาดตั้งแต่ปี ค.ศ. 1994 และได้พบประเด็นที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ กลุ่มคนที่ชื่นชอบการเดินทาง และมีรายได้ที่ทำให้สามารถใช้จ่ายได้อย่างอิสระ (Disposable Income) ด้วยปัจจัยที่กล่าวมาทำให้ภาครัฐและผู้ประกอบการต่างพยายามหาวิธีในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น การเข้าร่วมจัดนิทรรศการงาน International Gay & Lesbian World Travel Expo ฯลฯ (ไศรยา หอมชื่น, 2554) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีทั้งกลุ่มคนที่ชื่นชอบการเที่ยวในเรือสำราญแบบเหมาลำ บางส่วนชอบที่จะเดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ๆ โดยการจัดหาผู้ประกอบการนำเที่ยว แต่ส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางคนเดียวหรือกับเพื่อน และเน้นการมองหาสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับชาวเกย์ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก หรือร้านอาหารต่างพยายามที่จะทำให้อารมณ์ของตนเองมีคุณสมบัติที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยยืนยันคือการถูกจัดอยู่ในโฆษณาคู่มือการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่าง Spartacus หรืออยู่ในเว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น Coupleofmen.com หรือที่ดีที่สุดคือ การเข้าร่วมในองค์กรอุตสาหกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น สมาคมนักท่องเที่ยวเกย์และเลสเบี้ยนนานาชาติ (The International Gay & Lesbian Association: IGLTA) กลุ่มการเดินทางแบบทางเลือก (Travel Alternative Group: TAG) ฯลฯ

องค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA เป็นองค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1983 IGLTA เป็นผู้ให้บริการแหล่งข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังสนับสนุนให้เกิดความเท่าเทียมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากทั่วโลก สมาชิกของ IGLTA ครอบคลุมทั้งในด้านธุรกิจประเภทที่พัก ธุรกิจด้านการขนส่ง ที่ปรึกษาการท่องเที่ยว ผู้จัดการ การจัดประชุมระดับโลก และการโฆษณาด้านการท่องเที่ยว มีเครือข่ายอยู่ใน 80 ประเทศทั่วโลก เช่น อิตาลี สเปน แคนาดา เบลเยียม ฯลฯ โดยแต่ละปี IGLTA จะเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมระดับโลก สลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก การจัดประชุมของ IGLTA ไม่เพียงแต่เป็นการจัดประชุมด้านการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุด แต่ยังมียุทธศาสตร์ในการจัดประชุมต่อเนื่องยาวนานที่สุดตั้งแต่ปี ค.ศ. 1984 การจัดประชุมครั้งล่าสุดในปี ค.ศ. 2020 จะจัดขึ้นที่เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี โดยประเทศใดได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม IGLTA

นอกจากจะเป็นการโฆษณาด้านการท่องเที่ยว ยังแสดงให้เห็นศักยภาพในการเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางชั้นนำของโลก และเห็นถึงความกระตือรือร้นของคนในพื้นที่ต่อการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

เครื่องมือที่ช่วยสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ “The Spartacus Gay Travel Index” หรือการจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุด โดย Spartacus ผู้จัดพิมพ์คู่มือการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี

Spartacus Gay Travel Index เริ่มการจัดทำตัวชี้วัดครั้งแรกในปี ค.ศ. 2012 ในแต่ละปีจะทำการสำรวจประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกกว่า 197 ประเทศ จุดประสงค์หลักของการจัดทำตัวชี้วัดคือ เพื่อสนับสนุนให้เกิดความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก เพราะต้องยอมรับว่ายังมีอีกหลายประเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ยังคงรู้สึกไม่ปลอดภัย



Spartacus Gay Travel Index 2019 - Ranking Order

Ranking	Country	Total	Antidiscrimination Legislation	Marriage / Civil Partnership	Adoption allowed	Trans Gender Rights	Equal Age of Consent	Religious Influence	HIV Travel Restrictions	Anti-Gay Laws	Homosexuality illegal	Pride banned	Locals hostile	Prosecution	Murders	Death sentences
---------	---------	-------	--------------------------------	------------------------------	------------------	---------------------	----------------------	---------------------	-------------------------	---------------	-----------------------	--------------	----------------	-------------	---------	-----------------

ภาพที่ 2.1 ตัวชี้วัดของ Spartacus Gay Travel Index

ที่มา: Spartacus Gay Travel Index (2019)

การจัดทำดัชนีชี้วัดจะมีการกำหนดแยกเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) สิทธิพลเมือง เช่น กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน ฯลฯ (2) การเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว เช่น ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ ข้อจำกัดการเดินทางสำหรับผู้ติดเชื้อ HIV การห้ามขบวนพาเหรดหรือการประท้วงของกลุ่มบุคคลที่มีหลากหลายทางเพศ และ (3) การถูกคุกคาม เช่น โทษประหารชีวิต อาชญากรรม ฯลฯ โดยแต่ละตัวแปรจะมีคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 3 คะแนน

ข้อยกเว้นเพียงอย่างเดียวคือ โทษประหารชีวิต ประเทศที่ยังมีการระบุโทษประหารชีวิตสำหรับคนรักร่วมเพศเดียวกันไว้ในกฎหมายจะได้คะแนนติดลบ 1 คะแนน แต่หากยังมีการลงโทษด้วยการประหารชีวิตประเทศนั้นจะได้ติดลบ 5 คะแนน

ในปี ค.ศ. 2014 กรุงมาดริด เมืองหลวงของประเทศสเปนได้รับคัดเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม The International Gay & Lesbian Travel (IGLTA) ครั้งที่ 31 ซึ่งนับเป็นการปรากฏตัวครั้งแรกของเครือข่าย IGLTA ในประเทศสเปน ซึ่งมีชื่อเสียงเรื่องการเรียนสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวของสเปนกับชุมชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในพื้นที่

	Ranking	Country	Total	Anti-discrimination legislation	Marriage / Civil Partnership	Adoption allowed	LGBT-Marketing	Equal Age of Consent	Religious Influence	HIV Travel Restrictions	Anti-Gay Laws	Homosexuality illegal	Pride banned	Locals hostile	Prosecution	Murders	Death sentences
2015	1	Sweden	9	3	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		United Kingdom ¹	9	3	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	3	Belgium	8	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Netherlands	8	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		France	8	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Canada ²	8	3	2	2	1	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
		Denmark	8	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Reunion	8	2	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	9	Iceland	7	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Norway	7	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Spain	7	2	2	2	1	1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0
		Finland	7	3	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Luxembourg	7	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2014	6	Canada ²	7	2	2	2	1	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
		Denmark ³	7	1	2	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Iceland	7	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Uruguay ¹⁰	7	2	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	10	New Zealand	6	2	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Norway	6	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Spain	6	2	2	2	1	1	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0

ภาพที่ 2.2 เปรียบเทียบอันดับประเทศสเปนใน Spartacus Gay Travel Index ระหว่าง ค.ศ. 2014 – 2015
ที่มา: Spartacus Gay Travel Index (2019)

ผลจากการที่สเปนได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม IGLTA ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีทิศทางที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากภาพที่ 2.2 ในปี ค.ศ. 2014 สเปนอยู่ในอันดับที่ 10 ร่วมของการจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในปีถัดมาสเปนขยับขึ้นไปอยู่อันดับที่ 9 ร่วม ซึ่งคะแนนที่เพิ่มขึ้นอยู่ในหมวดหมู่ของการเลือกปฏิบัติ ในช่อง Locals Hostile คือ ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

การจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดในปี ค.ศ. 2019 โดย Spartacus Index พบว่า ประเทศโปรตุเกส สวีเดน และแคนาดา คือประเทศท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศมากที่สุดอันดับที่ 1 ร่วมกัน

Ranking	Country	Total	Anti-discrimination Legislation	Marriage / Civil Partnership	Adoption allowed	Trans Gender Rights	Equal Age of Consent	Religious Influence	HIV Travel Restrictions	Anti-Gay Laws	Homosexuality illegal	Pride banned	Locals hostile	Prosecution	Murders	Death sentences
2019	41 Mozambique	3	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	41 Nepal	3	3	0	0	1	1	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0
	41 Taiwan	3	2	0	0	1	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
	47 Bermuda	2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	-1	0	0	0
	47 Bosnia-Herzegovina	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	-1	-1	0	0	0
	47 Chile	2	1	1	0	2	0	-1	0	0	0	0	0	0	-1	0
	47 Costa Rica	2	2	0	0	1	1	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0
	47 Croatia	2	2	1	0	1	1	-1	0	-1	0	0	-1	0	0	0
	47 Cuba	2	1	0	0	1	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
	47 Macao	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	-1	0	0	0
	47 Seychelles	2	2	0	0	1	1	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0
	47 Thailand	2	2	1	0	-1	1	0	0	0	0	0	-1	0	0	0
2018	67 Montenegro	0	2	0	0	0	1	-1	0	-1	0	0	-1	0	0	0
	67 Romania	0	2	0	0	0	1	-1	0	-1	0	0	-1	0	0	0
	67 Serbia	0	2	0	0	0	1	-1	0	-1	0	0	-1	0	0	0
	67 St. Maarten	0	2	0	0	0	1	-1	0	-1	0	0	-1	0	0	0
	67 Thailand	0	2	0	0	-1	1	0	0	0	0	0	-1	0	-1	0
	67 Vietnam	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-1	0	0	0

ภาพที่ 2.3 เปรียบเทียบอันดับประเทศไทยใน Spartacus Gay Travel Index ระหว่าง ค.ศ. 2018 - 2019

ที่มา: Gay Travel Index (2019)

จากภาพที่ 2.3 ผลการจัดอันดับในปี ค.ศ. 2019 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 47 รวม ขยับขึ้นมา 20 อันดับจากในปี ค.ศ. 2018 และกำลังอยู่ในกลุ่มประเทศที่น่าจับตามอง ซึ่งเป็นผลมาจากการที่เริ่มมีการหารือเกี่ยวกับการออกกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน เมื่อดูในภาพที่ 2.3 จะเห็นได้ว่าคะแนนในหมวดหมู่สิทธิพลเมืองในส่วน Marriage / Civil Partnership ของประเทศไทยเพิ่มขึ้นมา 1 คะแนน ถ้าหากกฎหมายดังกล่าวประกาศใช้จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์มากที่สุดทวีปเอเชีย

การพัฒนาของประเทศที่แสดงให้เห็นถึงการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือส่วนสำคัญที่ช่วยให้คะแนนในการจัดอันดับประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สูงขึ้น อีกหนึ่งกรณีที่น่าสนใจคือ ประเทศสเปน

“สยามเมืองยิ้ม” อาจเป็นคำที่ฟังดูแล้วให้ความรู้สึกกว่าประเทศไทยพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรอยู่เสมอ แต่จากตัวชี้วัด Spartacus Gay Travel Index สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังขาดการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ สิทธิของกลุ่มคนหลากหลายทางเพศที่ยังมีคะแนนติดลบ ดังนั้นภาครัฐควรมีการสนับสนุนในเรื่องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างจริงจัง ซึ่งการได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม IGLTA และตัวชี้วัดของ Spartacus คือปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบันใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจก่อนที่จะเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

2.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อสถานะแวดล้อม (นิศศา ศิลปะเสรีรัฐ, 2560) สามารถอธิบายได้คือ การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญในทุก ๆ ด้าน และเป็นพื้นฐานการพัฒนาสังคมและพัฒนาประเทศ เมื่อการท่องเที่ยวเจริญเติบโตและได้รับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้กับประเทศ ซึ่งก่อนจะมีรายได้ก็ต้องมีการผลิตและแปรรูปวัตถุดิบผ่านกระบวนการต่าง ๆ นั่นคือ มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และวัตถุดิบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็คือ สถานะแวดล้อม ดังนั้นการกระทำอันเนื่องมาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตั้งแต่กระบวนการผลิตมาจนถึงการบริโภค ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมอย่างแน่นอน

ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อสถานะแวดล้อมดังกล่าว มีดังนี้

- 1) ผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
- 2) ผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม
- 3) ผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

จากการศึกษาถึงผลกระทบในด้านดังกล่าว พบว่า มีทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบเกิดขึ้นจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและที่เกิดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศค่อนข้างมีข้อมูลจำกัดและยังไม่มีการศึกษาเชิงลึก ดังนั้น คณะผู้วิจัยใช้วิธีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เชิงประจักษ์ เช่น บทความวิชาการ รายงานการศึกษา เป็นต้น และการตั้งข้อสังเกตบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น บทความออนไลน์ วารสารออนไลน์ สารคดีการท่องเที่ยว และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

2.3.1 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

2.3.1.1 ผลกระทบทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น และปัญหาก็จะตกอยู่กับคนในท้องถิ่นบางส่วน กรณีศึกษาผลกระทบทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของการท่องเที่ยวมวลชนหรือการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คือ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมถึงกลุ่มเกย์ด้วย แต่การพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบรับกลุ่มคนเหล่านี้กลับทำให้คนในท้องถิ่นไม่พอใจและประท้วงมาเป็นระยะเวลานาน โดยสำนักข่าว Independent ได้เขียนบทความ WHY BARCELONA LOCALS REALLY HATE TOURISTS (Díaz, 2017) บทความนี้เปิดเผยข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการศึกษาว่า ส่วนหนึ่งที่คนในท้องถิ่นเกลียดชังนักท่องเที่ยวเป็นเพราะค่าครองชีพที่สูงขึ้นเป็นอย่างมากในทุก ๆ ด้าน เช่น ราคาเช่าอพาร์ทเมนต์ที่แพงขึ้น เนื่องด้วยอพาร์ทเมนต์ถูก

เปลี่ยนเป็นที่พักสำหรับเช่าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ราคาตามร้านอาหารต่าง ๆ สูงขึ้น แต่รายได้ของคนในท้องถิ่นกลับเท่าเดิม

ผลกระทบทางลบต่อสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของเกย์ อาจปรากฏในรูปแบบของความไม่พอใจต่อการถูกขูดรีด (exploitation) ทรัพยากรทางเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่น ดังเช่นกรณีของการเดินขบวนของกลุ่มเกย์ (gay parades) ซึ่งการเดินขบวนของกลุ่มเกย์มักจะใช้เป็นสัญลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่ในแง่หนึ่งนั้น ก็สามารถนำไปสู่ความรู้สึกของคนในท้องถิ่นที่ถูกขูดรีดและถูกควบคุมบังคับ (manipulation) จากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลการเดินขบวนของกลุ่มเกย์ ซึ่งนำไปสู่ความตึงเครียดระหว่างกลุ่มเกย์และกลุ่มคนรักต่างเพศ และอีกคู่ขัดแย้งหนึ่งก็คือนักท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่น พื้นที่ซึ่งเป็นทรัพยากรที่เคยเป็นของคนในท้องถิ่นได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นพื้นที่ของกลุ่มเกย์ (gay space) พื้นที่ดังกล่าวถูกตีความหมายใหม่กลายเป็นพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางแห่งการเสริมกำลัง (empowerment) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นผู้มาเยือน และรู้สึกมีความเป็นเจ้าของ (ownership) (Hughes, 2006) เมืองที่เป็นสถานที่จัดการเดินขบวนพาเหรดกลุ่มเกย์ ความหมายของพื้นที่ถูกสร้างขึ้นใหม่นี้ อาจทำให้ภาพลักษณ์ของเมืองเปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลกระทบในทางเศรษฐกิจต่อจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่ลดลง เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์นิยม และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น

การไม่จำกัดจำนวนหรือการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในแง่หนึ่งนั้นก็อาจเป็นการดึงดูดการลงทุนจากนักลงทุนภายนอก การเติบโตโดยธรรมชาติของพื้นที่ของกลุ่มเกย์ในเมืองแมนเชสเตอร์ (Manchester) การพัฒนาเมืองโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ในการเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ และต่อนักท่องเที่ยวของรัฐบาลท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาเมืองโดยใช้เศรษฐกิจเป็นตัวนำหลัก เช่น การสร้างวิสัยทัศน์ของการเป็นเมืองหัวก้าวหน้า (progressiveness) เมืองแห่งความเป็นเสรีนิยม (liberalism) และเมืองที่เหมาะสมกับผู้คนที่มีความหลากหลาย (cosmopolitanism) เพื่อดึงดูดการลงทุน แต่สิ่งที่รัฐบาลท้องถิ่นลืมตระหนักก็คือความรู้สึกเป็นเจ้าของของเมืองก็ได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นเดียวกัน จากผู้คนในท้องถิ่น กลายเป็นเมืองที่คนทั่วโลกร่วมเป็นเจ้าของ นำไปสู่ความรู้สึกถึงการถูกขูดรีดทรัพยากรในท้องถิ่นจากคนภายนอก ซึ่งแนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์เช่นนี้ อาจนำไปสู่การละเลยประเด็นความเท่าเทียมในสังคม (social equity) ของคนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น (Hughes, 2006)

2.3.1.2 ผลกระทบทางบวกต่อสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษายังพบว่า การส่งเสริมให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบเชิงบวกในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ และการลงทุนทางเศรษฐกิจด้านท่องเที่ยวด้วย โดยกรณีศึกษาที่สำคัญของผลกระทบทางบวกต่อสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจคือ ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า ในปี ค.ศ. 2017 ประเทศอินโดนีเซียมีนักท่องเที่ยวกว่า 14 ล้านคน และกว่าร้อยละ 40 เลือกที่จะเดินทางไปยังเมืองบาห์ลี ซึ่งเป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่

มีความหลากหลายทางเพศ และเป็นเมืองเดียวในประเทศอินโดนีเซียที่ไม่มีการบัญญัติกฎหมายอาญาที่ดัดกันการรักเพศเดียวกันให้มีความผิด ส่วนเมืองอื่น ๆ อย่างเมืองอาเจฮ์ (Aceh) นั้นมีการบัญญัติกฎหมายอาญาให้การมีเพศสัมพันธ์ของกลุ่มเกย์เป็นความผิด โดยจากการประมาณความเสียหายพบว่า การไม่ยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนี้ส่งผลให้ประเทศอินโดนีเซียสูญเสียผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศหรือ GDP ไปมากกว่า 900 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (Badgett et al., 2017)

นอกจากผลกระทบทางบวกที่กล่าวมาแล้วนั้น ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Export-Import Bank of Thailand) ยังให้มุมมองเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศว่า เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและเป็นแนวโน้มตลาดใหม่ของโลก ดังนั้น การดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นจะสร้างให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อสถานะเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นผลมาจากสถานะความอดทนอดกลั้น (tolerant) ต่อกลุ่มรักเพศเดียวกัน การเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอาจเป็นสาเหตุที่ส่งผลกระทบในทางที่เป็นผลเสียต่อเศรษฐกิจของประเทศ จากการศึกษาของ M.V. Lee Badgett (2014) เรื่อง The Economic Case for Supporting LGBT Rights ได้ชี้ให้เห็นถึงกรณีศึกษาการท่องเที่ยวของประเทศสหรัฐอเมริกา หลังจากศาลสูงสหรัฐอเมริกานุญาตให้มีกฎหมายแต่งงานระหว่างคนเพศเดียวกัน ผลปรากฏว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 9% คิดเป็นมูลค่าการใช้จ่ายประมาณ 4.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 9% นี้ได้เพิ่มการจ้างงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการให้สิทธิความเท่าเทียมแก่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อความเท่าเทียมด้านสังคมเท่านั้นแต่ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจในภาคการท่องเที่ยวอีกด้วย

American Airlines (AA) คือสายการบินแรกที่เลือกทำการตลาดกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในปี ค.ศ. 1994 โดยจากการใช้งบประมาณเพียง 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ แต่ส่งผลให้กำไรเพิ่มสูงขึ้นถึง 190 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 1999 และยังคงดำเนินการมุ่งเน้นความเท่าเทียมทางเพศทั้งในองค์กรและต่อผู้ให้บริการมาจนถึงปัจจุบัน American Airlines เป็นผู้นำในด้านการตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ปัจจุบันการรวมกิจการเข้ากับ US Airways เป็นเวลาเกือบสองทศวรรษที่สายการบินได้เป็นผู้บุกเบิกในการนำนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่เป็นธรรมมาใช้กับลูกค้าและพนักงานกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งยังคงเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มากที่สุดของสายการบินทั้งหมดในประเทศสหรัฐอเมริกา แสดงความความภาคภูมิใจและความเคารพต่อลูกค้า พนักงานและผู้ถือหุ้น รวมทั้งแสดงความมุ่งมั่นที่ไม่ลดทอนการทำงานเพื่อความหลากหลายทางเพศ โดยสายการบินจัดตั้ง The Rainbow Team เพื่อดูแลและมุ่งทำงานด้านการตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ (Case study: American Airlines, n.d.)

ผลกระทบเชิงบวกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจในประเทศไทยเห็นได้ชัดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยตรง ประเทศไทยถูกเลือกเป็นสถานที่จัดกิจกรรมเพื่อกลุ่มเกย์ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีศักยภาพเพียงพอในทุกด้านกับการรองรับ

นักท่องเที่ยวนานาชาติ อีกปัจจัยสำคัญคือความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งจากภาครัฐ ภาคประชาสังคม ผู้ประกอบการ และคนท้องถิ่นเอง โดยลักษณะกิจกรรมที่จัดขึ้นในประเทศไทยมีความหลากหลาย เช่น รูปแบบงานที่ส่งเสริมเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศ งานปาร์ตี้ งานแสดงภาพยนตร์ งานศิลปะ และงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยรายละเอียดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 แสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย พ.ศ. 2561

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
Thailand LGBT Expo (25–28 มกราคม 2561)	Bangkok Rainbow และเครือข่ายกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	การนำเสนอสินค้า บริการ และกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ตอบสนองความต้องการจำเพาะของกลุ่ม รวมไปถึงเป็นเวทีกลางเพื่อแสดงศักยภาพของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ
Circuit Festival Asia Weekend, Pattaya Thailand 2018 (15–17 มิถุนายน 2561)	Barcelona Matinee Group	งานปาร์ตี้กลางสวนน้ำ Water Park Dar Party ครั้งแรกในเอเชีย ต่อด้วยปาร์ตี้ริมหาด พร้อมกับ DJ ระดับโลก แนวเพลง EDM และรวบรวมกลุ่มเกย์จากทั่วโลก จัดที่พัทยา จังหวัดชลบุรี
Kaleidoscope: Through my lens (3–22 กรกฎาคม 2561)	Wolf Pack Space	จัดแสดงภาพยนตร์สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และกิจกรรมพูดคุย Live Talk ในประเด็นต่าง ๆ
XXO Party Bangkok 2018 (5–7 ตุลาคม 2561)	XXO Party Group	การแสดงคอนเสิร์ต แนวเพลง EDM รวบรวมกลุ่มเกย์ทั่วโลก จัดที่โรงแรม Novotel Bangkok
White Party Bangkok 2018 (28–31 ธันวาคม 2561)	Jeffrey Sanker of WP Palm Springs in collaboration with Cloud 9, WPBKK’s “Guardians of the GAYlaxy”	เทศกาลฉลองปีใหม่ของกลุ่มเกย์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย และเป็นหนึ่งในเทศกาล Circuit ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จะมีงานปาร์ตี้ขนาดใหญ่ 5 งาน จัดขึ้นใน 4 วัน พร้อมมีการแสดงคอนเสิร์ตแนวเพลง EDM จากดีเจและนักแสดงต่างประเทศที่มีชื่อเสียง จัดที่

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
		GMM Live House, Central World
Gay Group Trip: Sailing Patong, Koh Hong and Phuket (31 ธันวาคม 2561)	Gay Asia, Gay Thailand	การท่องเที่ยวแบบกลุ่มบนเกาะ กิจกรรมนี้กับกิจกรรม Gay Group Trip: Thailand Explorer เป็นกิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายกัน แต่ต่างกันตรงระยะเวลาในการจัดงาน

ที่มา: คณะผู้วิจัย (2563)

รายละเอียดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 โดยรูปแบบกิจกรรมส่วนมากคือ งานปาร์ตี้ ซึ่งเป็นงานปาร์ตี้ขนาดใหญ่ระดับเอเชีย โดยแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2.2 ยกตัวอย่างเช่น งาน gCircuit Party เป็นงานเทศกาลสงกรานต์ระดับเอเชียของกลุ่มเกย์ ซึ่งคาดการณ์จำนวนผู้เข้าร่วมงานในช่วงการจัดกิจกรรมว่า มีไม่ต่ำกว่า 3,000 คนต่อวัน จากปาร์ตี้ขนาดเล็ก ๆ ที่มีคนมาร่วมงานเพียงประมาณ 1,500 คน เมื่อ 12 ปีที่แล้ว ตลาดการท่องเที่ยวของ gCircuit ค่อย ๆ เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นงานปาร์ตี้เกย์ระดับนานาชาติที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชียแล้วในปัจจุบัน โดยในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของประเทศไทย จะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมากกว่า 50 ประเทศเดินทางเข้ามายังกรุงเทพฯ เพื่อร่วมงาน gCircuit ทำให้งาน gCircuit Party กลายเป็นงานระดับใหญ่ของกลุ่มเกย์ และเนื่องจากงานปาร์ตี้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อบัตรเข้าร่วมงานที่มีราคาค่อนข้างสูง จึงอนุมานได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมในงานปาร์ตี้นี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีกำลังจ่ายค่อนข้างสูงเช่นกัน

ตารางที่ 2.2 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย พ.ศ. 2562

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
PRIDE CRUISE BANGKOK 2019 (3 มีนาคม 2562)	Gay Asia, Gay Thailand	งาน PRIDE บนแม่น้ำเจ้าพระยา WPRIDE CRUISE BANGKOK 2019” บนเรือสำราญ BANGKOK ISLAND รวมทั้งปาร์ตี้กับกลุ่มบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศ
Pattaya Pride Rainbow Festival (8-14 เมษายน 2562)	กลุ่ม NGO พัทยา	งาน Pride พัทยา โดยกลุ่ม NGO พัทยา จัดที่ Central Festival Pattaya

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
XXO Party Songkran 2019 (11, 15 เมษายน 2562)	XXO Party Group	หนึ่งในงานปาร์ตี้ dance circuit ที่พิเศษที่สุดในโลก และเป็นที่ยู้งักกันดี นำดีเจและนักเต้นที่ดีที่สุดจากทั่วโลก โดยเงินส่วนหนึ่งจากการขายตั๋ว XXO Party จะนำไปบริจาคให้กับองค์กรการกุศล จัดที่ The Club at KOI, Bangkok
gCircuit Songkran 2019 (12–14 เมษายน 2562)	Jeffrey Sanker of WP Palm Springs in collaboration with Cloud 9, WPBKK's “Guardians of the GAYlaxy”	ปาร์ตี้เกย์ ระดับนานาชาติที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโซนเอเชียในนาม gCircuit จัดปาร์ตี้ส่งท้ายมกราคมเทศกาลสงกรานต์ “Wet Edition”

ที่มา: คณะผู้วิจัย (2563)

นอกจากงานปาร์ตี้แล้ว กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศ ซึ่งส่วนมากจัดโดยกลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) ที่ทำงานด้านความเท่าเทียมทางเพศในแต่ละพื้นที่นั้น ดังเช่น งาน Phuket Pride ที่จัดโดยกลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการจัดงาน Pride ในแต่ละปีจะมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มเงินจากองค์กรการกุศล และเพิ่มการรับรู้ผ่านกิจกรรมการศึกษา อย่างไรก็ตามจึงอนุมานได้ว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสร้างกิจกรรมเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีจำนวนมากขึ้นในแต่ละปี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางมายังประเทศไทยและสร้างเม็ดเงินจำนวนมากให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมนั้นได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การยอมรับและสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ส่งผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับนั้น การผลักดันร่างกฎหมายเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของไทยในปี พ.ศ. 2560 ยังส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวรวมของประเทศไทยในปีดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศส่งผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

2.3.2 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

2.3.2.1 ผลกระทบทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

โดยทั่วไปแล้วสถานะแวดล้อมทางสังคมของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยปัจจัยองค์ประกอบต่าง ๆ ตามปกติวิสัย เช่น ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม เว้นแต่ในสังคมนั้นจะมีปัจจัยองค์ประกอบบางตัวที่เป็นตัวเร่งมากที่สุด ทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคม คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุหลักในการทำให้ชุมชนสังคมนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลง (นิศศา ศิลปะเสรีรัฐ, 2560)

กรณีศึกษาที่สำคัญของผลกระทบทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคือ กรณีศึกษาผลกระทบต่อนุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในประเทศอินโดนีเซีย เมื่อมีสถานประกอบการที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ชื่อว่า Angelo Bali Gay Guesthouse ทำการตลาดโฆษณาบนเฟซบุ๊กโดยใช้ถ้อยความว่า “exclusively gay, clothing-optional resort” โดยการทำการตลาดดังกล่าวเป็นที่กล่าวขานและกลายเป็นประเด็นดังในเมืองบาหลี่ว่าเป็นการให้สิทธิพิเศษเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น เจ้าหน้าที่ภาครัฐของเมือง Badung ออกแถลงการณ์ว่าทางหน่วยงานจะพิจารณาใบอนุญาตของบ้านพักและสิ่งปดริสอร์ท เนื่องจากกรณีนี้สร้างความไม่พอใจให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐและชาวบาหลี่ท้องถิ่นจำนวนมากที่ยังเชื่อว่าการรักเพศเดียวกันนั้นขัดต่อบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมของบาหลี่ ถึงแม้ว่าบาหลี่จะมีความยืดหยุ่นเรื่องการต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสูงกว่าในหลายเมืองในประเทศอินโดนีเซีย

แม้ว่าการรักเพศเดียวกันไม่ใช่อาชญากรรมในอินโดนีเซีย ยกเว้นจังหวัดอาเจะห์ซึ่งบังคับใช้กฎหมายอิสลามที่เข้มงวด แต่ผู้อำนวยการของหน่วยงานทางวัฒนธรรมในเมือง Badung กล่าวว่า การมีสถานประกอบการสำหรับกลุ่มเกย์ในเมืองบาหลี่คือ “การท่องเที่ยวที่เป็นมลทินของบาหลี่” สถานการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศอินโดนีเซียเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพ

Bobby Berk นักออกแบบตกแต่งภายในของรายการ Queer Eye ที่ได้ใช้เวลาในช่วงวันหยุดพักผ่อนบนเกาะแห่งนี้ เมื่อเขาได้ยินถึงการปิดตัวของ Angelo Bali Gay Guesthouse เขาได้แสดงความเห็นลงทวิตเตอร์ ซึ่งมีผู้ติดตาม 430,000 คนของเขาว่า เขาจะไม่แนะนำหรือกลับมาที่บาหลี่อีก หากรัฐบาลที่นี่จะลงมือปิดริสอร์ทเพียงเพราะอคติทางเพศ สะท้อนให้เห็นได้ชัดเจนว่าเกิดผลกระทบวงกว้างต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และผู้ที่มิทัศนคติไม่ดีต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศอินโดนีเซียก็ยินดีที่จะยอมรับการลดลงของรายได้จากการท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจะเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปยังสถานที่ที่เป็นมิตรต่อพวกเขามากกว่าประเทศอินโดนีเซีย

ศาสนายังคงเป็นปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ นอกจากประเทศอินโดนีเซียแล้ว เกาหลีใต้ก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่เป็นสาธารณรัฐอิสลาม มีการใช้กฎหมายชารีอะห์ลงโทษบุคคลที่มีพฤติกรรมรักเพศเดียวกัน โดยที่บุคคลนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นชาวมุสลิม มีโทษจำคุกไม่เกิน 8 ปี ซึ่งยังถือเป็นโทษสถานเบาเมื่อเทียบกับผู้ที่เป็ชาวมุสลิม คืออาจทั้งต้องถูกจำคุก ปรับ ฆ่านด้วยแส้ 100 ครั้ง และขับไล่ออกจากประเทศ (สเปกตรัม, 2563) ทำให้มัลดีฟส์ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นเกาะสวรรค์ของคูรักนั้น มีนัยของการเป็นดินแดนสวรรค์ของคูรักต่างประเทศเท่านั้น ในขณะที่เกาะแห่งนี้อาจเปรียบเสมือนดินแดนนรกของคูรักเพศเดียวกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมของมัลดีฟส์แล้ว อาจอนุมานได้ว่าการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอาจจะมีทิวทัศน์ความรุนแรงภายในสังคม สร้างความแตกแยกระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศกับผู้คนในท้องถิ่นที่ยึดมั่นในหลักศาสนา

ไม่เพียงอิทธิพลทางศาสนาอิสลามเท่านั้น ศาสนาคริสต์ นิกายคาทอลิกยังเป็นอีกศาสนาหนึ่งที่ตีความพฤติกรรมความรักเพศเดียวกันว่าเป็นพฤติกรรมที่ผิดและบาป ประเทศโปแลนด์ หนึ่งในประเทศที่เคร่งศาสนาที่สุดในยุโรป ไม่นานมานี้ได้ประกาศให้หนึ่งในสามส่วนของประเทศเป็นพื้นที่ปลอดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือ LGBT-free zones ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เทศบาลมากกว่า 80 แห่ง เป็นนโยบายขาจัดของ Jaroslaw Kaczynski ผู้นำพรรค the Law and Justice Party (PiS) พรรคอนุรักษนิยมของประเทศโปแลนด์ (Holmes, 2020) นอกจากนี้แล้ว ประเทศโปแลนด์ยังมีการแจกสติ๊กเกอร์ LGBT-free zone ให้กับผู้ประกอบการอีกด้วย ซึ่งมีการเปรียบเทียบกระทำดังกล่าวกับการกระทำของพรรณาซีตอชาวยิวในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 (Bollinger, 2019) เหตุการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของความเชื่อทางศาสนาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชังขึ้นภายในสังคม ซึ่งอาจทวีความรุนแรงไปถึงขั้นการทำร้ายร่างกายและการคร่าชีวิตผู้อื่น ดังที่เคยเกิดขึ้นแล้วในประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งประเทศโปแลนด์ก็เป็นอีกหนึ่งประเทศที่ชาวยิวถูกไล่ล่าและถูกฆ่าเป็นจำนวนมากด้วยเหตุผลเพียงเพราะความแตกต่างทางด้านชาติพันธุ์และศาสนา ประเทศโปแลนด์จึงเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าการเปิดตลาดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอาจส่งผลกระทบทางลบต่อสภาวะสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมภายในประเทศ

เช่นเดียวกับสายการบิน American Airlines ที่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อการสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของสายการบิน American Airlines พบว่า การทำงานการตลาดที่ส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศของสายการบิน American Airlines เริ่มขยายขอบเขตในวงกว้างและมองเห็นได้ชัดเจนขึ้นในสื่อต่าง ๆ จนเป็นที่ถกเถียงกันในวงกว้างของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สายการบินขยายตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กำหนดเป้าหมายลูกค้าผ่านการโฆษณาและผลักดันองค์กรที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จนได้รับคำวิจารณ์ที่แข็งกร้าวจากกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มที่แสดงความไม่พอใจในจุดยืนของสายการบิน แต่ทางสายการบินเองก็ไม่สนใจและตระหนักว่าการตอบสนองการโดนโจมตีที่รุนแรงนี้เป็นช่วงสั้น ๆ และไม่ได้ลดทอนความมุ่งมั่นในการทำงาน

ผลักดันองค์กรให้เป็นผู้นำองค์กรที่เป็นมิตรและสนับสนุนต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (Case study: American Airlines, n.d.)

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อด้านการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และเป็นจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่การท่องเที่ยวแบบมวลชนของคนกลุ่มนี้กลับสร้างผลกระทบทางลบที่สำคัญให้กับสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก จนถึงขนาดเปลี่ยนแปลงวิถีวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากเหตุการณ์ดังนี้

ในบทความของสำนักข่าว Independent ชื่อว่า WHY BARCELONA LOCALS REALLY HATE TOURISTS (Díaz, 2017) ที่ให้มุมมองของคนในเมืองบาร์เซโลนาบางส่วนเกลียดนักท่องเที่ยว จนถึงขนาดเรียกได้ว่า เป็นโรคกลัวนักท่องเที่ยว (Tourist-Phobia) โดยบาร์เซโลนาคือเมืองสำคัญที่เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ที่เมืองบาร์เซโลนาเกิดผลกระทบทางลบต่อสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม โดยในบทความนี้ให้เหตุผลว่า การใช้ชีวิตในเมืองที่แออัดไปด้วยนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก หรือเมืองที่ต้องพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแบบมวลชนเป็นเรื่องที่ยากและส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมทางสังคมเปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสังคม เช่น ค่าครองชีพที่สูงขึ้น พื้นที่อยู่อาศัยถูกซื้อโดยนายทุนเพื่อพัฒนาเป็นโรงแรมหรือสถานที่เช่าสำหรับนักท่องเที่ยว การจราจรที่ติดขัด นักท่องเที่ยวที่ไม่มีวินัย เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้คือสาเหตุที่ทำให้คนในท้องถิ่นไม่สามารถทนอยู่ในสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเกิดการย้ายถิ่นฐานและทำให้คนในท้องถิ่นดังกล่าวไม่สามารถดำเนินชีวิตต่อไปได้

ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างก็แสวงหาโอกาสที่จะได้เป็นตัวเองอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงจากความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน ทักษะคติของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นมีความแตกต่างกัน จากการศึกษาของสภายุโรป (Council of Europe, 2011) ในงาน Discrimination on grounds of sexual orientation and gender identity in Europe แสดงให้เห็นว่า ทักษะคติของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางที่เป็นทักษะคติทางบวกเพราะนักท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นผู้ให้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแก่ผู้ให้บริการ ในขณะที่ผู้คนในท้องถิ่นที่อาจมีการแสดงออกทักษะคติในเชิงลบ นั้นก็อาจเป็นเพราะว่าวิถีชีวิต หรือพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อาจไม่เหมาะสมกับวิถีชีวิตหรือไม่ตรงกับค่านิยมของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ จึงไม่ได้รับการยอมรับจากคนในท้องถิ่น และคนในท้องถิ่นก็ไม่ได้รู้สึกว่าเขาได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และทักษะคติของคนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็เป็นปัจจัยในการตัดสินใจที่สำคัญที่จะเป็นตัวบ่งชี้ว่า นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำหรือไม่ และทักษะคติในเชิงลบดังกล่าวอาจเป็นอุปสรรคต่อการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ในท้องถิ่นนั้น ๆ ในอนาคต สาเหตุของการมีทักษะคติทางลบต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของคนในท้องถิ่นนั้น เป็นผลมาจากการนำเสนอข้อมูลภาพลักษณ์ของกลุ่มเกย์

จากการศึกษาของ Hughes (2006) ในงานเรื่อง Pink Tourism: Holidays of Gay Men and Lesbians ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความเสี่ยงที่จะตกเป็นเหยื่อของการก่ออาชญากรรมในช่วงพักผ่อนวันหยุดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มสูงกว่านักท่องเที่ยวรักต่างเพศ โดย Hughes ได้ชี้ให้เห็นถึง

อันตรายของกลุ่มเกย์จากการอยู่รวมกันเป็นกลุ่มในพื้นที่เฉพาะของกลุ่มเกย์ (gay space) เพราะเมื่อพวกเขาอยู่ในที่เฉพาะของกลุ่มเกย์ พวกเขาอาจมีการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางเพศอย่างชัดเจน และไม่ได้ปกปิดเพศสภาพของพวกเขาที่เฉพาะของกลุ่มเกย์จึงเป็นจุดสนใจของพวกเกลียดผู้รักร่วมเพศเดียวกัน (homophobes) ซึ่งทำให้กลุ่มเกย์เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับการลอบทำร้ายได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งการลอบประทุษร้ายดังกล่าวมีความเกี่ยวพันโดยตรงเพศสภาพแบบรักร่วมเพศเดียวกันของพวกเขา ซึ่งการประทุษร้ายส่วนใหญ่มักจะเป็นไปในลักษณะของความรุนแรงทางวาจา (verbal abuse) มากกว่าความรุนแรงทางกายภาพ (physical abuse) ซึ่งผลเสียจากการประทุษร้ายนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของรีสอร์ท เมือง จังหวัด หรือแม้กระทั่งส่งผลที่ไม่ดีต่อภาพลักษณ์ในระดับประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้โดนทำร้ายอาจมีการส่งต่อข่าวการถูกทำร้ายออกไปยังภายนอก และนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเมืองหรือประเทศจุดหมายของการท่องเที่ยวผ่านทางรายงานข่าวทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

ผลกระทบทางลบด้านวัฒนธรรมในประเทศไทย ในอดีตจังหวัดเชียงใหม่มีการเคลื่อนไหวเกี่ยวความเท่าเทียมทางเพศในปี พ.ศ. 2552 โดยกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศรวมตัวกันเพื่อจัดงาน Pride เชียงใหม่ เพื่อแสดงพลังถึงความต้องการความเท่าเทียมทางเพศในเขตเมืองเก่า เชียงใหม่ ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 แต่โดนขัดขวางโดยกลุ่มคนท้องถิ่นและข้าราชการปลุกระดมคนพื้นเมืองที่ไม่เห็นด้วยกับการจัด Pride เชียงใหม่มาขัดขวางการจัดงาน เหตุเพราะการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์เรื่องความหลากหลายทางเพศในเวลานั้น ขัดแย้งต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นและทำให้เมืองเชียงใหม่เสื่อมเสียภาพลักษณ์เมืองเก่า โดยกลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วยปิดประตูขวางไม่ให้เกิดการเดินขบวน มีการปาข้าวของ ด่าทอด้วยคำหยาบคาย ตำรวจที่อยู่ในเหตุการณ์จึงไล่เกลี้ยให้กลุ่มผู้จัดงาน Pride ขอโทษทั้งน้ำตาต่อผู้ต่อต้าน เหตุการณ์ดังกล่าวจึงจบแล้ว แต่สร้างบาดแผลในใจให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างมาก หลังจากนั้นกลุ่มเสาร์ชาวเอ็ดจึงถูกก่อตั้งขึ้นเป็นหน่วยงานที่เรียกร้องความเป็นธรรมแก่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 กลุ่มเสาร์ชาวเอ็ดได้จัดงาน Pride เชียงใหม่เกิดขึ้นครั้งแรก ในวันครบรอบ 10 ปีเหตุการณ์เสาร์ชาวเอ็ด (ชานันท์ ยอดหงส์, 2562) ประเด็นเรื่องกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นเรื่องที่มีมานานแล้ว และถูกผลิตซ้ำภาพจำของกลุ่มเกย์เพียงแค่เรื่องเพศเท่านั้น และถูกมองในเชิงลบมาตลอด แต่เพิ่งได้รับความยอมรับอย่างแท้จริงในช่วงหลังมานี้ ซึ่งอาจยังมีคนบางกลุ่มที่ยังมีความไม่เข้าใจในเรื่องความหลากหลายทางเพศ จึงเชื่อว่าหากมีกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเข้ามาในพื้นที่มาก จะทำให้ภาพลักษณ์ของคุณค่าของเมืองถูกลดทอนลง

2.3.2.2 ผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม พบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นส่งผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมในบางประเด็น โดยจากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ที่มีความหลากหลายทางเพศมักจะนิยมรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่ง

เป็นตลาดใหม่ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (World Tourism Organization, 2017) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสังคม เรียกว่า “Voluntourism” โดย Cambridge Dictionary ได้ให้คำจำกัดความของ Voluntourism ว่าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีกิจกรรมในการทำงานอาสาสมัคร (ไม่ได้รับค่าตอบแทน) ในสถานที่ที่คนไปท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแบบ Voluntourism นี้เองที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และมีผู้ประกอบการการท่องเที่ยวหลายรายในระดับโลกที่ดำเนินการจัดให้มีการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้

จากบทความเรื่อง Think Pink in Tourism – A Study of LGBT+ Tourism ของ Saana Kauhanen (2015) ได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบทางบวกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์นั้นสามารถสร้างการรับรู้ที่กว้างขวางเกี่ยวกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ (sexual orientation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน (homosexuality) ประการแรก การท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ช่วยสร้างการถกเถียงที่กว้างขวางเกี่ยวกับประเด็นความไม่เท่าเทียมในสังคมในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการถกเถียงเรื่องเพศสภาพและรสนิยมทางเพศ นักท่องเที่ยวเป็นช่องทางในการผลักดันการพัฒนาในด้านอัตลักษณ์ของกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน ประการต่อมาคือ การยอมรับในวิถีชีวิตของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันโดยกลุ่มคนรักเพศตรงข้าม ซึ่งการยอมรับดังกล่าวได้รับอิทธิพลมาจากการท่องเที่ยว ในแง่นี้ การท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ยังช่วยลดความตึงเครียดระหว่างบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศ (heteronormative) และความต้องการที่ว่าเรื่องเพศเป็นสิ่งที่ไม่ควรแสดงออกในที่สาธารณะ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่กลุ่มเกย์ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม

การท่องเที่ยวรูปแบบ Voluntourism นี้เองที่สร้างให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมโดยตรง เพราะเป็นกิจกรรมทำเพื่อสังคมโดยตรงโดยกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ นอกจากประเด็นช่วยเหลือสังคมโดยตรงของนักท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังถูกมองว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และสร้างแนวโน้มการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว

2.3.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม

2.3.3.1 ผลกระทบทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม

หนึ่งในกรณีศึกษาที่สำคัญคือ เกาะบาหลิ ประเทศอินโดนีเซีย ที่เป็นจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดย Green Global Travel ได้ให้ข้อมูลว่า บาหลิเคยเป็นเกาะที่เป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวในธรรมชาติที่เงียบสงบ และนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับประเพณีพื้นบ้านและพิธีกรรมต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันภาพลักษณ์ดังกล่าวของบาหลิได้เปลี่ยนไป และบาหลิประสบกับปัญหานักท่องเที่ยวแออัดและการพัฒนาที่ไม่เป็นระบบและไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เคยมีได้ถูกแทนที่ด้วยโรงแรมและห้างสรรพสินค้า เมืองหลวงของเกาะบาหลิพบปัญหาของการจราจรและมลพิษ จึงกล่าวได้ว่า สิ่งที่เคยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติกลับถูกทำลายด้วยการท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือสถานะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

นั่นเอง ซึ่งการที่พยายามผลักดันการตลาดให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มหรือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็จะเป็นการสร้างผลกระทบทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางธรรมชาติเพิ่มขึ้นจากภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง

2.3.3.2 ผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาข้อมูลด้านผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้ส่งผลกระทบทางบวกต่อสิ่งแวดล้อมไม่มากและไม่มีการศึกษาเชิงลึกถึงผลกระทบที่ชัดเจน แต่จากการศึกษากลับพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนิยมการท่องเที่ยวในรูปแบบ Voluntourism (World Tourism Organization, 2017) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเป็นอาสาสมัครในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว จากที่ได้อธิบายไปในหัวข้อก่อนหน้านี้ ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะช่วยทำให้เกิดแนวโน้มการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบทางลบในด้านสถานะแวดล้อมทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวแบบอาสาสมัครนี้ในบางครั้งยังส่งผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพโดยตรงผ่านการทำงานอาสาสมัครที่เกี่ยวกับการรักษาธรรมชาติ

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ในบางพื้นที่ของโลกที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ พบว่าเมืองครีที่พยายามผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ช่วยเหลือด้านสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ เช่น องค์กร Pride in London ที่พยายามผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อธรรมชาติให้น้อยที่สุด โดยใช้งาน Pride เพื่อประกาศภาวะฉุกเฉินเกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อมธรรมชาติผ่านกิจกรรมนี้ นอกจากการประกาศเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักแล้ว Pride in London ยังร่วมมือกับผู้ประกอบการท้องถิ่นในเมืองลอนดอนให้เข้าร่วมเป็นจุดเติมน้ำของผู้ที่มาท่องเที่ยวในงานเพื่อลดการใช้ขวดน้ำ ส่งเสริมให้เกิดการงดใช้ถุงพลาสติกภายในงาน (Pride in our planet: Pride in London declares climate emergency, 2019)

ถึงแม้ไม่ใช่ผลกระทบทางบวกโดยตรงต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพ แต่ก็เป็นการแสดงถึงความตระหนักต่อผลกระทบทางธรรมชาติที่เกิดจากการท่องเที่ยวมวลชนและผลกระทบทางบวกที่เห็นได้จากกรณีศึกษา ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการดูแลรักษาธรรมชาติภายในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

แผนการวิจัยโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” นี้มุ่งเน้นศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อออกแบบข้อเสนอแนะเชิงนโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีพฤติกรรมและความต้องการหลากหลายและซับซ้อน

ทั้งนี้ เพื่อให้การออกแบบและพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้สูงสุด จึงบริหารงานและศึกษาวิจัยผ่าน 2 โครงการย่อย คือ โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โครงการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โครงการศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หลังจากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากทั้งสองโครงการย่อยมาวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยแบ่งออกเป็นผลกระทบต่อ (1) สภาวะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม (2) สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (3) สภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม จากนั้น จึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีการดำเนินแผนงานการวิจัย

แผนงานวิจัยนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย 7 ขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

3.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในแผนงานนี้จะรวบรวมวรรณกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว (2) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านเศรษฐกิจ (4) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และ (5) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยทำการรวบรวมจากหนังสือ ตำราวิชาการทั่วไป วารสารวิจัยและวารสารวิชาการ รายงานผลวิจัยวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งมาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารสิ่งพิมพ์และประเภทอินเทอร์เน็ต

3.1.2 การกำหนดขอบเขตงานวิจัย

โครงการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) กล่าวคือ เป็นการศึกษาที่เริ่มจากการรายงานผลด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ร่วมกับการศึกษาวิจัยผ่าน 2 โครงการย่อย คือ โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จากทั้งสองโครงการย่อยมาวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยมีขอบเขตงานวิจัยระบุรายละเอียดไว้แล้วในหัวข้อที่ 3.3

3.1.3 การรวบรวมข้อมูล

1) การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

จากหนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์ หรือข่าว ฯลฯ จากข้อมูลออนไลน์และออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยการวิเคราะห์จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญ การเปลี่ยนแปลง และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสถานการณ์ที่ต้องการอธิบาย

2) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว

3) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำพร้อมกับการสัมภาษณ์ในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

3.1.4 การวิเคราะห์ผลข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ตั้งไว้

3.1.5 การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ

คณะผู้วิจัยจะดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับ (1) กลุ่มผู้ประกอบการ (2) กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และ (3) กลุ่มผู้สนใจทั่วไป อาทิ หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาและขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม โดยจะเป็นการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อค้นข้อมูลพร้อมกันของทั้งโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของ

อุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และแผนงานวิจัย

3.1.6 การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ผู้อำนวยการแผนงานจัดประชุมคณะผู้วิจัยของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และ (2) เพื่อร่วมสังเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

3.1.7 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์จะจัดทำตามแบบฟอร์มมาตรฐานที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ระบุไว้

3.2 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1) กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีเพศสภาพ เพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ และการแสดงออกทางเพศ ซึ่งจะมีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดก็ได้

2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเพศกำเนิดชาย (Male) เพศสภาพเป็นเกย์คือบุคคลที่ชื่นชอบในบุคคลที่มีเพศสภาพและเพศวิถีตรงกับตนเองแบบชายรักชาย (Gay men) เพศวิถีแบบกลุ่มคนรักเพศเดียวกันแบบชายรักชาย (Homosexual) คือคนที่มีความสนใจ ความดึงดูดทางเพศของบุคคลที่มีต่อบุคคลเพศเดียวกันแบบชายรักชายเท่านั้น ณ ขณะที่สืบค้นข้อมูล เก็บข้อมูลแบบสอบถาม หรือแบบสัมภาษณ์อยู่

3) ผลกระทบทางบวกจากการท่องเที่ยว หมายถึง ผลที่เกิดจากการมีอยู่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกอันจะเกิดขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

4) ผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยว หมายถึง ผลที่เกิดจากการมีอยู่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างผลกระทบเชิงลบอันจะเกิดขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

5) อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการซื้อหรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการที่จะใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

6) อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึง การเสนอบริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอ และสามารถทำการขายได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่าง ๆ กัน ตามกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว

6 ประการ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว (4) อุตสาหกรรมของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ (6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

7) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หมายถึง ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แบ่งเป็น 3 ประเภทย่อย ดังนี้ 1) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Market) 2) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel) และ 3) นโยบายการยกระดับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

3.3 ขอบเขตการวิจัย

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: ทัศนศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คณะผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายต้องการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมีทั้งสิ้น 60 ตัวอย่าง และแบบสอบถามจำนวน 1,536 ตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 384 ตัวอย่าง ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทย ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน (2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทย ที่มีรายได้ระดับล่าง (3) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน และ (4) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย ที่มีรายได้ระดับล่าง

โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: ทัศนศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คณะผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 60 ตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทย 20 ตัวอย่าง หน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 20 ตัวอย่าง และหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 20 ตัวอย่าง

และนำมาข้อมูลที่ได้มาศึกษาในแผนงานวิจัย (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว (2) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านเศรษฐกิจ (4) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และ (5) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.3.2 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่มกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเมษายน พ.ศ. 2563 และกำหนดให้มีระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามระหว่างสิงหาคม พ.ศ. 2562 ถึงมีนาคม พ.ศ. 2563 ทั้งในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การ

ท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากระยะเวลาที่กำหนดจะไม่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้

3.3.3 พื้นที่วิจัย

พื้นที่วิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีขอบเขตทางด้านพื้นที่อยู่ในประเทศไทย 8 จังหวัดที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุอยู่ในแคมเปญ Go Thai Be Free ส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศของประเทศไทย ได้แก่ (1) กรุงเทพมหานคร (2) เชียงใหม่ (3) เชียงราย (4) ภูเก็ต (5) กระบี่ (6) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) (7) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และ (8) ชลบุรี (พัทยา)

พื้นที่วิจัยโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ กลุ่มประชากรที่เป็นตัวแทนของผลการวิจัยชิ้นนี้จะมีขอบเขตทางด้านพื้นที่อยู่ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาเซโลนา ประเทศสเปน และนำมาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาศึกษาและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ในแผนงานวิจัย

3.3.4 เครื่องมือวิจัย

แผนงานวิจัยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการวิจัยที่ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การรายงานผลด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และมีการยืนยันผลต่อเนืองด้วยข้อมูลเชิงปริมาณผ่านการสำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) แบบสอบถามได้ผ่านการหาคุณภาพโดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ (1) คุณณณภูมิ สามัคคีคารมย์ (2) คุณคทาวัฐ ครึ่งพิบูลย์ และ (3) ดร.จาดุรงค์ โพคะรัตน์ศิริ เพื่อหาผลการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) และปรับแก้แบบสอบถามตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยระบุรายละเอียดเครื่องมือไว้ในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยระบุรายละเอียดเครื่องมือแบบสอบถามภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

3.3.5 ขอบเขตด้านเนื้อหางานวิจัย

ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว (2) ความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านเศรษฐกิจ (4) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และ (5) ผลกระทบทางบวกและทางลบจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทางด้านสิ่งแวดล้อม ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทย

3.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลผลิตหลักของแผนงานวิจัยคือ การพัฒนาข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยการนำผลงานไปใช้ประโยชน์คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นำผลวิเคราะห์ ผลกระทบ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไปใช้ เพื่อพัฒนานโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับประโยชน์จากผลงานวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

คณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (2) ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ (3) ปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

4.1.1 ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ ล้วนมีผลโดยตรงกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-39 ปี มีรสนิยมทางเพศแบบรักเพศเดียวกัน ส่วนใหญ่ยังมีสถานภาพสมรสเป็นโสด โดยสถานภาพโสดไม่ได้หมายความว่าไม่มีคู่ เพียงแต่กฎหมายว่าด้วยการสมรสของประเทศไทยนั้น ๆ ไม่เอื้อให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจดทะเบียนสมรสกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานประจำ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บางส่วนยังเดินทางมาประเทศไทยเพื่อทำงานและเข้าร่วมงานสัมมนาที่จัดขึ้นในประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งเมืองที่จัดงานประชุมเหล่านี้ในประเทศไทยประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น นอกจากนี้ การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางเพศที่เป็นเกย์ยังถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว เพราะการมีความสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของภาพลักษณ์และการยอมรับจากสังคมด้วย

ผลสำรวจชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย มีรายได้ประจำ จึงถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงในทางเศรษฐกิจระดับหนึ่ง ไม่มีอุปสรรคในเรื่องการดูแลบุตร และต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวที่ให้การยอมรับในเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศแบบเกย์ด้วย

2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการแสดงออกในพื้นที่ที่สังคมยอมรับและไม่มีข้อจำกัดทางวัฒนธรรม เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลือกใช้ชีวิตในแบบที่ตนเองต้องการ ซึ่งได้รับการยืนยันจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เลือกออกมาเที่ยวกับเพื่อน มากกว่ากับเพื่อนร่วมงานหรือกับครอบครัว เนื่องจากการออกมาท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองเต็มที่ โดยไม่ต้องกังวลถึงความคาดหวังของครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน เพราะนักท่องเที่ยว

กลุ่มเกย์มีสิทธิในการเลือกออกมาเที่ยวกับเพื่อนที่ให้การยอมรับตัวตนของเขาและพร้อมที่จะไปสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ด้วยกัน

ปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับล่างเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในขณะที่หัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางไปน้อยที่สุด

ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งสองกลุ่มช่วงรายได้ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นในสถานที่เดียวกัน เช่น เกาะสมุย และเกาะพะงัน แหล่งท่องเที่ยวทั้งสองตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะมีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นเกาะที่สวยงาม พร้อมทั้งมีงานปาร์ตี้ที่มีชื่อเสียงระดับโลกอย่าง Full Moon Party ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน และเป็นงานที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานีจึงเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต้องมาหากตัดสินใจมาประเทศไทย สังเกตได้จากที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่นิยมที่สุดในนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับล่างซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการออกเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ระดับกลาง-บน โดยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นจุดหมายท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น แหล่งสถานบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ แต่สถานบันเทิงท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับต่างจังหวัด ในขณะที่อำเภอหัวหินไม่มีจุดเด่นทั้งในเรื่องทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น จึงไม่เป็นที่นิยม

และจากกลุ่มตัวอย่าง ยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับล่างส่วนใหญ่เป็นคนเอเชียที่ไม่ใช่คนไทย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติที่ไม่ใช่คนเอเชีย ซึ่งสัมพันธ์กับสภาพทางภูมิศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในทวีปเอเชียสามารถเดินทางมาประเทศไทยได้ง่ายกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย นอกจากนั้นยังเกี่ยวข้องกับเรื่องค่าครองชีพด้วย เพราะค่าครองชีพในประเทศในทวีปยุโรปมีแนวโน้มที่จะสูงกว่าค่าครองชีพในประเทศในทวีปเอเชีย

2) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ การกระจุกตัวของประชากรนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และสุราษฎร์ธานี โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร เพราะมีสิ่งดึงดูดที่เป็นทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นที่นิยม เนื่องจากมีสิ่งดึงดูดที่เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และคณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้งสามแห่งมีสิ่งดึงดูดร่วมกันคือ สถานบันเทิงที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีชื่อเสียง

3) ปัจจัยทางด้านสื่อสารมวลชน ถือเป็นปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลอย่างมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นกลุ่มที่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้ง่าย และมักใช้เวลาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่นาน ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ให้ความช่วยเหลือได้มากที่สุดขณะมาเที่ยวที่ประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชาวเอเชียคือ เพื่อนที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รองลงมาคือ เว็บไซต์สำหรับกลุ่มบุคคลหลากหลายทางเพศมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่ชาวเอเชียนิยมหาข้อมูลจากเว็บไซต์สำหรับกลุ่มบุคคลหลากหลายทางเพศมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมมีความสำคัญกับการเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่าย และยังเป็นพื้นที่ให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถสื่อสารกันเองได้อย่างเปิดเผยมากกว่าในพื้นที่สาธารณะ ในขณะที่สื่อกระแสหลักค่อนข้างปิดกั้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

4) ปัจจัยทางด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพราะกลุ่มนี้เป็นประชากรส่วนน้อยของสังคมและมักมีประสบการณ์ในการถูกดูถูกหรือเลือกปฏิบัติแล้วไม่มีกฎหมายคุ้มครอง ความปลอดภัยจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ โดยพบว่า นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ได้รับการให้ความสำคัญมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ รองลงมาคือ กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ การมีนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะเป็นเครื่องยืนยันถึงการได้รับการยอมรับถึงการมีตัวตนของนักท่องเที่ยวกลุ่มน้อยอย่างเป็นทางการจากภาครัฐ

4.1.2 ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1) อุปสงค์ในการตัดสินใจเลือกเดินทาง นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแรงผลักดันในการตัดสินใจเลือกเดินทางเป็นความต้องการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก รองลงมาคือต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ ซึ่งมีระดับความสำคัญใกล้เคียงกับอาหารไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายคนแสดงถึงความสนใจต่ออาหารจานด่วนริมถนนหรือ street food ของประเทศไทย และความสนใจหลักของการเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ ชีวิตยามค่ำคืน เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ในทางกายภาพ แต่เป็นพื้นที่ที่ไม่สามารถแยกสถานที่ทางกายภาพกับตัวบุคคลออกจากกันอย่างชัดเจน เป็นสถานที่ที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความรู้สึกได้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่สร้างขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอง โดยปัจจัยในการตัดสินใจเลือกประเทศไทยในฐานะจุดหมายการท่องเที่ยวมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ทั้งค่าครองชีพต่ำ ความดึงดูดของประเทศไทย รูปแบบการใช้ชีวิตและความน่าสนใจของสังคมไทย และความเป็นมิตรของคนไทยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งความปลอดภัยถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอันดับต้น ๆ ในการเลือกจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์แต่ละกลุ่มนั้นแตกต่างกัน ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะช่วง high season หรือเดือนมกราคม-เดือนเมษายนเท่านั้น โดยช่วงเวลาที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ เดือนกันยายน-เดือนธันวาคม

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ความผันผวนของค่าเงินส่งผลกระทบต่อการเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมพิเศษหรือกิจกรรมเฉพาะด้านที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายการท่องเที่ยว เช่น เทศกาล Pride Parade และงาน gCircuit เป็นต้น

2) อุปสงค์ในการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียมีความถี่จำนวนครั้งของการมาเที่ยวประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทย ซึ่งกลุ่มที่มีความถี่จำนวนครั้งของการมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียที่มีรายได้ระดับกลาง-บน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ครั้งต่อปี ส่วนกลุ่มที่มีความถี่จำนวนครั้งของการมาเที่ยวประเทศไทยน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทยที่มีรายได้ระดับล่าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.08 ครั้งต่อปี ตรงกับค่าร้อยละการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มั่นใจว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำเกินร้อยละ 80 ในทุกกลุ่ม จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพ มีแนวโน้มจะกลับมาเที่ยวซ้ำในประเทศไทย

3) อุปสงค์ในการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ถือเป็น niche market คือเป็นกลุ่มที่ยอมจ่ายราคาสูงหากสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงได้ รวมทั้งคู่รักเกย์มีแนวโน้มเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเนื่องจากไม่มีลูกและมีรายได้สองเท่า จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ค่าใช้จ่ายต่อวันที่ใช้ท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทยส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียอยู่ที่ระดับ 5,001-10,000 บาท โดยมักใช้จ่ายไปกับการท่องเที่ยวยามค่ำคืนมากที่สุด รองลงมาคือ การท่องเที่ยวรอบเมือง และการรับประทานอาหาร ตามลำดับ และประเภทที่พักที่เป็นที่นิยมคือ โรงแรมระดับ 2-3 ดาว โดยมีปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเลือกที่พักคือ สถานที่ตั้ง และราคาที่ดี รวมถึงชื่อเสียงของที่พักในกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่า สถานที่อำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ใช้บริการบ่อยครั้งมากที่สุดคือ ร้านอาหาร รองลงมาคือไวไฟ ส่วนสถานที่อำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ใช้บริการน้อยครั้งที่สุดคือ สถานีตำรวจ และโรงพยาบาล

ดังนั้น อุปสงค์ในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะมีความสัมพันธ์กับสถานที่ตั้งของที่พัก นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มจะใช้จ่ายมากหากที่พักอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานบันเทิงยามค่ำคืน ร้านอาหาร และจุดบริการไวไฟ ซึ่งเป็นลักษณะของพื้นที่บริเวณใจกลางเมือง เช่น ถนนสีลม

4) อุปสงค์ในการใช้เวลาในการท่องเที่ยว หรือระยะเวลาที่มาเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3-7 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างไม่เร่งรีบจนเกินไป มีเวลาเพียงพอที่จะสำรวจแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

4.1.3 ปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

คาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความสำคัญในการสร้างอุปสงค์ในการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่งของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนมาเที่ยว

ประเทศไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมีตั้งแต่ ไม่ได้มีความคาดหวังอะไรมาก่อนการเดินทาง มีความคาดหวังบ้างกับการมาเที่ยว ไปจนถึงมีความคาดหวังมากกับการท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เพราะได้ยินมาว่า ประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ โดยพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวส่วนมากต่อ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น (2) ความคาดหวังต่อระบบโครงสร้างพื้นฐาน (3) ความคาดหวังต่ออสังหาริมทรัพย์ของท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น (4) ความคาดหวังต่อบทบาทของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ที่ระดับบริการที่พึงปรารถนา (5) ความคาดหวังต่อบทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องอยู่ที่ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) ทั้งหมด ซึ่งปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ ค่าครองชีพที่ไม่แพง ความสวยงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมไทย ความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของคนไทยและผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะธุรกิจประเภทสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ ส่วนปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่ ระบบขนส่งมวลชนที่ขาดการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ มลพิษทางอากาศ การจราจรติดขัด ระบบขนส่งสาธารณะที่ขึ้นชื่อว่าอันตรายที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ถนนที่สกปรก กฎหมายที่ไม่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ สถานการณ์การเมืองไทยที่ไม่สงบ การปิดสถานบันเทิงในเวลา 02.00 น. โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เสนอแนะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายเรื่อง เช่น (1) เสนอให้รัฐบาลขับเคลื่อนกฎหมายต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง เพื่อการส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมทางเพศในสังคมไทยมากขึ้น (2) ปรับเปลี่ยนข้อบังคับเวลาเปิดปิดผับและสถานบันเทิงตอนกลางคืน (3) ขยายแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ให้มากขึ้น ไม่ใช่แค่พื้นที่บางพื้นที่ เช่น ถนนสีลม (4) สนับสนุนการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับเกย์และกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรม Pride จะทำให้ประเทศไทยเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น

4.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มาจากการวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศในโครงการย่อยที่ 2 โดยวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว (4) อสังหาริมทรัพย์ของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ (6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

คณะวิจัย พบว่า ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ด้วยองค์ประกอบ การท่องเที่ยวของประเทศไทย เมืองบาห์ลี และเมืองบาร์เซโลนา มีความพร้อมในทุกด้านอยู่แล้วสำหรับ นักท่องเที่ยวทุกคน ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่เมืองที่มีความโดดเด่นในเรื่องความพร้อมในการรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล ล้วนเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ทั้งสามประเทศที่เป็นพื้นที่ศึกษามีทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้เป็นต้นทุนการท่องเที่ยวอยู่แล้ว และเอื้อให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่รัฐบาลเมืองบาร์เซโลนาใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล สนับสนุนเมืองซิทเจส เมืองริมชายหาดในเมืองบาร์เซโลนา เป็นเมืองชายหาดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับต้นของโลก และเป็นสถานที่จัด Pride Sitges รวมทั้งปาร์ตี้เกย์อีเวนต์ระดับโลกอย่าง Circuit Barcelona

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และ ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องของสามประเทศมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาร์เซโลนามีความพร้อมของอุทยานในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงมาก มีการจัดยานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยใช้ชื่อว่า เกซิมเปิลเกิดขึ้นโดยการทำงานร่วมกันของรัฐบาลและภาคประชาสังคม เมืองไทยมีความพร้อมของอุทยานในด้านการจัดกิจกรรมประเภทเอ็นเตอร์เทนเมนต์รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น งานปาร์ตี้ gCircuit ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ งาน White Party ช่วงเทศกาลปีใหม่ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายพันคนเข้ามายังประเทศไทยจนเกิดการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรมรอบข้างการจัดงาน และการคมนาคมสาธารณะ รถแท็กซี่ รถตุ๊กตุ๊ก ส่วนเมืองบาห์ลี

3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุทยานการท่องเที่ยว ระบบโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยหากประเทศไหนมีการวางแผนระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเอื้อต่อคนทุกกลุ่ม ทุกประเภท จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับระบบโครงสร้างพื้นฐานจะทำให้นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือใช้เวลานานในการท่องเที่ยวที่จะส่งผลไปยังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

ประเทศไทยโดดเด่นเรื่องระบบสาธารณสุข การเข้าถึงยาเสพติดและยาสูบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในราคาที่ต่ำและจับต้องได้ เมืองบาร์เซโลนามีโครงสร้างพื้นฐานที่ครบถ้วนและเอื้อให้เกิดเชื่อมโยงจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ส่วนการคมนาคมในเมืองบาห์ลี ค่อนข้างลำบากเนื่องจากเหตุทางศาสนา ทำให้ไม่สามารถตัดถนนผ่านศาสนสถานได้ทำให้การเดินทางไม่สะดวกสบาย และไม่มีรถขนส่งมวลชน

4) อัยยาศัยไมตรีของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น คนท้องถิ่นส่วนมากเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวในฐานะผู้ที่นำเงินมาให้ ส่วนวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้นอยู่กับลักษณะทางสังคมของแต่ละพื้นที่ โดยอัยยาศัยไมตรีท้องถิ่นส่งผลต่อการอุปสงค์การท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเดินทางยังจุดหมายปลายทาง หากประเทศไหนคนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จะเป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตัดสินใจเลือกเดินทาง เช่น ประเทศไทย ที่ชาวเรียกตนเองว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม เพราะผู้คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรสูง และประเทศสเปน ที่พลเมืองท้องถิ่นมีความตระหนักเรื่องสิทธิและความหลากหลายทางเพศ ส่วนเมืองบาห์ลี วัฒนธรรมท้องถิ่นยังไม่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่าที่ควร ศาสนาฮินดูคือศาสนาหลักของเมืองบาห์ลี ซึ่งศาสนาฮินดูไม่สนับสนุนกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน ทำให้การท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร

5) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ทุกเมืองมีการทำงานในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในรูปแบบเน้นการพัฒนาองค์กรรวม มากกว่าการเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มเดียว แต่เมืองบาร์เซโลนามี

ความโดดเด่นตรงที่เน้นการทำงานกับภาคประชาสังคมที่ทำงานจริง ทำให้การทำงานเข้าถึงระดับชุมชนและประสบความสำเร็จ ส่วนประเทศไทยเริ่มมีการเสนอขายการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านแคมเปญ Go Thai be Free ถือเป็นการเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในระดับหนึ่ง และการเคลื่อนไหวของการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองเพื่อกลุ่มคนบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ส่วนเมืองบาห์ลี รัฐบาลไม่ได้มีการสนับสนุน เนื่องจากยังเป็นประเด็นเปราะบางในการพูดถึงเรื่องกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในเมืองที่ศาสนามีอิทธิพลโดยตรงต่อการทำงานของรัฐบาลและวิถีชีวิตของประชาชน

ผลจากการศึกษาโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า อุปทานการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว (4) อธิปไตยของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ (6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง อยู่ที่ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เหล่านี้ สะท้อนถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยมากนั้นจะต้องอยู่ที่ระดับบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) ซึ่งในอนาคตควรยกระดับให้อยู่ในความคาดหวังที่สูงขึ้น

4.2.1 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

คุณภาพของและความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทาง สอดคล้องกับการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้ง 3 ประเทศให้ข้อมูลว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตัดสินใจเดินทางอันดับต้น ๆ คือแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก เป็นต้น โดยพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 ประเทศมีต้นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติสูงมาก ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลกทั้งเมืองไทย เมืองบาห์ลี และเมืองบาร์เซโลนา อีกทั้งหากนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวซ้ำ หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการการใช้จ่ายและการใช้เวลาในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ อีกด้วย

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเดินทางในจุดมุ่งหมายนั้นและการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ หากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคม กล่าวว่า

กิจกรรมประเพณีปาร์ตี้เวิลด์ได้รับความนิยมสูงมากจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น งาน GCircuit เทศกาล สงกรานต์ ประเทศไทย งานปาร์ตี้รวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย และรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ยิ่งใหญ่ระดับโลก จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันมากที่สุดประมาณ 8,000 คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเลือก ตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำในช่วงเทศกาลสงกรานต์เพื่อเข้าร่วมงานปาร์ตี้ GCircuit เช่นเดียวกันกับงาน Pride BCN ที่ มีนักท่องเที่ยวหลายคนเลือกเดินทางยังเมืองบาร์เซโลนาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม Pride BCN งานไพรด์ใหญ่อันดับ ต้น ๆ ของยุโรป

3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว

ระบบโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยหาก ประเทศไทยมีการวางแผนระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเอื้อต่อคนทุกกลุ่ม ทุกประเภท จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับระบบโครงสร้างพื้นฐานจะทำให้ นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือใช้เวลานานในการท่องเที่ยวที่จะส่งผลไปยังการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน หากนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจกับระบบโครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยว มีผล โดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาการท่องเที่ยว รวมไปถึงการใช้จ่ายใน การท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ภาครัฐพยายามพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวมากที่สุด และ นำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยวซ้ำ โดยไม่ได้มีแผนนโยบายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์โดยเฉพาะ แต่เน้นการพัฒนานักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไปพร้อมกัน

4) อัยาศัยไมตรีท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น

อัยาศัยไมตรีท้องถิ่นส่งผลต่อการอุปสงค์การท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเดินทางยัง จุดหมายปลายทาง หากประเทศไทยคนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จะเป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำ ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตัดสินใจเลือกเดินทาง เช่น ประเทศไทย ที่ซานเรียกตนเองว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม เพราะ ผู้คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรสูง และประเทศสเปน ที่พลเมืองท้องถิ่นมีความตระหนักเรื่องสิทธิและความ หลากหลายทางเพศ เห็นได้ชัดจากอัตราการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศต่ำจนแทบไม่เกิดขึ้น เช่นเดียวกันหาก ประเทศไทยคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อาจมีผลต่อการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว หรือนักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังตัวเองสูงระหว่างการ ท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์เชิงลึกตำรวจท่องเที่ยวเมืองบาห์ลี กล่าวว่า เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย นับถือ ศาสนาฮินดูและศาสนาฮินดูไม่สนับสนุนกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการระวังตัวสูง มากระหว่างการท่องเที่ยวบาห์ลี

5) บทบาทผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาคเอกชน พบว่า การทำงานหลักของผู้ประกอบการคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจและเลือกเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงพยายามให้บริการนักท่องเที่ยวให้พึงพอใจในการบริการมากที่สุด และหากธุรกิจไหนมีการสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อาจด้วยการตกแต่งร้านในเชิงสัญลักษณ์ หรือนโยบายที่เอื้อต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และอาจนำไปสู่การใช้จ่ายและการท่องเที่ยวซ้ำในที่สุด

6) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง มีผลเป็นอย่างยิ่งในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากประเทศไหนมีกฎหมายสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแก่คนท้องถิ่น ถือเป็นการยืนยันอย่างหนึ่งว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวยังจุดมุ่งหมายนั้น ๆ จะปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวเพราะมีกฎหมายต่อต้านการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ และคนท้องถิ่นที่ได้รับสิทธิตามพลเมืองจะมีความตระหนักรู้ในสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายทางเพศ เห็นได้จากการจัดอันดับของ Spartacus Index ในการจัดอันดับประเทศที่มีความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ มีตัวชี้วัดในการจัดอันดับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 3 ปัจจัย ดังนี้ 1) กฎหมายสิทธิพลเมือง 2) การเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 3) การคุกคามกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ พบว่า ประเทศที่ได้รับอันดับต้นในการจัดอันดับดังกล่าว มีคะแนนด้านสิทธิพลเมืองสูง แปรผกผันกับคะแนนการด้านการเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและการคุกคามกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กล่าวคือ ประเทศไหนมีกฎหมายสิทธิพลเมืองสูง จะทำให้อัตราการเลือกปฏิบัติและการคุกคามด้วยเหตุทางเพศลดลงมาก เพราะประชากรในประเทศตระหนักและเคารพต่อความหลากหลายทางเพศ

4.2.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องนั้น มีผลเป็นอย่างยิ่งต่อระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยพบว่า หากนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ว่ามีรัฐบาล ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ มีวิสัยทัศน์ในการยอมรับและเข้าใจกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ผ่านการจัดให้มีนโยบายและกฎหมายที่ส่งเสริมการใช้สิทธิของกลุ่มเกย์ หรือ จัดให้มีกิจกรรมระดับประเทศที่ภาครัฐเป็นผู้ร่วมจัดการ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีลักษณะของความคาดหวังที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ

รวมถึงนโยบายการเสนอขายของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจการเดินทางในขั้นต้น นักท่องเที่ยวจะจดจำข้อมูลแล้วนำมาเปรียบเทียบกับประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

มากจะทำให้ความคาดหวังต่อนักท่องเที่ยวที่อยู่นั้นอยู่ในระดับสูง ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวจึงต้องทำงานในการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวและบริการให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ดี จะทำให้ความคาดหวังพบเจอกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ เช่น การเสนอขายการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของเมืองบาร์เซโลนาผ่าน Visit Gay Barcelona ที่เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างรัฐบาลและภาคประชาสังคมในการหาข้อมูลเชิงลึกสถานที่ท่องเที่ยวและจัดทำวิธีการเผยแพร่ข้อมูลให้นักท่องเที่ยว ทำให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ผ่านรูปแบบออนไลน์มีความเป็นจริง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นจริง

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมมีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมีความหลากหลายและหลายหลายราคาให้ใช้บริการ ผู้คนเป็นมิตร และมีวัฒนธรรมที่มีมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ และเกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานนั้น ๆ อย่างสะดวกสบาย เช่น การเข้าถึงระบบสาธารณสุขในประเทศไทย การเข้าถึงยา PreP และยา PeP ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในราคาที่ต่ำและจับต้องได้ และที่สำคัญความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว รัฐบาลต้องมีการดูแลแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความสะอาดของเมืองที่เป็นภาพจำสำคัญของนักท่องเที่ยว

4.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และ (2) โดยแบ่งการวิเคราะห์ผลกระทบออกเป็น 3 ด้านหลัก และมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.3.1 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

คณะผู้วิจัย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี ส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจที่ตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของเกย์ที่เปิดมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อตอบสนองจำนวนความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่อยากจะมามีพื้นที่ที่ปลอดภัยในการเปิดเผยตัวตนตัวเอง พบเจอผู้คนที่มีอัตลักษณ์ทางเพศที่เหมือนกัน พร้อมทั้งเป็นการสร้างสังคมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมไปถึงศักยภาพกำลังจ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้มากขึ้นอย่างเท่าตัว

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน หน่วยงานภาครัฐ Barcelona Turisme ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคประชาสังคมที่ทำงานเชิงพื้นที่เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จนเกิดการกำหนดย่านเกย์แคมป์เบล พื้นที่สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และเมืองซิทเจส เมืองชายหาดของบาร์เซโลนาที่เป็นสถานที่ยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในช่วงฤดูร้อน โดยบริเวณโดยรอบของย่านเกย์แคมป์เบล และเมืองซิทเจสประกอบไปด้วยสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น คลับ บาร์ ชาวน่า กิจกรรมปาร์ตี้ องค์กรไม่แสวงหากำไร และคลินิกสุขภาพทางเพศสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ทำให้ธุรกิจสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นที่นิยมและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะงานอีเวนต์สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น งาน Pride BCN ที่จัดขึ้นโดยองค์กร ACEGAL โดยแต่ละปีมีผู้เข้าร่วมงานไพรด์มากกว่าหนึ่งแสนคนต่อปี แต่แต่ละปีจะมีเส้นทางเดินขบวน Pride ที่ขยับขยายขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการเข้าร่วมขบวนงาน Pride ซึ่งไม่ได้จำกัดแค่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพียงเท่านั้น โดยตลอดเส้นทางเฉลิมฉลองงาน Pride สามารถกระตุ้นรายได้ให้ธุรกิจร้านค้าโดยรอบเส้นทาง เพราะผู้เข้าร่วมงานมีการใช้จ่ายสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดเส้นทางและพื้นที่โดยรอบที่ขบวน Pride ผ่าน การจัดกิจกรรมสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจึงสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจให้คนท้องถิ่นได้

นอกจากนี้ ในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ยังสามารถกระตุ้นการสร้างอาชีพใหม่ ๆ ให้กับคนท้องถิ่นด้วย เช่น ตัวอย่างจากเมืองบาห์ลี ที่มีการเพิ่มจำนวนของคนขับรถผ่านแอปพลิเคชัน Grab ที่เป็นแอปพลิเคชันยอดนิยม และสร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่นมากขึ้น และคนขับรถที่สามารถเป็นทัวร์ไกด์ได้ คอยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ในบาห์ลีเองมีความต้องการในการเดินทางจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในระดับที่ผู้ประกอบการท้องถิ่น พิจารณาให้มีการลงทุนเพิ่มเติมของแพลตฟอร์มคล้าย Grab เรียกว่า Go-Jek ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมาก



ภาพที่ 4.1 ภาพที่ใช้ในการโฆษณาของแอปพลิเคชัน Go-Jek
ที่มา: Bali Transport (2015)

Go-Jek เป็นสตาร์ทอัพของประเทศอินโดนีเซีย ปัจจุบัน Go-Jek ให้บริการในอินโดนีเซีย 50 เมือง และเตรียมขยายมาในกลุ่มอาเซียน ซึ่งประเทศไทยก็อยู่กลุ่มเป้าหมายนั้นด้วย บริการของ Go-Jek ในปัจจุบัน แยกได้ 3 ประเภท ได้แก่ (1) Go-Jek บริการนี้ถือเป็นหลักของสตาร์ทอัพรายนี้ โดยจะเน้นไปที่การขนส่ง (2) Go-Pay บริการเหล่านี้อถือว่าเป็นหนึ่งใน Ecosystem ของทาง Go-Jek เพราะสามารถจ่ายค่าบริการด้วยแอปพลิเคชันเดียวได้ หรือแม้แต่ยังทำธุรกรรมในแอปพลิเคชัน ของทาง Go-Jek ได้อีกหลายอย่างมาก ๆ และ (3) Go-Life บริการด้านความสะดวกสบาย และรวมไปถึงเพื่อนคลายด้วย และยังรวมไปถึงบริการที่ช่วยแก้ปัญหาหากรถยนต์เกิดปัญหาด้วย บริการทั้ง 3 ด้านนี้ถือว่าตอบโจทย์ผู้ใช้ที่ต้องการความสะดวกสบายในชีวิตเพราะว่าบริการทั้งหมดอยู่ในแอปพลิเคชันเดียว

ยิ่งไปกว่านั้น บริการของ Go-Jek ประเภท Go-Life ที่ให้บริการด้านความสะดวกสบาย มีฟังก์ชัน Go-Glam สำหรับบริการแต่งหน้า ทำผม ทำเล็บให้ถึงบ้าน ถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งเป็นการสร้างผลกระทบทางบวกที่ส่งผลต่อด้านเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี

ส่วนในมุมมองของผลกระทบทางลบทางเศรษฐกิจนั้น ไม่พบว่ามีผลกระทบจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ มีเพียงค่าครองชีพที่สูงขึ้นจากการปรับตัวเป็นเมืองท่องเที่ยวเต็มตัวเท่านั้น โดยคณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ค่าครองชีพที่สูงขึ้นจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวจะส่งผลต่อการปรับตัวธุรกิจขนาดย่อมมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่



ภาพที่ 4.2 การบริการ Go-Glam หนึ่งในบริการของ Go-Jek
ที่มา: GoLife (n.d.)

4.3.2 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

ในส่วนของบาห์ลันั้น เป็นเมืองที่มีความรุ่งรวยทางด้านวัฒนธรรมและมีการอยู่ร่วมกันระหว่างหลากหลายศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งศาสนาฮินดูและอิสลาม ถึงแม้ว่าจะมีความเชื่อที่แตกต่างกันในเรื่องของการยอมรับในเรื่องของความหลากหลายทางเพศ แต่เมื่อบุคคลที่กล่าวถึงนั้น เป็นนักท่องเที่ยวก็มักจะได้รับการ

ยอมรับหรือมองข้ามจากคนท้องถิ่นทันที เนื่องจากคนในท้องถิ่นนั้นก็ตระหนักดีว่าการท่องเที่ยวที่นั่นเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ของเศรษฐกิจในบาห์ลี อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อาจขัดกับหลักของวัฒนธรรมท้องถิ่นบาห์ลี จึงไม่สามารถทำการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้

หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความตั้งใจที่จะเสนอตนเป็นเจ้าภาพงานจัดประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” ในอนาคตอันใกล้ เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลก ขององค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA องค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยหน่วยงานภาครัฐบาร์เซโลนามีความเชื่อมั่นว่าการเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมข้างต้น จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามาท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างคุณค่าการท่องเที่ยวให้กับเมืองบาร์เซโลนาและคนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

เมื่อวิเคราะห์จากมุมมองของผลกระทบทางลบด้านสังคมและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บางประเภทขัดกับหลักทางศาสนาฮินดูที่มีอิทธิพลต่อหน่วยงานภาครัฐและการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น โดยเจ้าหน้าที่พนักงานภาครัฐของเมือง Badung ออกแถลงการณ์ว่าทางหน่วยงานจะพิจารณาใบอนุญาตของบ้านพักและสิ่งปดริสอร์ท Angelo Bali Gay Guesthouse ที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพียงเท่านั้น กรณีนี้สร้างความไม่พอใจให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐและชาวบาห์ลีท้องถิ่นจำนวนมากที่ยังเชื่อว่าการรักเพศเดียวกันนั้นขัดต่อบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมในบาห์ลี และทำให้การท่องเที่ยวของบาห์ลีแปดเปื้อน ถึงแม้ว่าบาห์ลีจะมีความยืดหยุ่นเรื่องการต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสูงกว่าในหลายเมืองในประเทศอินโดนีเซียก็ตาม นอกจากนี้ ยังได้รับการยืนยันจากการสัมภาษณ์ของตำรวจท่องเที่ยวของบาห์ลี (Bali Tourism Police) ว่าถ้านักท่องเที่ยวไม่ประพฤติผิดในกฎหมายและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นบาห์ลียังจะไม่เกิดปัญหาหรือผลกระทบเชิงลบใด ๆ อีกทั้งยังแสดงความมั่นใจว่าการปฏิบัติหน้าที่นั้นไม่มีการเลือกปฏิบัติโดยเป็นไปตามการเคารพสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานและกฎหมายของบาห์ลี นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น มักจะเตรียมพร้อมในการหาข้อมูลก่อนการเดินทางมายังประเทศที่อาจจะมีการขัดแย้งระหว่างศาสนากับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จึงเป็นการป้องกันการเกิดเหตุได้ดีด้วยความพร้อมของนักท่องเที่ยวเองด้วย

หน่วยงานภาครัฐของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พยายามทำงานในการสร้างความเป็นมิตรในทุกพื้นที่ของเมืองบาร์เซโลนาต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะยังมีคนท้องถิ่นในบางพื้นที่ของเมืองบาร์เซโลนา ยังไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรักเพศเดียวกันมากเท่าที่ควร เช่น ย่าน Gothic และเมืองเกศตรกรรมย่านชนบทของบาร์เซโลนา จึงเกิดการทำงานของหน่วยงานภาคประชาสังคมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐจัดงาน Pride BCN ขึ้น โดยมีการวางแผนพื้นที่ในการเดินขบวน

Pride ผ่านถนนย่าน Gothic ที่ยังพบการไม่เป็นมิตรในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทำให้คนท้องถิ่นพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพในการกระตุ้นเศรษฐกิจเป็นจำนวนมากและเกิดการยอมรับมากขึ้นในปัจจุบัน

4.3.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันรัฐบาลใหม่ของบาห์ลีประกาศใช้นโยบายลดการใช้พลาสติกอย่างเด็ดขาด ประกาศใช้เพียงบริเวณเมืองบาห์ลีเท่านั้น และเริ่มใช้เมื่อ 3-4 เดือนที่แล้ว เนื่องจากบาห์ลีเป็นเมืองเล็ก และจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวสร้างขยะอย่างขาดจิตสำนึก ทั้งขยะลงทะเล ริมชายหาด แม่น้ำ จึงทำให้ปัญหาขยะตามสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัญหาหลักของการท่องเที่ยวบาห์ลี อย่างไรก็ตาม นโยบายส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาระดับโลก เช่น ปัญหาลดการใช้พลาสติก นโยบายการส่งเสริมการออกแบบเพื่อคนทุกกลุ่ม (Universal Design) และห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในความเป็นสากลของเมืองท่องเที่ยวขึ้น ๆ มากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการรับรู้ในเรื่องของการยอมรับในความหลากหลายทางเพศที่เป็นประเด็นสากลนั้นได้รับการยอมรับไปด้วย

ปัจจุบันมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนิยมการท่องเที่ยวในรูปแบบ Voluntourism ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเป็นอาสาสมัครในสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น โดยการจัดงาน Pride BCN ขององค์กรภาคประชาสังคมเมืองบาร์เซโลนาพยายามสร้างความตระหนักให้งาน Pride BCN เกิดขยะน้อยที่สุด ซึ่งผลปรากฏว่างาน Pride BCN ปี 2019 ที่มีผู้เข้าร่วมงานมากกว่าหนึ่งแสนคน เกิดขยะตามถนนที่จัดงานน้อยมากถึงแทบไม่พบเลย ทำให้คณะผู้วิจัยอนุมานว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สนใจประเด็นประเด็นความท้าทายระดับสากลจริง ซึ่งจากการพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ของประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน นั้นยังไม่มีผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อประเด็นต่าง ๆ ที่ชัดเจน โดยส่วนใหญ่จะเป็นภาพรวมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

4.3.4 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทย

ผลกระทบทางบวกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทยต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ พบว่าสถานการณ์ของประเทศไทยกำลังรอการออกกฎหมายคู่ชีวิต ที่จะเป็ก้าวแรกอย่างเป็นทางการที่จะบ่งบอกถึงการยอมรับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ แม้ประเทศไทยจะไม่ถือว่าเป็นชาติที่ล่าหลัง แต่เชื่อว่าหากกฎหมายดังกล่าวพร้อมเมื่อใด จะยิ่งเปิดโอกาสในการกระตุ้นเศรษฐกิจของตลาดการท่องเที่ยว และด้านอื่น ๆ ได้อย่างมหาศาล โดยเฉพาะการรองรับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ประเทศไทยปูทางการทำตลาดนี้มานานหลายปี และประกาศเป็นกลยุทธ์ที่รูกหนักมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมามาผ่านการจัดทำแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายใน

การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งยังให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นประโยชน์ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามรายจังหวัดที่เป็นมิตรต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

ทางด้านมุมมองของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไทยได้รับการยกย่องว่าเป็น Gay friendly destination เป็นจุดหมายที่เป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ เนื่องจากคนไทยมีความละเอียดอ่อนเรื่องมิติทางเพศในเรื่องการบริการ การปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานประกอบการ หรือผู้ประกอบการ ที่มีการให้ความสำคัญ และอบรมผู้ให้บริการเป็นอย่างดี มีการปฏิบัติที่ดี สุภาพ และมีความเข้าใจในเรื่องความหลากหลายของการแสดงออก จึงสร้างผลกระทบทางบวกที่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาเป็นคู่หรือกลุ่ม ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงมักเลือกจุดหมายปลายทางที่เปิดโอกาสให้แสดงออกได้อย่างอิสระเสรี ปลอดภัยจากสายตาที่ดักจ้องแบ่งแยก ซึ่งทำให้เรื่องนี้กลายเป็นจุดแข็งของประเทศไทย เมื่อรวมกับสินค้าการท่องเที่ยวที่ภาคเอกชนมีความเข้าใจตลาด มีการเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ทั้งนี้ ในการส่งเสริมตลาดนี้ ยังมีมุมมองที่ละเอียดอ่อน และต้องตั้งหลักกันให้มั่น เพื่อให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเชื่อมั่นว่าประเทศไทยเปิดกว้างอย่างแท้จริง ตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นตัวช่วยที่สร้างผลกระทบทางบวกต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในยุคที่เศรษฐกิจถดถอย

ถึงจะไม่มีข้อมูลระบุตัวเลขโดยแน่ชัดว่าในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จำนวนเท่าไรบ้างที่เลือกเดินทางมายังประเทศไทย เพราะข้อมูลที่ด้านตรวจคนเข้าเมืองไม่ได้ระบุอัตลักษณ์ทางเพศอย่างชัดเจน ระบุเพียงแค่เพศกำเนิดเท่านั้น แต่จากการสังเกตการณ์ตามอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามายังประเทศไทยและสร้างเม็ดเงินจำนวนมาก เห็นได้จากงานอีเวนต์ปาร์ตี้ระดับโลกสำหรับกลุ่มเกย์โดยเฉพาะอย่าง GCircuit ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี มีผู้เข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า 3,000 – 5,000 คนต่อคืน และสถานบริการเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ย่านสีลมที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ท่องเที่ยวเป็นประจำตลอดทั้งปี ทำให้ผลกระทบจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยด้านเศรษฐกิจมีแต่ผลบวก ไม่พบผลกระทบทางลบทางด้านเศรษฐกิจจากการเข้ามาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทยต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม คณะผู้วิจัย พบว่า สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างสำคัญ ผ่านผลกระทบการท่องเที่ยวต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ทางด้านผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมากจนเกินไปจนกระทบต่อความรู้สึกของคนในชุมชน ซึ่งจะเกิดในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ทำให้เกิดผลกระทบทางลบ ในเรื่องของกรย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนหรือพื้นที่ท่องเที่ยวขึ้นมากขึ้น เพื่อประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว และทำให้คนในชุมชนเดิมต้องย้ายออกไปจากพื้นที่ชุมชนมากขึ้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนี้เป็นผลกระทบในภาพรวมของการท่องเที่ยว ไม่ได้เกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ

ส่วนผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น การที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้น เกิดการเรียนรู้และมีความเข้าใจในวัฒนธรรมอันแตกต่างระหว่างของตนเองกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น และสามารถนำรายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมาใช้ในการพัฒนาพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมได้อีกด้วย

ซึ่งในประเทศไทยไม่พบผลกระทบเชิงลบจากการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบัน พบแต่ข้อกักรงของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในประเด็นเรื่องของยาเสพติด และการมั่วสุม ในเทศกาลท่องเที่ยว เช่น Full moon Party เป็นต้น เนื่องจากประเทศไทยขาดความเข้มงวดด้านกฎหมาย จึงทำให้ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสภาวะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม คณะผู้วิจัย พบว่า การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มย่อมสร้างผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสภาวะแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเกิดผลกระทบด้านลบหลาย ๆ ด้านด้วยกัน อาทิ ปัญหาการจราจร ปัญหามลพิษ และปัญหาขยะ แต่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวหลัก ๆ ไม่ว่าจะเป็น เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต หรือแม้กระทั่งกรุงเทพมหานครเอง ก็ไม่สามารถหนีการท่องเที่ยวได้พ้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือจะอย่างไรให้การท่องเที่ยวอยู่กันไปกับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เป็นธรรม และก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบให้น้อยที่สุด จึงนำมาสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) โดยเน้นการสร้างควมรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและได้ใกล้ชิดกับชุมชน เน้นการเสนอขายสินค้าท้องถิ่น และการเสนอขายที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) หรือโรงแรมสีเขียว (Green Accommodation) มีการให้ความรู้การแยกขยะและจุดคัดแยกขยะในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างตระหนักในการลดการใช้ถุงพลาสติกที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในประเทศไทย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

ปัจจัยทางด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ จะสามารถทำให้ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกเดินทางนั้นสั้นลง และเพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังกระตุ้นการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำด้วย รายได้และเชื้อชาตินั้น มีผลต่อความสนใจและหาประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทาง และยังพบว่ามีพฤติกรรมในการใช้จ่ายและขนาดการใช้จ่ายที่แตกต่างกันด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งเอเชียที่ไม่ใช่ไทยและไม่ใช่อเอเชียที่มีรายได้ระดับล่างนั้น มีระดับความคาดหวังกับประเทศไทยที่อยู่ในระดับดีมากว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งเอเชียที่ไม่ใช่ไทยและไม่ใช่อเอเชียที่มีรายได้ระดับกลาง - บน นอกจากนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวโดยมากนั้นจะต้องอยู่ที่ระดับบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) เป็นความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าและบริการนั้นในสถานการณ์หนึ่ง จึงจะเพิ่มแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ทางด้านความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สามารถสรุปได้ว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ ส่วนใหญ่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา แม้ว่าจะไม่ได้มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ แต่การเตรียมความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวด้วยการเตรียมความพร้อม และพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่าง ๆ อีกทั้ง การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อคนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ก็จะทำให้การท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือ การปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว อหยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกพื้นที่นั้นเป็นจุดหมายปลายทาง แต่ที่ขาดไม่ได้คือ การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ที่มีการรับรู้ ตื่นตัวและเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากขึ้น แม้ว่าจะยังมีข้อจำกัดในเรื่องของกฎหมายของในบางประเทศอยู่ก็ตาม

ผลกระทบทางบวกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทยต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สร้างผลกระทบทางบวกที่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เมื่อรวมกับสินค้าการท่องเที่ยวที่ภาคเอกชนมีความเข้าใจตลาด มีการเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคนหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ในการส่งเสริมตลาดยังมีแง่มุมที่ละเอียดอ่อน และต้องตั้งหลักกันให้มั่น เพื่อให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเชื่อมั่นว่าประเทศไทยเปิดกว้างอย่างแท้จริง ไม่พบผลกระทบทางลบทางด้านเศรษฐกิจจากการเข้ามาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ผลกระทบทางด้านผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมากจนเกินไปจนกระทบต่อความรู้สึกของคนในชุมชน ซึ่งจะเกิดในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ทำให้

เกิดผลกระทบทางลบ ในเรื่องของการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนหรือพื้นที่ท่องเที่ยวที่แน่นมากขึ้น เพื่อประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว และทำให้คนในชุมชนเดิมต้องย้ายออกไปจากพื้นที่ชุมชนมากขึ้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนี้เป็นผลกระทบในภาพรวมของการท่องเที่ยว ไม่ได้เกิดจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใดโดยเฉพาะ ซึ่งในประเทศไทยไม่พบผลกระทบเชิงลบจากการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบัน พบแต่ข้อกังวลของหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในประเด็นเรื่องของยาเสพติด และการมั่วสุม ในเทศกาลท่องเที่ยว เช่น Full moon Party เป็นต้น เนื่องจากประเทศไทยขาดความเข้มงวดด้านกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพหรือด้านสิ่งแวดล้อม การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มย่อมสร้างผลกระทบทางบวกและทางลบต่อสถานะแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเกิดผลกระทบด้านลบหลาย ๆ ด้านด้วยกัน อาทิ ปัญหาการจราจร ปัญหามลพิษ และปัญหาขยะ

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะดำเนินการอภิปรายตามสมมติฐานงานวิจัย คือ (1) ปัจจัยหลักดันมีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (2) ความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวมีผลต่อการสร้าง (3) ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยหลักดันมีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ปัจจัยหลักดันมีผลอย่างมากต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี มีรายได้ประจำ จึงถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงในทางเศรษฐกิจระดับหนึ่ง ไม่มีอุปสรรคในเรื่องการดูแลบุตร และต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายการท่องเที่ยวที่ให้การยอมรับในเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศแบบเกย์ด้วย ซึ่งปัจจัยเรื่องเพศเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่สำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และการบริการการท่องเที่ยวหลายแห่งยังไม่สามารถตอบโจทย์อุปสงค์เฉพาะนี้ได้ดีนัก หากสถานที่ใดมีเข้าใจและสามารถตอบโจทย์อุปสงค์ที่พิเศษนี้ได้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะพร้อมที่จะใช้จ่ายอย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง เนื่องจากสถานที่เช่นนี้พบได้น้อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม อย่างไรก็ตาม ราคาที่คุ้มค่าและค่าครองชีพก็ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหลักดันที่มีอิทธิพลมากเช่นกัน เพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการแสดงออกในพื้นที่ที่สังคมยอมรับและไม่มีข้อจำกัดทางวัฒนธรรม เป็นโอกาสให้

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลือกใช้ชีวิตในแบบที่ตนเองต้องการ ซึ่งได้รับการยืนยันจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เลือกออกมาเที่ยวกับเพื่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ให้การยอมรับทางด้านอัตลักษณ์ทางเพศ มีความเข้าใจในประเด็นความอ่อนไหวที่เกี่ยวกับเพศสภาพและความเท่าเทียมทางเพศ ทั้งจากผู้ประกอบการและคนในท้องถิ่น และยังให้ความสนใจกับนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ด้วย เพราะเป็นนโยบายที่ยืนยันถึงการยอมรับของประเทศจุดหมายปลายทางอย่างเป็นทางการ และการได้รับการคุ้มครองในทางกฎหมาย ซึ่งปัจจัยนี้จะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวสั้นลง

ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความสำคัญในการสร้างอุปสงค์ในการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่งของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จากข้อมูลแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามปรากฏว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มาประเทศไทยมีระดับความคาดหวังตั้งแต่ไม่ได้คาดหวังอะไรเลยจนระดับการบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) โดยระดับบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) เป็นความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าและบริการนั้นในสถานการณ์หนึ่งที่จะเพิ่มแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

5.2.2 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวมีผลต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งประเทศไทยและเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เมืองบาร์เซโลนา มีความพร้อมในทุกด้านอยู่แล้วสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคน ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งที่พักอาศัย สถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ระบบโครงสร้างพื้นฐานมีการเตรียมพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวตามศักยภาพเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาหลายร้อยล้านคนต่อปี

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีความโดดเด่นเรื่องระบบโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าเมืองบาห์ลี โดยเฉพาะระบบสาธารณสุขไทยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และความสามารถในการเข้าถึงยาฉุกเฉินและยาป้องกันเชื้อเอชไอวี (HIV) ก่อนการสัมผัสโรคของคนท้องถิ่นและชาวต่างชาติ โดยมีนักท่องเที่ยวหลายคนและหน่วยงานที่ทำงานด้านสาธารณสุขต่างประเทศ เลือกเดินทางมายังประเทศไทย ด้วยเหตุผลทางการแพทย์มากขึ้นในทุกปี แต่ยังด้อยกว่าเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ในการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในทุกด้าน ความสำเร็จของบาร์เซโลนาคือการทำงานร่วมกันระหว่างภาคประชาสังคมและภาครัฐบาลทำให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความโดดเด่นและประสบความสำเร็จ

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย มีความโดดเด่นในเรื่องของการสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของรัฐบาลต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เช่น รัฐบาลบาห์ลีประกาศดใช้ถุงพลาสติกเพื่อลดการเกิดจำนวนขยะและพลาสติกที่ไม่สามารถรีไซเคิลได้ โดยร้านค้าและผู้ประกอบการทุกร้านปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐอย่างเต็มที่ ทำให้เห็นผลลัพธ์ของการลดใช้ถุงพลาสติกกว่าจำนวนขยะลดลง ทั้งที่มีการประกาศใช้นโยบายไปเพียง 3 เดือนเท่านั้น ตำรวจบาห์ลีมีความ

เชื่อมั่นในการทำงานและตั้งใจปฏิบัติงานตามหน่วยงานส่วนกลาง และเชื่อมั่นที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเต็มที่โดยไม่คำนึงถึงเพศสภาพและเชื้อชาติ หน่วยงานภาคประชาสังคมเชื่อมั่นในการทำงานของรัฐบาลบาห์ลีในเรื่องของการสร้างความเท่าเทียมทางเพศในสังคม จึงยินดีทำงานร่วมกันกับภาครัฐเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมทางเพศของกลุ่มเกย์มากขึ้นในเมืองบาห์ลี

5.2.3 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ประเทศไทย

สำหรับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ว่าผลกระทบที่มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะนั้น ยังไม่พบมากและไม่มีแนวโน้มของการตั้งข้อสังเกตว่าจะมีผลกระทบทางลบมากนัก โดยผลกระทบทางบวกที่เห็นได้ชัดคือ ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดกิจกรรมปาร์ตี้เฉพาะกลุ่มเกย์ระดับเอเชีย เช่น gCircuit ที่จัดทุกปีในช่วงเทศกาลสงกรานต์ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศไทยได้จำนวนมาก อีกทั้งยังกระตุ้นเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น โรงแรมที่ตั้งใกล้กับสถานที่การจัดปาร์ตี้เต็มในช่วงเทศกาล ตัวเครื่องบินเต็มทุกไฟท์การบิน เป็นต้น โดยในปี 2563 จะมีการพิจารณา พ.ร.บ. คู่ชีวิต ผ่านการรองรับมติจากคณะรัฐมนตรี ยังเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้น

5.2.4 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

สำหรับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์นั้น สามารถสรุปได้ว่า ผลกระทบทางบวกที่พบโดยมากนั้น จะเป็นการแสดงถึงการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งจะช่วยให้สังคมอินโดนีเซียที่มีการยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศน้อยเนื่องมาจากข้อจำกัดของศาสนาและความเชื่อนั้นได้รับการพัฒนาและเกิดการยอมรับมากยิ่งขึ้น ประชากรกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเกิดการรวมตัวและเป็นตัวของตัวเองมากยิ่งขึ้น ทำให้ความเท่าเทียมของประชาชนในเมืองนั้นได้รับการยอมรับและพัฒนาไปในทิศทางที่เข้าสู่ความเท่าเทียมมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 แต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 พบว่า รัฐบาลบาห์ลีปิดรีสอร์ทสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ด้วยเหตุว่า การทำธุรกิจโดยใช้ถ้อยความว่า “exclusively gay, clothing-optional resort” โดยการทำการตลาดดังกล่าวเป็นที่กล่าวขานและกลายเป็นประเด็นดังในบาห์ลีว่าเป็นการให้สิทธิพิเศษเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้นเป็นมลทินต่อรัฐบาลบาห์ลี เจ้าหน้าที่ภาครัฐและชาวบาห์ลีท้องถิ่นจำนวนมากที่ยังเชื่อว่าการรักเพศเดียวกันนั้นขัดต่อบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมในบาห์ลี ถึงแม้ว่าบาห์ลีจะมีความยืดหยุ่นเรื่องการต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสูงกว่าในหลายเมืองในประเทศอินโดนีเซีย เห็นได้ชัดว่าผลกระทบทางลบจากการมีอยู่ของธุรกิจเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์กลายเป็นการสร้างมลทินต่อเมืองบาห์ลีที่นับถือศาสนาฮินดู และได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลามที่เป็นศาสนาหลักของประเทศอินโดนีเซีย

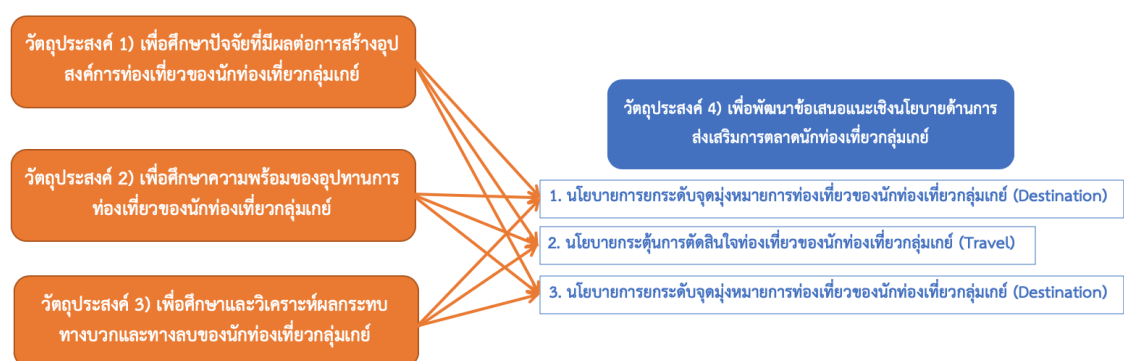
5.2.5 ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

สำหรับผลกระทบทางบวกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคม พบว่า ผลกระทบทางบวก

ที่พบโดยมากนั้นจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งในย่านเกซมิเปเลที่เป็นย่านเศรษฐกิจเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การกระตุ้นเศรษฐกิจเมืองซีทเจส เมืองชายหาดที่เป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับโลก จนมีการจัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกและงาน Pride BCN และ Pride Sitges ที่ดึงดูดเม็ดเงินมหาศาลสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองบาร์เซโลนาและเพิ่มรายได้ให้ร้านค้าปลีกตามเส้นทางที่ขบวนงาน Pride BCN จัดผ่าน เพราะมีผู้ร่วมงานมากกว่าหนึ่งแสนคนต่อวัน อีกทั้งไม่พบผลกระทบทางลบในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาร์เซโลนา เนื่องจากพื้นฐานเมืองบาร์เซโลนามีกฎหมายด้านสิทธิพลเมืองที่ตระหนักถึงความเท่าเทียมทางเพศจากภาครัฐ ส่งผลให้คนท้องถิ่นเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวมาก โอบรับความหลากหลายทุกด้าน ไม่ใช่เพียงแค่เพศ

5.3 (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

การพัฒนา (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โครงการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดย ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส และคณะ เกิดจากการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากผลวิจัยของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การทบทวนวรรณกรรม และการเก็บข้อมูลปฐมภูมิทั้งการเก็บแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก



รูปภาพที่ 5.1 แสดงการเชื่อมโยงวัตถุประสงค์งานวิจัยนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
ที่มา: คณะผู้วิจัย (2563)

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แบ่งเป็น 3 ประเภทนโยบาย ดังนี้ 1) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Market) 2) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel) และ 3) นโยบายการยกระดับจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.3.1 (ร่าง) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)

5.3.1.1 การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศไทย

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเกย์ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทย ที่มีระดับรายได้กลาง - บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียที่มีระดับรายได้กลาง - บน รวมทั้งข้อมูลการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ยืนยันว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะพิจารณาให้ความสำคัญกับจุดหมายปลายทางที่แสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยพิจารณาจากการที่ประเทศไทยนั้นแสดงภาพลักษณ์เชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศก่อน กล่าวคือ การมีกฎหมายสิทธิพลเมืองที่จะช่วยส่งเสริมการใช้สิทธิอย่างเท่าเทียมกันของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะได้รับการดูแลภายใต้บริบทเดียวกันอย่างเท่าเทียม โดยการแก้ไขกฎหมายหรือการส่งเสริมกฎหมายสิทธิพลเมือง เช่น กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) และกฎหมายความเท่าเทียมทางเพศต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์สำคัญของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศนั้นเป็นนโยบายที่ต้องอาศัยการวางแผนมาตรการระยะยาวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองอาจทำงานช่วยร่วมกันในการผลักดันกฎหมายให้สำเร็จและสามารถประกาศใช้ได้ในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยนั้นถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีการเปิดรับและส่งเสริมสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศบ้างแล้ว ถึงแม้ว่ายังไม่เทียบเท่าประเทศที่มีแสดงการยอมรับและให้สิทธิอย่างเปิดกว้าง อาทิ ประเทศสวีเดน ประเทศแคนาดา และประเทศโปรตุเกส ที่ถูกจัด 3 อันดับ

แรกประเทศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดในโลกในปี 2562 โดยการจัดอันดับของ Spartacus Gay Travel Index 2019 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 47 มีกฎหมายสิทธิพลเมืองสำคัญหลายตัวที่ก้าวหน้ามากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มเดียวกัน อาทิ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาพและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ที่ประกาศใช้ พ.ร.บ.ความเท่าเทียมทางเพศ พ.ศ. 2558 และกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) ในรูปแบบร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิตที่อยู่ในขั้นตอนการพัฒนาข้อกฎหมายบางประการเพื่อปรับแก้และอยู่ในขั้นตอนในการผลักดันต่อไป ซึ่งเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มเดียว เช่น ประเทศกัมพูชา (อันดับที่ 57) ประเทศเวียดนาม (อันดับที่ 68) และประเทศลาว (อันดับที่ 83) ยังไม่มีการเคลื่อนไหวทางกฎหมายในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศจากภาครัฐที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอมาตรการระยะสั้นโดยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น มุ่งเน้นการสื่อสารการตลาดไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์กลุ่มที่มีรายได้ระดับกลาง – บนที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และสื่อสารประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย โดยเน้นเรื่องกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย (Adoption allowed) ต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียเพื่อกระตุ้นแนวโน้มในการกลับมาเดินทางซ้ำยังประเทศไทย ด้วยการสร้างสื่อรวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ทางด้านกฎหมายที่สำคัญต่อการส่งเสริมสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายในประเทศ ผ่านรูปแบบการผลิตรายการให้ความรู้เรื่องการเคลื่อนไหวทางด้านสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศควบคู่ไปกับการโฆษณาการท่องเที่ยวในประเทศไทย บนช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่ เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น www.gothaibefree.com (Go Thai Be Free แคมเปญสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลความหลากหลายทางเพศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และประสานการทำงานร่วมกับเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นช่องทางยอดนิยมในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น เว็บไซต์ www.travelgay.com และ www.thepassportgay.com อีกทั้งควรนำเสนอข้อมูลเรื่องกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวในแหล่งข้อมูลออนไลน์ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ได้แก่ www.tripadvisor.com www.expedia.com และระบุกฎหมายสิทธิพลเมืองในคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวฉบับพกพา เพื่อการประชาสัมพันธ์

5.3.1.2 นโยบายด้านการพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล

ผลจากงานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นมีความสนใจในประเด็นความท้าทายระดับโลกประเด็นอื่น ๆ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและเดินทางกลับมาอีกครั้งยังประเทศที่แสดงออกถึงความใส่ใจและมีส่วนร่วมกับการเผชิญหน้ากับประเด็นความท้าทาย

ทนายระดับโลก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้ความสำคัญพิเศษรองลงมาจากประเด็นเรื่องกฎหมายสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คือ ประเด็นสิ่งแวดล้อม

ข้อค้นพบจากโครงการย่อย 1 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิชาการในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ที่สะท้อนว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อประเทศนั้น ๆ เมื่อพบว่าประเทศดังกล่าวใส่ใจและให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นที่เป็นความท้าทายระดับสากล เช่น ประเด็นเรื่องการลดใช้ถุงพลาสติก ประเด็นการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อคนทุกกลุ่ม (Universal Design) ซึ่งครอบคลุมไปถึงห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่อนุมานว่า การมีนโยบายหรือมีการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความท้าทายระดับสากลทำให้ประเทศนั้น ๆ มักจะมีระดับการยอมรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นประเด็นสากลเช่นกัน

ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวในโครงการที่ 2 พบว่า ท่าอากาศยานมีความสนใจในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ ต้องมีงานวิจัยมารองรับว่า หากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวแล้ว จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นเข้ามาในประเทศมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มองหาห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ในสถานที่ด่านแรกของนักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นต้น

(1) คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (สททร.) สนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) โดยเน้นการสร้างควมรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและได้ใกล้ชิดกับชุมชน เน้นการเสนอขายสินค้าท้องถิ่น และการเสนอขายที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) หรือโรงแรมสีเขียว (Green Accommodation) มีการให้ความรู้การแยกขยะและจุดคัดแยกขยะในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างควมตระหนักในการลดการใช้ถุงพลาสติกที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในประเทศไทย

โดยนโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) เน้นการทำงานในพื้นที่นำร่องตามสถานที่ท่องเที่ยว 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ระบุในเว็บไซต์ Go Thai Be Free ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี ชลบุรี (พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) เป็นต้น มุ่งเน้นการทำงานกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่เฉพาะเจาะจงแค่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าอยู่ขึ้น ประสานการทำงานร่วมกันกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้คนท้องถิ่น ชุมชน ธุรกิจเอกชน และหน่วยงานของรัฐ เพื่อช่วยกันสร้างให้

เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบน้อยที่สุดต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับการทำงานกับหน่วยงานท้องถิ่น อีกทั้งยังต้องมีการดำเนินการที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เพื่อนำพาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

(2) คณะผู้วิจัยเสนอให้มีการสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นในสถานที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ผ่านการดำเนินการของท่าอากาศยานในการนำร่องสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค โดยสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคในการนำร่องสนามบินที่ระบุใน 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินเชียงใหม่ สนามบินเชียงราย สนามบินภูเก็ต สนามบินกระบี่ สนามบินสุราษฎร์ธานี สนามบินอุตะเถา เป็นต้น แล้วค่อยขยายผลสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคไปยังผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือผู้ประกอบการที่ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุอยู่ในแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อพัฒนาประเด็นความท้าทายระดับสากลเรื่องห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย

(3) คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภายใต้การทำงานของแคมเปญ Go Thai Be Free มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทย เช่น นโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) การออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อคนทุกกลุ่ม (Universal Design) และ ห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในรูปแบบการเสริมข้อมูลประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทยผ่านวิดีโอโฆษณาการท่องเที่ยวของประเทศไทย กล่าวคือ การเผยแพร่ข้อมูลประเด็นความท้าทายระดับสากลของประเทศไทยผ่านเว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น www.gothaibefree.com (Go Thai Be Free แคมเปญสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) เว็บไซต์ www.travelgay.com ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากผลโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รวมไปถึงช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวทั่วไป หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น www.tripadvisor.com www.expedia.com และคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น จะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นเกิดการรับรู้ว่าประเทศไทยมีการทำงานในการแก้ไขปัญหาตามประเด็นความท้าทายระดับสากล ซึ่งมีประเด็นเรื่องความหลากหลายทางเพศรวมอยู่ด้วย

5.3.1.3 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ข้อมูลการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์พบว่า หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทยที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เปิดเผยเพศวิถีกับสถาบันครอบครัว ต้องมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่ระบุว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสองปัจจัยหลัก คือ (1) ภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และ (2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งในความเห็นนั้นยังระบุข้อมูลเพิ่มเติมว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีการบริหารจัดการที่ดีแล้ว แต่ยังขาดความหลากหลายและขาดนัยยะสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้สัมภาษณ์หลายท่านนั้นยังระบุไปในทิศทางเดียวกันว่า หากมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีความหมายในลักษณะที่เป็นการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น งาน Pride หรือ งานแสดงสิทธิของคนข้ามเพศระดับสากล การสร้างความเข้าใจของครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ ตนในฐานะนักท่องเที่ยวก็มีความสนใจในการเข้าร่วม นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์หลายคนยังระบุว่าตนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านกิจกรรมเหล่านี้ซึ่งเป็นตัวเร่งให้เกิดการตัดสินใจเดินทางไปยังประเทศเป้าหมายด้วย สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีความต้องการที่จะเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลก ขององค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA องค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมให้ข้อมูลผลวิจัยแก่กลุ่มผู้ประกอบการที่มุ่งพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อกิจกรรมในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังสามารถเป็นตัวกลางในการประสานงานกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มผู้ประกอบการ หรือภาคประชาสังคม ในการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มที่จะร่วมกันสร้างกิจกรรมประจำปี ที่เป็นกิจกรรมใหญ่ การเสนอจัดประชุมประเด็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศระดับโลก เป็นการจัดงานเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารให้เห็นว่าประเทศไทยนั้นต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างเท่าเทียม โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทกิจกรรม ดังนี้

- 1) การพัฒนากิจกรรมสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วที่มีความสำคัญ ในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

ปัจจุบันกิจกรรม Pride parade ถูกจัดขึ้นทุกปีตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น Pride parade พัทยา Pride parade เชียงใหม่ และ Pride parade ภูเก็ต เป็นต้น ผ่านการดำเนินงานของกลุ่มเอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไรด้านบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยอุปสรรคในการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยที่พบเจอคือ การไม่อนุญาตให้ใช้สถานที่ของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศ ด้วยสาเหตุความไม่เหมาะสมของวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม อีกทั้งยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้มีการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันแล้วพัฒนากิจกรรมให้มีศักยภาพมากขึ้น อาทิ การจัดงาน Pride Parade ที่เคยมีการจัดงานดังกล่าวเกิดขึ้นแล้วในประเทศไทย โดยจัดกิจกรรมดังกล่าวให้ยิ่งใหญ่ขึ้นบนถนนสีลม กรุงเทพมหานคร โดยอาศัยช่วงเทศกาลสงกรานต์ของทุกปีที่เป็นจุดมุ่งหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจำนวนมากอยู่แล้ว โดยมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรมดังกล่าว โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานไม่แสวงหากำไรด้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความพร้อมและมีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรม Pride มาอยู่แล้ว อาทิ มูลนิธิ Bangkok Rainbow หรือมูลนิธิกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอื่น ๆ ในการให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศ ให้การโฆษณากิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free รวมทั้งประสานงานกรุงเทพมหานครและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่และดูแลความปลอดภัยภายในงาน โดยภายในขบวนพาเหรดจัดให้มีการเฉลิมฉลองความหลากหลายทางเพศของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ เพศวิถี ธรรมเนียมทางเพศ การเผยแพร่ข้อมูลความเท่าเทียมทางเพศ และประเด็นสากลอื่น ๆ ที่การเคลื่อนไหวในประเทศไทย เป็นต้น

- (1) การจัดทำกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้ประเทศไทยภายใต้การดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ทำงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลกขององค์กร The International Gay

& Lesbian Association: IGLTA องค์การชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่างๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หากประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมข้างต้น เป็นโอกาสอันดีในการสื่อสารต่อสากลว่าประเทศไทยเป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดประชุมคือช่วงเวลานอกฤดูการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมของทุกปี เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยดึงดูดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

5.3.2 (ร่าง) นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)

5.3.2.1 การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า หากสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางคู่มือการท่องเที่ยว (LGBT Guide book) หรือแผนที่การท่องเที่ยว (LGBT Map) จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับล่างมีมุมมองเรื่องความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ในประเทศไทยในทิศทางที่ดี เช่นเดียวกับการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนมีมุมมองเรื่องความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ในประเทศไทยในทิศทางที่ดี

ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ส่วนมากหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับบริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การเล่าปากต่อปากในกลุ่มเพื่อนที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และบทความออนไลน์ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ให้ข้อมูลสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สอดคล้องกับผลจากการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับกลุ่มเกย์ ไม่ใช่จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ดังนั้น คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ยกระดับการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวโดยสร้างทางเลือกช่องทางในการสื่อสารให้ครอบคลุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทุกระดับรายได้ โดยการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อรองรับพฤติกรรมการหาข้อมูลการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับล่าง กระจายแจกคู่มือการท่องเที่ยวตามศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สนามบินทุกแห่งที่เป็นจุดเริ่มต้นในการท่องเที่ยว รวมทั้งให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์บนเว็บไซต์ www.gothaibefree.com เพื่อรองรับพฤติกรรม การหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับกลาง - บน และสร้างแอปพลิเคชัน “Go Thai Be Free” เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ระบุข้อมูลที่สำคัญในการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างละเอียด ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสนามบินแต่ละแห่งในประเทศไทย ข้อมูลการคมนาคมในประเทศไทย ข้อมูลการท่องเที่ยวทั่วไปของประเทศไทย ข้อมูลภูมิอากาศ ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งตัวในการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรระวังระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม การไม่ลบหลู่ความเชื่อของคนไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่น ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่นิยมในประเทศ บาร์ คลับ ขาวน่า โดยระบุสถานที่ตั้ง รายละเอียดธุรกิจสถานประกอบการ เวลาเปิดปิด กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ ข้อมูลโรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลเบอร์โทรฉุกเฉิน ข้อห้ามผิดกฎหมายในประเทศไทย (กฎหมายว่าด้วยอายุที่สามารถร่วมประเพณีได้ 18 ปี และกฎหมายเรื่องการพกพาอาวุธปืน) รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวก สถานพยาบาลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ คลินิกสำหรับการขอรับยา Pep และ PreP สถานีตำรวจที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และคำพูดทักทายเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นต้น

5.3.2.2 การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม

ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคประชาสังคมเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อย อีกทั้งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถานบันเทิงแบบหลากหลายจุดมุ่งหมาย และไม่จำกัดระยะเวลาในการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำกัดจำนวนคลับบาร์ในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามระยะเวลาเปิดปิดของสถานที่นั้น ตัวอย่าง ลูกค้าที่ใช้บริการคลับ Punto BCN เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ในช่วงเวลาก่อนเที่ยงคืน หากมีการใช้จ่ายซื้อเครื่องดื่มภายในร้าน Punto BCN ผู้ใช้บริการจะได้ตั๋วพิเศษ เข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ โดยไม่ต้องเสียค่าเข้าผ่านประตูในการใช้บริการคลับ Arena

จากข้อมูลด้านต้น คณะผู้วิจัยเสนอนโยบายการส่งเสริมการเสนอขายแบบกลุ่ม ดังนี้

(1) สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธนาคารแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ทำงานร่วมกันในการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ในการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่ม โดยหน่วยงานดังกล่าวเป็น

ตัวกลางในการเชื่อมการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน ผ่านการออกแคมเปญบัตรเครดิต ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าบางรายการตามโปรโมชั่นการเสนอขายแบบกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ อาจเริ่มในพื้นที่นำร่องที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในบริเวณย่านสีลม อาทิ การสร้างการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้บริการร้าน Telephone สีลมซอย 4 ที่เป็นธุรกิจรายย่อยที่คนนิยมใช้บริการในช่วงหัวค่ำ เกิดการจับจ่ายสินค้าในร้าน แล้วสามารถได้รับการยกเว้นค่าผ่านประตูของคลับยอตนิยมที่มีระยะเวลาปิดร้านที่ตึกกว่า แต่อยู่ในกรอบเวลาที่ภาครัฐกำหนดในการปิดสถานบันเทิง อาทิ คลับ DJ Station สีลมซอย 2 หรือ ร้าน G.O.D. ถือเป็นการกระตุ้นการเสนอขายจุดหมายปลายทางแบบกลุ่มอย่างหนึ่ง

(2) คณะผู้วิจัยเสนอนโยบายกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางภายในจังหวัดที่เป็นจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวและเชื่อมโยง 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุใน Go Thai Be Free ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย กระบี่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชลบุรี (พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free นำเสนอการขายการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางเดียวกัน โดยการผนึกกำลังผู้ประกอบการเพื่อช่วยกันเชื่อมโยงการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่เป็นมิตรทั้ง 8 จังหวัด ผ่านการทำพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay Passport) ทั้งรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free และพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งที่ระบุอยู่ในพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวจะได้รับพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และหากนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการที่เข้าร่วมโครงการในพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวจะได้ยกเว้นค่าผ่านประตูในการใช้บริการ (Free entry) โดยอาจเริ่มนำร่องในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการท่องเที่ยวอย่าง กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเขตสีลม เขตพัฒนาฯ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แล้วค่อยเชื่อมโยงไปสู่ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวที่ระบุในเว็บไซต์ Go Thai Be Free

5.3.3 (ร่าง) นโยบายยกระดับจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

5.3.3.1 การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเกย์ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทย ที่มีระดับรายได้กลาง - บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียที่มีระดับรายได้กลาง - บน กล่าวคือนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีระดับรายได้กลาง - บน มีความสนใจในประเด็นเรื่องนโยบายและกฎหมายสิทธิ

พลเมืองที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ทั้ง 5 ข้อที่ปรากฏในหนังสือท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ Spartacus Gay Travel Index 2019 ดังนี้ (1) กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) (2) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) (3) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) (4) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) (5) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) กล่าวคือ หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีศักยภาพสูงในการใช้จ่ายให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการผลักดันและพัฒนาประเด็นเรื่องกฎหมายและสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นในประเทศ จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยได้ให้ความเท่าเทียมทางด้านสิทธิพลเมืองของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันที่ประจักษ์ในเชิงนโยบาย

หากพิจารณาถึงสถานการณ์เรื่องกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยพบว่า ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสำเร็จเพียงข้อเดียวคือ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) โดยประเทศไทยมีการประกาศใช้ พ.ร.บ. ความเท่าเทียมทางเพศ 2558 มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศแก่คนทุกเพศเพื่อลดการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ และเริ่มมีการเคลื่อนไหวในการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้านอื่น ๆ เช่น การผลักดันร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต ปีพ.ศ. 2562 หรือกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) ที่ปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการปรับแก้เพิ่มเติมรายละเอียดข้อกำหนดให้ครอบคลุมสิทธิคู่ชีวิตแก่ทุกเพศอย่างเท่าเทียม อีกทั้งยังมีการเคลื่อนไหวของสิทธิพลเมืองด้านกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ในการร่าง พ.ร.บ.การรับรองอัตลักษณ์เพศภาวะของบุคคล พ.ศ.... โดยเกิดจากการผลักดันของหน่วยงานภาคประชาสังคมและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำงานด้านสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้านกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) ยังไม่ได้รับสิทธิในการอนุญาตให้รับบุตรบุญธรรมร่วมกันของคู่ชีวิตเพศเดียวกัน ส่วนกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ไม่สามารถผลักดันให้เกิดขึ้นจริงได้ในประเทศไทย เนื่องจากการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไปขัดกับหลักมาตรา 319 ผู้ใดพราหม์เยาว์อายุเกินกว่า 15 ปี แต่ยังไม่เกิน 18 ปีไปเสียจากบิดามารดา ผู้ปกครอง หรือผู้ดูแล เพื่อหาทำไรหรือเพื่อการอนาจาร โดยผู้เยาว์นั้นเต็มใจไปด้วยนั้นมีความผิด ซึ่งระบุชัดเจนในกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ในประเทศไทย ฉบับแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 26 (พ.ศ. 2560)

ดังนั้น หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีศักยภาพสูงให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย ต้องมีการดำเนินการผลักดันและพัฒนาประเด็นเรื่องกฎหมายและสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นในประเทศ เพราะเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยได้ให้ความเท่าเทียมทางด้านสิทธิพลเมืองของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันที่ประจักษ์ในเชิงนโยบาย คณะผู้วิจัยขอ

เสนอให้มาตรการระยะยาวในผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ในประเด็นที่มีการเคลื่อนไหวแต่ยังไม่ประสบความสำเร็จและสามารถผลักดันให้เกิดขึ้นได้จริงโดยไม่ขัดแย้งหลักกฎหมาย ดังนี้

(1) การผลักดันกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) หรือ พ.ร.บ. คู่ชีวิต ปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการปรับแก้เพิ่มเติมรายละเอียดข้อกำหนดกฎหมายให้ครอบคลุมสิทธิคู่ชีวิตแก่ทุกเพศอย่างเท่าเทียมโดยการนำของกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม และมูลนิธิเพื่อสิทธิและความเป็นธรรมทางเพศ ซึ่ง พ.ร.บ.คู่ชีวิต ได้ผ่านการเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี (ครม.) และอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อเตรียมพร้อมในการผลักดันเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของรัฐสภาเพื่อผ่านร่างกฎหมาย เพื่อนำขึ้นทูลเกล้าฯ ประกาศลงราชกิจจานุเบกษาต่อไป อย่างไรก็ตาม ยังมีสิทธิสำคัญหลายประการที่ยังขาดหายไป ใน พ.ร.บ. คู่ชีวิตที่ต่างจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่คู่สมรสชายหญิงได้รับมีทั้งการเปลี่ยนคำหน้าชื่อ-สกุล การรับและปกครองบุตรบุญธรรมร่วมกัน การมีบุตรโดยอาศัยเทคโนโลยีเจริญพันธุ์ สวัสดิการต่าง ๆ ของรัฐที่คู่สมรสพึงได้รับ เช่น การลดหย่อนภาษีจากการมีคู่สมรส การเป็นคู่ความประมวลกฎหมายอาญาแทนคู่สมรส สิทธิในกองทุนประกันสังคมของคู่สมรสตาม พ.ร.บ. ประกันสังคม สิ่งเหล่านี้ยังไม่ระบุในรายละเอียดกฎหมาย พ.ร.บ.คู่ชีวิต

(2) การเสนอแนะเพิ่มเติมข้อกำหนดกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) ร่วมไปกับการผลักดัน พ.ร.บ.คู่ชีวิต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ยังขาดหายไป ใน พ.ร.บ. คู่ชีวิตที่กำลังอยู่ในการพิจารณาในขณะนี้ต่างจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่คู่สมรสชายหญิงได้รับ จากรายงานเรื่องการเปิดรับฟังความคิดเห็นร่าง พ.ร.บ.การจดทะเบียนคู่ชีวิต ผ่านเว็บไซต์กระทรวงยุติธรรมว่า ข้อเรียกร้องจากผู้แสดงความเห็นที่ต้องการขอให้ปรับแก้ไขเพิ่มเติมในร่าง พ.ร.บ.การจดทะเบียนคู่ชีวิตมากที่สุด อันดับหนึ่งคือการขอมีบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สอดคล้องกับข้อมูลการวิเคราะห์สถิติสหพันธ์ของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย กล่าวคือ หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียให้เลือกกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ต้องผลักดันกฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย หรือสื่อสารประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

(3) การผลักดันกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ให้สามารถเกิดขึ้นจริงในประเทศไทย กลุ่มคนข้ามเพศมี พ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับการลดการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศและพยายามสร้างความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศอยู่ แต่ยังไม่ครอบคลุมในทุกด้าน โดยปัจจุบันมีการผลักดันร่างพ.ร.บ.การรับรองเพศสถานะ ผ่านการทำงานของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (สค.)

คณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และมูลนิธิที่ทำงานด้านสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับประเด็น พ.ร.บ.ทะเบียนราษฎรในด้านข้อมูลส่วนบุคคล การเปลี่ยนคำนำหน้านาม การรับรองเพศสถานะทางกฎหมายในที่ทำงานซึ่งจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานแรงงานไทย และระเบียบทางราชการเกี่ยวกับชุดเครื่องแบบราชการ การรับรองเพศสถานะทางกฎหมายในสถานศึกษา เกี่ยวกับระเบียบเครื่องแต่งกาย และการรับรองเพศสถานะทางกฎหมายกับการเข้าถึงสวัสดิการสังคมและการรับราชการทหาร ซึ่งหากสามารถทำได้ในประเทศไทยจะเป็นการยืนยันที่ประจักษ์ว่าประเทศไทยมีความเป็นมิตรสูงมากต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง

โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำเวทีเสวนาสาธารณะให้ข้อมูลประชาชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ คณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และหน่วยงานภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงมูลนิธิเพื่อความหลากหลายทางเพศทุกหน่วยงาน ในประเด็นการท่องเที่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งสื่อสารประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกับนโยบายและกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ ชี้ให้เห็นว่าหากกฎหมายสิทธิพลเมืองเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับการผลักดันจนสามารถประกาศใช้ได้จริง และให้สิทธิแก่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียมจะส่งผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยในทิศทางบวกอย่างไรบ้าง เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และร่วมกันผลักดันให้เกิดการแก้ไขประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองบางข้อเพิ่มเติมให้ได้รับสิทธิเท่าเทียมกับคู่สมรสในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

5.3.3.2 เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ในปัจจุบันองค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศนั้นเริ่มมีผู้ทำการศึกษารวบรวมไว้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศกับการท่องเที่ยวนั้นยังคงมีอยู่อย่างจำกัด ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวไม่พอใจกับการบริการของผู้ประกอบการในการสื่อสารประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ดังนี้ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและพนักงานบริการขาดความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศสถานะ (Gender Sensitivity) โดยเฉพาะเรื่องการเรียกคำนำหน้าตามเพศกำเนิดแทนการเรียกชื่อของลูกค้า (2) การให้สิทธิประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากเกินไปจนเกินความจำเป็น เช่น การลดราคาแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สร้างความเป็นอื่นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รู้สึกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องนี้ ทำให้เกิดการมุ่งจุดเน้นเพื่อสร้างความพร้อมในการ

ต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่คาดเคลื่อนไป เช่นการพยายามมากไปที่จะสร้างการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งไม่ได้ช่วยกระตุ้นความต้องการจ่ายแต่เป็นการสร้างความอึดอัดให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บางกลุ่มอีกด้วย

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว หรือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด บุรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการอบรมที่เกิดขึ้นตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

5.3.3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่ปลอดภัยและบริการขั้นเยี่ยม

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในทุกด้านอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่มมีแนวโน้มในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) ทั้ง 4 กลุ่ม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เคยมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยและมีศักยภาพและพฤติกรรมในการใช้จ่ายสูงนั้นมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นการบริการขั้นเยี่ยมต่ำกว่าความคาดหวัง เช่น (1) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม ควรมีการจัดการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะเรื่องการเรียกชื่อลูกค้า แทนการเรียกค่านำหน้าตามเพศกำเนิด (2) การฝึกอบรมพนักงานบริการเกี่ยวกับการให้บริการทั่วไป อาทิ การสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้นที่เป็นภาษาสากล และการมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (3) ความไม่เป็นมิตรของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทชานาต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สูงอายุ (4) การปรับปรุงเรื่องความสะอาดของเมือง และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว (5) การให้บริการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เลี่ยงการเกิดการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศในเชิงบวก เช่น การให้บริการที่มากเกินไปจนรู้สึกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น และการเลือกปฏิบัติทางลบด้วยเหตุทางเพศ เช่น การห้ามคนข้ามเพศใช้บริการสถานเริงรมย์บางแห่ง เป็นต้น

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดหาคณะทำงานที่มีหน้าที่ในการสำรวจและทดลองใช้บริการจากแหล่งบริการขั้นเยี่ยมเพื่อประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยอาจมีสร้างสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์และทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เช่น มีการสร้าง Certificate of LGBT and Heterosexual - friendly facilities หรือ ประกาศรายชื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประจำปีโดยเสียงของนักท่องเที่ยวผู้ให้บริการ เป็นต้น

5.3.3.4 การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกของคณะผู้วิจัยในการลงพื้นที่สำรวจการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่าง Barcelona Turisme ได้ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคประชาสังคมในการสร้างย่านเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ชื่อว่า Gaixample โดยในพื้นที่นั้นเป็นแหล่งธุรกิจบริการหลากหลายประเภทและพื้นที่ปลอดภัยสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคม รวมทั้งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สามารถเลือกสถานที่บริการที่หลากหลายได้ตามความต้องการ และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวในประเทศไทย โดยเริ่มจากพื้นที่ที่ได้รับความนิยมและมีศักยภาพในการจัดทำพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ เขตสีลม จังหวัดกรุงเทพฯ ซอยบอยทาว พัทยา และถนนบางลา จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น อาจมีแนวโน้มขยายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึ่งคณะผู้วิจัยขอเสนอให้เริ่มจากกรุงเทพฯ ในเขตพื้นที่สีลม ที่เป็นจุดมุ่งหมายหลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ให้เป็นพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ถือเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดีที่สุด

5.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการนำเสนอนโยบาย

นโยบายสาธารณะนั้นมีความสำคัญทั้งต่อผู้กำหนดนโยบายและประชาชน (สมบัติ อารังธัญวงศ์, 2540) ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการนำเสนอโยบายสาธารณะ คณะผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1) เป็นนโยบายที่มีแนวโน้มมีความสำคัญทั้งต่อผู้กำหนดนโยบายและประชาชน

กล่าวคือ มีความสำคัญต่อผู้กำหนดนโยบายและประชาชน โดยหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบต่อการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หากทาง ททท. กำหนดนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งในด้านความเท่าเทียมกันทางสังคม และสร้างความพร้อมในการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับความเชื่อถือและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว โดยนโยบายจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เมื่อถูกนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะทำให้

นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองทางด้านการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เท่าเทียม และเป็นมิตร ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกครั้งต่อไป

2) เป็นนโยบายที่มีแนวโน้มมีงบประมาณสนับสนุนการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเหมาะสม

กล่าวคือ ต้องมีงบประมาณสนับสนุนการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเหมาะสม นโยบายใดที่ไม่มีงบประมาณสนับสนุน นโยบายนั้นจะไม่โอกาสปรากฏเป็นจริง จะเป็นได้แต่เพียงการแสดงความตั้งใจหรือการพูดที่ไม่มีการกระทำ ดังนั้น นโยบายที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เลือกจะกระทำ ต้องกระทำให้เป็นรูปธรรม และปรากฏจริง ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีงบประมาณสนับสนุนอย่างเหมาะสมเท่านั้น

3) เป็นนโยบายที่มีแนวโน้มที่จะได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

กล่าวคือ การที่ประชาชนให้การสนับสนุนนโยบายใด แสดงว่า นโยบายนั้นสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน การสนับสนุนของประชาชนจะเป็นพลังสำคัญในการผลักดันให้นำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติได้บรรลุเป้าหมาย

ตารางที่ 5.1 แสดงการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำเสนอนโยบาย

นโยบาย	เกณฑ์		
	มีความสำคัญ ทั้งต่อผู้กำหนด นโยบายและ ประชาชน	มีงบประมาณ สนับสนุน	ประชาชนให้การ สนับสนุน
1. นโยบายที่ส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)			
1.1 การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของ ความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ	มีประโยชน์ทั้งด้าน การท่องเที่ยว และ ต่อประชาชน ใน เรื่องของการ ท่องเที่ยวและการ เปลี่ยนแปลง กฎหมาย ซึ่งจะช่วย สร้างความเชื่อมั่น ให้กับนักท่องเที่ยว ในการได้รับการ ดูแลอย่างเท่าเทียม ส่งผลต่อการเติบโต ของการท่องเที่ยว ในระยะยาวได้	เนื่องจากเป็น มาตรการระยะสั้น และมุ่งเน้นการ สื่อสารการตลาดไป ยังนักท่องเที่ยว จึง มีความเป็นไปได้สูงที่ ทางหน่วยงาน ผู้รับผิดชอบจะ สามารถสนับสนุน งบประมาณและ ดำเนินการปฏิบัติ ให้เกิดผลเชิง ประจักษ์ได้	ในเรื่องของการ ผลักดันหรือแก้ไข กฎหมาย ใน ประเด็นที่อ่อนไหว ประชาชนทั่วไปที่ ไม่เข้าใจอย่างลึกซึ้ง อาจจะไม่ให้การ ยอมรับ หรือ สนับสนุน ด้วย ค่านิยมหรือทัศนคติ ที่แตกต่าง ซึ่งใน การนำเสนอ จำเป็นต้องสร้าง ความเข้าใจถึง เป้าประสงค์หลัก ของมาตรการที่ ต้องการขับเคลื่อน
1.2 การพัฒนาและการสื่อสารประเด็น ความท้าทายระดับสากล	เป็นประโยชน์ต่อ การท่องเที่ยว โดยตรงที่จะมี ช่องทางสื่อสารที่ เข้าถึงนักท่องเที่ยว ได้โดยตรง ซึ่ง นักท่องเที่ยวจะ ได้รับประโยชน์จาก	เน้นการพัฒนาและ การสื่อสารผ่าน ช่องทางออนไลน์ที่ เป็นที่นิยมของ นักท่องเที่ยว รวมถึงช่องทางใน การเข้าถึงข้อมูล ท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่ง	ประเด็นเรื่องความ หลากหลายทาง เพศ เป็นประเด็น สากลที่ประชาชน ในปัจจุบันหันมา สนใจ และให้ ความสำคัญมากขึ้น ในเรื่องของสิทธิ

	ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความตระหนักที่จะแก้ไขปัญหาตามประเด็นที่ท้าทายระดับสากลของประเทศไทย	ทางหน่วยงานที่รับผิดชอบ มีพื้นที่ในการสื่อสารนี้อยู่แล้ว คือเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ทำให้มีความเป็นไปได้ในการขับเคลื่อนให้สำเร็จ โดยไม่ต้องกังวลในเรื่องของงบประมาณ	และความเท่าเทียม ดังนั้น การพัฒนาและการสื่อสารประเด็นดังกล่าว ที่สามารถเข้าถึงประชาชนและนักท่องเที่ยวได้ ย่อมส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศ
1.3 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม	แม้ว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะมีความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม ยังคงมีประเด็นที่ทับซ้อนอยู่ในเรื่องของอำนาจ ค่านิยม อีกทั้ง การส่งเสริมเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มโดยมีภาครัฐเป็นตัวกลาง หากทำได้จะส่งผลต่อการเติบโต	การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ในเรื่องการสร้างความเข้าใจ การประสานการ หรือ การส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม อาจจะต้องใช้งบประมาณในสนับสนุนการดำเนินการ ซึ่งถ้าหากผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ ไม่เห็นความสำคัญต่อนโยบายนี้ อาจจะยากที่จะทำให้เกิดขึ้นในเชิงประจักษ์	เกิดประโยชน์ เฉพาะกลุ่ม คือนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กลุ่มผู้ประกอบการ ภาคประชาสังคม และภาครัฐ แต่ในแง่มุมมองของประชาชนทั่วไป หรือหน่วยงานที่ไม่ได้ไม่ได้เห็นถึงความสำคัญในประเด็นนี้ อาจจะไม่ให้การสนับสนุน ซึ่งในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมควรทำในพื้นที่ที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยว

	ทางการท่องเที่ยวได้อย่างมาก ภายใต้ข้อจำกัดของนโยบายต่าง ๆ ที่จะออกมาสนับสนุนต่อไป		เช่น พัทยา สีสม เป็นต้น โดยควรระวังประเด็นอ่อนไหวในเรื่องวิถีความเชื่อและค่านิยมของคนท้องถิ่นด้วย
2. นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)			
2.1 การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ	มีประโยชน์อย่างมากทั้งต่อการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในประเด็นข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งหากเป็นฉบับพกพาที่ให้ข้อมูลครบถ้วนเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลจำเป็นอย่างอื่นต่าง ๆ หากข้อมูลเหล่านี้ออกโดยหน่วยงานภาครัฐจะยิ่งสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และถือเป็นช่องทางแนะนำการท่องเที่ยวของประเทศอีกทางหนึ่งด้วย	เป็นการสนับสนุนงบประมาณที่เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว และประเทศเป็นอย่างมาก หากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวให้การสนับสนุนด้านการงบประมาณ ก็จะทำให้เกิดการปฏิบัติจริงที่เกิดผลเชิงประจักษ์อย่างแน่นอน	เป็นนโยบายการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อฝ่ายใด ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่ประชาชนจะให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ และเกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวโดยตรง

2.2 การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม	มีความเป็นไปได้ในการผลักดันให้สำเร็จ ด้วยความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงผู้ประกอบการ อันจะสร้างประโยชน์ในการท่องเที่ยวและต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยรวม	เป็นการผนึกกำลังของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยหน่วยงานการท่องเที่ยวเป็นตัวกลางในการสื่อสารให้เกิดการทำงานร่วมกัน ซึ่งเป็นนโยบายที่มีความเป็นไปได้ในกาสรสนับสนุนงบประมาณให้เกิดการขับเคลื่อนให้สำเร็จ	ประชาชนโดยทั่วไปอาจจะไป การสนับสนุนทั้งหมด แต่มีความเป็นไปได้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ในการผลักดันอาจจะต้องให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของคน que เข้าใจในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย
3. นโยบายการยกระดับจุดหมายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)			
3.1 การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ	มีประโยชน์ด้านการผลักดันสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ	หากสนับสนุนงบประมาณ นโยบาย ย่อมส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพอย่างแน่นอน	เป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อน และประชาชนในปัจจุบันหันมาให้ความสำคัญ และร่วมกันสนับสนุนในเรื่องความเท่าเทียม
3.2 เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	การบูรณาการความรู้ที่มีอยู่แล้วอย่างหลากหลายในกับหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ย่อมเกิดประโยชน์แก่การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอน โดยเฉพาะ	หากสนับสนุนงบประมาณ นโยบาย ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา การท่องเที่ยว ย่อมส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม และมี	เป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อน และประชาชนในปัจจุบันหันมาให้ความสำคัญ และร่วมกันสนับสนุนในเรื่องความเท่าเทียม และการปฏิบัติตนอย่างไม่ปลดทอนคุณค่า

	ความละเอียดอ่อน ในประเด็นเพศ สถานะ การอบรม พัฒนาบุคลากรด้าน การท่องเที่ยวให้มี ความรู้ความเข้าใจ ในประเด็นนี้ ย่อม ส่งผลโดยตรงต่อ นักท่องเที่ยวที่เป็น ผู้ใช้บริการ	ประสิทธิภาพอย่าง แน่นอน	ความเป็นมนุษย์ หรือละเมิดสิทธิของ ผู้อื่น
3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็น ที่สุดและบริการชั้นเยี่ยม	มีประโยชน์อย่าง มากทั้งต่อการ ท่องเที่ยว และ นักท่องเที่ยว รวม ไปถึงผู้ประกอบการ ที่มีความเป็นไปได้สูง ที่จะเกิดผลเชิง ประจักษ์และได้รับ ตอบสนองทางด้าน การท่องเที่ยวอย่าง มีคุณภาพ เท่าเทียม และเป็นมิตร ส่งผล ให้นักท่องเที่ยว ตัดสินใจกลับมา ท่องเที่ยวใน ประเทศไทยอีกใน ครั้งต่อไป ถือเป็นการการันตี มาตรฐาน และ ควบคุมคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวได้อีกด้วย	การสนับสนุน งบประมาณ ทางด้านนี้ จะต้องมีการวางแผน จัดตั้ง คณะทำงานที่มี หน้าที่สำรวจและ ทดลองใช้บริการ เพื่อทำการประเมิน คุณภาพ ให้ตรงกับ ความคาดหวังของ นักท่องเที่ย ว การท่องเที่ยว จะต้องให้ ความสำคัญมาก พอที่จะผลักดันให้ เกิดการปฏิบัติได้ จริง	ในการสร้าง สัญลักษณ์ที่ แสดงออกถึงความ เท่าเทียมนี้ ควร จะต้องระวังในเรื่อง ของการให้ ความสำคัญกับ ความเป็นมิตรต่อ นักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์ ที่ไม่ใช่ว่า สร้างความเป็นอื่น หรือการให้สิทธิ พิเศษแตกต่างจาก นักท่องเที่ยวทั่วไป มากเกินไป โดยการ นำเสนอจะต้องมอง ถึงความเป็นมิตรทั้ง ต่อกลุ่มเกย์และทุก กลุ่มอย่างเท่าเทียม เพื่อสร้างการ สนับสนุนจาก ประชาชนโดยรวม

3.4 การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	มี ประ โย ช น์ ทาง ด้าน การ ท่องเที่ยว และ นักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์ ทั้งนี้ อาจจะต้องมีมาตรการรองรับ ในประเด็น ด้านการจัดการ พื้นที่ การดูแล และ เรื่องของความ ปลอดภัย กฎหมาย ที่ จะมา รองรับ เพื่อให้นักท่องเที่ยว เกิดความมั่นใจ ว่า นี่คือนพื้นที่ปลอดภัย สำหรับกลุ่มบุคคลที่ มีความหลากหลาย ทางเพศ	กา ร ผลั ก ตั น นโยบาย อาจจะต้องดูเรื่องศักยภาพ และความพร้อม ของหน่วยงานและ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงงบประมาณ ที่ จะสนับสนุน เพื่อให้เกิดการ ปฏิบัติอย่างเป็น รูปธรรม	การสร้างพื้นที่นำ ร่องอาจนำมาซึ่ง ผลกระทบทางลบ ต่อนักท่องเที่ยว ทั่วไป ที่มีความ ต้องการท่องเที่ยว ในพื้นที่นั้น ๆ ทั้งนี้ ในการนำเสนอหรือ สื่อสารประเด็นนี้ จำเป็นต้องนึกถึง กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยรวม ที่ จะให้ การสนับสนุน รวม ไป ถึง ผู้ มี ส่วน เกี่ยวข้องต่าง ๆ
--	---	---	---

ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำเสนอในเวทีแสดงผลรายงานวิจัยโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” วันเสาร์ที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2563 เวลา 08.30 น. – 17.00 น. ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ ที่จะเชิญกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้สนใจทั่วไป อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษา ขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม รับฟังเสียงสะท้อนจากหน่วยงานต่าง ๆ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากงานเสวนามาวិเคราะห์เพิ่มเติม เพื่อเสนอเป็นนโยบายแก่ทางผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป โดยรายละเอียดของกิจกรรมนั้นได้แสดงไว้แล้วที่ภาคผนวก ก

5.5 การรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

จากเดิมคณะผู้วิจัยมีการวางแผนการจัดเวทีแสดงผลรายงานวิจัยโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” วันเสาร์ที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2563 เวลา 08.30 น. – 17.00 น. ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ โดยการเชิญกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้ที่สนใจทั่วไป อาทิ หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษา ขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม รับฟังเสียงสะท้อนจากหน่วยงานต่าง ๆ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากงานเสวนา มาวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อเสนอเป็นนโยบายแก่ทางผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป โดยรายละเอียดของกิจกรรมนั้นได้แสดงไว้แล้วที่ ภาคผนวก ก

เนื่องด้วยสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ตามคำสั่งของ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ฉบับที่ 1 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563 ประกาศยกเลิกการจัดประชุมที่มีการรวมตัวคนจำนวนมาก ทำให้คณะผู้วิจัยปรึกษาร่วมกับสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการและผู้ทรงคุณวุฒิ ปรับแผนการทำงานจากการจัดประชุมเวทีเป็นการส่งจดหมายตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการส่งจดหมายรับฟังเสียงสะท้อนไปยังผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การตลาด เพศสถานะ 10 คน และหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคประชาสังคม ธุรกิจเอกชนและองค์กรไม่แสวงหากำไรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การตลาดและบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จำนวน 90 คน จำนวนรวมทั้งสิ้น 100 คน โดยรายละเอียดของผู้แสดงความคิดเห็นเสียงสะท้อนนั้นได้แสดงไว้แล้วที่ ภาคผนวก ข โดยได้สอบถามถึงความคิดเห็นที่มีต่อ (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในแต่ละประเด็น รายละเอียด ภาคผนวก ง และสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ดังนี้

5.5.1 การรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Market)

1) การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศไทย

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การสื่อสารประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การสื่อสารเรื่อง การต่อสู้ต่อประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองของผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถสร้างความมั่นใจใน นักท่องเที่ยวในเรื่องการเคลื่อนไหวในการสร้างการยอมรับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

การแสดงจุดยืนของรัฐบาลไทย การนำเสนอความเคลื่อนไหวการสนับสนุนทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายสิทธิพลเมืองของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศตามข้อเท็จจริง เพราะการสื่อสารนั้นมีพลัง เพราะชาวต่างชาติให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชน

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

ข้อเท็จจริงด้านสิทธิพลเมือง หากเปรียบเทียบกับประเทศในทวีปเอเชีย หลักฐานประจักษ์ในข้อเท็จจริงด้านสิทธิพลเมืองหลายรูปแบบของประเทศไทย มักกลายเป็นจุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง เพราะยังไม่ประสบความสำเร็จในการประกาศใช้นโยบายกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

ข้อจำกัดในการสื่อสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอาจพบข้อจำกัดในการสื่อสาร แม้ พ.ร.บ. คุ้มครองสิทธิพลเมืองที่เกี่ยวข้อง และการแก้ไขกฎหมายต้องใช้เวลาและเกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2) นโยบายการพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบนั้นคือสิ่งที่ควรทำอย่างเป็นปกติโดยไม่แบ่งแยกกว่ากลุ่มเป้าหมายคือเพศใดโดยเฉพาะเจาะจง เพราะไม่ว่าเป็นเพศใด เมื่อขึ้นชื่อว่าป็นนักท่องเที่ยวควรไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างมีความรับผิดชอบ รักษาสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นสมบัติของส่วนรวม

การพัฒนาอย่างยั่งยืน หลักการคิดคือการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทุกคน ผู้ใช้งานไม่รู้สิทธิถูกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ ควรต้องดำเนินการอย่างจริงจังตามหลักการสากลเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ห้องน้ำ All Gender Restroom ต้องทำความเข้าใจกับคนไทยก่อนว่า ทำไมถึงจำเป็นต้องมี มีเพื่ออะไร เพื่อการใช้งานร่วมกันกับนักท่องเที่ยวในบริเวณสนามบินหรือพื้นที่สาธารณะจะได้ไม่มีปัญหาระหว่างกัน และขยายผลไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

ประเด็นสิ่งแวดล้อม ควรทำให้ต่อเนื่องจริงจังและควรคิดชูประเด็นสิ่งแวดล้อมให้ใหญ่กว่าแค่จังหวัด นำร่องแต่คือทั้งประเทศไทยในภาพรวม เพราะธรรมชาติคือสิ่งที่ไม่แบ่งแยกและข้ามพรมแดน (trans) อย่างแท้จริง และอาจเชื่อมโยงประเด็นสิ่งแวดล้อมเข้ากับการเดินทางแบบแสวงหาเชิงจิตวิญญาณ (spiritual search) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมธรรมชาติในประเทศไทยได้

มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนสัมพันธ์ การดำเนินมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนสัมพันธ์ที่หละหลวมหรือรัดกุมเกินไปอาจทำให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนเกิดความไม่พอใจและอึดอัด หน่วยงานภาครัฐในระดับชุมชนและท้องถิ่นจะต้องสื่อกลางระหว่างรัฐกับชุมชนในการประสานความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยว รัฐ และประชาชนในชุมชนอย่างเข้มแข็ง

3) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่น การจัดงานโดยภาครัฐเป็นผู้นำจะสามารถสร้างความมั่นใจและเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ไม่ใช่เพียงแต่เป็นผู้บริจจาค วยกระดับงาน Pride Parade เป็นงานประจำปีของประเทศในทุกเมืองหลักของทุกภาค เพราะปัจจุบัน พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต มีการดำเนินการและได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และกลุ่มความหลากหลายทางเพศที่ดี และมีภาคเอกชนสนับสนุนจำนวนมาก จัดตารางกิจกรรมตลอดปีให้มีช่วงเวลาต่อเนื่องกันเป็นการสร้างความมั่นใจในการลงทุนมากยิ่งขึ้น รวมถึงส่งเสริมการผนวกการนำเสนอการตลาดท่องเที่ยวในทุกรูปแบบที่ต้องการส่งเสริมได้อย่างมีสีสันไม่น่าเบื่อ เช่น การแทรกประเด็นสิ่งแวดล้อม การกระตุ้นเศรษฐกิจ และส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี

การประชุม ควรมีการสนับสนุนการประชุมอย่างเต็มที่ เนื่องจากสามารถมุ่งเน้น LGBT Tourism ในรูปแบบต่าง ๆ ตอบโจทย์ทางการท่องเที่ยวได้

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การจัดงาน Pride Parade ไม่จำเป็นต้องจัดในช่วงเทศกาล ประเทศไทยมีศักยภาพในการดึงนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศเข้าประเทศอยู่แล้ว ไม่มีความจำเป็นต้องจำกัดพื้นที่ในการแสดงออกถึงความเท่าเทียมอยู่บนถนนสีลมเท่านั้น การสื่อสารต้องเข้าถึงสังคมทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย จุดประสงค์ในการจัดงานชัดเจน และมีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมแบบรูปธรรม การจัดงานต้องไม่รบกวนการใช้ชีวิตของผู้อื่นในสังคม เช่น ปัญหารถติด

การนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้นอาจเป็นปฏิปักษ์กับค่านิยมของสังคมไทยที่ยังคงกีดกันผู้มีความหลากหลายทางเพศออกจากพื้นที่สาธารณะ (public sphere) และจำกัดผู้มีความหลากหลายทางเพศไว้ในพื้นที่ส่วนตัว (private sphere) ฉะนั้น รัฐบาล นักวิชาการ และองค์การภาคประชาสังคม ภาคใต้คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่รัฐจัดตั้งจะต้องให้ความรู้สาธารณะเพื่อชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ในทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อควรระวังมากที่สุด คือ การนำเสนอทางเพศ พัทยา ไพรด์ทำเรื่องนี้ได้ดี ด้วยการควบคุมการแสดงออก เพราะประเทศไทยยังมีความเป็นอนุรักษนิยม การจัด Gay Pride Parade โดยไม่คำนึงถึงท้องที่ จะทำให้ถูกโจมตี กำหนดขอบข่ายในการแสดงออกที่ไม่ขัดกับหลักกฎหมายของบริบทประเทศไทย

5.5.2 การรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)

1) การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

เศรษฐกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในทุกระดับ และช่วยลดปัญหาผลกระทบด้านความพึงพอใจ โดยทำการสื่อสารแนะนำได้ถูกต้องให้นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการที่มุ่งเป้ากลุ่มนักท่องเที่ยวเกย์ได้มาเจอกันรัฐบาลควรเร่งรัดสนับสนุนโดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนในการขอข้อมูลแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างครบวงจร บนแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free Gay Map ทำงานได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

มุมมองของรัฐบาล อาจมองว่าสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นขัดกับค่านิยมของสังคมไทย จึงไม่สนับสนุนไปโดยปริยาย และการท่องเที่ยวของผู้มีความหลากหลายทางเพศไม่ควรมีความแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบธรรมดาสามัญที่รัฐบาลประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวไม่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไปโดยปริยาย

2) การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

บทบาทหน้าที่ของรัฐบาล รัฐบาลควรประสานและเชื่อมต่อผู้ประกอบการเข้าด้วยกันเพื่อส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวในลักษณะการเสนอขายเป็นกลุ่มจะเป็นผลบวกต่อทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเอง อีกทั้งยังตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมากอีกด้วย

การฝึกกำลังของผู้ประกอบการ การทำพาสปอร์ตการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่เข้าร่วมโครงการถือเป็นประเด็นที่น่าสนใจ หากมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นจะส่งผลให้มีการกระจายรายได้ของผู้ประกอบการจากหลาย ๆ ที่ต่อกัน และมีผลต่อการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเองเพิ่มความสนใจ เพิ่มข้อมูลในการตัดสินใจที่จะเดินทางมาประเทศไทย และเพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวระยะยาวมากขึ้น

มาตรการความปลอดภัยและสุขภาพ สร้างและดำเนินมาตรการ ตลอดจนเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกในย่านที่มุ่งเน้นกิจกรรมบันเทิงยามค่ำคืนสำหรับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ เช่น โรงพักและห้องซัง สถานพยาบาล โรงแรมที่พัก ห้องน้ำ และควรเป็นส่วนหนึ่งกับกระบวนการคิดเรื่องเกย์พาสปอร์ต ซึ่งไม่ควรคำนึงถึงแค่การผ่านประตูเข้าแหล่งท่องเที่ยว แต่ควรหมายรวมถึง

การรับรองสิทธิในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างทางที่เหมาะสมกับรูปแบบความหลากหลายทางเพศของนักท่องเที่ยวด้วย

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

มุมมองของรัฐบาล อาจไม่เข้าใจการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวยามราตรีมากนัก และมองว่าอาจขัดต่อค่านิยมของสังคมไทย จึงส่งผลทำให้การส่งเสริมการตลาด ในลักษณะการเสนอขายกลุ่มดังกล่าวไม่สามารถดำเนินการได้จริง เพราะหากไม่ใช่รัฐที่เป็นสื่อกลางในการประสานกับผู้ประกอบการทั้งหลายย่อมไม่มีหน่วยงานใดที่จะสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนได้ ต้องพยายามลบภาพอุตสาหกรรมทางเพศของไทยให้มากขึ้น มิฉะนั้นการประชาสัมพันธ์อาจส่งผลกระทบด้านลบต่อการท่องเที่ยว

5.5.3 การรับฟังเสียงสะท้อนและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) นโยบายการยกระดับจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

- 1) การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การผลักดันกฎหมาย ควรเร่งให้มีการปฏิบัติเป็นไปตามแนวทางสากล ดังตัวอย่างในหลายประเทศ เพื่อประโยชน์และโอกาสของทุกคน ไม่ใช่แค่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และให้สามารถนำมาใช้สร้างข้อสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ได้อย่างชัดเจนและเป็นธรรม

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการเผยแพร่ภาพลักษณ์การยอมรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรจัดทำโครงการประสานกับทั้งภาคประชาสังคมในการผลักดันกฎหมายตามความต้องการของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ ประชาพิจารณ์ เวทีเสวนาสาธารณะ ฯลฯ

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

หลักการผลักดันกฎหมาย การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศเป็นมากกว่าแค่เพื่อผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว และไม่ควรรนำผลประโยชน์ที่คาดหวังจากการท่องเที่ยวมาโยงเพื่อเป็นแค่เครื่องมือผลักดัน และควรคิดอย่างต่อเนื่องในมิติที่ครอบคลุมได้เช่นเดียวกับสิทธิเด็ก (ป้องกันการล่วงละเมิดและค้าประเวณีเด็กทุกเพศ) คนพิการ (สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทุกคน) สิทธิในการเข้าถึงการรักษาพยาบาล (สำหรับคนข้ามเพศและแปลงเพศ) ฯลฯ

การผลักดันและออกกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใสและเปิดโอกาสให้ประชาชนและองค์กรภาคประชาสังคมหลากหลายกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายละเอียดของกฎหมายแต่ละฉบับ มิเช่นนั้นกฎหมายที่ออกมาจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่รัฐบาลจัดตั้งควรประกอบด้วยนักวิชาการหลากหลายสาขาวิชาเพื่อสะท้อนมุมมองที่สำคัญแตกต่างกัน อาทิ นักนิติศาสตร์ นักการตลาด นักสังคมวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น รวมถึงไม่แบ่งแยกกีดกันองค์กรภาคประชาสังคมด้วยกฎเกณฑ์ใด ๆ ที่อาจมีผลทำให้องค์กรภาคประชาสังคมบางองค์กรไม่สามารถเข้าร่วมการประชุมในคณะกรรมการชุดดังกล่าวได้ อาทิ การตั้งเกณฑ์ระดับความเข้มข้นในการดำเนินงานส่งเสริมความเท่าเทียมในระดับชาติ จังหวัดที่ตั้งขององค์กร และอื่น ๆ

การเน้นในเรื่องบทกฎหมายต่าง ๆ ในประเด็นต่าง ๆ มีข้อควรระวังที่ต้องมิให้ขัดกับตัวบทกฎหมายของประเทศไทย และไม่กระทบต่อเพศอื่นในสังคม เนื่องจากแต่ละประเทศมีความละเอียดอ่อนทางข้อกฎหมายที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มความหลากหลายทางเพศค่อนข้างจะละเอียดอ่อนมาก และเป็นที่น่าสนใจและเป็นประเด็นในสังคม สังคมไทยค่อนข้างละเอียดอ่อนและมีกฎเกณฑ์ในการยึดถือปฏิบัติมานาน การยอมรับหรือการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างต้องใช้ระยะเวลาและต้องอาศัยการให้ข้อมูลเพื่อการสื่อสารให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2) เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การปรับทัศนคติ ของกลุ่มคนหัวเก่าหรือห่างไกลจากการรับรู้เกี่ยวกับเพศทางเลือก ควรได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง และรีบทำเป็นอย่างแรกก่อนสิ่งอื่นใด เพราะต้องใช้เวลาปลูกฝังระบบความคิดในระยะยาว แต่ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะการไม่ยอมรับและประณามอย่างรุนแรงต่อเพศทางเลือกนี้ ก็ยังคงมีอยู่ในทุกประเทศทั่วโลกในปัจจุบัน การเผยแพร่ความรู้เพื่อทำความเข้าใจเพราะเป็นส่วนสำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติและการทำงานด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศในระยะยาว

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาทักษะความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะ รัฐบาลควรกำหนดให้พนักงานและบุคลากรด้านการให้บริการได้รับการฝึกอบรมพัฒนาทักษะความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศภาวะ อาจเริ่มต้นจากการจัดทำโครงการนำร่องในกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก่อน และเมื่อสถานประกอบการใดผ่านการฝึกอบรมแล้วก็จะได้รับการรับรองจากภาครัฐประกอบการประชาสัมพันธ์ในแอปพลิเคชันของ Go Thai Be Free ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งควรเผยแพร่และปลูกฝังเชิงความคิดตั้งแต่ระดับพื้นฐานเพื่อลดความแตกต่างในสังคม

3) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่สุสุดและบริการ
ชั้นเยี่ยม

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

สร้างมาตรฐาน ออก Gay Safe Zone Standard ให้ร้านที่ได้มาตรฐานและโปรแกรมบนแพลตฟอร์ม
ต่างๆ กระตุ้นให้ ผู้ประกอบการเห็นว่ามาตรฐานนี้มีประโยชน์ต่อธุรกิจของเขา ทั้งรายได้ที่จะมากขึ้น และมี
ภาพลักษณ์ที่ดี จนอยากเข้าร่วม หากมีใบประกาศนียบัตรที่สามารถประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยว นั้น ๆ ตรงกับความคาดหวังของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศและรัฐเป็นผู้ออกให้ แล้วเผยแพร่
ออกไปทั่วโลก จะช่วยให้นโยบายนี้ดีขึ้น

นอกจากหน่วยงานรัฐ อาจส่งเสริมให้องค์กรที่มีความเข้าใจในหลักการและการประเมินเป็นผู้รับ
บทบาทหน้าที่ เช่นเดียวกับองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม (มูลนิธิไบโม่เขียว) ที่เป็นผู้ประเมินโรงแรมสีเขียว การที่มี
สัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรและให้มีการโหวตจากนักท่องเที่ยว

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การออกการรับรอง ไม่เป็นเพียงการรับรองที่เน้นเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น หากมีการออกใบประกาศ
ตัวอย่างที่ให้มาสำหรับกลุ่มเกย์ ก็ควรมีการประชาสัมพันธ์อื่นในทางสร้างสรรค์ ที่ทำให้ทุกคนทราบว่า ธุรกิจนี้
เป็นมิตรและพร้อมให้บริการต่อคนทุกเพศ ซึ่งจะช่วยลดแรงกดดันจากเพศอื่นๆ ว่ามีการแบ่งแยก สร้างความ
กลมกลืนทางสังคมและการอยู่ร่วมกันอย่างแท้จริง และเพศทางเลือกเองก็น่าจะพึงพอใจที่ตนไม่ได้รับเอกลิทธิ
เหนือผู้อื่นเพียงเพราะตนเองเป็นเพศทางเลือกนั่นเอง ควรสร้างตัวชี้วัดในการประเมินได้ดีในระดับเดียวกับการ
ประเมินความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และต้องมีระบบการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

4) การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความ
หลากหลายทางเพศ

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

พื้นที่นำร่อง ย่านสีลม กรุงเทพมหานคร อาจเป็นต้นแบบที่ชัดเจนและมีความพร้อมในหลายมิติ ทั้ง
ด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงกับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ และเป็นต้นแบบ
ให้กับพื้นที่อื่น ๆ ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งถ้านำร่องสำเร็จก็จะมีชื่อเสียงในระดับภูมิภาค และ
อาจจะในระดับโลกได้ถ้ามีความเป็นย่านชุมชนอย่างชัดเจนไม่ใช่แค่พื้นที่ทำกิน เช่นเดียวกับที่ซานฟรานซิสโก
ระบุว่าย่านแคสโตรเป็น “ย่านวัฒนธรรม” ทั้งนี้ควรยกระดับมาตรฐานของอาณานิคมให้ดีขึ้น เช่น ความ
สะอาดหรือความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เพราะตามบริเวณดังกล่าว แม้แต่กับคนไทยเองก็ยังคงไม่ปลอดภัย
ในบางช่วงเวลา

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การตีตราว่าเป็นมิตร อาจทำให้เสน่ห์โดยธรรมชาติหายไปจากย่าน เพราะนอกจากความหลากหลายทางเพศกับการท่องเที่ยวแล้ว ย่านสีลม ยังมีความหลากหลายในอีกหลายมิติมากที่เปิดโอกาสให้ตีความได้จากทุกแง่มุมของสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และต้องมั่นใจว่านาร่องทางเศรษฐกิจไม่ได้หมายถึงชีวิตความสำเร็จกันที่ตัวเลขมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเดียวแต่อาจรวมถึงความปลอดภัยและมาตรการทางสาธารณสุขอื่น ๆ ที่ต้องโดดเด่นชัดเจน

การจัดการพื้นที่ ข้อจำกัดของสถานที่และการบริการบางแห่งในประเทศยังไม่ถูกกฎหมายแต่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว อาจต้องหาแนวทางการสนับสนุนหรือผลักดันอย่างไรให้ถูกกฎหมาย ปลอดภัย และได้คุณภาพมาตรฐาน

5.6 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โครงการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เกิดจากการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากผลวิจัยของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การทบทวนวรรณกรรม การเก็บข้อมูลปฐมภูมิทั้งการเก็บแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก และการรับฟังเสียงสะท้อนผู้ที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แบ่งเป็น 3 ประเด็นนโยบาย ดังนี้ 1) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Market) 2) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel) และ 3) นโยบายการยกระดับจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.6.1 นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)

5.6.1.1 การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศไทย

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางสถิติในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเกย์ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทย ที่มีระดับรายได้กลาง - บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียที่มีระดับรายได้กลาง - บน รวมทั้งข้อมูลการวิเคราะห์สถิติของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่

มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ยืนยันว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะพิจารณาให้มีความสำคัญกับจุดหมายปลายทางที่แสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยพิจารณาจากการที่ประเทศไทยนั้นแสดงภาพลักษณ์เชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศก่อน กล่าวคือ การมีกฎหมายสิทธิพลเมืองที่จะช่วยส่งเสริมการใช้สิทธิอย่างเท่าเทียมกันของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะได้รับการดูแลภายใต้บริบทเดียวกันอย่างเท่าเทียม โดยการแก้ไขกฎหมายหรือการส่งเสริมกฎหมายสิทธิพลเมืองของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) และกฎหมายความเท่าเทียมทางเพศต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์สำคัญของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศนั้นเป็นนโยบายที่ต้องอาศัยการวางแผนมาตรการระยะยาวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองอาจทำงานช่วยร่วมกันในการผลักดันกฎหมายให้สำเร็จและสามารถประกาศใช้ได้ในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยนั้นถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีการเปิดรับและส่งเสริมสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศบ้างแล้ว ถึงแม้ว่ายังไม่เทียบเท่าประเทศที่มีแสดงการยอมรับและให้สิทธิอย่างเปิดกว้าง อาทิ ประเทศสวีเดน ประเทศแคนาดา และประเทศโปรตุเกส ที่ถูกจัด 3 อันดับแรกประเทศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดในโลกในปี 2562 โดยการจัดอันดับของ Spartacus Gay Travel Index 2019 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 47 มีกฎหมายสิทธิพลเมืองสำคัญหลายตัวที่ก้าวหน้ามากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มเดียวกัน อาทิ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาพและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ที่ประกาศใช้ พ.ร.บ.ความเท่าเทียมทางเพศ พ.ศ. 2558 และกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) ในรูปแบบร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิตที่อยู่ในขั้นตอนการพัฒนาข้อกฎหมายบางประการเพื่อปรับแก้และอยู่ในขั้นตอนในการผลักดันต่อไป ซึ่งเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มเดียว เช่น ประเทศกัมพูชา (อันดับที่ 57) ประเทศเวียดนาม (อันดับที่ 68) และประเทศลาว (อันดับที่ 83) ยังไม่มีการเคลื่อนไหวทางกฎหมายในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศจากภาครัฐที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอมาตรการระยะสั้นโดยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเน้นเรื่องกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความ

หลากหลายทางเพศในประเทศไทย (Adoption allowed) เพื่อกระตุ้นแนวโน้มในการกลับมาเดินทางซ้ำยังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย เพราะการสื่อสารประเด็นกฎหมายมีความจำเป็นต่อการรับรู้และการตัดสินใจท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง หากยังไม่มีกฎหมายสิทธิพลเมืองรับรองแต่มีการสื่อสารเรื่องการเคลื่อนไหวของกฎหมายสิทธิพลเมือง ก็ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าประเทศไทยมีการตระหนักในเรื่องสิทธิพลเมือง หากนักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวจะปลอดภัยและไม่โดนกีดกันด้วยเหตุทางเพศ มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศ ด้วยการสร้างสื่อรวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ทางด้านกฎหมายที่สำคัญต่อการส่งเสริมสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายในประเทศ ให้ข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง ผ่านรูปแบบการผลิตวิดีโอให้ความรู้ประเด็นการเคลื่อนไหวทางด้านสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยสอดแทรกไปกับการโฆษณาการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่ เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free www.gothaibefree.com จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการสื่อสารผ่านหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยโดยตรง โดยการประสานการทำงานร่วมกับเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นช่องทางยอดนิยมในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น www.travelgay.com และ www.thepassportgay.com รวมไปถึงแอปพลิเคชันเพื่อกลุ่มเกย์ (Gay dating application) ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับกลุ่มเกย์ อาทิ แอปพลิเคชัน Hotnet Jack'D และ Grindr อีกทั้งควรนำเสนอข้อมูลเรื่องกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวในแหล่งข้อมูลออนไลน์ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ได้แก่ www.tripadvisor.com www.expedia.com และระบุกฎหมายสิทธิพลเมืองในคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเพื่อการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ในด้านสิทธิพลเมืองในประเทศไทย อีกทั้งควรสื่อสารประเด็นเรื่องสิทธิพลเมืองแก่คนท้องถิ่นเพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิทธิด้วยเช่นกัน

5.6.1.2 นโยบายด้านการพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล

ผลจากงานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นมีความสนใจในประเด็นความท้าทายระดับโลกประเด็นอื่น ๆ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและเดินทางกลับมาอีกครั้งยังประเทศที่แสดงออกถึงความใส่ใจและมีส่วนร่วมกับการเผชิญหน้ากับประเด็นความท้าทายระดับโลก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้ความสำคัญพิเศษรองลงมาจากประเด็นเรื่องกฎหมายสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คือ ประเด็นสิ่งแวดล้อม และประเด็นการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล

ข้อค้นพบจากโครงการย่อย 1 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิชาการในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียในโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มี

ความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ที่สะท้อนว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อประเทศนั้น ๆ เมื่อพบว่าประเทศดังกล่าวใส่ใจและให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นที่เป็นความท้าทายระดับสากล เช่น ประเด็นเรื่องการลดใช้ถุงพลาสติก ประเด็นการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อคนทุกกลุ่ม (Universal Design) ซึ่งครอบคลุมไปถึงห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่อนุมานว่า การมีนโยบายหรือมีการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความท้าทายระดับสากลทำให้ประเทศนั้น ๆ มักจะมีระดับการยอมรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นประเด็นสากลเช่นกัน

ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวในโครงการที่ 2 พบว่า ท่าอากาศยานมีความสนใจในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ ต้องมีงานวิจัยมารับรองว่า หากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวแล้ว จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นเข้ามาในประเทศมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มองหาห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ในสถานที่ด่านแรกของนักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นต้น

(1) คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (สททร.) สนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) โดยเน้นการสร้างความรู้ความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและได้ใกล้ชิดกับชุมชน เน้นการเสนอขายสินค้าท้องถิ่น และการเสนอขายที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) หรือโรงแรมสีเขียว (Green Accommodation) มีการให้ความรู้การแยกขยะและจุดคัดแยกขยะในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการสร้างความตระหนักในการลดการใช้ถุงพลาสติกที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในประเทศไทย

โดยนโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) เน้นการทำงานในพื้นที่นำร่องตามสถานที่ท่องเที่ยว 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ระบุในเว็บไซต์ Go Thai Be Free ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี ชลบุรี (พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) เป็นต้น มุ่งเน้นการทำงานกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่เฉพาะเจาะจงแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อทำให้สถานที่ท่องเที่ยวน่าอยู่ขึ้น ประสานการทำงานร่วมกันกับภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้คนท้องถิ่น ชุมชน ธุรกิจเอกชน และหน่วยงานของรัฐ เพื่อช่วยกันสร้างให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และสร้างผลกระทบน้อยที่สุดต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับการทำงานกับหน่วยงานท้องถิ่น อีกทั้งยังต้องมีการดำเนินการที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เพื่อนำพาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) ไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

(2) คณะผู้วิจัยเสนอให้มีการสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นในสถานที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ผ่านการดำเนินการของท่าอากาศยานในการนำร่องสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค โดยสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคในการนำร่องสนามบินที่ระบุใน 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินเชียงใหม่ สนามบินเชียงราย สนามบินภูเก็ต สนามบินกระบี่ สนามบินสุราษฎร์ธานี สนามบินอุตุตะเกา เป็นต้น แล้วค่อยขยายผลสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคไปยังผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือผู้ประกอบการที่ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุอยู่ในแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อพัฒนาประเด็นความท้าทายระดับสากลเรื่องห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นจริงในประเทศไทย

จากการรับฟังเสียงสะท้อนผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่า ความกังวลในการสร้างห้องน้ำเฉพาะเพื่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะนำมาสู่ความไม่เท่าเทียมต่อเพศอื่น ๆ ดังนั้น การสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ของห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคที่มีการออกแบบเพื่อทั้งมวลจึงมีความสำคัญมาก ห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคสร้างขึ้นเพื่อให้คนทุกกลุ่มสามารถใช้บริการได้อย่างเปิดกว้าง ไม่มีข้อจำกัดในการใช้บริการ ไม่ใช่ห้องน้ำเพื่อเพศใดเพศหนึ่ง โดยเฉพาะ วัตถุประสงค์เพื่อสร้างการเข้าถึงการบริการเบื้องต้นแก่คนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เพราะฉะนั้นการสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาคให้เกิดขึ้นในสถานที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญเรื่องความเท่าเทียมต่อคนทุกกลุ่ม

(3) คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภายใต้การทำงานของแคมเปญ Go Thai Be Free มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทย เช่น นโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) การออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อคนทุกกลุ่ม (Universal Design) และ ห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในรูปแบบการสอดแทรกข้อมูลประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทยผ่านวิดีโอโฆษณาการท่องเที่ยวของประเทศไทย กล่าวคือ การเผยแพร่ข้อมูลประเด็นความท้าทายระดับสากลของประเทศไทยผ่านเว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น www.gothaibefree.com (Go Thai Be Free แคมเปญสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลความหลากหลายทางเพศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) เว็บไซต์ www.travelgay.com ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากผลโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รวมไปถึงช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวการท่องเที่ยวทั่วไป หรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น www.tripadvisor.com www.expedia.com และคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น จะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นเกิดการรับรู้ว่าประเทศไทยมีการทำงานในการแก้ไขปัญหาตามประเด็นความท้าทายระดับสากล ซึ่งมีประเด็นเรื่องความหลากหลายทางเพศรวมอยู่ด้วย

5.6.1.3 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ข้อมูลการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์พบว่า หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทยที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เปิดเผยเพศวิถีกับสถาบันครอบครัว ต้องมีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่ระบุว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่เน้นตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสองปัจจัยหลัก คือ (1) ภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และ (2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งในความเห็นนั้นยังระบุข้อมูลเพิ่มเติมว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีการบริหารจัดการที่ดีแล้ว แต่ยังขาดความหลากหลายและขาดนัยยะสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ให้สัมภาษณ์หลายท่านนั้นยังระบุไปในทิศทางเดียวกันว่า หากมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีความหมายในลักษณะที่เป็นการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น งาน Pride หรือ งานแสดงสิทธิของคนข้ามเพศระดับสากล การสร้างความเข้าใจของครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ ตนในฐานะนักท่องเที่ยวก็มีความสนใจในการเข้าร่วม นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์หลายคนยังระบุว่าตนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านกิจกรรมเหล่านี้ซึ่งเป็นตัวแรงให้เกิดการตัดสินใจเดินทางไปยังประเทศเป้าหมายด้วย สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในกลุ่มเกย์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความต้องการที่จะเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลก ขององค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA องค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง-บนที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมให้ข้อมูลผลวิจัยแก่กลุ่มผู้ประกอบการที่มุ่งพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อกิจกรรมในการท่องเที่ยวนอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเป็นตัวกลางในการประสานงานกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ภาครัฐที่

เกี่ยวข้องกับ กลุ่มผู้ประกอบการ หรือภาคประชาสังคม ในการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มที่จะร่วมกันสร้าง กิจกรรมประจำปีที่เป็นกิจกรรมใหญ่ การเสนอจัดประชุมประเด็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศระดับโลก เป็นการจัดงานเชิงสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารให้เห็นว่าประเทศไทยนั้นต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และ นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างเท่าเทียม และมีการวางตารางการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีที่เกี่ยวข้องกับความ หลากหลายทางเพศเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทกิจกรรม ดังนี้

1) การพัฒนากิจกรรมสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

ปัจจุบันกิจกรรม Pride parade ถูกจัดขึ้นทุกปีตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น Pride parade พัทยา Pride parade เชียงใหม่ และ Pride parade ภูเก็ต เป็นต้น ผ่านการดำเนินงานของกลุ่มเอกชนและหน่วยงานไม่แสวงหากำไรด้านบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยอุปสรรคในการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยที่พบเจอคือ การไม่อนุญาตให้ใช้สถานที่ของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศ ด้วยสาเหตุความไม่เหมาะสมของวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม อีกทั้งยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้มีการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันแล้วพัฒนากิจกรรมให้มีศักยภาพมากขึ้น อาทิ การจัดงาน Pride Parade ที่เคยมีการจัดงานดังกล่าวเกิดขึ้นแล้วในประเทศไทย โดยจัดกิจกรรมดังกล่าวในช่วงเดือนมิถุนายนที่เป็นเดือนแห่งการเฉลิมฉลอง Pride สอดคล้องกับสากลโลก โดยมุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากจะเป็นการเน้นย้ำต่อประชาชนทุกภาคส่วนว่า หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ และสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนที่ไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานไม่แสวงหากำไรด้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความพร้อมและมีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรม Pride มาอยู่แล้ว อาทิ มูลนิธิ Bangkok Rainbow หรือมูลนิธิกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอื่น ๆ ในการให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อความหลากหลายทางเพศ มีการโฆษณากิจกรรม Pride parade ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free และช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาสัมพันธ์กิจกรรมในวงกว้างต่อประชาชนทุกกลุ่ม ไม่จำกัดแค่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมทั้งประสานงานกรุงเทพมหานครและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้ความร่วมมือการอนุเคราะห์เรื่องสถานที่และดูแลความปลอดภัยภายในงาน อาทิ ตำรวจการท่องเที่ยวหรือตำรวจท้องถิ่นในการจัดการเรื่องความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งการควบคุมเรื่อง การแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่สาธารณะ เน้นย้ำกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมว่าการแสดงออกทางเสรีภาพต้องไม่ขัดกับหลักกฎหมาย ห้ามกระทำอนาจาร โดยภายในขบวนพาเหรดจัดให้มีการเฉลิมฉลองความหลากหลายทาง

เพศของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การเผยแพร่ความรู้ข้อมูลความเท่าเทียมทางเพศ และประเด็นสากลอื่น ๆ ที่การเคลื่อนไหวในประเทศไทย เป็นต้น

จากการรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า การสื่อสารวัตถุประสงค์ของงานต่อประชาชนทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการสื่อสารทางเพศยังเป็นเรื่องเปราะบางทางสังคม และประชาชนหลายคนขาดความเข้าใจเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ จำกัดการแสดงออกของคนบางกลุ่มอยู่ในกรอบที่สังคมขีดและตีตราว่าการแสดงออกในพื้นที่ที่ระบุให้ก็คือความเท่าเทียม ดังนั้นการสื่อสารประเด็นเรื่องวัตถุประสงค์การจัดงาน Pride ต้องมีการสื่อสารเป็นวงกว้างต่อประชาชนทุกคน คณะผู้วิจัยเสนอให้ทางหน่วยงานเจ้าภาพควรมีการจัดแถลงข่าววัตถุประสงค์การดำเนินงานอย่างชัดเจน ป้องกันการเข้าใจคลาดเคลื่อนว่า Pride parade เป็นเพียงแค่เครื่องมือในการสนับสนุนความหลากหลายทางเพศ แต่เน้นย้ำถึงการเห็นความสำคัญในเสรีภาพการแสดงออกเรื่องความเท่าเทียมในสังคมอย่างแท้จริง และทุกคนสามารถเข้าร่วมกิจกรรม Pride ได้อย่างไม่มีข้อจำกัดในการมีส่วนร่วม เพราะการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศไม่ได้จำกัดพื้นที่ให้แค่กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น อีกทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรให้ความร่วมมือในการสนับสนุนหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับอีเวนต์ใหญ่ ๆ ระดับภูมิภาคที่มีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศของกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศที่มีการจัดขึ้นอยู่แล้วในประเทศไทย เช่น White Party GCircuit Circuit Party Miss Tiffany และ Mr.Gay World Thailand เป็นต้น เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงการให้การยอมรับความหลากหลายทางเพศผ่านหน่วยงานภาครัฐ

2) การจัดทำกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้ประเทศไทยภายใต้การดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ทำงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม “The IGLTA Annual Global Convention” เพื่อแลกเปลี่ยนสถานการณ์การท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของโลกขององค์กร The International Gay & Lesbian Association: IGLTA องค์กรชั้นนำระดับโลกที่เชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทางเพศ โดยแต่ละปี IGLTA จะจัดการประชุมประจำปีสลับหมุนเวียนไปตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หากประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมข้างต้น เป็นโอกาสอันดีในการสื่อสารต่อสากลว่าประเทศไทยเป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดประชุมคือช่วงเวลานอกฤดูการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมของทุกปี เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวยุโรปดึงดูดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมายังประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

5.6.2 นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)

5.6.2.1 การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า หากสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางคู่มือการท่องเที่ยว (LGBT Guide book) หรือแผนที่การท่องเที่ยว (LGBT Map) จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับล่างมีมุมมองเรื่องความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ในประเทศไทยในทิศทางที่ดี เช่นเดียวกับการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรายได้ระดับกลาง - บนมีมุมมองเรื่องความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ในประเทศไทยในทิศทางที่ดี

ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ส่วนมากหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับบริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การเล่าปากต่อปากในกลุ่มเพื่อนที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และบทความออนไลน์ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ให้ข้อมูลสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สอดคล้องกับผลจากการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับกลุ่มเกย์ ไม่ใช่จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ดังนั้น คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ยกย่องการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวโดยสร้างทางเลือกช่องทางในการสื่อสารให้ครอบคลุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทุกระดับรายได้ โดยการสร้างแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free ที่รองรับทั้งระบบ IOS และ Android ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยในแอปพลิเคชันมีการจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพา (Gay map) ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมทั้งให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์บนเว็บไซต์ www.gothaibefree.com เพื่อรองรับพฤติกรรมในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับกลาง - บน โดยเน้นการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ระบุข้อมูลที่เป็นจำเป็นในการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างละเอียด ดังนี้ ข้อมูลทางกายภาพของประเทศไทย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสเนามบินแต่ละแห่งในประเทศไทย ข้อมูลการคมนาคมในประเทศไทย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปของประเทศไทย ข้อมูลภูมิอากาศ ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งตัวในการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวประเทศไทย ข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรระวังระหว่างการท่องเที่ยวใน

ประเทศไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม การไม่ลบหลู่ความเชื่อของคนไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่น ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่นิยมในประเทศ บาร์ คลับ ชาวน่า โดยระบุสถานที่ตั้ง รายละเอียด ธุรกิจสถานประกอบการ เวลาเปิดปิด กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ ข้อมูลโรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลเบอร์โทรฉุกเฉิน ข้อห้ามผิดกฎหมายในประเทศไทย (กฎหมายว่าด้วยอายุที่สามารถร่วมประเวณีได้ 18 ปี และกฎหมายเรื่องการพกพายาเสพติด) รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวก สถานพยาบาลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ คลินิกสำหรับการขอรับยา Pep และ PreP สถานีตำรวจที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลหน่วยงานภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านความหลากหลายทางเพศ และคำพูดทักทายภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวให้หลากหลายภาษา เริ่มต้นด้วยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่นิยมในการท่องเที่ยวประเทศไทย

นอกจากการสร้างแผนที่การท่องเที่ยวในแอปพลิเคชัน คณะผู้วิจัยเสนอให้มีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยว (gay map) วางไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อรองรับพฤติกรรม การหาข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยกระจายคู่มือการท่องเที่ยวตามศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สนามบิน ทุกแห่งที่เป็นจุดเริ่มต้นในการท่องเที่ยว โรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม และสถานประกอบการที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือยอดนิยมในประเทศไทย

จากการรับฟังเสียงสะท้อนของผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า หากมีการให้คำแนะนำบริการตามที่นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการสถานที่นั้น ๆ เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ทั้งในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเหมือนเว็บไซต์ให้บริการด้านการท่องเที่ยวทั่วไปจะช่วยสร้างการตัดสินใจต่อนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งต้องมีการปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้ถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ และที่สำคัญ Go Thai Be Free ต้องสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศต่อประชาชนคนท้องถิ่นอยู่เสมอ ไม่เน้นแค่การสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่การสื่อสารกับคนท้องถิ่นก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

5.6.2.2 การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม

ผลการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคประชาสังคมเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อย อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถานบันเทิงแบบหลากหลายจุดมุ่งหมาย และไม่จำกัดระยะเวลาในการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำกัดจำนวนคลับบาร์ในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามระยะเวลาเปิดปิดของสถานที่นั้น ตัวอย่าง ลูกค้ายที่ใช้บริการคลับ Punto BCN เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ในช่วงเวลาเย็นถึงคืน หากมีการใช้จ่ายซื้อเครื่องดื่มภายในร้าน Punto BCN

ผู้ให้บริการจะได้ตัวพิเศษ เข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ โดยไม่ต้องเสียค่าเข้าผ่านประตูในการใช้บริการคลับ Arena

จากข้อมูลด้านต้น คณะผู้วิจัยเสนอนโยบายการส่งเสริมการเสนอขายแบบกลุ่ม ดังนี้

(1) สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธนาคารแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ทำงานร่วมกันในการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ในการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่ม โดยหน่วยงานดังกล่าวเป็นตัวกลางในการเชื่อมการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวทุกคนไม่จำกัดเพศที่ใช้บริการสินค้าและบริการในสถานประกอบการที่เข้าร่วมการเสนอขายแบบกลุ่ม ได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าบางรายการตามโปรโมชั่นการเสนอขายแบบกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้มีความหลากหลายทางเพศ อาจเริ่มในพื้นที่นำร่องที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในบริเวณย่านสีลม อาทิ การสร้างการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้บริการร้าน Telephone สีลมซอย 4 ที่เป็นธุรกิจรายย่อยที่คนนิยมใช้บริการในช่วงหัวค่ำ เกิดการจับจ่ายสินค้าในร้าน แล้วสามารถได้รับการยกเว้นค่าผ่านประตูของคลับยอดนิยมที่มีระยะเวลาปิดร้านที่ตึกกว่า แต่อยู่ในกรอบเวลาที่ภาครัฐกำหนดในการปิดสถานบันเทิง อาทิ คลับ DJ Station สีลมซอย 2 หรือ ร้าน G.O.D. ถือเป็นการกระตุ้นการเสนอขายจุดหมายปลายทางแบบกลุ่มอย่างหนึ่ง รวมไปถึงสินค้าและบริการการท่องเที่ยวนอกเหนือจากการท่องเที่ยวยามราตรี เช่น ร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในการลดราคาเข้าชมในสถานที่ต่าง ๆ เมื่อสะสมแต้มครบถ้วน เป็นต้น

(2) คณะผู้วิจัยเสนอนโยบายกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางภายในจังหวัดที่เป็นจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวและเชื่อมโยง 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุใน Go Thai Be Free ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย กระบี่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชลบุรี (พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free นำเสนอการขายการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางเดียวกัน โดยการผนึกกำลังผู้ประกอบการเพื่อช่วยกันเชื่อมโยงการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่เป็นมิตรทั้ง 8 จังหวัด ผ่านการทำพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay Passport) ทั้งรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free และพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งที่ระบุอยู่ในพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวจะได้รับพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และหากนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการที่เข้าร่วมโครงการในพาสปอร์ตการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวจะได้ยกเว้นค่าผ่านประตูในการใช้บริการ (Free entry) โดยอาจเริ่มนำร่องในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการท่องเที่ยวอย่าง กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเขตสีลม เขตพัฒนาฯ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แล้วค่อยเชื่อมโยงไปสู่ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวที่ระบุในเว็บไซต์ Go Thai Be Free

จากการรับฟังเสียงสะท้อนของผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักสิทธิมนุษยชนมีความกังวลในเรื่องของการเข้าถึงการใช้บริการของเพศอื่นในพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ดังนั้น คณะผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้ประกอบการต้องมีการเน้นย้ำและทำความเข้าใจต่อประชาชนและสังคมให้ชัดเจน โดยการสื่อสารในวงกว้างว่า การกระตุ้นการเดินทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่มไม่ได้ให้สิทธิใช้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีเพศกำเนิดเป็นชาย และมีอัตลักษณ์ทางเพศเป็นเกย์อย่างเดียวนั้น แต่เน้นการเสนอขายเป็นกลุ่มกับนักท่องเที่ยวทุกคนที่มีความต้องการในการใช้บริการนั้น ๆ กล่าวคือ ไม่ได้ให้สิทธิประโยชน์จากการเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่ให้สิทธิผู้ให้บริการทุกคนที่ความสนใจใช้บริการที่อยู่ในการเสนอขายเป็นกลุ่ม

5.6.3. นโยบายยกระดับจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

5.6.3.1 การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียที่ไม่ใช่คนไทย ที่มีระดับรายได้กลาง - บน และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียที่มีระดับรายได้กลาง - บน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีระดับรายได้กลาง - บน มีความสนใจในประเด็นเรื่องนโยบายและกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ทั้ง 5 ข้อที่ปรากฏในหนังสือท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ Spartacus Gay Travel Index 2019 ดังนี้ (1) กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) (2) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) (3) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) (4) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) (5) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) กล่าวคือ หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีศักยภาพสูงในการใช้จ่ายให้ตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการผลักดันและพัฒนาประเด็นเรื่องกฎหมายและสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นในประเทศ จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยได้ให้ความเท่าเทียมทางด้านสิทธิพลเมืองของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันที่ประจักษ์ในเชิงนโยบาย

หากพิจารณาถึงสถานการณ์เรื่องกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยพบว่า ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสำเร็จเพียงข้อเดียวคือ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) โดยประเทศไทยมีการประกาศใช้ พ.ร.บ. ความเท่าเทียมทางเพศ 2558 มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศแก่คนทุกเพศเพื่อลดการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทาง

เพศ และเริ่มมีการเคลื่อนไหวในการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้านอื่น ๆ เช่น การผลักดันร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต ปีพ.ศ. 2562 หรือกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) ที่ปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการปรับแก้เพิ่มเติมรายละเอียดข้อกำหนดให้ครอบคลุมสิทธิ คู่ชีวิตแก่ทุกเพศอย่างเท่าเทียม อีกทั้งยังมีการเคลื่อนไหวของสิทธิพลเมืองด้านกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่ม คนข้ามเพศ (Transgender Rights) ในการร่าง พ.ร.บ.การรับรองอัตลักษณ์เพศภาวะของบุคคล พ.ศ.... โดย เกิดจากการผลักดันของหน่วยงานภาคประชาสังคมและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำงานด้านสิทธิของกลุ่ม บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้านกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) ยังไม่ได้รับสิทธิในการอนุญาตให้รับบุตรบุญธรรมร่วมกันของคู่ชีวิตเพศเดียวกัน ส่วน กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ไม่สามารถผลักดัน ให้เกิดขึ้นจริงได้ในประเทศไทย เนื่องจากการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไปขัดกับหลักมาตรา 319 ผู้ใดพาผู้เยาว์อายุเกินกว่า 15 ปี แต่ยังไม่เกิน 18 ปีไปเสียจากบิดามารดา ผู้ปกครอง หรือผู้ดูแล เพื่อทำกำไร หรือเพื่อการอนาจาร โดยผู้เยาว์นั้นเต็มใจไปด้วยนั้นมีความผิด ซึ่งระบุชัดเจนในกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มี เพศสัมพันธ์ในประเทศไทย ฉบับแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 26 (พ.ศ. 2560)

ดังนั้น หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีศักยภาพสูงให้ตัดสินใจเลือกเดินทาง มายังประเทศไทย ต้องมีการดำเนินการผลักดันและพัฒนาประเด็นเรื่องกฎหมายและสิทธิพลเมืองของกลุ่ม บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เกิดขึ้นในประเทศ เพราะเป็นการยืนยันว่าประเทศไทยได้ให้ความเท่า เทียมทางด้านสิทธิพลเมืองของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันที่ประจักษ์ในเชิงนโยบาย โดยการผลักดัน และออกกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใสและเปิดโอกาสให้ประชาชนและองค์กรภาค ประชาสังคมหลากหลายกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายละเอียดของข้อกำหนดแต่ละฉบับ มิเช่นนั้น กฎหมายที่ออกมาจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง รวมทั้งคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่ รัฐบาลจัดตั้งควรประกอบด้วยนักวิชาการหลากหลายสาขาวิชาเพื่อสะท้อนมุมมองที่สำคัญแตกต่างกัน อาทิ นัก นิติศาสตร์ นักการตลาด นักสังคมวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

คณะผู้วิจัยขอเสนอให้มาตรการระยะยาวในผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับ กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ในประเด็นที่มีการเคลื่อนไหวแต่ยังไม่ประสบ ความสำเร็จและสามารถผลักดันให้เกิดขึ้นได้จริงโดยไม่ขัดแย้งหลักกฎหมาย ดังนี้

(1) การผลักดันกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-Sex Marriage) หรือ พ.ร.บ. คู่ชีวิต ปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการปรับแก้เพิ่มเติมรายละเอียดข้อกำหนดให้ครอบคลุม สิทธิคู่ชีวิตแก่ทุกเพศอย่างเท่าเทียมโดยการนำของกรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม และมูลนิธิ เพื่อสิทธิและความเป็นธรรมทางเพศ ซึ่ง พ.ร.บ.คู่ชีวิต ได้ผ่านการเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี (ครม.) และอยู่ใน ขั้นตอนการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อเตรียมพร้อมในการผลักดันเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของ รัฐสภาเพื่อผ่านร่างกฎหมาย เพื่อนำขึ้นทูลเกล้าฯ ประกาศลงราชกิจจานุเบกษาต่อไป อย่างไรก็ตาม ยังมีสิทธิ สำคัญหลายประการที่ยังขาดหายไป พ.ร.บ. คู่ชีวิตที่ต่างจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่คู่สมรสชาย

หญิงได้รับมีทั้งการเปลี่ยนคำหน้าชื่อ-สกุล การรับและปกครองบุตรบุญธรรมร่วมกัน การมีบุตรโดยอาศัยเทคโนโลยีเจริญพันธุ์ สวัสดิการต่าง ๆ ของรัฐที่คู่สมรสพึงได้รับ เช่น การลดหย่อนภาษีจากการมีคู่สมรส การเป็นคู่ความประมวลกฎหมายอาญาแทนคู่สมรส สิทธิในกองทุนประกันสังคมของคู่สมรสตาม พ.ร.บ. ประกันสังคม สิ่งเหล่านี้ยังไม่ระบุในรายละเอียดกฎหมาย พ.ร.บ. คู่ชีวิต

(2) การเสนอแนะเพิ่มเติมข้อกำหนดการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) ร่วมไปกับการผลักดัน พ.ร.บ. คู่ชีวิต ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ยังขาดหายไป ใน พ.ร.บ. คู่ชีวิตที่กำลังอยู่ในการพิจารณาในขณะนี้ต่างจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่คู่สมรสชายหญิงได้รับ จากรายงานเรื่องการเปิดรับฟังความคิดเห็นร่าง พ.ร.บ. การจดทะเบียนคู่ชีวิต ผ่านเว็บไซต์กระทรวงยุติธรรมว่า ข้อเรียกร้องจากผู้แสดงความเห็นที่ต้องการขอให้ปรับแก้ไขเพิ่มเติมในร่าง พ.ร.บ. การจดทะเบียนคู่ชีวิตมากที่สุด อันดับหนึ่งคือการขอมีบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สอดคล้องกับข้อมูลการวิเคราะห์สถิติสหพันธ์ของโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท้องเทียม พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท้องเทียมกลุ่มเกย์พบว่า กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาท้องเทียมซ้ำของนักท้องเทียมกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย กล่าวคือ หากต้องการดึงดูดนักท้องเทียมกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียให้เลือกกลับมาท้องเทียมซ้ำ ต้องผลักดันกฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย หรือสื่อสารประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

(3) การผลักดันกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ให้สามารถเกิดขึ้นจริงในประเทศไทย กลุ่มคนข้ามเพศมี พ.ร.บ. ความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558 ที่เกี่ยวข้องกับการลดการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศและพยายามสร้างความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศอยู่ แต่ยังไม่ครอบคลุมในทุกด้าน โดยปัจจุบันมีการผลักดันร่าง พ.ร.บ. การรับรองเพศสถานะ ผ่านการทำงานของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (สค.) คณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และมูลนิธิที่ทำงานด้านสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับประเด็น พ.ร.บ. ทะเบียนราษฎรในด้านข้อมูลส่วนบุคคล การเปลี่ยนคำนำหน้านาม การรับรองเพศสถานะทางกฎหมายในที่ทำงานซึ่งจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานแรงงานไทย และระเบียบทางราชการเกี่ยวกับชุดเครื่องแบบราชการ การรับรองเพศสถานะทางกฎหมายในสถานศึกษาเกี่ยวกับระเบียบเครื่องแต่งกาย และการรับรองเพศสถานะทางกฎหมายกับการเข้าถึงสวัสดิการสังคมและการรับราชการทหาร ซึ่งหากสามารถทำสำเร็จได้ในประเทศไทยจะเป็นการยืนยันที่ประจักษ์ว่าประเทศไทยมีความเป็นมิตรสูงมากต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง

จากการรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า การผลักดันกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ควรให้ความสำคัญกับกฎหมายรับรองอัตลักษณ์ทางเพศ

(Gender Recognition) ควบคู่ไปด้วยซึ่งเป็นปัญหาต่อการเดินทางของบุคคลคนข้ามเพศไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาในประเทศและออกนอกประเทศ หากมีกฎหมายนี้จะทำให้กลุ่มบุคคลข้ามเพศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เป็นการขับเคลื่อนที่ระดับสากลให้ความสนใจ หากประเทศไทยสามารถปลดล็อกและสร้างความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศได้ ภาพลักษณ์ด้านสิทธิมนุษยชนและการท่องเที่ยวย่อมส่งผลตามไปด้วย

โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำเวทีเสวนาสาธารณะให้ข้อมูลประชาชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ คณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และหน่วยงานภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงมูลนิธิเพื่อความหลากหลายทางเพศทุกหน่วยงาน ในประเด็นการท่องเที่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งสื่อสารประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกับนโยบายและกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ ชี้ให้เห็นว่าหากกฎหมายสิทธิพลเมืองเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับการผลักดันจนสามารถประกาศใช้ได้จริง และให้สิทธิแก่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียมจะส่งผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยในทิศทางบวกอย่างไรบ้าง เพื่อให้ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และร่วมกันผลักดันให้เกิดการแก้ไขประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองบางข้อเพิ่มเติมให้ได้รับสิทธิเท่าเทียมกับคู่สมรสในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

5.6.3.2 เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ในปัจจุบันองค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศนั้นเริ่มมีผู้ทำการศึกษารวบรวมไว้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศกับการท่องเที่ยววันยังมียังอยู่อย่างจำกัด ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวไม่พอใจกับการบริการของผู้ประกอบการในการสื่อสารประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ดังนี้ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและพนักงานบริการขาดความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศสถานะ (Gender Sensitivity) โดยเฉพาะเรื่องการเรียกค่าน้ำตามเพศกำเนิดแทนการเรียกชื่อของลูกค้า (2) การให้สิทธิประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากเกินไปจนเกินความจำเป็น เช่น การลดราคาแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สร้างความเป็นอื่นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รู้สึกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องนี้ ทำให้เกิดการมุ่งจุดเน้นเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่คาดเคลื่อนไป เช่นการพยายามมากเกินไปที่จะสร้างการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งไม่ได้ช่วยกระตุ้นความต้องการจ่ายแต่เป็นการสร้างความอึดอัดให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บางกลุ่มอีกด้วย

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว หรือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด บุรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการอบรมที่เกิดขึ้นตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว จัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ เช่น มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว บุคลากรของสถานประกอบการเบื้องต้น ร้านอาหารที่อยู่ในย่านที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นต้น อีกทั้งประเทศไทยยังขาดความตระหนักรู้ประเด็นความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะในหลักสูตรการศึกษา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในสาขาวิชาการจัดการโรงแรมในสถาบันต่าง ๆ ควรได้รับการกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศภาวะในการให้บริการอันเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาการเรียนการสอนในหลักสูตรนั้น ๆ ด้วย จึงต้องเพิ่มบทบาทของหน่วยงานภาครัฐอื่น อาทิ กระทรวงอุดมศึกษาฯ เพื่อส่งเสริมความสำคัญของประเด็นดังกล่าว เรื่องการเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

จากการรับฟังเสียงสะท้อนของผู้ที่เกี่ยวข้องเสนอให้เพิ่มหน่วยงานที่เข้าร่วมการอบรมเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการรับมือนักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น บุคลากรในสถานพยาบาล ตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจท้องถิ่น บ่อยครั้งที่พบปัญหาด้านการเดินทางหรือการเลือกปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่ตำรวจในพื้นที่นั้น ๆ มักใช้ดุลยพินิจในการบังคับใช้กฎหมายกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้เกิดการสื่อสารที่ขาดความละเอียดอ่อนทางเพศสร้างความไม่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

5.6.3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่ปลอดภัยและบริการขั้นเยี่ยม

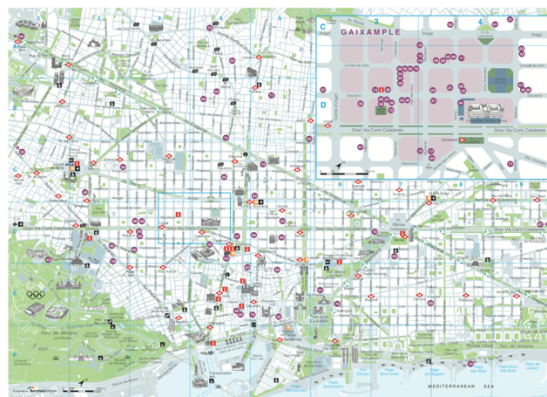
ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวนอกกิจกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยมาประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในทุกด้านอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่มมีแนวโน้มในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) ทั้ง 4 กลุ่ม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เคยมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยและมีศักยภาพและพฤติกรรมในการใช้จ่ายสูงนั้นมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นการบริการขั้นเยี่ยมต่ำกว่าความคาดหวัง เช่น (1) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม ควรมีการจัดการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะเรื่องการเรียกชื่อลูกค้า แทนการเรียกค่านำหน้าตามเพศกำเนิด (2) การฝึกอบรมพนักงานบริการเกี่ยวกับการให้บริการทั่วไป อาทิ การสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้นที่เป็นภาษาสากล และการมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (3) ความไม่เป็นมิตรของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทชานาต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สูงอายุ (4) การปรับปรุงเรื่องความสะดวกสบายของเมือง และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว (5) การให้บริการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เลี่ยงการเกิดการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศในเชิงบวก เช่น การให้บริการที่มากเกินไป

จนรู้สึกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น และการเลือกปฏิบัติทางลบด้วยเหตุทางเพศ เช่น การห้ามคนข้ามเพศใช้บริการสถานเริงรมย์บางแห่ง เป็นต้น

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำคณะทำงานที่มีหน้าที่ในการสำรวจและทดลองใช้บริการจากแหล่งบริการชั้นเยี่ยมเพื่อประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยอาจสร้างสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์และทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เช่น มีการสร้าง Certificate of LGBT and Heterosexual - friendly facilities ประกาศรายชื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประจำปีโดยเสียงของนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ หรือมีสัญลักษณ์ติดไว้ที่สถานบริการเหมือนธงสีรุ้งเพื่อเป็นการยืนยันว่าสถานบริการแห่งนี้เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ และทำการประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่ได้รับการประเมินดีเยี่ยมผ่านช่องทาง Go Thai Be Free เพื่อเป็นการยืนยันว่าสถานบริการแห่งนี้เป็นมิตรต่อบุคคลผู้มีความหลากหลายอย่างแท้จริง รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลอย่างแท้จริงและสม่ำเสมอ โดยมีตัวชี้วัดที่มีคุณภาพผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเพศสภาวะและการสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศอย่างถี่ถ้วน

5.6.3.4 การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

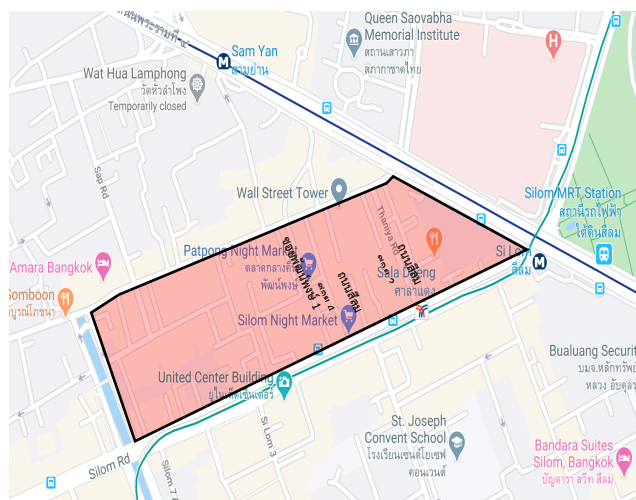
จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกของคณะผู้วิจัยในการลงพื้นที่สำรวจการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่าง Barcelona Turisme ได้ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคประชาสังคมในการสร้างย่านเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ชื่อว่า Gaixample โดยในพื้นที่นั้นเป็นแหล่งธุรกิจบริการหลากหลายประเภทและพื้นที่ปลอดภัยสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ



ภาพที่ 5.2 ย่าน Gaixample เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

ที่มา: Visit Gay Barcelona (n.d.)

คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคม รวมทั้งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สร้างพื้นที่นาร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สามารถเลือกสถานที่บริการที่หลากหลายได้ตามความต้องการ และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวในประเทศไทย โดยเริ่มจากพื้นที่ที่ได้รับความนิยมและมีศักยภาพในการจัดทำพื้นที่นาร่องทางเศรษฐกิจเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ เขตสีลม จังหวัดกรุงเทพฯ ซอยบอยทาว พัทยา และถนนบางลา จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น อาจมีแนวโน้มขยายตัวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึ่งคณะผู้วิจัยขอเสนอให้เริ่มจากกรุงเทพฯ ในเขตพื้นที่สีลม ที่เป็นจุดมุ่งหมายหลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ให้เป็นพื้นที่นาร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ถือเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดีที่สุด



ภาพที่ 5.3 ย่านสีลมและย่านพัฒพงษ์ ย่านที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศของกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ที่มา: คณะผู้วิจัย (2563)

จากการรับฟังเสียงสะท้อนของผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ข้อจำกัดของสถานที่และการบริการบางแห่งสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในย่านสีลม ประเทศไทยยังไม่ถูกกฎหมายแต่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว ต้องการแนวทางการสนับสนุนหรือผลักดันอย่างไรให้ถูกกฎหมาย ปลอดภัย และได้คุณภาพมาตรฐาน

การขายสินค้าทางเพศยังคงเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย ดังนั้นองค์การภาคประชาสังคมและนักวิชาการจำนวนหนึ่งควรผลักดันประเด็นดังกล่าวควบคู่กันไปเพื่อให้สินค้าเหล่านี้ที่มีการซื้อขายอยู่แล้วในประเทศไทยอย่างไม่เป็นทางการตามเส้นทางถนนสีลมกลายเป็นสิ่งที่เป็นการและถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งจะส่งผลบวกแก่การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างแน่นอน อาทิ การเสนอให้จัดตั้งร้านค้าในลักษณะดังกล่าวโดยจำกัดอายุ 20 ปีขึ้นไปแต่จัดตั้งในพื้นที่เฉพาะเท่านั้น บริเวณเขตการท่องเที่ยวของผู้มีความ

หลากหลายทางเพศ และกำหนดอัตราภาษีในระดับที่เหมาะสมแก่สินค้าดังกล่าวเพื่อไม่เป็นการจูงใจให้ซื้อ มากขึ้นหรือลดทอนความต้องการในการซื้อให้น้อยลงแต่อย่างใด เป็นต้น

ในการรับฟังเสียงสะท้อนการพิจารณา (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการ ส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตามลำดับความสำคัญของนโยบาย ตามเกณฑ์พิจารณาที่มี แนวโน้มมีความสำคัญทั้งต่อผู้กำหนดนโยบายและประชาชน นโยบายที่มีแนวโน้มมีงบประมาณสนับสนุนการ นำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเหมาะสม และนโยบายที่ประชาชนให้การสนับสนุน พบว่า หน่วยงานภาครัฐ ภาค ประชาสังคม และประชาชนที่สนใจ จำนวน 101 คน เรียงลำดับความสำคัญกับนโยบาย 3 ด้าน รายละเอียด ดังนี้

- 1) นโยบายที่ส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing) ที่ผู้ให้เสียงสะท้อนระบุว่ามีความสำคัญมากที่สุดคือ การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับ กลุ่มเกย์ในประเทศไทย
- 2) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel) ที่ผู้ให้เสียงสะท้อน ระบุว่ามีความสำคัญมากที่สุดคือ การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ
- 3) นโยบายการยกระดับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination) ที่ผู้ให้ เสียงสะท้อนระบุว่ามีความสำคัญมากที่สุดคือ การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่ม เกย์ในประเทศ

5.7 ข้อจำกัดในการทำงานวิจัย

ไม่มีรายละเอียดข้อมูลเชิงลึกของผลกระทบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากนัก จากการศึกษาพบแต่ ข้อมูลทั่วไปเกือบทั้งหมด ทั้งในด้านการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาค ประชาสังคมทั้งในและนอกประเทศ เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ไม่ได้มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น และไม่ได้สร้างความแตกต่างหรือผลกระทบในการเลือกท่องเที่ยวในจุดหมายนั้นมากนัก

5.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับงานวิจัยในอนาคต

นอกจากการศึกษาประเด็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์แล้ว ประเด็นที่ควรทำการศึกษา เพิ่มเติมคือ นโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั้งหมด ไม่จำกัด เพียงเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น เพื่อสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศให้เกิดขึ้นในสังคม อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้น เศรษฐกิจของประเทศที่มีรายได้หลักจากธุรกิจการท่องเที่ยวด้วย

บรรณานุกรม

- กฤษ เตชะประเสริฐ. (2556). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่อาศัยในเขตจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ชญาณิน วังซ้าย. (2561). LGBTQ inside out สรุปประเด็นจากการสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง LGBTQ. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT REVIEW)*, 4(3), 34-37. <https://www.tatreviewmagazine.com/e-magazine/vol-4-no-3-july-september-2018/>
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2559). ตลาดสีรุ้ง (LGBT) ... Niche Market ที่มีโอกาสเลย. *EXIM E-NEWS*, 11(5).
- นิศศา ศิลปะเสริฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษกร สุริยสาร. (2557). *อัตลักษณ์และวิถีทางเพศในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: องค์การแรงงานระหว่างประเทศ.
- พรสวรรค์ชิบ. (16 กุมภาพันธ์ 2563). ชมภาพชุด "Pattaya International Pride 2020" ณ เมืองพัทยา เฉลิมฉลอง สีรุ้งสัญลักษณ์ ยอมรับความหลากหลายทางเพศ. สำนักข่าวอิสรา. <https://www.isranews.org/isranews/85659-pride.html>
- พัชรศร กนิษฐะสุนทร. (2559). *การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบ Green Tourism ของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5804010568_6431_4504.pdf
- ลักษณพร โรจน์พิทักษ์กุล. (ม.ป.ป.). ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามทัศนคติของคนในชุมชนตลาดคลองสวน บ้านใหม่ นครเนื่องเขต และบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://human.rru.ac.th/wp-content/uploads/2015/10/Laksanapon01.pdf>
- ศรันยา พรหมจิโน, ชูเกียรติ ชัยบุญศรี, และอนุภาค เสาร์เสาวภาคย์. (2558). *ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนในอำเภอป่าคาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. https://www.econ.cmu.ac.th/econ_paper/admin/files/paper/561632043/006 นางสาวศรันยา พรหมจิโน 561632043.pdf
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (11 กุมภาพันธ์ 2562). *จับชีพจรนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 62*. ธนาคารกสิกรไทย. https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/SME_Analysis_Jan.pdf

- โศรยา หอมชื่น. (24 มกราคม 2554). การตลาดเฉพาะกลุ่ม : ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ & เลสเบียน. E-TAT Journal. <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2011/menu-2011-jan-mar/22-12554-gay-lesbian>
- สมบัติ อารังชัยวงศ์. (2540). นโยบายสาธารณะ : แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถานนโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579). กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุสา ชัยสุรัตน์. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ภูมิบัณฑิตการพิมพ์.
- สเปกตรัม. (25 กุมภาพันธ์ 2563). เกาะ 'มัลดีฟส์' ขึ้นชื่อว่ามีชายหาดสวยที่สุดในโลก และในขณะเดียวกันนั้น ก็ยัง [โ พ ส ต์]. เฟ ส บ , ค . <https://www.facebook.com/showyourspectrum/photos/a.276495186375492/490546698303672/?type=3&theater>
- Associació Catalana d'Empreses per a Gais i Lesbianes (ACEGAL). (n.d.). LGBTI Barcelona: the official gay map [Online image]. Visit Gay Barcelona. <http://visitgaybarcelona.com/wp-content/uploads/2018/03/lgtbi.pdf>
- Badgett, M. V. L., Hasenbush, A., and Luhur, W. E. (2017). *LGBT Exclusion in Indonesia and Its Economic Effects*. The Williams Institute, UCLA School of Law. <https://williamsinstitute.law.ucla.edu/wp-content/uploads/LGBT-Exclusion-in-Indonesia-and-Its-Economic-Effects-March-2017.pdf>
- Badgett, M. V. L. (2014, November 29). *The Economic Case for Supporting LGBT Rights*. The Atlantic. <http://www.theatlantic.com/business/archive/2014/11/the-economic-case-for-supporting-lgbt-rights/383131/>
- Bali Transport. (2015, November 2). *GO-JEK: Your One Stop App For All Of Your BALI Needs*. The Bali Bible. <https://myevent.promo/news/go-jek-your-one-stop-app-for-all-of-your-bali-needs>
- Bigović, M. (2011). Quantifying seasonality in tourism: a case study of Montenegro. *Academica Turistica*, 4(2), 15-32. http://www.hippocampus.si/ISSN/2335-4194/4_2_15-32.pdf
- Bollinger, A. (2019, July 19). 'LGBT-FREE ZONE' stickers for businesses will be distributed in Poland: During WW2, the Nazis imposed zones "free of Jews" in Poland. Now history is repeating itself. LGBTQ Nation. <https://www.lgbtqnation.com/2019/07/lgbt-free-zone->

stickers-businesses-will-distributed-poland/?fbclid=IwAR35M6nvuYZ82w-MaB-VQXCVQC1fGd7owOTA1YJPq9yHZ_Dgk96WQ_uDkfs

- Bramwell, B. (2004). Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed.), *Coastal Mass Tourism Diversification and Sustainable Development in Southern Europe* (pp. 1-31). Channel View Publications.
- Calhoun, C. (2016). The Importance of Imagined Communities – and Benedict Anderson. *Debats. Journal on Culture, Power and Society*, 1, 11-16. <https://www.doi.org/10.28939/iam.debats-en.2016-1>
- Case study: American Airlines. (n.d.). Marketing the Rainbow. Retrieved 5 November, 2019, from <https://marketingtherainbow.info/case%20studies/american%20airlines.html>
- Community Marketing, Inc. (2017). 22nd Annual LGBTQ Tourism & Hospitality Survey. California: November.
- Council of Europe. (2011). *Discrimination on grounds of sexual orientation and gender identity in Europe*. Council of Europe publishing.
- Díaz, A. L. (2017, August 9). *WHY BARCELONA LOCALS REALLY HATE TOURISTS*. Independent. <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/barcelona-locals-hate-tourists-why-reasons-spain-protests-arran-airbnb-locals-attacks-graffiti-a7883021.html>
- Easton, D., & Hardy, J. W. (2017). *The Ethical Slut: A Practice Guide to Polyamory, Open Relationships and Other Freedoms in Sex and Love* (3rd edition). Ten Speed Press.
- EDGE Media. (2011, October 27). *Madrid to Host 2014 IGLTA Annual Global Convention*. <https://www.edgemedianetwork.com/index.php?ch=travel&sc=&sc3=&id=125869&pf=1>
- Enguix, B. (2009). Identities, Sexualities and Commemorations: Pride Parades, Public Space and Sexual Dissidence. *Anthropological Notebooks*, 15(2), 15-33.
- GoLife. (n.d.). *GoGlam siap bantu in kamu nyalon di mana aja!* Retrieved November 5, 2019, from <https://www.go-life.co.id/layanan/go-glam>
- Holmes, J. J. (2020, February 27). *A third of Poland has declared itself “LGBTQ-free zones”: Lawmakers have compared the new anti-LGBTQ policies to laws that created “Jew-free” zones during World War II.* LGBTQ Nation. <https://www.lgbtqnation.com/2020/02/poland-two-thirds-away-completely-free-lgbtq->

ideology/?fbclid=IwAR0_ZxXbD8TbX6V5tqeV6aWtbVvYAlMhTWWKjqWiQNq2go6JH1zFRL
cuj7s8

Hughes, H. L. (2006). *Pink tourism: Holidays of gay men and lesbians*. CABI.

Kauhanen, S. (2015). *Think Pink in Tourism – A Study of LGBT+ Tourism*. [Bachelor's thesis, Laurea University of Applied Science].

Kiersz, A. (2015, June 27). *Here are some of the demographic and economic characteristics of America's gay couples*. Business Insider. https://www.businessinsider.com/census-data-on-gay-households-2015-6?fbclid=IwAR2lmtL1ZPvvesPBVsRK25LWv6OZwf_PI-d5nr8Jc5pWlaq02FDz-5PKdW8

Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th edition). Pearson Education.

Krause, K., & Colijn, D. (2019). *Gay Travel Guide Stockholm in Sweden*. Couple of Men. Retrieved February 28, 2020, from <https://coupleofmen.com/gay-travel-guide-stockholm-sweden/>

Krause, K., & Colijn, D. (2018). *Spartacus Gay Travel Index 2018*. Couple of Men. Retrieved February 28, 2020, from <https://coupleofmen.com/7819-spartacus-gay-travel-index-2018/>

LGBT Capital. (2015). *Estimated LGBT Purchasing Power: LGBT-GDP*. Retrieved November 5, 2019, from [http://www.lgbt-capital.com/docs/Estimated_LGBT-GDP_\(table\)_-_July_2015.pdf](http://www.lgbt-capital.com/docs/Estimated_LGBT-GDP_(table)_-_July_2015.pdf)

Markwell, K., & Waitt, G. (2006). *Gay Tourism: Culture and Context*. The Haworth Hospitality Press.

Middleton, V. T. C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3rd edition). Butterworth-Heinemann.

Pollock, A. (2013, August 21). *Six reasons why mass tourism is unsustainable*. The Guardian. https://www.theguardian.com/sustainable-business/six-reasons-mass-tourism-unsustainable?fbclid=IwAR3dDaFrJ1LK_oJ4VDPo_NdaBohT5scyHoYqvb8UEthCVxylmVTlTHsQcUA

Pride in our planet: Pride in London declares climate emergency. (2019, July 5). Pride in London. https://prideinlondon.org/news-and-views/pride-in-our-planet-pride-in-london-declares-climate-emergency/?fbclid=IwAR3t56O3CWsH0ACcExuFP9Hk_0izftz9dwC4qECZmuso_1td4UgQ25QumX4

- Redaktion. (2018, March 1). *1st place for Canada and Sweden*. Spartacus blog. <https://spartacus.gayguide.travel/blog/spartacus-gay-travel-index-2018/>
- Ragavan, S. (2017, August 7). *'Pink tourism': Does Thailand deserve to be Asia's LGBT capital?* Flydango. <https://flydango.net/pink-tourism-does-thailand-deserve-to-be-asias-lgbt-capital/>
- Song, M. (2016). *5 LGBT Neighborhoods to Explore Across Canada*. Destination Canada. Retrieved November 5, 2019, from <https://us-keepexploring.canada.travel/things-to-do/5-lgbt-neighborhoods-explore-across-canada>
- Spartacus. (2019). *SPARTACUS Gay Travel Index 2019*. <https://spartacus.gayguide.travel/gaytravelindex-2019.pdf>
- The International LGBTQ+ Travel Association (IGLTA). (n.d.). *About IGLTA*. Retrieved February 28, 2020, from <https://www.iglta.org/About-IGLTA>
- UNWTO. (2018). *UNWTO/WTCTF: City Tourism Performance Research*. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419616>.
- Wilson, A. (2019, November 22). *LGBT travel index puts Sweden top, and warns against some popular destinations*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/travel/2019/nov/22/lgbt-travel-index-puts-sweden-top-and-warns-against-some-popular-destinations>
- World Tourism Organization. (2017). *Affiliate Members Report, Volume fifteen-Second Global Report on LGBT Tourism*. UNWTO.
- World Travel and Tourism Council. (2019). *World Travel & Tourism Council launches global taskforce on human trafficking*. Retrieved November 5, 2019, from <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/world-travel-tourism-council-launches-global-taskforce-on-human-trafficking/>

ภาคผนวก ก

รายละเอียดเวทีแสดงผลรายงานวิจัย

งานแสดงผลรายงานวิจัยโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว

กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์”

วันเสาร์ที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2563 เวลา 08.30 น. – 17.00 น. ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ

เวลา	เนื้อหา	ผู้บรรยาย/ ผู้ดำเนิน รายการ
08.30 น. – 09.00 น.	ลงทะเบียน	
09.00 น. – 10.00 น.	รายงานสถานการณ์แนวโน้มของการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	อ.วิทยา แสงอรุณ
10.00 น. – 11.00 น.	รายงานความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ตัวแทนจาก Go Thai Be Free (TBD)
11.00 น. – 12.00 น.	รายงานสรุปผลการวิจัยของโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์”	อ. ดร.ศัญญาณี หิรัญสาลี
12.00 น. – 13.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน	
13.00 น. – 14.00 น.	เวทีอภิปรายแยกตามรายประเด็น 1. นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing) 2. นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจกลุ่มเกย์ (Travel) 3. นโยบายยกระดับจุดหมายปลายทางนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)	1) อ.วิทยา แสงอรุณ 2) อ.ติณณภพ สินสมบูรณ์ทอง 3) อ. ดร.ศัญญาณี หิรัญสาลี
14.00 น. – 15.00 น.	สรุปผลการอภิปรายแยกตามรายประเด็น	อ. ดร.ศัญญาณี หิรัญสาลี
15.00 น. – 16.00 น.	การเสนอแนะนโยบายเพิ่มเติมร่วมกับผู้เข้าร่วมประชุม	อ. ดร.ศัญญาณี หิรัญสาลี
16.00 น. – 16.30 น.	พิธีปิด	

เนื้อหาและประเด็นในช่วงสรุปผลการวิจัยของโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” โดย อ. ดร.ศัญฉวี หิรัญสาทิ

1. อุปสงค์ของกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม

- กลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม จากการเก็บแบบสอบถาม 939 คน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก 63 คน ได้แก่
 - 1) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทย ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน แบบสอบถาม 81 คน สัมภาษณ์ 15 คน
 - 2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทย ที่มีรายได้ระดับล่าง แบบสอบถาม 115 คน สัมภาษณ์ 16 คน
 - 3) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย ที่มีรายได้ระดับกลาง-บน แบบสอบถาม 194 คน สัมภาษณ์ 15 คน
 - 4) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชีย ที่มีรายได้ระดับล่าง แบบสอบถาม 74 คน สัมภาษณ์ 17 คน
- ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้ง 4 กลุ่มเป้าหมาย
 - ด้านปัจจัยส่วนบุคคลเหมือนกัน คือ
 - 1) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-39 ปี
 - 2) มีสถานภาพสมรสเป็นโสด
 - 3) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
 - 4) มีอาชีพเป็นพนักงานประจำ
 - ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เหมือนกันคือ การเปิดเผยเพศวิถีกับเพื่อนมากที่สุด
- ปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
 - ปัจจัยทางเศรษฐกิจ พื้นที่ที่บรรยายได้
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับล่างเลือกไปท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี รองลงมาคือ จังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพฯ พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระดับกลาง-บน เลือกไปท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพฯ รองลงมาคือ สุราษฎร์ธานี และจังหวัดเชียงใหม่
 - ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ การกระจุกตัวของประชากรการกระจุกตัวของประชากรส่วนใหญ่อยู่ที่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- ปัจจัยทางด้านความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว
 - เหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกประเทศไทยในฐานะจุดหมายการท่องเที่ยวคือ ความเป็นมิตรของคนไทยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
- ปัจจัยทางด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีอิทธิพลต่อการเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย กฎหมายที่กลุ่มเป้าหมายทั้งสี่กลุ่มเห็นว่ามีค่ามากที่สุดคือ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ รองลงมาคือ กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ
- จุดประสงค์การท่องเที่ยว ความสนใจหลักของการเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีความคล้ายคลึงกัน ได้แก่ ผจญภัย, ชีวิตยามค่ำคืน, วัฒนธรรม, ธรรมชาติ และการพักผ่อน

2. พฤติกรรมและความคาดหวังกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม

- พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีดังนี้

- 1) ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ให้ความช่วยเหลือมากที่สุดขณะมาเที่ยวที่ประเทศไทย หาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ LGBT บล็อก LGBT และสอบถามจากเพื่อนกลุ่ม LGBT
 - 2) ผู้ร่วมเดินทางเดินทางกับเพื่อนมากที่สุด ทุกกลุ่มเป้าหมาย
 - 3) ช่วงเวลาเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมคือ เดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม รองลงมาคือ เดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน มักใช้เวลาท่องเที่ยว 3-7 วันเหมือนกันทั้งสี่กลุ่ม
 - 4) นิยมพักโรงแรมระดับ 2-3 ดาว โดยพิจารณาจากสถานที่ตั้งและราคาที่คุ้มค่าเป็นหลัก
 - 5) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นคนเอเชียแต่ไม่ใช่คนไทยส่วนใหญ่ใช้จ่ายเฉลี่ยวันละน้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ไม่ใช่คนเอเชียส่วนใหญ่ใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 5,000-10,000 บาท
- ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวส่วนมากอยู่ที่ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) ทั้งหมดทั้งห้าด้าน ได้แก่
 - 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น
 - 2) ความคาดหวังต่อระบบโครงสร้างพื้นฐาน
 - 3) ความคาดหวังต่ออสังหาริมทรัพย์ของท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น
 - 4) ความคาดหวังต่อบทบาทของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ที่ระดับบริการที่พึงปรารถนา
 - 5) ความคาดหวังต่อบทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง
 - ปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่
 - 1) สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์
 - 2) ค่าครองชีพที่ไม่แพง
 - 3) ความสวยงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมไทย
 - 4) ความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของคนไทยและผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะธุรกิจประเภทสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์
 - ส่วนปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่
 - 1) ระบบขนส่งมวลชนที่ขาดการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ
 - 2) มลพิษทางอากาศ
 - 3) การจราจรติดขัด
 - 4) ระบบขนส่งสาธารณะที่ขึ้นชื่อว่าอันตรายที่สุดเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก
 - 5) ถนนที่สกปรก
 - 6) กฎหมายที่ไม่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ
 - 7) สถานการณ์การเมืองไทยที่ไม่สงบ
 - 8) การปิดสถานบันเทิงในเวลา 02.00 น.
 - นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เสนอแนะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายเรื่อง เช่น
 - 1) เสนอให้รัฐบาลขับเคลื่อนกฎหมายต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง เพื่อการส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมทางเพศในสังคมไทยมากขึ้น
 - 2) ปรับเปลี่ยนข้อบังคับเวลาเปิดปิดผับและสถานบันเทิงตอนกลางคืน
 - 3) ขยายแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ให้มากขึ้น ไม่ใช่แค่พื้นที่บางพื้นที่ เช่น ถนนสีลม

- 4) สนับสนุนการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับเกย์และกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรม Pride จะทำให้ประเทศไทยเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น

3. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ประเทศไทย

- ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง
- เมืองที่มีความโดดเด่นคือ เมืองบาเซโลนา ประเทศสเปน เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวมีความต้องการในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ พยายามทำงานในการพัฒนาเมืองบาร์เซโลนาให้เป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ และมีการทำงานร่วมกับภาคประชาสังคมในการผลักดันประเด็นเรื่องการเป็นจุดหมายหมายของความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ
- ประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเริ่มมีการจัดทำแคมเปญเจาะกลุ่มการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (Go Thai Be free) และความแข็งแรงของผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มเกย์ ทำให้ประเทศไทยมีความพร้อมในระดับต้นๆของเอเชีย
- ประเทศไทยมีความพร้อมที่น่าสนใจด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสาธารณสุข สามารถเข้าถึงยา PEP, PrEP ได้ง่าย และมีราคาถูก ให้บริการคนไทยและคนต่างชาติอย่างเท่าเทียม ผู้ให้บริการที่คลินิกนิรนาม สภากาชาดไทย สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ มีการให้ข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษเพื่อรองรับชาวต่างชาติ
- เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียไม่มีการทำงานด้านการส่งเสริมการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากการมีอยู่ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศยังขัดกับหลักทางศาสนาฮินดูของเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย
- แหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ยอดนิยม โดยมีตัวแทนพื้นที่แต่ละแหล่งท่องเที่ยวดังนี้
 - 1) แหล่งท่องเที่ยวแบบสถานบันเทิงคือ บริเวณถนนสีลม
 - 2) แหล่งท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยคือ พารากอน
 - 3) แหล่งท่องเที่ยวแบบทะเล คือเกาะสมุย และเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
 - 4) แหล่งท่องเที่ยวแบบป่าเขา คือ จังหวัดเชียงใหม่
 - 5) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ จังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีวัดวาอารามต่าง ๆ

4. เปรียบเทียบนโยบาย สิทธิพลเมือง และนโยบายการเสนอขาย

- Spartacus Gay Travel Index มีผลต่อการเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยพิจารณาจาก 5 กฎหมาย ได้แก่
 - 1) กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาพและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation)
 - 2) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage)
 - 3) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed)
 - 4) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights)
 - 5) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent)
- ประเทศสเปนมีความพร้อมทางด้านกฎหมายในทุกด้าน
 - 1) ประกาศกฎหมายว่าด้วยความเสมอภาพและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ต่อกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศตั้งแต่ปีพ.ศ. 2538 ที่ครอบคลุมประเด็นเรื่องการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ

- 2) ประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2548
 - 3) มีกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมสำหรับกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน (Adoption allowed) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543
 - 4) มีกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) มีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1995 ว่าด้วยการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศในสถานทำงาน สิทธิในการเปลี่ยนเพศสภาพตนเองตั้งแต่ปี ค.ศ. 2007 ถือว่าเป็นประเทศที่มีการส่งเสริมความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights)
 - 5) เพิ่มอายุความยินยอมในการมีเพศสัมพันธ์จากอายุ 13 ปีเป็นอายุ 16 ปี และอายุขั้นต่ำสำหรับการแต่งงานจาก 14 ปีเป็นอายุ 16 ปี การเปลี่ยนแปลงได้ตกลงเป็นเอกฉันท์ในหลักการโดยรัฐสภาในปี 2552 และมีผลบังคับใช้มาจนถึงปัจจุบัน
- ประเทศไทยยังไม่มีความพร้อมมากพอ
 - 1) ยังอยู่ในระดับการดำเนินผ่านร่างกฎหมาย มีพ.ร.บ. ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ปีพ.ศ. 2558
 - 2) ร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต
 - 3) มีการร่างพระราชบัญญัติการรับรองอัตลักษณ์เพศภาวะของบุคคล แต่ยังไม่ผ่าน
 - 4) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ในประเทศไทย โดยอายุที่รับรู้ยินยอมคือ 18 ปี
 - 5) ไม่มีกฎหมายรองรับการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ
 - ประเทศอินโดนีเซียไม่มีความพร้อมทางด้านกฎหมายเลย แต่เมืองบาห์ลีแตกต่างจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศอินโดนีเซียเนื่องจากความแตกต่างทางศาสนา และเมืองบาห์ลีมีลักษณะเป็นเมืองท่องเที่ยวมาเป็นเวลานาน จึงเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมมากกว่า

5. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของในและนอกประเทศ

- ประเทศไทยมีความพร้อมทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างวัฒนธรรมวัดวาอารามที่เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอยู่แล้ว
- มีความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ที่เป็นสถานเริงรมย์ เช่น
 - 1) ผับและบาร์บริเวณถนนสีลม
 - 2) งานปาร์ตี้ประจำปีย่าง gCircuit ที่จัดช่วงเทศกาลสงกรานต์ งาน White Party ที่จัดช่วงเทศกาลปีใหม่
 - 3) ชวนำเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีชื่อเสียง เช่น Babylon Sauna Bangkok
 - 4) โรงแรมที่เป็นส่วนต่อขยายจากชานา และโรงแรมที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
 - 5) มีการแสดง drag queen show ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ
- ยังขาดผลิตภัณฑ์ที่แพ็คเกจกลุ่มเกย์ ตัวอย่างของต่างประเทศ ได้แก่
 - 1) Axel Hotel ที่เป็นโรงแรม heterofriendly ในเมืองบาร์เซโลนา
 - 2) ผลิตภัณฑ์เชิงศิลปะและวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มเกย์แบบร้านหนังสือ C6mplices และหนังสือ Librería Antinous ในเมืองบาร์เซโลนา
 - 3) กิจกรรมกีฬาสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแบบกิจกรรม Panteresport ซึ่งเป็นกิจกรรมการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้นสำหรับผู้เข้าร่วมที่มีความหลากหลายทางเพศในเดือนกันยายนในเมืองบาร์เซโลนา
 - 4) โปรแกรมนำเที่ยวเฉพาะกลุ่มแบบ Bali Gay Tour ของเมืองบาห์ลี

6. ผลกระทบ 3 ด้าน

- ผลกระทบทางเศรษฐกิจ
 - 1) ทางลบ: คนท้องถิ่นไม่พอใจกับค่าครองชีพที่สูงขึ้นจากการผลักดันให้เป็นเมืองท่องเที่ยว
 - 2) ทางบวก: สร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่าง ๆ และสำหรับเกย์ไม่มีช่วง low season เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม DINKs (Double Income No Kids)
- ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม
 - 1) ทางลบ: อาจเกิดขึ้นเมื่อเกิดความเบาะแว้ง การไม่ยอมรับของคนในท้องถิ่น เช่น กรณีของเมืองบาห์ลี ที่สถานประกอบการต่อต้านนโยบายการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ย่าน Gothic เมืองบาร์เซโลนา
 - 2) ทางบวก: จะเป็นการยกระดับสิทธิของคนในพื้นที่จากนโยบายคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากการต้องการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้
- ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
 - 1) ทางลบ: ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป
 - 2) ทางบวก: นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับประเด็น global challenge เช่น ปัญหาภาวะโลกร้อน ปัญหามลพิษทางอากาศ ปัญหาการกำจัดขยะ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจที่จะร่วม voluntourism คือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกับการเป็นจิตอาสาขับเคลื่อนสังคมในประเด็น global challenge ต่าง ๆ

7. นโยบาย 3 ด้าน (8 นโยบาย)

- นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Marketing)
 - 1) การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ
 - 2) การพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล
 - 3) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม
- นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจกลุ่มเกย์ (Travel)
 - 1) การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ
 - 2) การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม
- นโยบายยกระดับจุดหมายการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)
 - 1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่ปลอดภัยและบริการชั้นเยี่ยม
 - 2) เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
 - 3) การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เวทีแสดงผลงานวิจัยโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์”

GAY TOURISTS

การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาด
นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ:
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

วันเสาร์ที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2563

เวลา 08.30 น. – 17.00 น.

ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ



TSSS

GAY TOURISTS

การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาด
นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ:
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากกลุ่มเกย์

วันเสาร์ที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2563 เวลา 08.30 น. – 17.00 น.
ณ โรงแรมอมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ

09.00 น. – 10.00 น.



อ.วิทยา แสงอรุณ
แนวโน้มของการเติบโต
ของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

10.00 น. – 11.00 น.



ตัวแทนจาก Go Thai Be Free
ความพร้อมของ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

11.00 น. – 12.00 น.



อ. ดร.ศิยานี หิรัญสาลี
กล่าวรายงานสรุปผลการวิจัย
ของโครงการ “การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
ด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว
กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ:
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากกลุ่มเกย์”

เวลา 13.00 – 16.30 น.

เวทีอภิปรายแยกตามรายประเด็น

MARKETING

นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

DESTINATION

นโยบายยกระดับจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

TRAVEL

นโยบายกระตุ้นการตัดสินใจกลุ่มเกย์



**อ.วิทยา
แสงอรุณ**



**อ.ติณณภพ
สินสมบุรณ์ทอง**



**อ.ดร.ศิยานี
หิรัญสาลี**



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้ให้เสียงสะท้อน

รายชื่อผู้ให้เสียงสะท้อนความคิดเห็น (ร่าง) นโยบาย ระหว่างวันที่ 6 เมษายน 2563- 27 เมษายน 2563 จำนวน 101 คน

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	รายละเอียดผู้ให้เสียงสะท้อน	ตำแหน่ง	องค์กร / หน่วยงาน
1	ผศ.ดร.จาดุรงค์ โพะรัตน์ศิริ	ที่ปรึกษาแผนงาน	อาจารย์มหาวิทยาลัย	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2	อาจารย์เคท ครั้งพิบูลย์	ที่ปรึกษาแผนงาน	อาจารย์มหาวิทยาลัย	คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	ผศ.ดร.รณภูมิ สามัคคีคารมย์	ผู้เชี่ยวชาญ	อาจารย์มหาวิทยาลัย	คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4	ติณณภพ สันสมบุรณ์ทอง	ผู้เชี่ยวชาญ	อาจารย์มหาวิทยาลัย	คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
5	สุมาลี ว่องเจริญกุล	ผู้เชี่ยวชาญ	เลขานุการ	สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว
6	นายนิกร อาทิตย์	ผู้เชี่ยวชาญ	ประธานคณะกรรมการ	องค์กรบางกอกเรนโบว์
7	นายวิทยา แสงอรุณ	ผู้เชี่ยวชาญ	ประธาน	LGBT SMEs and Professionals Thailand
8	บุญศรี สี่ตาเลิศ	ผู้เชี่ยวชาญ	เจ้าหน้าที่ประสานงานชุมชนด้านสิทธิ มนุษยชนและส่งเสริมความเท่าเทียม	สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย
9	พรพิพัฒน์ โพธาสินธุ์	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้จัดการ	องค์กรมูลนิธิซิสเตอร์
10	ทิพากร ไชยประสิทธิ์	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้ประสานงานโครงการ	มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน
11	ไม่ประสงค์ออกนาม	หน่วยงานภาครัฐ	ไม่ระบุ	ตำรวจตรวจคนเข้าเมือง
12	โอปอ สุรารักษ์	หน่วยงานภาครัฐ	อาจารย์พิเศษ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
13	ดร. รสิตา สินเอกเอี่ยม	หน่วยงานภาครัฐ	อาจารย์พิเศษ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
14	สิรภพ รุจรัตนพล	หน่วยงานภาครัฐ	อาจารย์พิเศษด้านไอที	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
15	ปริญทร์ นาคสิงห์	หน่วยงานภาครัฐ	อาจารย์มหาวิทยาลัย	ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
16	ปิตินันต์ มุกดาสกุลภิบาล	หน่วยงานภาครัฐ	อาจารย์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	รายละเอียดผู้ให้เสียงสะท้อน	ตำแหน่ง	องค์กร / หน่วยงาน
17	รวินท์นิภา วิลเลิเชวา	หน่วยงานภาครัฐ	เจ้าหน้าที่ธุรการ	หน่วยงานภาครัฐ
18	นายก้องภพ เตือนแจ่ม	หน่วยงานภาครัฐ	เจ้าหน้าที่ธุรการ	วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ
19	พิทยา ชนะพิมพ์	หน่วยงานภาครัฐ	เจ้าหน้าที่ธุรการ	วิทยาลัยเทคนิคฉะเชิงเทรา
20	อภิรักษ์ อภิจักรชัยโชติ	หน่วยงานภาคประชาสังคม	Founder	Net Hero / NGO
21	วรุณศิริ คำภูไทย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Account Executive	NeuMerlin Group
22	Sirapat	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Assistant Manager	Banking
23	วัลยา วุฒิพงษ์วรโชค	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Assistant Sales Manager	โรงแรมพลาซ่าไฮด์ กรุงเทพฯ
24	น.ส. ณัฐธิญา ประเสริฐมนูกิจ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Assistant to Managing Director	C sqare Travel Co.,Ltd.
25	ชญญา วิเศษศิริ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Business Development	Block On Capital pte.,ltd.
26	อัทธนีย์ เรืองเขตการ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Front of house co-operation	Bangkok Screening Room
27	chanika Paisalrojanarat	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Front Office Staff	Cape house hotel
28	ธนิตศักดิ์ พิทักษ์สินากร	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	General Affairs and Marketing	AT Cosmetic (Thailand) Co., Ltd.
29	วิรัชพร เปรมบุรี	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	GRO	SO/ Bangkok
30	Mr.Tharon Niyomsuksiri	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Manager	Avani Hotel
31	Taras Sudhikam	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Marketing	Mrs. Flowers Co., Ltd.
32	จิรายุส สุวรรณวงศ์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Media	นีโอกรุ๊ป
33	Mr.Ongarch Seranee	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Owner	ธุรกิจส่วนตัว
34	นุศรา วัฒนานุตร	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Reservation Manager	Layana Resort and Spa
35	น.ส.ยุพา พงศาสนองกุล	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Sales & Product Manager	Booking Parade
36	Thunyawatta Wongwech	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Section Manager	Toyata Tsusho (Thailand) Co., Ltd

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	รายละเอียดผู้ให้เสียงสะท้อน	ตำแหน่ง	องค์กร / หน่วยงาน
37	เชมทัศน์ กาญจนะปทีป	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Supervisor	F/B
38	ณกานต์ ทองดีสุนทร	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Tour Guide	Freelance
39	ธิดารัตน์ งามอาจเอกะวรรณะ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Trainee	C square travel
40	มาริสสา ฉิมประภา	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	Web-editor หนังสือพิมพ์ The Nation	หนังสือพิมพ์ The Nation
41	วุฒิเมศร์ วราเสนีย์ชัย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าของธุรกิจ	บริษัท ชิมพลี ฟายน์ สตูดิโอ
42	สุรเชษฐ เกษตรภิบาล	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าของกิจการ	อะตอมโฟโต้
43	กัลยาณี วรรณสมบัติ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าของกิจการ	ร้านอาหารญี่ปุ่นซาบูซามูไร
44	กันตภณ เนียมมณี	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าของกิจการ นางโชว์	ซิกส์เคร์ทโชว์ เชียงใหม่
45	ชนสรณ์ ทักษิณาสัมพันธ์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าของธุรกิจ	เพจครบถ้วนเรื่องบ้าน
46	ชวิส เลียงอำไพ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าของธุรกิจ	ขายของออนไลน์
47	ศุภชัย จินตะนฤมิตร	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	เจ้าหน้าที่ประสานงานต่างประเทศ	บริษัท โกไทยแลนด์ทัวร์ จำกัด
48	ภัควลัญญ์ วงษาสืบ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	แคชเชียร์บาร์เบียร์	Night wish Group
49	ธนวัฒน์ โมโนยพงศ์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	กรรมการบริษัท	บ.อาณาจักร
50	นางสาว ศิภาดา สุภาธนาสิน	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท ซี สแควร์ ทราเวล จำกัด
51	นันทศักดิ์ หอมหยก	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ขับรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว	อิสระ
52	นายวันชัย วัฒนาคะกุล	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นักกายภาพบำบัด	โรงพยาบาลสุโขทัย
53	วิรุฬห์วิทย์ ธีรสุวรรณ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นักพากย์เสียง	ช่อง3
54	นาย ศิลวัฒน์ พรหมมา	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นางโชว์	มิราเคิล คาบาเรต์ เชียงใหม่
55	สุรัชย์ วงศ์หาญ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นางโชว์	อิสระ
56	ปิยะ คำปวง	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นางโชว์	ซิกส์เคร์ทโชว์ เชียงใหม่

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	รายละเอียดผู้ให้เสียงสะท้อน	ตำแหน่ง	องค์กร / หน่วยงาน
57	นายเขมินทร กันทาฐ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นางโซว์	Sixcretshow
58	วีรชน เตชะ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นางโซว์	Sixcret Show
59	สุริยา แตะอินรัมย์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	นางโซว์	เพียเตอร์โรงละคร
60	ณัฐวุฒิ คำอ้าย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	บาร์เทนเดอร์	Sixcretshow
61	วันดี ฤทธิมหันต์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้จัดการ	บริษัทอิมจิน รีสอร์ท จำกัด
62	ชนสร โพธิราช	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้จัดการ	ยูเนท
63	อินทัช อินทร์เจริญ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้จัดการ	นิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรเซ็นทรัลปาร์ค 4
64	กฤษฎ วงศ์ปิน	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า	Accor Hotel
65	ธนพล ตั้งโชคดี	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้ประกอบการกิจการ	Beocute Gay Phuket Travel & Transport
66	ชยุตม์ ศิรินันทไพบูลย์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้ประสานงาน	OCEAN
67	นายปวเรศน์ สุขไพบูลย์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	ผู้สื่อข่าวการตลาดหนังสือพิมพ์ ภาษาญี่ปุ่น	หนังสือพิมพ์รายวันภาษาญี่ปุ่นNikkan Thai Business
68	นายเดชา กระหวาย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	พนักงาน	ซิกส์เคร็ตโชว์ (sixcret show)
69	รังสิมันต์ สายชลเขียว	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	พนักงานโรงแรม	โรงแรมซีเบตแกรนด์ภูเก็ต
70	ปริญญา พาอ้อ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	พนักงานบริษัท	บริษัท แอปเปิ้ล จำกัด
71	พิมพ์พลัญ คุ้มไทย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	พนักงานออฟฟิศ	Webport Limited
72	วิกานดา ชนะโชติ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	พนักงานออฟฟิศ	HIS Tours
73	อภิชัย วิชชุรัตน์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	ฟรีแลนส์
74	อิสสระ วินิจกุล	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	อิสระ
75	ทนต์ธนท์ คงชาญศิริ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	Freelance

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	รายละเอียดผู้ให้เสียงสะท้อน	ตำแหน่ง	องค์กร / หน่วยงาน
76	วรรณกร แก้วน้อย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	ฟินทริป
77	สกุลวริศ เผ่าสังจะจามิกร	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	อิสระ
78	พัทธธีรา ตั้งมันคงวรกุล	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	Wendy Tour
79	สิรพริษฐ์ อนันต์ชื่นสุข	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	มัคคุเทศก์อิสระ
80	วีระศักดิ์ วงศ์ยา	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	อิสระ บริษัทเอเซียเนทเวิลด์
81	สุปราณี ธรรมโชติ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	ฟรีแลนซ์
82	ชินสีย์ ศรีชั้นรวงศ์	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	บ.ไทยเที่ยวนอกจำกัด
83	นิชาพร ควรสมาคม	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	มัคคุเทศก์อิสระ In bound & Out bound
84	วัลลภาภรณ์ วงศ์นครสว่าง	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์ ภาษาฝรั่งเศส	อิสระ
85	ณัฐพงศ์ วสุศุภชัย	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์ ภาษาอินโดนีเซียและอังกฤษ	อิสระ
86	อสมารณ โรจน์พวง	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	Bangkok Charm Tour
87	ปุณณภา สกุลบุญณอม	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	มัคคุเทศก์	ฟรีแลนซ์
88	อัษฎวิญญ์ เอี่ยมสุวรรณ	ผู้ประกอบการและธุรกิจ LGBT	หัวหน้าทัวร์	บริษัท go holiday centertour
89	ธนัท นิติไกรนนท์	ผู้ที่สนใจ	Auditor	Freelance
90	เดชนันท์ บุญพละ	ผู้ที่สนใจ	Freelancer	ไม่ระบุ
91	จารพ ลิ้มสกุล	ผู้ที่สนใจ	เจ้าของกิจการร้านเบเกอรี่	Baking club bakery
92	สมานลักษณ์ บุญรักษ์	ผู้ที่สนใจ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ
93	Pettien Lhuangsumrit	ผู้ที่สนใจ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ
94	จิรวชิรธนนท์ ชวัล ชาตชนันท	ผู้ที่สนใจ	ทำงานอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	รายละเอียดผู้ให้เสียงสะท้อน	ตำแหน่ง	องค์กร / หน่วยงาน
95	ชวินโรจน์ ชีรพัชรพร	ผู้ที่สนใจ	นักวิชาการอิสระ	ไม่ระบุ
96	จักรธร พรหมจาง	ผู้ที่สนใจ	นักศึกษา	มหาวิทยาลัย
97	ศิริชัย กาญจนภาส	ผู้ที่สนใจ	พนักงาน	แมคโดนัลด์
98	กวี ปฐมบุรณ์	ผู้ที่สนใจ	พนักงานต้อนรับ ช่างภาพ	อิสระ
99	พุทธิพงศ์ คุ่วางธรรม	ผู้ที่สนใจ	พนักงานออฟฟิศ	สำนักงานเอกชน
100	ยศธกาญจน์ รุ่งแสงสุวรรณ	ผู้ที่สนใจ	ว่างงาน	ว่างงาน
101	อมเรศ ศิริวัฒน์	ผู้ที่สนใจ	อิสระ	อิสระ

ภาคผนวก ค

รายละเอียดการรับฟังเสียงสะท้อน

การแสดงความคิดเห็นต่อ (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1) นโยบายส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Market) เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.1 การสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ของกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศไทย

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การสื่อสารประเด็นกฎหมาย การสร้างยุทธศาสตร์เพื่อการสื่อสารจำเป็นต่อการรับรู้ หากยังไม่มีกฎหมายรับรองแต่มีการสื่อสารเรื่องความปลอดภัยสำหรับทุกคน สื่อสารเรื่องการต่อสู้ต่อประเด็นกฎหมายสิทธิพลเมืองของผู้มีความหลากหลายทางเพศ สามารถสร้างความรู้สึที่ดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายว่านักท่องเที่ยวสามารถมีโอกาสเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันประเด็นความเท่าเทียมทางเพศอย่างมีส่วนร่วมและทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจได้

การแสดงจุดยืนของรัฐบาลไทย การนำเสนอความคืบหน้าหรือแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับความเท่าเทียมตามข้อเท็จจริงนั้นมีพลังในการสื่อสาร เพราะชาวต่างชาติให้ความสำคัญเรื่องสิทธิมนุษยชนมาก

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

ข้อเท็จจริงด้านสิทธิพลเมือง หากเปรียบเทียบกับประเทศในทวีปเอเชีย หลักฐานประจักษ์ในข้อเท็จจริงด้านสิทธิพลเมืองหลายรูปแบบของประเทศไทย มักกลายเป็นจุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง เพราะยังไม่ประสบความสำเร็จในการประกาศใช้นโยบายกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และหากแหล่งข้อมูลทั่วไปสามารถนำเสนอข้อมูลด้านกฎหมายสิทธิพลเมืองต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นสิ่งที่ดีที่จะช่วยขยายข้อมูลด้านนี้ต่อไป เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวประเทศไทยทั่วไประบุให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายต่อคนทุกกลุ่มทำให้คนกลุ่ม LGBT ไม่รู้สึกแปลกแยก

ข้อจำกัดในการสื่อสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอาจพบข้อจำกัดในการสื่อสาร แม้ พ.ร.บ. และการแก้ไขกฎหมายต้องใช้เวลาและเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย การแสดงความจริงใจว่าภาครัฐมีความตั้งใจปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นที่เข้าใจได้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การร่วมมือกับหน่วยงานต่างชาติ การใช้ประโยชน์จากหลักการสากลหรือกฎหมายสากลที่มีการรับรองระหว่างประเทศเป็นการเชื่อมมิตินานาชาติกับประเทศไทยในการอ้างอิงกฎหมายที่ยอมรับ หน่วยงานภาครัฐอาจต้องเข้าถึงสื่อออนไลน์ประเภทแอปพลิเคชันหาคู่ (Dating Application) ที่เป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้มีความหลากหลายทางเพศ อาทิ Hornet Jack' D และ Grindr เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทาง

เพชรบุรีภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องทุกครั้งที่ใช้แอปพลิเคชัน รวมถึงสื่อสารด้านความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การสื่อสาร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องเป็นแม่ข่ายหลักในการสื่อสารเรื่องกฎหมายสิทธิพลเมือง โดยการทำให้ VDO ให้ความรู้เรื่องแบบชัดเจนเป็นรูปธรรม และสื่อสารผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างความเข้าใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการสื่อสารผ่านหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยโดยตรง ซึ่งทำให้ข้อมูลที่ต้องการสื่อสารมีความเชื่อถือสูง ดังนั้นการทำงานผ่านภาครัฐเรื่องการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ รวมไปถึงการแสดงผลเรื่องกฎหมายตามช่องทางเว็บไซต์สำหรับการจองโรงแรม จองสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และควรสื่อสารข้อมูลกับนักท่องเที่ยวให้ทราบโดยทั่วกัน

กฎหมาย การให้ความรู้เรื่องการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องการรับบุตรบุญธรรม ประเทศไทยมี พ.ร.บ. คุ้มครองปีพ.ศ. 2558 แต่เงื่อนไขของการรับบุตรบุญธรรมนั้น ไม่ครอบคลุมบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และควรเน้นย้ำเรื่องการกระทำที่ผิดกฎหมายในประเทศไทยเรื่องการค้ามนุษย์ การค้าประเวณี และการล่วงละเมิดเด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 18 ปีที่มีบทลงโทษรุนแรง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและระมัดระวังมากขึ้น รวมถึงควรแสดงกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ประเทศไทยมีในปัจจุบันที่แสดงถึงความเป็นมิตรและการให้ความสำคัญต่อสิทธิของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพิ่มเติม อาทิ คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติให้ความสำคัญเรื่องการละเมิดและปกป้องสิทธิของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมทั้งมีองค์กรบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่หลากหลายและเข้มแข็งในการปกป้องสิทธิ

1.2 นโยบายการพัฒนาและการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากล

1) นโยบายการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism)

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบนั้นคือสิ่งที่ควรทำอย่างเป็นปกติ โดยการทำโดยไม่แบ่งแยกว่ากลุ่มเป้าหมายคือเพศใดโดยเฉพาะเจาะจงนั้นคือสิ่งที่เหมาะสม เพราะไม่ว่าเป็นเพศใด เมื่อขึ้นชื่อว่าเป็นนักท่องเที่ยวควรไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างมีความรับผิดชอบ รักษาสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นสมบัติของส่วนรวม เพื่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวคนอื่นที่จะมาในภายหลังของตนเองที่อาจจะมีการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชนท้องถิ่น

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

ประเด็นสิ่งแวดล้อม เป็นความรับผิดชอบของทุกคนและทุกที่ทุกเวลา การทำการตลาดชูประเด็นสิ่งแวดล้อมคู่ไปกับจังหวัดน่านร่องที่จัดทำแคมเปญเจ้าบ้านและผู้ประกอบการเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวเกย์อยู่แล้วในเบื้องต้นเป็นเรื่องดี แต่ควรทำให้ต่อเนื่องจริงจังและอันที่จริงควรคิดชูประเด็นสิ่งแวดล้อมให้ใหญ่กว่าแค่จังหวัดน่านร่องแต่คือทั้งประเทศไทยในภาพรวม เพราะธรรมชาติคือสิ่งที่ไม่แบ่งแยกและข้ามพรมแดน

พรมแดน (trans) อย่างแท้จริง และอาจเชื่อมโยงประเด็นสิ่งแวดล้อมเข้ากับการเดินทางแบบแสวงหาเชิงจิตวิญญาณ (spiritual search) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมธรรมชาติในประเทศไทยได้

มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนสัมพันธ์ การดำเนินมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนสัมพันธ์ที่หละหลวมหรือรัดกุมเกินไปอาจทำให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนเกิดความไม่พอใจและอึดอัด หน่วยงานภาครัฐในระดับชุมชนและท้องถิ่นจะต้องสื่อกลางระหว่างรัฐกับชุมชนในการประสานความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยว รัฐ และประชาชนในชุมชนอย่างเข้มแข็ง

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การสร้างความสำเร็จให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ถือว่าเป็นประเด็นหลักที่ควรมีการจัดการและปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง และการสร้างห้องน้ำเพื่อความเสมอภาค (All gender restroom) ให้เกิดขึ้นในสถานที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาอย่างยั่งยืน หลักการคิดคือการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทุกคน ผู้ใช้งานไม่รู้สิทธิถูกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ ผู้ใช้งานอาจหมายถึงทุกคนทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ควรต้องดำเนินการอย่างจริงจังตามหลักการสากลเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเช่นนี้

ห้องน้ำ All Gender Restroom ต้องทำความเข้าใจกับคนไทยก่อนว่า ทำไมถึงจำเป็นต้องมี มีเพื่ออะไร เพื่อการใช้งานร่วมกันกับนักท่องเที่ยวในบริเวณสนามบินหรือพื้นที่สาธารณะจะได้ไม่มีปัญหาระหว่างกัน และขยายผลไปสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การสร้างห้องน้ำ อาจต้องสร้างในสถานที่ที่คนมีความเข้าใจและเปิดกว้างก่อน อาจเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น สยาม จุฬา สุวรรณภูมิ หรือต่างจังหวัด เช่น ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ ทำให้เกิดเป็นแรงสะท้อนและแรงขับเคลื่อนที่ดี แต่ถ้าไปทำในย่านที่คนยังไม่ได้เปิดกว้างหรือท้องถิ่นเกินไป อาจเกิดการ Bully ต่อ LGBT ในพื้นที่ตามมา เริ่มต้นให้มันเป็นเรื่องของ "สัญญาะ" ก่อนแล้วค่อยพัฒนาในการนำไปใช้จริง

ความท้าทายระดับสากล มุ่งเน้นการสื่อสารประเด็นความท้าทายระดับสากลของการท่องเที่ยวไทยผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

จัดแคมเปญ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย การทำแคมเปญกิจกรรมต่าง ๆ ตามวันสำคัญที่เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศอย่างกว้างขวางมากขึ้น ประสานไปยังโรงแรม ห้างสรรพสินค้า ในการจัดแคมเปญที่สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการได้ทุกกลุ่ม

1.3 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

1) การพัฒนากิจกรรมสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่น การจัดงานโดยภาครัฐเป็นผู้นำจะสามารถสร้างความมั่นใจและเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ไม่ใช่เพียงแต่เป็นผู้บริจาด ครอบครัวยุค Pride Parade เป็นงานประจำปีของประเทศในทุกเมืองหลักของทุกภาค เพราะปัจจุบัน พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต มีการดำเนินการและได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และกลุ่มความหลากหลายทางเพศที่ดี และมีภาคเอกชนสนับสนุนจำนวนมาก เพื่อให้เป็นกิจกรรมประจำปีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยจัดโปรโมชั่นให้มีช่วงเวลาที่ต่อเนื่องกันเป็นการสร้างความมั่นใจในการลงทุนมากยิ่งขึ้น รวมถึงส่งเสริมการผนวกการนำเสนอการตลาดท่องเที่ยวในทุกรูปแบบที่ต้องการส่งเสริมได้อย่างมีสีสันไม่น่าเบื่อ เช่น การแทรกประเด็นสิ่งแวดล้อม การกระตุ้นเศรษฐกิจ และส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การจัดงาน Pride Parade ไม่จำเป็นต้องจัดในช่วงเทศกาล ประเทศไทยมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศเข้าประเทศอยู่แล้ว ไม่มีความจำเป็นต้องจำกัดพื้นที่ในการแสดงออกถึงความเท่าเทียมอยู่บนถนนสีลมเท่านั้น ลานกว้างหน้า Central World สามารถจัดได้ แต่การสื่อสารต้องเข้าถึงสังคมทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย จุดประสงค์ในการจัดงานชัดเจน และมีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมแบบบูรณาการ การจัดงานต้องไม่รบกวนการใช้ชีวิตของผู้อื่นในสังคม เช่น ปัญหารถติด

ในประสบการณ์ของประเทศไทยยังคงต้องมีพัฒนาการต่อเนื่องต่อไปอีกนานกว่าจะสื่อสารประเด็นที่นอกเหนือไปจากการแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศ เพศวิถี ทัศนคติทางเพศ ซึ่งตามจริง Pride ที่เป็นต้นแบบและเป็นที่จดจำในโลกมักมาจากการต่อยอดความทรงจำเรื่องการต่อสู้ทางการเมืองของท้องถิ่นนั้น ๆ ที่มีต่อกลุ่มเกย์ที่มีมาอย่างยาวนานมีการสร้างฐานกลุ่มคนและย่านชุมชนที่มีประสบการณ์ร่วมในสิ่งที่ร่วมกันผลักดันอย่างลึกซึ้ง มากกว่ามุ่งเน้นการตลาดท่องเที่ยว ดังนั้น “จิตวิญญาณ” ของกิจกรรมลักษณะนี้ต้องมาจากรากฐานของชุมชนและท้องถิ่นนั้นเป็นหลัก โดยได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากภาคส่วนอื่น มากกว่าจะเป็นการทำเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวอย่างโจ่งแจ้ง

การนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้นอาจเป็นปฏิปักษ์กับค่านิยมของสังคมไทยที่ยังคงกีดกันผู้มีความหลากหลายทางเพศออกจากพื้นที่สาธารณะ (public sphere) และจำกัดผู้มีความหลากหลายทางเพศไว้ในพื้นที่ส่วนตัว (private sphere) ฉะนั้น รัฐบาล นักวิชาการ และองค์กรภาคประชาสังคม ภาคใต้คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่รัฐจัดตั้งจะต้องให้ความรู้สาธารณะเพื่อชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ในทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อควรระวังมากที่สุด คือ การนำเสนอทางเพศ พัทยา ไพรด์ทำเรื่องนี้ได้ดี ด้วยการควบคุมการแสดงออก เพราะประเทศไทยยังมีความเป็นอนุรักษนิยม การจัด Gay Pride Parade โดยไม่คำนึงถึงท้องที่ จะ

ทำให้ถูกโจมตี กำหนดขอบข่ายในการแสดงออกที่ไม่ขัดกับหลักกฎหมายของบริบทประเทศไทย Pride Parade บางแห่งอาจมีการแสดงออกทางรสนิยมทางเพศที่สุโด่ง เช่น การโชว์อวัยวะเพศในที่สาธารณะ หรือการร่วมเพศในที่สาธารณะ ซึ่งแม้จะเป็นการกล่าวถึงเพศใด ๆ ก็ไม่ควรทำทั้งสิ้น การควบคุมการแสดงออกบางประการของงานไพรด์ที่อาจเกิดขึ้นในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะการจัดงานในพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อเพศทางเลือกนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เพราะแม้ประเทศไทยจะดูเหมือนมีความเสมอภาคทางเพศมาก แต่ประชาชนจำนวนมากก็ยังไม่มีการรับรู้ต่อเพศทางเลือกที่ดีพอ และต่อต้านอย่างรุนแรง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวได้

ความท้าทาย คือ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งด้านงบประมาณ การประสานงาน ทำอย่างไรให้เกิดจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

บทบาทหน้าที่ของรัฐบาล การจัดทำกิจกรรมใหม่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีความสำคัญในการสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคม รัฐบาลควรให้ความร่วมมือกับภาคประชาสังคมให้มากที่สุดเพื่อให้งาน Pride กลายเป็นงานประจำปีและเป็นจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวของประเทศ อีกทั้งรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมประชาสัมพันธ์งาน Pride ในปัจจุบันในจัดเป็นประจำปีในจังหวัดต่าง ๆ ผ่านภาพยนตร์โฆษณาเพื่อตอกย้ำให้ผู้คนในสังคมมองว่ากิจกรรม Pride เป็นกิจกรรมที่ไม่เป็นอันตรายหรือขัดต่อค่านิยมของสังคมไทย เน้นการสื่อสารต่อสังคมอย่างประจักษ์ว่า งาน Pride Parade เป็นงานที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมไม่เฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น ระยะเวลาให้ชัดเจน รวมทั้งการดูแลเรื่องความปลอดภัย ควรดูการจัดงาน pride ในอเมริกามาเป็นแนวทางในการจัดงาน จะเห็นได้ว่าหน่วยงานรัฐทั้งตำรวจ ทหาร หน่วยปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมหลัก ในการจัดงาน โดยให้หน่วยงานเอกชนเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรม

จากงานดังกล่าวในสองปีของจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มผู้จัดกิจกรรมดังกล่าวยังเป็นองค์กรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับกลุ่มความหลากหลายทางเพศรวมตัวกันจัดขึ้นเอง ทั้งรูปแบบ การจัดงาน งบประมาณ มีเพียงองค์กรเอกชนอื่น ๆ เพียงไม่มากที่เข้ามาสนับสนุน ซึ่งหากเทียบกับจำนวนผู้เข้าร่วมงานที่เป็นชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มความหลากหลายทางเพศที่มีผู้สนใจเข้าร่วมมากขึ้น ซึ่งหากการจัดงานดังกล่าวมีการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจ การรับรู้ และมีหน่วยงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานของรัฐในส่วนอื่นๆเข้าร่วมด้วย วัตถุประสงค์ของกิจกรรมดังกล่าวจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้มากกว่านี้ และเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดีในระดับหนึ่ง

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การประชุม ควรมีการสนับสนุนการประชุมอย่างเต็มที่ เนื่องจากสามารถมุ่งเน้น LGBT Tourism ในรูปแบบต่าง ๆ ตอบโจทย์ทางการท่องเที่ยวได้
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การจัดรูปแบบงาน ควรระดมความคิดเรื่องงานสร้างสรรค์อื่น ๆ ที่มีสเกลทั้งใหญ่และเล็ก การจัดงานใหญ่อยู่หลังการในตอนต้นอาจล้มนไหว ควรให้หลายฝ่ายจัดงานหลายรูปแบบแล้วขยายการจัดงานนั้น

2) นโยบายการกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Travel)

2.1 การผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay map) ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

เศรษฐกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในทุกระดับ และช่วยลดปัญหาผลกระทบด้านความพึงพอใจ โดยทำการสื่อสารแนะนำได้ถูกจุดให้นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการที่มุ่งเป้ากลุ่มนักท่องเที่ยวได้มาเจอกันรัฐบาลควรเร่งรัดสนับสนุนโดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนในการขอข้อมูลแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างครบวงจร อาทิ ผับ โรงแรม โรงพยาบาลผ่าตัดแปลงเพศ ชวนำ สถานบริการทางเพศ ร้านขายสินค้าทางเพศ เป็นต้น บนแอปพลิเคชัน Go Thai Be Free Gay Map ทำงานได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

มุมมองของรัฐบาล อาจมองว่าสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นขัดกับค่านิยมของสังคมไทย จึงไม่สนับสนุนไปโดยปริยาย และการท่องเที่ยวของผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศไม่ควรมีความแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบธรรมดาสามัญที่รัฐบาลประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวไม่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไปโดยปริยาย

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว นักวิชาการและองค์การภาคประชาสังคมควรให้ความรู้แก่ภาครัฐเพื่อให้ตระหนักว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้มีความหลากหลายทางเพศคืออะไร ผ่านการสำรวจและงานวิจัยในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำเสนอข้อเท็จจริงว่านักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางมายังประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการใดบ้าง

ข้อมูลที่ควรเพิ่มเติม ข้อมูลแนะนำองค์กรที่ทำงานด้านบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยลงไปใน Gay map เพื่อขอความช่วยเหลือหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่นักท่องเที่ยวสนใจ การสื่อสารบริบทชีวิตของประเทศไทย สิ่งที่เกี่ยวข้องวัฒนธรรมไทย พฤติกรรมและการแสดงออกในวัฒนธรรมไทยที่เหมาะสมในคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวและควรทำหลายภาษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น ไทย อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ฯลฯ สื่อสารประเด็นสุขภาพทางเพศด้วย เช่น หน่วยงานที่ให้คำแนะนำเรื่องการป้องกัน HIV การเข้าถึงยา Pep/PreP และพัฒนา App ต่างๆที่รองรับทั้ง IOS และ Android เพื่อให้สามารถครอบคลุมและตอบสนองช่องทางการค้นหาที่หลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยว และมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน คัดกรองธุรกิจ

บริการให้ได้มาตรฐาน เน้นการสื่อสารข้อมูลอย่างเที่ยงตรง รวมถึงควรมีให้คำแนะนำการบริการ ราคาการให้บริการโดยผู้ที่เคยไปใช้มาแล้วแบบ Trip Advisor เพื่อช่วยนักท่องเที่ยวตัดสินใจ การนำเสนอข้อมูลสถานบันเทิง ร้านค้า บริการควรมีการตรวจสอบเช็คข้อมูลของสินค้าและบริการนั้น ๆ ให้ถูกต้องก่อนนำเสนอ และมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันตลอดเวลา เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศมีหลายระดับ ซึ่งมีทั้งที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ หากต้องการคัดกรองและอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และมีการแสดงความคิดเห็นหลังใช้บริการนั้น ๆ เน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

2.2 การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายปลายทางโดยการเสนอขายเป็นกลุ่ม

1) การส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกี่ยวกับการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่ม

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

บทบาทหน้าที่ของรัฐบาล รัฐบาลควรประสานและเชื่อมต่อผู้ประกอบการเข้าด้วยกันเพื่อส่งเสริม promotion การท่องเที่ยวในลักษณะ package ซึ่งจะเป็นผลบวกต่อนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเอง อีกทั้งยังตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมากอีกด้วย

การฝึกกำลังของผู้ประกอบการ การทำพาสปอร์ตการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่เข้าร่วมโครงการถือเป็นประเด็นที่น่าสนใจ หากมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จะส่งผลให้มีการกระจายรายได้ของผู้ประกอบการจากหลาย ๆ ที่ต่อกัน และมีผลต่อการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเอง เพิ่มความสนใจ เพิ่มข้อมูลในการตัดสินใจที่จะเดินทางมาประเทศไทย และเพิ่มระยะเวลาในการท่องเที่ยวให้เป็น long trip มากขึ้น

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

มุมมองของรัฐบาล อาจไม่เข้าใจการส่งเสริม promotion การท่องเที่ยวยามราตรีมากนัก และมองว่าอาจขัดต่อค่านิยมของสังคมไทย จึงส่งผลทำให้การส่งเสริม promotion ในลักษณะ package ดังกล่าวไม่สามารถดำเนินการได้จริง เพราะหากไม่ใช่รัฐที่เป็นสื่อกลางในการประสานกับผู้ประกอบการทั้งหลายย่อมไม่มีหน่วยงานใดที่จะสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนได้ ต้องพยายามลบภาพอุตสาหกรรมทางเพศของไทยให้มากขึ้น มิฉะนั้นการประชาสัมพันธ์อาจส่งผลกระทบด้านลบต่อการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

รูปแบบแคมเปญ ควรปรับใครก็สามารถใช้บริการได้และทำเป็นแคมเปญเสรีเพศ อาจเน้นกลุ่มเกย์ แต่เปิดให้ทุกคนเข้าถึงได้ ไม่ว่าคุณจะเป็นเพศไหนก็เที่ยวไทยได้ทุกที่ ซึ่งจะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวได้อย่างดี มากกว่าเมืองหลักๆ พร้อมทั้งยังทำให้การลงทุนเติบโตได้มากขึ้น

การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริม promotion การท่องเที่ยวแบบ package นี้ ควรรวมถึงการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวยามราตรีด้วย เช่น การท่องเที่ยวด้านอาหาร (แจกส่วนลดร้านอาหาร

ต่าง ๆ) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ลดราคาเข้าชมในสถานที่ต่าง ๆ เมื่อสะสมแต้มครบถ้วน) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (แจกของสมนาคุณเมื่อแต่งกายถูกต้อง) เป็นต้น

การเก็บรักษาข้อมูล ข้อควรระวังมาตรการระบุตัวตนหรือการแสดงตัวตนว่าเป็น LGBTQ ใน Passport เพื่อรับสิทธิประโยชน์ควรรัดกุม เพื่อป้องกันกลุ่ม Homophobia ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ หรือกลุ่มผู้ฉกฉวยประโยชน์จากนักท่องเที่ยวที่เป็น LGBTQ รวมถึงควรระวังการสื่อสารในพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ หรือที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เข้มแข็งต้องระวังมาก กรณี เสาร์ ชาว เอ็ด เป็นต้นอย่างชัดเจนที่เกย์ถูกปิดล้อม จากอิทธิพลความไม่เข้าใจของท้องถิ่น

2) แคมเปญ Go Thai Be Free นำเสนอการขายการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางเดียวกัน (Gay Passport)

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

มาตรการความปลอดภัยและสุขภาพ สร้างและดำเนินมาตรการ ตลอดจนเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกในย่านที่มุ่งเน้นกิจกรรมบันเทิงยามค่ำคืนสำหรับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ เช่น โรงพักและห้องซัง สถานพยาบาล โรงแรมที่พัก ห้องน้ำ และควรเป็นส่วนหนึ่งกับกระบวนการคิดเรื่องเกย์สปอร์ต ซึ่งไม่ควรคำนึงถึงแค่การผ่านประตูเข้าแหล่งท่องเที่ยว แต่ควรหมายรวมถึงการรับรองสิทธิในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างทางที่เหมาะสมกับรูปแบบความหลากหลายทางเพศของนักท่องเที่ยวด้วย

3) นโยบายการยกระดับจุดหมายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Destination)

3.1 การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การผลักดันกฎหมาย ควรเร่งให้มีการปฏิบัติเป็นไปตามแนวทางสากล ดังตัวอย่างในหลายประเทศ เพื่อประโยชน์และโอกาสของทุกคน ไม่ใช่แค่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และให้สามารถนำมาใช้สร้างข้อสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ได้อย่างชัดเจนและเป็นธรรม

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการเผยแพร่ภาพลักษณ์การยอมรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรจัดทำโครงการประสานกับทั้งภาคประชาสังคมในการผลักดันกฎหมายตามความต้องการของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ ประชาพิจารณ์ เวทีเสวนาสาธารณะ ฯลฯ

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

หลักการผลักดันกฎหมาย การผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศเป็นมากกว่าแค่เพื่อผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว และไม่ควรนำผลประโยชน์ที่คาดหวังจากการท่องเที่ยวมาโยงเพื่อเป็นแค่เครื่องมือผลักดัน และควรคิดอย่างต่อเนื่องในมิติที่ครอบคลุมได้เช่นเดียวกับสิทธิเด็ก (ป้องกันการ

ล่วงละเมิดและคำประเวณีเด็กทุกเพศ) คนพิการ (สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทุกคน) สิทธิในการเข้าถึงการรักษาพยาบาล (สำหรับคนข้ามเพศและแปลงเพศ) ฯลฯ

การผลักดันและออกกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใสและเปิดโอกาสให้ประชาชนและองค์การภาคประชาสังคมหลากหลายกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนะรายละเอียดของข้อกฎหมายแต่ละฉบับ มิเช่นนั้นกฎหมายที่ออกมาจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่รัฐบาลจัดตั้งควรประกอบด้วยนักวิชาการหลากหลายสาขาวิชาเพื่อสะท้อนมุมมองที่สำคัญแตกต่างกัน อาทิ นักนิติศาสตร์ นักการตลาด นักสังคมวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น รวมถึงไม่แบ่งแยกกีดกันองค์การภาคประชาสังคมด้วยกฎเกณฑ์ใด ๆ ที่อาจมีผลทำให้องค์การภาคประชาสังคมบางองค์การไม่สามารถเข้าร่วมการประชุมในคณะกรรมการชุดดังกล่าวได้ อาทิ การตั้งเกณฑ์ระดับความเข้มข้นในการดำเนินงานส่งเสริมความเท่าเทียมในระดับชาติ จังหวัดที่ตั้งขององค์การ และอื่น ๆ

การแก้ไขกฎหมายเรื่อง age consent อาจนำมาซึ่งการขัดกับข้อกฎหมายด้านการค้าประเวณีและการค้ามนุษย์ เช่น การเปลี่ยนแปลงเกณฑ์อายุตามที่กฎหมายกำหนดอาจส่งผลทำให้อัตราผู้เสียหายจากการค้ามนุษย์เข้าสู่อุตสาหกรรมทางเพศเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในหมู่เด็กและเยาวชนชาย เป็นต้น

การเน้นในเรื่องบทกฎหมายต่าง ๆ ในประเด็นต่าง ๆ มีข้อควรระวังที่ต้องมีให้ขัดกับตัวบทกฎหมายของประเทศไทย และไม่กระทบต่อเพศอื่นในสังคม เนื่องจากแต่ละประเทศมีความละเอียดอ่อนทางข้อกฎหมายที่ต่างกัน โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มความหลากหลายทางเพศค่อนข้างจะละเอียดอ่อนมาก และเป็นที่น่าสนใจและเป็นประเด็นในสังคม สังคมไทยค่อนข้างละเอียดอ่อนและมีกฎเกณฑ์ในการยึดถือปฏิบัติมานาน การยอมรับหรือการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างต้องใช้ระยะเวลาและต้องอาศัยการให้ข้อมูลเพื่อการสื่อสารให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

บทบาทของหน่วยงานราชการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสาร เสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งสื่อสารประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBT กับนโยบายและกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ อ้างอิงหลักการสากลทั้งด้านสาธารณสุขและสิทธิพลเมือง แต่ต้องชัดเจนกับกฎหมายและช่องโหว่อื่น ๆ ของระบบประเทศไทยด้วย ที่อาจเป็นได้ทั้งอุปสรรคและโอกาส แต่ต้องมุ่งเป้าหมายเดียวกันคือยึดหยุ่นเพื่อสร้างโอกาสให้การท่องเที่ยว

การผลักดันกฎหมายเพื่อการท่องเที่ยว ควรผลักดันกฎหมายการรับรองเพศสภาพของบุคคลข้ามเพศเพิ่มเติม เนื่องจากปัจจุบันในไทยยังมีปัญหาบุคคลข้ามเพศยังไม่ได้รับรองเพศสภาพตามเพศปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัญหาต่อการเดินทางของบุคคลคนข้ามเพศไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาในประเทศและออกนอกประเทศหากมีกฎหมายนี้จะทำให้กลุ่มบุคคลข้ามเพศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และควรให้ความสำคัญกับกฎหมายรับรองอัตลักษณ์ทางเพศ (Gender Recognition) ควบคู่ไปด้วยเพราะเป็นการขับเคลื่อนที่ระดับ

สากลให้ความสนใจ หากประเทศไทยสามารถปลดล็อคได้ ภาพลักษณ์ด้านสิทธิมนุษยชนและการท่องเที่ยวย่อมส่งผลแปรผันตรงตามไปด้วย

3.2 เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การปรับทัศนคติ ของกลุ่มคนหัวเก่าหรือห่างไกลจากการรับรู้เกี่ยวกับเพศทางเลือก ควรได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง และรีบทำเป็นอย่างแรกก่อนสิ่งอื่นใด เพราะต้องใช้เวลาปลูกฝังระบบความคิดในระยะยาว แต่ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะการไม่ยอมรับและประณามอย่างรุนแรงต่อเพศทางเลือกนี้ ก็ยังคงมีอยู่ในทุกประเทศทั่วโลกในปัจจุบัน การเผยแพร่ความรู้เพื่อทำความเข้าใจเพราะเป็นส่วนสำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติและการทำงานด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศในระยะยาว

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาทักษะความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะ รัฐบาลควรกำหนดให้พนักงานและบุคลากรด้านการให้บริการได้รับการฝึกอบรมพัฒนาทักษะความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศภาวะ อาจเริ่มต้นจากการจัดทำโครงการนำร่องในกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมในเขตพื้นที่ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก่อน และเมื่อสถานประกอบการใดผ่านการฝึกอบรมแล้วก็จะได้รับการรับรองจากภาครัฐประกอบการประชาสัมพันธ์ในแอปพลิเคชันของ Go Thai Be Free ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งควรเผยแพร่และปลูกฝังเชิงความคิดตั้งแต่ระดับพื้นฐานเพื่อลดความแตกต่างในสังคม

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องความหลากหลายทางเพศ ควรครอบคลุมตำรวจ สถานีพยาบาล และสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ควรจะเกิดการอบรมแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และมีการทบทวนติดตามอย่างต่อเนื่อง และอยากให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนอกเหนือจากที่กล่าวมาในร่างข้อเสนอนี้ โดยเฉพาะตำรวจผู้บังคับใช้กฎหมายเข้ามีส่วนร่วมด้วย เพราะบ่อยครั้งที่พบปัญหาด้านการเดินทางหรือการเลือกปฏิบัติเจ้าหน้าที่ตำรวจในพื้นที่นั้น ๆ มักใช้ดุลยพินิจในการบังคับใช้กฎหมายกับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ผู้วิจัยและผู้ร่วมคณะทำงานอาจต้องเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจด้านความเท่าเทียมทางเพศกับสังคมด้วย เพราะอาจมีความเข้าใจผิดและสับสนกับการเรียกร้องสิทธิเหนือผู้อื่นในกลุ่มคนที่ไม่เข้าใจหรือกลุ่มผู้เกลียดกลัวคนรักเพศเดียวกัน

การร่วมมือของรัฐบาล อาจต้องดำเนินการด้วยมาตรการที่หลากหลาย อาทิ กำหนดให้นายจ้างและฝ่ายบุคคลเข้าร่วมการฝึกอบรมในช่วงเริ่มต้น จากนั้น มีการออกมาตรการเฝ้าระวัง หากรัฐบาลได้รับการร้องเรียนหรือพบเห็นการเขียนวิพากษ์วิจารณ์ด้านการให้บริการที่ไม่ละเอียดอ่อนทางเพศภาวะ รัฐบาลอาจหาวิธีลงโทษเช่น ระบุข้อมูลของสถานประกอบการดังกล่าวในแอปพลิเคชันเป็นเวลา 30 วัน เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนในสาขาวิชาการจัดการโรงแรมในสถาบันต่าง ๆ ควรได้รับการกระตุ้นให้เห็นถึง

ความสำคัญของความละเอียดอ่อนในประเด็นเพศภาวะในการให้บริการอันเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนในหลักสูตรนั้น ๆ ด้วย จึงอาจจะต้องเพิ่มบทบาทของหน่วยงานภาครัฐอื่น อาทิ กระทรวงอุดมศึกษาฯ เพื่อส่งเสริมความสำคัญของประเด็นดังกล่าว ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยขาดองค์ความรู้เรื่องนี้และหน่วยงานที่จะทำเรื่องนี้อย่างจริงจัง ทำให้ที่ผ่านมาไม่เกิดขึ้น ต่างประเทศได้ทำเรื่องนี้มานานแล้วจนเคยชิน ต้องเริ่มจากเอกชนก่อน ภาคบริการสำคัญที่สุดที่ควรเริ่ม เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง เมื่อพบกับผู้โดยสารมักจะเรียกแทนผู้โดยสารว่า mister หรือ miss ซึ่งเจ้าหน้าที่รุ่นก่อนๆ ได้ให้ความเห็นว่าเป็นคำเรียกระดับปกติที่ไม่แสดงอารมณ์ชอบหรือไม่ชอบต่อผู้โดยสาร และการเรียกผู้โดยสารว่า sir หรือ mam จะเป็นการพินอบพิเทาเกินไปสำหรับตำรวจตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งต้องเว้นระยะต่อผู้โดยสารอย่างเหมาะสม ไม่ทำตนสนิทหรือเอนเอียงไปทางใดทางหนึ่งต่อผู้โดยสารที่จะเข้ามา เพื่อสังเกตท่าทีของผู้โดยสารตามขั้นตอนของตำรวจ ซึ่งส่งผลต่อความมั่นคงของประเทศ แต่ผู้ตอบเองมีความเห็นอีกแบบว่าการเรียก sir หรือ mam นั้นเป็นการเรียกตามหลักสากล และไม่ได้เอนเอียงความรู้สึกต่อผู้ถูกเรียกไปทางด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษ การแสดงออกทางกริยาจาของเจ้าหน้าที่นั้นจะไม่ถูกเกณฑ์ที่ตายตัวในทางปฏิบัติ ขอเพียงให้มีความสุภาพอย่างพอเหมาะต่อผู้โดยสารเท่านั้น

3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการความเป็นที่ปลอดภัยและบริการชั้นเยี่ยม

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

นอกจากหน่วยงานรัฐ อาจส่งเสริมให้เมืองครีที่มีความเข้าใจในหลักการและการประเมินเป็นผู้รับบทบาทหน้าที่ เช่นเดียวกับองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม (มูลนิธิไบโม่เขียว) ที่เป็นผู้ประเมินโรงแรมสีเขียว การที่มีสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความเป็นมิตรและให้มีการโหวตจากนักท่องเที่ยว

สร้างมาตรฐาน ออก Gay Safe Zone Standard ให้ร้านที่ได้มาตรฐานและโปรโมชั่นแพลตฟอร์มต่างๆ กระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นว่ามาตรฐานนี้มีประโยชน์ต่อธุรกิจของเขา ทั้งรายได้ที่จะมากขึ้น และมีภาพลักษณ์ที่ดี จนอยากเข้าร่วม หากมี Cert ที่สามารถประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่างๆ ตรงกับความคาดหวังของ LGBT และมีรัฐเป็นผู้ออกให้ แล้วเผยแพร่ออกไปทั่วโลก จะช่วยให้นโยบายนี้ดีขึ้น

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การออกการรับรอง ไม่เป็นเพียงการรับรองที่เน้นเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น หากมีการออกใบประกาศดังตัวอย่างที่ให้มาสำหรับกลุ่มเกย์ ก็ควรมีการประชาสัมพันธ์อื่นในทางสร้างสรรค์ ที่ทำให้ทุกคนทราบว่า ธุรกิจนี้เป็นมิตรและพร้อมให้บริการต่อคนทุกเพศ ซึ่งจะช่วยลดแรงกดดันจากเพศอื่นๆ ว่ามีการแบ่งแยก สร้างความกลมกลืนทางสังคมและการอยู่ร่วมกันอย่างแท้จริง และเพศทางเลือกเองก็น่าจะพึงพอใจที่ตนไม่ได้รับเอกสิทธิเหนือผู้อื่นเพียงเพราะตนเองเป็นเพศทางเลือกนั่นเอง ควรสร้างตัวชี้วัดในการประเมินได้ดีในระดับเดียวกับการประเมินความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และต้องมีระบบการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

3.4 การสร้างพื้นที่นำร่องทางเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

ข้อควรสนับสนุนของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

พื้นที่นำร่อง ย่านสีลม กรุงเทพมหานคร อาจเป็นต้นแบบที่ชัดเจนและมีความพร้อมในหลายมิติ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงกับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ และเป็นต้นแบบให้กับพื้นที่อื่น ๆ ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งถ้านำร่องสำเร็จก็จะมีชื่อเสียงในระดับภูมิภาค และอาจจะในระดับโลกได้ถ้ามีความเป็นย่านชุมชนอย่างชัดเจนไม่ใช่แค่พื้นที่ทำกิน เช่นเดียวกับที่ซานฟรานซิสโกระบุว่าย่านแคสโตรเป็น “ย่านวัฒนธรรม” ทั้งนี้ควรยกระดับมาตรฐานของอาณานิคมให้ดีขึ้น เช่น ความสะอาดหรือความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เพราะตามบริเวณดังกล่าว แม้แต่กับคนไทยเองก็ยังคงไม่ปลอดภัยในบางช่วงเวลา

ข้อควรระวังของ (ร่าง) ข้อเสนอแนะ

การตีตราว่าเป็นมิตร อาจทำให้เสน่ห์โดยธรรมชาติหายไปจากย่าน เพราะนอกจากความหลากหลายทางเพศกับการท่องเที่ยวแล้ว ย่านสีลม ยังมีความหลากหลายในอีกหลายมิติมากที่เปิดโอกาสให้ตีความได้จากทุกแง่มุมของสังคมทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และต้องมั่นใจว่านำร่องทางเศรษฐกิจไม่ได้หมายถึงชีวิตความสำเร็จกันที่ตัวเลขมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างเดียวแต่อาจรวมถึงความปลอดภัยและมาตรการทางสาธารณสุขอื่น ๆ ที่ต้องโดดเด่นชัดเจน

การจัดการพื้นที่ ข้อจำกัดของสถานที่และการบริการบางแห่งในประเทศยังไม่ถูกกฎหมายแต่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว อาจต้องหาแนวทางการสนับสนุนหรือผลักดันอย่างไรให้ถูกกฎหมาย ปลอดภัย และได้คุณภาพมาตรฐาน

ภาคผนวก ง

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่
วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่
ได้รับตลอดโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

Policy recommendation development for promoting LGBT tourism market: A case study of Gay tourists

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย - รวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย - การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์ - รวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - การลงพื้นที่สังเกตการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ประเทศไทย เมืองบาห์ลี เมืองบาเซโลนา ประเทศสเปน	- แผนการดำเนินงาน - ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์ - ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยหน่วยงานที่สามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
2) เพื่อศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย - รวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เรื่อง ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย - การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - รวบรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวพฤติกรรมและความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - การลงพื้นที่สังเกตการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ประเทศไทย เมืองบาห์ลี เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	- แผนการดำเนินงาน - ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - ข้อมูลความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกกลุ่มเกย์ โดยหน่วยงานที่สามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว
3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย	- ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม - รายงานวิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	- การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - วิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม 1) 3) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว	- การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - การลงพื้นที่สังเกตการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ประเทศไทย เมืองบาห์ลี เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน - วิเคราะห์ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม 2) 3) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว	2) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม 3) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานที่สามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว
4) เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย - พัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - จัดเวทีคืบข้อมูลนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาด	- วางแผนการดำเนินงานและติดตามโครงการร่วมกับโครงการย่อย - พัฒนา (ร่าง) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) ตลาด (Market)	- งานเสวนาแสดงผลงานวิจัยการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในวันที่ 4 เมษายน 2563 ณ โรงแรม อมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ เปลี่ยน

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และรับฟังเสียงสะท้อนจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ - หลังจากจัดงานประชุม จะนำประเด็นและข้อเสนอแนะของผู้เข้าร่วมงานประชุมทุกภาคส่วน พัฒนา สังเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอออกเป็น ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	2) การท่องเที่ยว (Travel) 3) จุ ด ห ม า ย ป ล а ย ท а ง (Destination) - คณะผู้วิจัยวางแผนการจัดเวทีคิ่ น ข้อมูลนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และรับฟังเสียงสะท้อนจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ ในวันที่ 4 เมษายน 2563 ณ โรงแรม อมารี ดอนเมือง แอพอร์ท กรุงเทพฯ - หลังจากจัดงานประชุม จะนำประเด็นและข้อเสนอแนะของผู้เข้าร่วมงานประชุมทุกภาคส่วน พัฒนา สังเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอออกเป็น ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	รูปแบบเป็นการส่งจดหมายการรับฟังเสียงสะท้อน - ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยหน่วยงานที่สามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว