



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับ
กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
(A study of tourism supply promptness in welcoming
LGBT tourists: A case study of Gay tourists)

โดย วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และคณะ

เมษายน 2563

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับ
กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
(A study of tourism supply promptness in welcoming
LGBT tourists: A case study of Gay tourists)

คณะผู้วิจัย	สังกัด
1. อาจารย์วีรบูรณ์ วิจารณ์สกุล	วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. อาจารย์ชญญา ปัญญาอำพล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส
3. ดร.ศิญาณี หิรัญสาลี	ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส

ชุดโครงการ การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว
กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์”

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการย่อยที่ 2

(ภาษาไทย)

การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

(ภาษาอังกฤษ)

A study of tourism supply promptness in welcoming LGBT tourists:
A case study of Gay tourists

แผนงานวิจัย

(ภาษาไทย)

การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

(ภาษาอังกฤษ)

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

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ

อาจารย์วีรบูรณ์ วิสารทสกุล

หน่วยงานที่สังกัด

วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) เลขที่ 99 หมู่ 18 ตำบลคลองหนึ่ง คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

โทรศัพท์ 025644440 โทรสาร 025644429 โทรศัพท์มือถือ 0815514549

E-mail

sifmu@hotmail.com

ผู้ร่วมงานวิจัย

1) ชื่อ

อาจารย์ชญญา ปัญญากำพล

หน่วยงานที่สังกัด

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส

11 ซอยสามัคคี 58/18 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 020414869 โทรสาร - โทรศัพท์มือถือ 0909723128

E-mail

chanya@thetsis.com

2) 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

อนันต์ เชื้อชาญกิจการ (2553) กล่าวว่า อุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply) หมายถึง การเสนอบริการผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอ และสามารถทำการขายได้ภายใน ระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่าง ๆ กัน ตามกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบกำจัดของเสีย โทรคมนาคม (4) อุตสาหกรรมบริการของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น (5) ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว สายการบิน บริษัทรถเช่า ร้านอาหาร เรือสำราญ เป็นต้น และ (6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

ถึงแม้ว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ และหลายคนได้ยกให้เป็น “เมืองหลวงของผู้มีความหลากหลายทางเพศแห่งเอเชีย” (Ragavan, 2017) แต่รูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาไว้เพื่อรองรับสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังอยู่ในวงแคบ ยังจำกัดอยู่ที่ด้านสถานบันเทิงยามค่ำคืน (Nightlife) และความสะดวกในการแสวงหาความหลากหลายทางเพศ (ชานันท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.) อีกทั้ง การสร้างความพร้อมของของอุปทานการท่องเที่ยวนั้น ไม่สามารถดำเนินการได้เพียงแค่การปรับปรุงและพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งใหม่เท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาความต้องการจำเพาะในเรื่องของความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย ดังที่ได้แสดงให้เห็นถึงระดับความพร้อมจากการจัดอันดับ Gay Travel Index โดย Spartacus World ที่มีการจัดทำขึ้นใหม่ทุกปี ผ่านเกณฑ์การพิจารณา 3 หมวดหลัก ได้แก่ (1) ด้านสิทธิพลเมือง (Civil Rights) (2) ด้านการเลือกปฏิบัติ (Discrimination) และ (3) ด้านความอันตรายแก่บุคคล (Perils for Persons) ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยนั้นถูกจัดอยู่ที่อันดับที่ 47 โดยได้คะแนนเกณฑ์ติดลบในส่วนของสิทธิพลเมืองของกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และความไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของคนในประเทศ (Local Hostiles) สำหรับประเทศที่อยู่ในอันดับที่หนึ่งนั้น ได้แก่ ประเทศแคนาดา โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศแคนาดามีมูลค่าการท่องเที่ยวเฉพาะ

กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอยู่ที่ 6.9 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือที่ 2.3 แสนล้านบาท และมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.2 (Adams, 2016) ซึ่งอาจเป็นมูลค่าของโอกาสที่ประเทศไทยเสียไปจากความไม่พร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขประเด็นที่ได้รับคะแนนติดลบตามที่ได้ระบุไว้ข้างต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพของความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นต้องทำไปทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่ต้องมีส่วนร่วมในการสร้างความพร้อมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพนี้

อย่างไรก็ตาม การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นยังมีอยู่จำกัด คณะผู้วิจัยจึงเห็นช่องว่างของการศึกษาความพร้อมของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยทำการศึกษาศาสนาการณของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งทำการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ นอกจากนี้ยังต้องการศึกษาผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยวที่มีลักษณะจำเพาะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งในการเปรียบเทียบนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ในการศึกษาจากสองเมือง คือ (1) เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน และ (2) เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีความแตกต่างกัน นำไปสู่การนำเสนอแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้กับประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์องค์กรภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ
- 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 3) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อการตรวจสอบสมมติฐานคือ (1) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และ (4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรโดยดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) มีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 60 ตัวอย่าง และรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะคัดเลือกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ 1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย 10 ตัวอย่าง 2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 10 ตัวอย่าง 3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 10 ตัวอย่าง 4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในประเทศไทย 10 ตัวอย่าง 5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 10 ตัวอย่าง 6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 10 ตัวอย่าง

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

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

1.4.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากหนังสือ เอกสาร สิ่งพิมพ์ หรือข่าว ฯลฯ จากข้อมูลออนไลน์และออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ โดยการวิเคราะห์จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญ การเปลี่ยนแปลง และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสถานการณ์ที่ต้องการอธิบาย

1.4.2 การวิเคราะห์ผลข้อมูล ข้อมูลที่ได้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายนั้นจะใช้การวิเคราะห์ผลผลิต (output) หรือประสิทธิผล (effectiveness) ของนโยบายต่าง ๆ ต่อสังคม (Hansen, 1983, 15) และเป็นการตรวจสอบนโยบายบนกรอบของที่มาที่ไปของนโยบาย (formation) เนื้อหา (content) และผลกระทบ (effect)

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายนั้นคณะผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) โดยการวิเคราะห์ผลผลิตและผลกระทบของนโยบายนั้น ๆ

1.4.3 การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ 3 – 7 คน ตามพื้นที่ที่ระบุไว้ว่าเป็นพื้นที่เป้าหมายของการกระจายแบบสอบถามในโครงการย่อย (1) คือ (1) กรุงเทพมหานคร (2) เชียงใหม่ (3) เชียงราย (4) ภูเก็ต (5) กระบี่ (6) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) (7) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และ (8) ชลบุรี (พัทยา) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการจากหลากหลายรูปแบบ อาทิ ธุรกิจสถานพักผ่อน ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนันทนาการ เป็นต้น เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาและขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม โดยจะเป็นการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อค้นข้อมูลพร้อมกันกับการศึกษาปัจจัยในการสร้างอุปสงค์ของโครงการย่อย (1)

1.4.4 การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับโครงการย่อย (1) ผู้อำนวยการแผนงานจัดประชุมคณะผู้วิจัยของโครงการย่อย (1) และ (2) เพื่อร่วมสังเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อพัฒนาแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสามารถสร้างอุปสงค์ในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (2) ผู้อำนวยการแผนงานจัดประชุมคณะผู้วิจัยของโครงการย่อย (1) และ (2) เพื่อร่วมสังเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อหาความสอดคล้องและแนวทางในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นอกจากนี้ยังต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมต่อกับความพร้อมของฝั่งอุปทานการท่องเที่ยวอีกด้วย

1.4.5 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ จัดทำตามแบบฟอร์มมาตรฐานที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ระบุไว้

2) สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

2.1 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยรวมทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ถึงจะไม่มีจำนวนระบุชัดเจนในปัจจุบัน ด้วยข้อจำกัดทางประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศในการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว แต่พบเห็นได้จากการเตรียมความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในแต่ละประเทศ

ประเทศไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการเคลื่อนไหวในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แคมเปญ Go Thai Be Free ที่ออกมาสนับสนุนวาทกรรม “ประเทศไทยคือสวรรค์ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ” และมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความหลากหลายทางเพศอย่างเต็มที่ในฐานะที่เป็นนักท่องเที่ยวคนหนึ่งที่นำเม็ดเงินมาให้ประเทศไทย แต่หากกล่าวถึงนโยบายในการผลักดันเรื่องสิทธิพลเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ประเทศไทยไม่เคยมีนโยบายหรือการปฏิบัติที่กีดกันนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งประเทศไทยให้การต้อนรับเป็นอย่างมาก แต่ไม่มีการสนับสนุนนโยบายหรือกฎหมายการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะจากรัฐบาล สถานการณ์ของหน่วยงานภาคประชาสังคมเอกชน พบว่า ทิศนคติของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันมาก จากอดีตมีการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไปในเชิงเหมารวมเป็นไปในลักษณะที่ผิดศีลธรรม แต่ปัจจุบันทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวสูง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีศักยภาพในการจ่ายสูง

เมืองบาห์ลี มีนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามาท่องเที่ยวในบาห์ลีเยอะมากและมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นในทุกปี โดยเฉพาะบริเวณ Seminyak แถบแนวชายหาดจะมีเกย์คลับ เกย์บาร์เรียงรายติดกันให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เลือกใช้บริการมากมายและหลากหลายรูปแบบ หน่วยงานภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนในการผลักดันการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นพิเศษ แต่หน่วยงานภาคประชาสังคมทำงานร่วมกันในการผลักดันประเด็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยวกล่าวว่าเป็นเสียงเดียวกันว่า สัมผัสได้ถึงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดการรองรับอุปทานทางการตลาดต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และมีท่าทีที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางที่เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน หน่วยงานภาครัฐเดินทางทำงานเต็มที่ในการผลักดันในการสร้างเมืองบาร์เซโลนาเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ พร้อมทั้งทำงานควบคู่ไปกับหน่วยงานภาคประชาสังคม

2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จากการจัดลำดับของ Spartacus Gay Travel Index เว็บไซต์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการจัดทำดัชนีชี้วัดจะมีการกำหนดแยกเป็น 3 หมวดหมู่

ได้แก่ (1) สิทธิพลเมือง (2) การเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว และ (3) การถูกคุกคาม โดยรายละเอียดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมือง แบ่งเป็น 5 ข้อกฎหมาย 1) กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) 2) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) 3) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) 4) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และ 5) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent)

จากการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของ 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีกฎหมายครอบคลุมด้านสิทธิพลเมืองเท่าเทียมในทุกประเด็น รองลงมา ได้แก่ ประเทศไทยที่มีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ร่างกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันหรือพ.ร.บ.คู่ชีวิต (Same-sex Marriage) และกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่มีกฎหมายรองรับที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมเลย

2.3 ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ประเทศไทย มีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ จำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวคือร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยยังไม่พบเจอบ้างนัก โดยจะเป็นโรงแรมที่เป็นส่วนต่อขยายของชานาเฉพาะกลุ่มเกย์และโรงแรมที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเดินทางได้สะดวกสบาย ไม่ต้องการผู้นำเที่ยว 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตั๋วเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสถานบันเทิงยามค่ำคิน

เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย มีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวคือร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ยังพบเจอได้ไม่มากนัก มีโรงแรมที่เป็นส่วนขยายของชาวนำเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีต้นแบบเป็นโรงแรมแบบเดียวกันของประเทศไทย 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีเพียงหนึ่งเดียวในเมืองบาห์ลี 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ สถานบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลีไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล แต่ก็พอมีอยู่บ้าง

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวคือร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายแห่งในบริเวณเกซมีเปลา สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น สามารถพบได้ทั่วไปบริเวณเกซมีเปลา มีโรงแรมที่ประกาศตนว่าเป็นโรงแรม heterofriendly ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ และเป็นต้นแบบให้กับโรงแรมแบบเดียวกันในหลาย ๆ ประเทศ และยังมีผลิตภัณฑ์ประเทศร้านหนังสือที่คัดเลือกหนังสือเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาขายโดยเฉพาะอีกด้วย 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย และมีจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไปยังเมืองใกล้เคียงอีกด้วย 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง แต่ก็มีบางสายการบินที่โฆษณาต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ สถานบันเทิงเฉพาะกลุ่มเกย์มีให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายประเภทและให้บริการหลากหลายช่วงเวลา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เปิดบริการในบริเวณเกซมีเปลา อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่จัดขึ้นเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งละครเวที เทศกาลที่สนับสนุนสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ การบรรยายในหัวข้อเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

2.4 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว 4) อุตสาหกรรมของคนในท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น 5) บทบาทผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ 6) บทบาทของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ล้วนมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งสิ้น และความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องนั้น มีผลเป็นอย่างยิ่งต่อระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รวมถึงนโยบายการเสนอขายของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะทำให้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนั้นอยู่ในระดับสูง ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมมีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมีความหลากหลาย มีหลายราคาให้เลือกใช้บริการ ผู้คนเป็นมิตร และมีวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ และเกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานนั้น ๆ อย่างสะดวกสบาย และที่สำคัญ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว รัฐบาลต้องมีการดูแลแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน และรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความสะอาดของเมืองที่เป็นภาพจำสำคัญของนักท่องเที่ยว

2.5 แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1) การสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง

การสร้างความพร้อมที่ดีควรจะมาจากรากฐานของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานอย่างกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เกี่ยวข้องหรือส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์นั้น เช่น (1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต (3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม (4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ และ (5) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ อีกทั้งการบรรจุการออกกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในการเลือกเดินทางมายังประเทศจุดหมาย

2) การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่นและหน่วยงาน

การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแก่ประชากรคนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพียงแต่กลุ่มผู้ประกอบการใน

ประเทศ ก็มีผลต่อการสร้างความเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้ ความเป็นมิตรของคนในประเทศนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างอุปสงค์ในการท่องเที่ยวและกระตุ้นการเพิ่มความเป็นไปได้ในการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย โดยการสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควบคู่กับกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว หรือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด บูรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการอบรมที่เกิดขึ้นตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

3) การจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับกลุ่มเกย์ ไม่ใช่จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ผลิตแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และข้อมูลจำเป็นในการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเน้นที่ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ กรุงเทพฯ กระบี่ ภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย สุราษฎร์ธานี ชลบุรีและประจวบคีรีขันธ์

4) การกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว

หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อม รวมทั้งจากการสังเกตและสัมภาษณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถานบันเทิงแบบหลากหลายจุดมุ่งหมาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำกัดจำนวนคลับในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามเวลาและสถานที่ เช่น นักท่องเที่ยวใช้บริการคลับ Punto BCN และมีการใช้จ่ายภายในร้าน นักท่องเที่ยวจะได้ตัวเข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ในการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่มโดย Go Thai Be Free เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน เช่น สนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่กับผู้ประกอบการรายย่อยในธุรกิจประเภทความบันเทิง เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้มีการใช้จ่ายในร้านของธุรกิจรายย่อยแล้วสามารถแลกตัวเข้างานปาร์ตี้ของคลับยอดนิยมได้ เป็นการกระตุ้นการขายแบบกลุ่มอย่างนี้

3) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและความพร้อมด้านอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่มากและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง โดยจุดเริ่มต้นของงานนี้มาจากนโยบายด้านกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งเน้นนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4) การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานภาครัฐและองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยได้ โดยนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการดำเนินงาน

บทคัดย่อ

หัวหน้าโครงการ อาจารย์วีรบุรณ วิสารทสกุล
E-mail sifmu@hotmail.com
ระยะเวลาดำเนินการ มกราคม พ.ศ. 2562 – เมษายน พ.ศ. 2563

การวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ องค์การ และภาคส่วนต่าง ๆ นโยบาย และกฎหมาย และผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งในและนอกประเทศ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยที่เริ่มจากการรายงานผลด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างใน 3 แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ประเทศไทย (2) เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และ (3) เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน และใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมาย โดยการวิเคราะห์ผลผลิตและผลกระทบของนโยบายนั้น ๆ

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยรวมทั้งโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้น อย่างเห็นได้ชัด และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีความพร้อมทางด้านนโยบายและกฎหมาย และผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศไทย และเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียมีความพร้อมน้อยที่สุด โดยประเทศไทยมีความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในหลายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ คือมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งทะเล ภูเขา ป่าไม้ เป็นต้น (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีตั้งแต่สิ่งปลูกสร้างทางศาสนาอย่างวัดวาอาราม ไปจนถึงแหล่งบันเทิงยามค่ำคั่นที่มีชื่อเสียง (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว โดยมีท่าอากาศยานนานาชาติประจำแต่ละภูมิภาค (4) อุตสาหกรรมของคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญของประเทศไทย (5) บทบาทผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ที่พัฒนาให้ธุรกิจมีความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น และ (6) บทบาทของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องในระดับหนึ่ง คือไม่ปิดกั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่ยังขาดการพัฒนาเชิงนโยบายที่มีระบบและมีประสิทธิภาพ ทำให้ยังไม่มีความพร้อมในการรองรับตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์เท่าที่ควร

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย ได้แก่ (1) การสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง (2) การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่นและหน่วยงาน (3) การจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยโครงการ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ (4) การกระตุ้นการเดินทางจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

Abstract

Head of Project Weeraboon Wisartsakul
E-mail sifmu@hotmail.com
Duration January 2019 – April 2020

This research aims to study and analyze situations, organizations, sectors, policies and laws, and tourism product facilities relevant to gay tourism promptness of both Thailand and foreign countries. Qualitative methods are employed for this research, beginning with reporting qualitative data collected from the literature review of secondary sources and in-depth interviews with samples from 3 destinations, including (1) Thailand (2) Bali, Indonesia and (3) Barcelona, Spain. SWOT analysis is used for comparing policies and laws, analyzing results and effects of each policy.

The results reveal that the overall global gay tourism situation is apparently growing. Barcelona, Spain is the most prepared in terms of policies and laws and tourism product facilities relevant to gay tourism promptness. Thailand is in second place. Bali, Indonesia is the least prepared. Thailand is moderately equipped for 6 categories of tourism supply that include (1) natural resources, meaning various choices of natural attractions such as sea, mountains, and forests (2) man-made resources, ranging from religious architecture like temples to famous night clubs (3) basic infrastructure for tourism supply, with international airport in each region (4) local people's hospitality and culture which is an important pull factor of Thailand (5) entrepreneurs' roles in the tourism business which contribute to the development of LGBT-friendly business and (6) government's roles that do not hinder LGBT-tourism business but still lack systematic and effective development policies which result in the deficiency of gay tourism supply readiness.

The guidelines for potential development on destinations for gay tourists include indicating gay tourism readiness through passing civil rights laws, educating locals and organizations about gender diversity, creating a gay map for gay tourists as a part of Tourism Authority of Thailand's Go Thai Be Free campaign, and fostering destination travel.

สารบัญ

หน้า

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ฉ
สารบัญ	ท
สารบัญตาราง	ธ
สารบัญภาพ	น
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการย่อย	2
1.3 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม	7
2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	7
2.1.1 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	14
2.1.1.1 ความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน	14
2.1.1.2 ความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง	17
2.1.1.3 ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	18
2.1.2 บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	21
2.1.2.1 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย	21
2.1.2.2 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศอินโดนีเซีย	28
2.1.2.3 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศสเปน	30

สารบัญ

หน้า

2.1.2.4 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศอื่น ๆ	32
2.1.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	34
2.1.3.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ	36
2.1.3.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต	38
2.1.3.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม	39
2.1.3.4 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ	40
2.1.3.5 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้	41
2.1.3.6 นโยบายและกฎหมายด้านอื่น ๆ	43
2.1.4 ผลกระทบจากการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	43
2.1.4.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	43
2.1.4.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	45
2.1.4.3 ผลกระทบจากการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	46
2.1.4.4 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	54
2.1.4.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	55
2.1.4.6 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์	58
2.1.5 การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว	59
2.1.5.1 การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว	61
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	66
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย	66
3.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	66
3.1.2 การกำหนดขอบเขตงานวิจัย	66
3.1.3 การรวบรวมข้อมูล	66
3.1.4 การวิเคราะห์ผลข้อมูล	66

สารบัญ

หน้า

3.1.5 การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ	67
3.1.6 การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับโครงการย่อย (1)	67
3.1.7 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์	67
3.2 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	67
3.3 ขอบเขตการวิจัย	69
3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	69
3.3.2 ระยะเวลา	70
3.3.3 พื้นที่วิจัย	70
3.3.4 เครื่องมือวิจัย	71
3.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	71
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	72
4.1 สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	72
4.1.1 ประเทศไทย	72
4.1.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยว กลุ่มเกย์	73
4.1.1.2 ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	75
4.1.1.3 การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต	77
4.1.1.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์	80
4.1.1.5 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต	82
4.1.1.6 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	84
4.1.2 เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	87

สารบัญ

หน้า

4.1.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	88
4.1.2.2 ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	89
4.1.2.3 การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต	90
4.1.2.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	91
4.1.2.5 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต	91
4.1.2.6 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	93
4.1.3 เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	94
4.1.3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	95
4.1.3.2 ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	96
4.1.3.3 การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต	98
4.1.3.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	99
4.1.3.5 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต	100
4.1.3.6 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	100
4.2 การศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	101
4.2.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม	101
4.2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ	113
4.2.2.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ ประเทศไทย	114

สารบัญ

หน้า

4.2.2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ เมืองบาห์ลี ประเทศ อินโดนีเซีย	115
4.2.2.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศ สเปน	116
4.3 ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	124
4.3.1 ประเทศไทย	124
4.3.1.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	124
4.3.1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	127
4.3.1.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์	131
4.3.2 เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	132
4.3.2.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	132
4.3.2.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	134
4.3.2.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์	137
4.3.3 ประเทศสเปน	137
4.3.3.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	137
4.3.3.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	144
4.3.3.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์	153
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	155
5.1 สรุปผล	155
5.1.1 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์ในและนอกประเทศ	155
5.1.1.1 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย	155

สารบัญ

หน้า

5.1.1.2 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นอกประเทศ	156
5.1.2 การเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและ นอกประเทศ	159
5.1.3 ผลกระทบจากการท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	161
5.2 อภิปรายผล	162
5.2.1 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	162
5.2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	165
5.2.3 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	165
5.2.4 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยว	177
5.3 (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	178
5.4 การรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับข้อมูลด้านอุปทานของนักท่องเที่ยว	179
5.5 แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	180
5.6 ข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	183
5.7 ข้อเสนอเพิ่มเติมสำหรับงานวิจัยในอนาคต	183
บรรณานุกรม	184
ภาคผนวก ก	198
ภาคผนวก ข	201
ภาคผนวก ค	204

สารบัญ

หน้า

ภาคผนวก ง

210

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561	22
ตารางที่ 2.2 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562	23
ตารางที่ 4.1 ตารางเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมือง ที่เท่าเทียม	103
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยใช้ SWOT Analysis	118
ตารางที่ 5.1 ตารางเปรียบเทียบความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	167

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย	3
ภาพที่ 2.1	นักบินและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน LGBT ของสายการบิน Virgin Atlantic	18
ภาพที่ 2.2	แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบการจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 และปี พ.ศ. 2562	25
ภาพที่ 2.3	เว็บไซต์ www.utopia-asia.com	29
ภาพที่ 2.4	แผนที่การท่องเที่ยวในเมืองบาห์ลีสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	29
ภาพที่ 2.5	ภาพจากรายการ RuPaul's Drag Race	47
ภาพที่ 2.6	Laverne Cox ในแคมเปญของ Smirnoff	47
ภาพที่ 2.7	โรงแรม Elysium ที่เกาะมีโคนอส (Mykonos) ประเทศกรีซ	48
ภาพที่ 2.8	ภาพโฆษณา Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond	49
ภาพที่ 2.9	ภาพโฆษณา Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond	49
ภาพที่ 2.10	ภาพโฆษณา Annapurna Gay Hiking - LGBT trek to Annapurna	50
ภาพที่ 2.11	ภาพบรรยากาศงาน Mardi Gras ที่เมืองซินีเย่ ประเทศออสเตรเลีย	51
ภาพที่ 2.12	ภาพบรรยากาศงาน Cologne Pride ที่เมืองโคโลญ ประเทศเยอรมนี	52
ภาพที่ 2.13	บริเวณรถไฟใต้ดินในย่านชวยกา เมืองมาดริด ประเทศสเปน	53
ภาพที่ 2.14	ทางสำหรับข้ามถนนในเขตแคลสโตร ละแวกซานฟรานซิสโก	53
ภาพที่ 2.15	โฆษณาช่องใน Podcast ของอินฟลูเอนเซอร์ด้านการท่องเที่ยวเกย์ 2 Travel Dads	56
ภาพที่ 2.16	โฆษณา Gay Games 2022 ที่จะจัดขึ้นที่ฮ่องกง	58
ภาพที่ 2.17	ทัศนียภาพของเมืองเคปทาวน์ (Cape Town) ประเทศแอฟริกาใต้	61
ภาพที่ 2.18	ทัศนียภาพและสิ่งปลูกสร้างในเมืองปาล์มสปริงส์	62
ภาพที่ 2.19	เมืองบูเอโนสไอเรส ประเทศอาร์เจนตินา ที่ประดับตกแต่งด้วยธงสีรุ้ง	63
ภาพที่ 2.20	ภาพโฆษณาแคมเปญ #LoveTravels ของเครือ Marriott International	64
ภาพที่ 2.21	ภาพประชาสัมพันธ์การประชุมประจำปี ค.ศ. 2020 ของ IGLTA	65
ภาพที่ 4.1	เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ "Go Thai Be Free" ภายใต้การสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	114
ภาพที่ 4.2	GB Guide Magazine ฉบับที่ 17 ประจำเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561	115
ภาพที่ 4.3	"Essential Guide To Gay Bangkok"	124
ภาพที่ 4.4	ห้องพัก Garden Suite ของธุรกิจขานาบาบิลอน	125

ภาพที่ 4.5 ภาพบรรยากาศในงาน gCircuit 2019 วันที่ 12-14 เมษายน 2562 GMM Live House	127
ภาพที่ 4.6 บรรยากาศเทศกาลสงกรานต์ ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร	128
ภาพที่ 4.7 เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ สำหรับกลุ่มเกย์ The Gay Passport	128
ภาพที่ 4.8 Blu Cabin Gay Poshtel by Chakran Sauna	130
ภาพที่ 4.9 ทวิตเตอร์ “Gay Bali Tour”	133
ภาพที่ 4.10 บรรยากาศร้าน Bali Joe ผับเกย์ชื่อดังหาด Seminyak	133
ภาพที่ 4.11 ภาพบรรยากาศ M.A.N. resort	136
ภาพที่ 4.12 การจัดงานขององค์กร Bali Rainbow Organization เพื่อระดมทุนให้องค์กรด้านการ ป้องกัน HIV	136
ภาพที่ 4.13 สระว่ายน้ำชั้นดาดฟ้าของโรงแรม Axel Hotel Barcelona	139
ภาพที่ 4.14 บริเวณหน้าร้านหนังสือ C�mplices	140
ภาพที่ 4.15 บริเวณภายในหนังสือ Librería Antinous	140
ภาพที่ 4.16 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณา Rainbow Barcelona Tours	141
ภาพที่ 4.17 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณา flylevel.com ในนิตยสารที่แจกในงาน Pride Barcelona 2019	142
ภาพที่ 4.18 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณาละครเวที Sobre la chica del sobre	144
ภาพที่ 4.19 บรรยากาศบนถนนบริเวณเกซมิเปล	146
ภาพที่ 4.20 บรรยากาศชายหาดในเมืองชิทเจส	146
ภาพที่ 4.21 แผนที่ LGBTI Barcelona: the official gay map	148
ภาพที่ 4.22 ใบปลิวสำหรับโฆษณาแอปพลิเคชัน Urbanloop	149
ภาพที่ 4.23 ใบปลิวสำหรับโฆษณา BCN checkpoint	150
ภาพที่ 4.24 แผ่นพับให้ข้อมูล Barcelona Walking Tours Easy G�tic	150
ภาพที่ 4.25 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณา Axel Hotels ในนิตยสารที่แจกในงาน Pride Barcelona 2019	152
ภาพที่ 4.26 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณางาน Snow Gay Weekend	153
ภาพที่ 4.26 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณางาน Snow Gay Weekend 2020	147

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อนันต์ เชื้อชาวนา (2553) กล่าวว่า อุปทานการท่องเที่ยว (tourism supply) หมายถึง การเสนอบริการผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนำเสนอ และสามารถทำการขายได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่าง ๆ กัน ตามกฎแห่งอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบกำจัดของเสีย โทรคมนาคม (4) อธิปไตยของนักท่องเที่ยว (5) ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว สายการบิน บริษัทรถเช่า ร้านอาหาร เรือสำราญ เป็นต้น และ (6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

ถึงแม้ว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์และหลายคนได้ยกให้เป็น “เมืองหลวงของผู้มีความหลากหลายทางเพศแห่งเอเชีย” (Ragavan, 2017) แต่รูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาไว้เพื่อรองรับสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังอยู่ในวงแคบ ยังจำกัดอยู่ที่สถานบันเทิงยามค่ำคืน (Nightlife) และความสะดวกในการแสวงหาความสนุกสนานทางเพศ (ชานันท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.) อีกทั้ง การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวนั้น ไม่สามารถดำเนินการได้เพียงแค่การปรับปรุงและพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งใหม่เท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาความต้องการจำเพาะในเรื่องของความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย ดังที่ได้แสดงให้เห็นถึงระดับความพร้อมจากการจัดอันดับ Gay Travel Index โดย Spartacus World ที่มีการจัดทำขึ้นใหม่ทุกปี ผ่านเกณฑ์การพิจารณา 3 หมวดหลัก ได้แก่ (1) ด้านสิทธิพลเมือง (Civil Rights) (2) ด้านการเลือกปฏิบัติ (Discrimination) และ (3) ด้านความอันตรายแก่บุคคล (Perils for Persons) ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยนั้นถูกจัดอยู่ที่อันดับที่ 47 โดยได้คะแนนเกณฑ์ติดลบในส่วนของสิทธิพลเมืองของกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของคนในประเทศ (Local Hostiles) สำหรับประเทศที่อยู่ในอันดับที่หนึ่งนั้น ได้แก่ ประเทศแคนาดา โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศแคนาดามีมูลค่าการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอยู่ที่ 6.9 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือที่ 2.3 แสนล้านบาท และมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.2 (Adams, 2016) ซึ่งอาจเป็นมูลค่าของโอกาสที่ประเทศไทยเสียไปจากความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขประเด็นที่ได้รับคะแนนติดลบตามที่ได้ระบุไว้ข้างต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพของความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากยิ่งขึ้น

ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นต้องทำไปทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่ต้องมีส่วนร่วมในการสร้างความพร้อมเพื่อดีดักนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพนี้

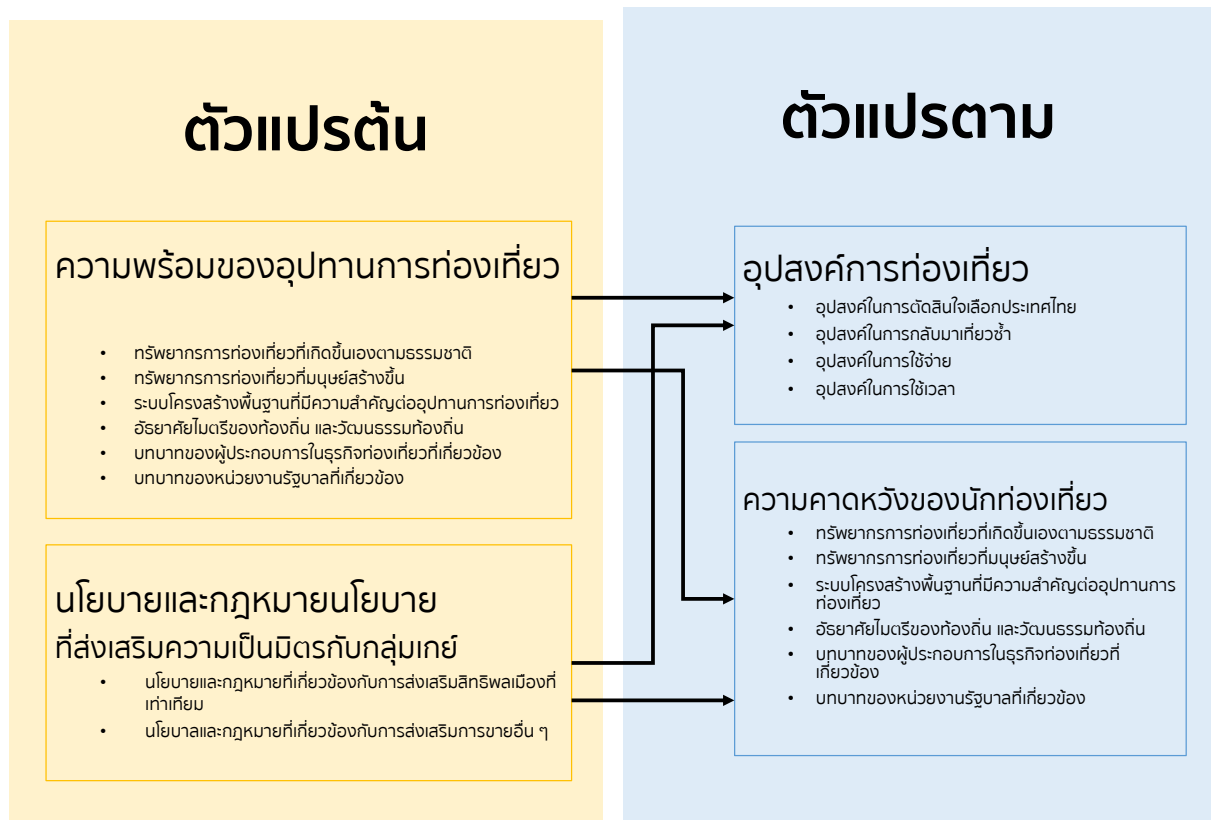
อย่างไรก็ตาม การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นยังมียู่จำกัด คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นช่องว่างของการศึกษาความพร้อมของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยทำการศึกษาศถานการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งทำการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ นอกจากนี้ยังต้องการศึกษาผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยวที่มีลักษณะจำเพาะเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งในการเปรียบเทียบนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ในการศึกษาจากสองเมือง คือ (1) เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน และ (2) เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีความแตกต่างกัน นำไปสู่การนำเสนอแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้กับประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน/โครงการย่อย

- 1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์องค์กรภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ
- 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 3) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

1.3 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

กรอบแนวคิดของโครงการแสดงสมมติฐานงานวิจัย คือ (1) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และ (4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

ผลผลิตที่ได้จากโครงการย่อย (2) นี้จะยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว นโยบายและกฎหมายที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งจะต้องนำไปวิเคราะห์ร่วมกับผลผลิตจากโครงการย่อย (1) เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์ในการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อไป

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 60 ตัวอย่าง รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะคัดเลือกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

- 1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย
- 2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

- 3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
- 4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในประเทศไทย
- 5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย
- 6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

1.4.2 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง เมษายน พ.ศ. 2563 และกำหนดให้มีระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามระหว่างตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากระยะเวลาที่กำหนดจะไม่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้

1.4.3 พื้นที่วิจัย

กลุ่มประชากรที่เป็นตัวแทนของผลการวิจัยชิ้นนี้จะมีขอบเขตทางด้านพื้นที่อยู่ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาเซโลนา ประเทศสเปนเท่านั้น

1.4.4 เครื่องมือวิจัย

โครงการวิจัยย่อยนี้เป็นการวิจัยโดยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีทั้งแบบสอบถามภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1) กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีเพศสภาพ เพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ และการแสดงออกทางเพศ ซึ่งจะมีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดก็ได้ เช่น เกย์ เลสเบียน คนข้ามเพศ และกลุ่มอื่น ๆ เป็นต้น

2) เพศวิถี หรือรสนิยมทางเพศ (Sexual Orientation) หมายถึง พื้นฐานความสนใจ ความดึงดูดทางเพศของบุคคลที่มีต่อบุคคลที่เป็นเพศเดียวกันหรือเพศตรงข้าม

3) เพศสภาพ หรืออัตลักษณ์ทางเพศ (Gender Identity) หมายถึง ความรู้สึกภายในของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องเพศของตนเอง ซึ่งอาจจะสอดคล้องหรือไม่ตรงกับเพศกำเนิดของตนเอง โดยอัตลักษณ์ทางเพศไม่ได้มีแค่ชายและหญิง

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

5) อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการซื้อหรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการที่จะใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพิจารณาอุปสงค์ 4 ด้าน คือ (1) ด้านการตัดสินใจเลือกเดินทาง (2) ด้านการตัดสินใจเลือกเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ (3) ด้านการใช้จ่าย และ (4) ด้านการใช้เวลาในการท่องเที่ยว

6) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยแบ่งได้เป็น (1) พฤติกรรมก่อนการตัดสินใจเดินทาง (2) พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง และ (3) พฤติกรรมหลังการเดินทาง

7) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความมุ่งหวังต่อการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรม การบริโภค และสามารถส่งต่อผ่านรูปแบบทัศนคติหรือประสบการณ์ไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ อันจะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (1) ระดับบริการในอุดมคติ (Ideal Service Level) (2) ระดับบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) (3) ระดับที่สามารถยอมรับได้ (Zone of Tolerance) (4) ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) (5) ระดับบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้า (Predicted Service Level) โดยเป็นการประเมินระดับทั้งห้าต่อองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว

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

9) ความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ หมายถึง ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ตรงความต้องการจำเพาะของกลุ่ม โดยความพร้อมของอุปทานจะพิจารณาผ่านองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ และส่งต่อคุณค่าไปยังผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลผลิตหลักของโครงการวิจัยย่อยนี้ คือ

1) สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

2) ข้อมูลการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
ทั้งในและนอกประเทศ

3) ข้อมูลผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอก
ประเทศ

4) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยมีหน่วยงานหลักจะได้รับประโยชน์ คือ (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ (2) กลุ่ม
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว อันเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับประโยชน์จากผลงานวิจัยและนำข้อมูลไปใช้
ในการพัฒนากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่เจาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงได้

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ในปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยในปี ค.ศ. 2015 เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกามีกฎหมายอนุญาตให้เพศเดียวกันสามารถแต่งงานกันได้ มีการคาดการณ์ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกว่า 1.3 ล้านคน และจะมีการใช้จ่ายถึง 4.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปีเดียวกันก็ได้มีการวิเคราะห์ถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศว่า กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศรายคนมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึงร้อยละ 15 ของการใช้จ่ายทั้งหมด (Travel Industry Wire, 2015)

ต่อมาในปี ค.ศ. 2016 มีการเติบโตของการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากกว่าที่คาดการณ์เป็นอย่างมาก มีมูลค่าถึง 211 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดย Out Now's LGBT 2030 global research program ได้แสดงอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ของแต่ละประเทศโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 2 ต่อปี (Travel Industry Wire, 2016) และในปี ค.ศ. 2017 UNWTO ได้ตีพิมพ์รายงานเกี่ยวกับบทบาทความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นอย่างมาก (Travel Industry Wire, 2017)

จากมูลค่าการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างมากในหลายปีที่ผ่านมาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอื่นตามมา เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยหลายประเทศได้เพิ่มหน้าต่าง 'gay' ลงบนเว็บไซต์การท่องเที่ยว หรือในปี ค.ศ. 2012 เขตบริหารพิเศษฮ่องกงได้เป็นเจ้าภาพในการจัด "Pink festival" ซึ่งในขณะนั้นได้รับการยอมรับว่าเป็นเทศกาลเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย (Khan, 2013) และสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ เริ่มทำการโฆษณาหรือรณรงค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากทั่วโลก (Jordan & Gen C Traveller, 2018)

หากย้อนศึกษาถึงประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย (ชานันท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.) "ประเทศไทยเป็นสวรรค์ของกลุ่มเกย์" เป็นผลพวงของมายาคติจากปี พ.ศ. 2523 จากหนังสือเกย์ท่องเที่ยว Spartacus International Gay Guide Index ได้ระบุข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยว่า ประเทศไทยเป็นสวรรค์ของกลุ่มเกย์ เป็นประเทศเสรีนิยมทางเพศ มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม ภูเขา น้ำตก ทะเล และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถลี้ภัยกับเกย์ท้องถิ่นได้โดยไม่ผิดกฎหมาย และหลังจากนั้นประเทศไทยก็เป็นที่รู้จักในนามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นต้นมา

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นมีความหลากหลาย แต่แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกลับไม่แตกต่างไปจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปมากนัก โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีพฤติกรรมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นผลมาจากหลายปัจจัย ซึ่งปัจจัยสำคัญคือ สถานที่ใดผู้คนในพื้นที่เป็นมิตรและยอมรับความแตกต่างทางเพศได้ รวมถึงสถานที่ใดมีเจ้าของเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็จะเป็นจุดมุ่งหมายและเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงได้จัดทำแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งยังให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นประโยชน์ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรายจังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

Go Thai Be Free เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยว่า คนไทยมีความเป็นมิตรและให้การยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ในประวัติศาสตร์ไทยไม่เคยมีกฎหมายต่อต้านการรักเพศเดียวกัน โดยมีการเคลื่อนไหวในประเด็นความเท่าเทียมทางเพศในปี พ.ศ. 2545 กระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทยเปิดเผยต่อสาธารณชนว่าการรักเพศเดียวกันไม่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นโรคทางจิตหรือความผิดปกติอีกต่อไป ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 กองทัพไทยประกาศยกเว้นบุคคลที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (คนข้ามเพศ) เข้ารับราชการทหาร ด้วยสาเหตุเพศสภาพไม่ตรงกับเพศกำเนิด และในปี พ.ศ. 2561 มีการเรียกร้องผ่านรัฐสภาให้มีกฎหมายเพื่อกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน โดยนโยบายของรัฐบาลไทยที่เกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นหนึ่งในนโยบายที่ทันสมัยที่สุดในเอเชีย เช่น พ.ร.บ.ความเท่าเทียมทางเพศ พ.ศ. 2558 และ ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต พ.ศ. 2563 ที่กำลังอยู่ในขั้นตอนปรับปรุงแต่งเติมและแก้ไขเพื่อนำเข้าสู่รัฐสภาในการลงมติออกกฎหมายเพื่อการประกาศใช้ต่อไป เป็นเวลาหลายทศวรรษที่ประเทศไทยได้รับการยกย่องว่าเป็นประเทศที่มีการต้อนรับอย่างอบอุ่นและเป็นมิตรกับเกย์ในเอเชีย กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยนั้นได้รับการต้อนรับจากคนท้องถิ่นอย่างดี อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของเกย์นั้นมีอยู่มากมายทั่วประเทศ ทั้งกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยาและที่อื่น ๆ

“Go Thai Be Free” จึงเป็นสโลแกนที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ถึงการพักผ่อนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยมีตัวเลือกหลากหลายรองรับทุกความต้องการ มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นสิ่งเน้นย้ำอย่างชัดเจนว่า ประเทศไทยเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

มากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวบาร์โกโก้ ดิสโก้และปาร์ตี้ แต่นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถปลดปล่อยตัวเองและเป็นคนที่คุณอยากเป็นในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวได้ทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นิยมไปมักจะเป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวอดนินยของประเทศไทย โดยแคมเปญ Go Thai Be Free ได้ระบุ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ เกาะสมุย (สุราษฎร์ธานี) หัวหิน (ประจวบคีรีขันธ์) และ พัทยา ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลต่าง ๆ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนิยมไปในพื้นที่ต่าง ๆ มีรายละเอียดดังนี้

1) กรุงเทพมหานคร กรุงเทพฯ ขึ้นชื่อว่าเป็นสถานที่ยอดนิยมของแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน (Nightlife) ทั้งสีลม เจริญกรุง พัฒน์พงษ์ สุรวงศ์ ถนนสุขุมวิท สะพานควาย ประดิพัทธ์ และรามคำแหง หลากหลายพื้นที่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายของนักท่องเที่ยว โดยแหล่งพบปะสังสรรค์ยอดนิยม คือ สีลม ถูกจัดเป็นย่าน The Gay Neighborhood ซึ่งมีดิสโก้คลับ บาร์และร้านอาหารที่เป็นที่นิยมโดยนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ย่านสีลมไม่ได้เป็นเพียงแค่แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนของกลุ่มเกย์หรือชุมชนหลักของกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ยังเป็นสถานที่ที่พึงพิงทางจิตใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอื่น ๆ ด้วย เพราะเป็นที่ตั้งของวัดแขกสีลมหรือวัดพระศรีมหาอุมาเทวี ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมหลักของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากพระแม่กาลีเป็นเทพเจ้าผู้หญิง แตกต่างจากเทพเจ้าอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลจากสังคมชายเป็นใหญ่ ทำให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะกลุ่มเกย์และผู้หญิงข้ามเพศ (Transwoman) เทศกาลนวราตรีและงานแห่พระแม่ประจำปี วัดแขก สีลม จึงเป็นเทศกาลประจำปีที่สำคัญของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ถือเป็นอีกหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่น่าสนใจ อีกทั้งพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ณ หน่วยบัญชาการรักษาดินแดน เป็นอีกหนึ่งสถานที่สำหรับการสักการะบูชาของผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มเกย์นิยมไปสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคล (ชานันท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.)

นอกเหนือจากพื้นที่ย่านสีลม ยังมีบางลำพูและเขตเมืองเก่า (Historic Bangkok) หรือเรียกว่า เกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของประเทศ เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว ฯลฯ ไปจนถึงถนนข้าวสาร แหล่งที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนินยของนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยในกรุงเทพฯ คือ ตลาดนัดจตุจักร สวนลุมพินี สีลมคอมเพล็กซ์ สยามพารากอน เอเชียทีค (Asiatique Riverfront) และ ประตูนํ้า

Essential Guide to Gay Bangkok คู่มือการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จัดทำโดยเว็บไซต์ www.TravelGay.com เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก โดยคู่มือได้อธิบายถึงข้อมูลที่จำเป็นระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย การคมนาคม การเดินทางในประเทศ ขนส่งมวลชน สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยว

กลุ่มเกย์ สภาพอากาศ บาร์และสถานเริงรมย์ ชวนำ ร้านนวดและสปา ฟิตเนส ร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สิ่งที่เราควรทำในการท่องเที่ยวประเทศไทย สถานที่ซื้อของจำเป็น วิช่าและการแลกเปลี่ยนเงินตรา เบอร์โทรฉุกเฉิน สถานพยาบาลที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ และภาษาไทยในชีวิตประจำวัน ถือว่าเป็นคู่มือที่มีเนื้อหาและข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน โดยในคู่มือระบุไว้ชัดเจนว่า “กรุงเทพฯมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สูง เห็นได้จากบาร์ คลับและสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่พร้อมให้นักท่องเที่ยวมาปลดปล่อยความเป็นตัวเอง” กรุงเทพฯมีบาร์ คลับและชานาเยอะมาก มีหลากหลายรูปแบบและราคาให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ปกติแล้วคนเอเชียจะดึงดูดคนเอเชียด้วยกันเอง แต่รับประกันได้ว่าคนไทยส่วนมากเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เกย์คนไทยส่วนมากจะมีระดับการศึกษาที่สูง และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี คู่มือการท่องเที่ยวฉบับนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้สอดคล้องวัฒนธรรมไทย เช่น นักท่องเที่ยวไม่ควรแสดงกิริยาเกี่ยวกับกิจกรรมทางเพศในสถานที่สาธารณะ

คู่มือ Essential Guide to Gay Bangkok ระบุถึงกิจกรรมที่เราควรทำในการท่องเที่ยวประเทศไทย ไม่ได้เฉพาะเจาะจงแค่สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ เช่น บาร์ ชวนาเพียงเท่านั้น แต่กล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วไป เช่น การชมความสวยงามของวัดและความรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนา วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ วัดอรุณ วัดนันทวันและวัดชีวิตไทย มวยไทย อาหารและการจับจ่ายซื้อของ ย่านไนท์ทาวน์ ถนนข้าวสารและแหล่งห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

2) จังหวัดเชียงใหม่ เชียงใหม่เป็นอีกหนึ่งเป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่สำคัญของประเทศ นอกจากด้านธรรมชาติแล้ว จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ และมีแหล่งท่องเที่ยวตามคำค้นเป็นจำนวนมาก กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวคือ การขี่ช้างและการโฉบกิจกรรมจากช้าง ในฟาร์มช้างภายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมอบโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสัตว์ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังนิยมเข้ามาเรียนรู้วิธีการทำอาหารไทย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมด้านอาหารที่สำคัญของโลก สำหรับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่สำคัญคือ วัดต่าง ๆ โดยวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมคือ วัดเจดีย์หลวง วัดพันเตา วัดพระสิงห์ เวียงกุมกาม และวัดพระธาตุดอยสุเทพ นอกจากการเยี่ยมชมวัดและฟาร์มช้างที่กล่าวไป อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ยังคงเป็นจุดมุ่งหมายหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ ในส่วนแหล่งท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่ ตลาด และถนนคนเดินก็เป็นจุดหมายยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อีกทั้ง แหล่งท่องเที่ยวตามคำค้นจะแบ่งออกเป็นย่านต่าง ๆ มีทั้งบริเวณตลาดไนท์บาซาร์ ที่มีร้านสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะจำนวนมาก จึงเป็นพื้นที่ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มเกย์ และมักเป็นจุดมุ่งหมายที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

ในอดีตเชียงใหม่มีการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศในปี พ.ศ. 2552 โดยกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศร่วมกันจัดงาน Pride Chiang Mai เพื่อแสดงพลังถึงความต้องการความเท่า

เที่ยวทางเพศในเขตเมืองเก่าเชียงใหม่ ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 แต่โดนขัดขวางโดยกลุ่มคนท้องถิ่น และข้าราชการในพื้นที่ที่ปลุกระดมคนพื้นเมืองผ่านวิทยุชุมชน รวมคนที่ไม่เห็นด้วยกับการจัด Pride Chiang Mai มาขัดขวางการจัดงาน เหตุเพราะการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์เรื่องความหลากหลายทางเพศในเวลานั้น ขัดแย้งต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นและทำให้เมืองเชียงใหม่เสื่อมเสียภาพลักษณ์เมืองเหนือที่ร่ำรวยวัฒนธรรมล้านนา โดยกลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วยปิดประตูขวางไม่ให้เกิดการเดินขบวน มีการปาข้าวของ ด่าทอด้วยคำหยาบคายใส่ผู้จัดงาน ตำรวจที่อยู่ในเหตุการณ์จึงไล่เกลี้ยให้กลุ่มผู้จัดงาน Pride Chiang Mai ขอโทษทั้งน้ำตาต่อผู้ต่อต้าน เหตุการณ์ดังกล่าวจึงจบลง แต่สร้างบาดแผลในใจให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในเชียงใหม่เป็นอย่างมาก หลังจากนั้นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรจึงก่อตั้งขึ้นเป็นหน่วยงานที่เรียกร้องความเป็นธรรมแก่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศชื่อว่า “กลุ่มเสาร์เช้าเอ็ด” และในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 กลุ่มเสาร์เช้าเอ็ดได้จัดงาน Pride Chiang Mai เกิดขึ้นครั้งแรก ในวันครบรอบ 10 ปีเหตุการณ์เสาร์เช้าเอ็ด (ชานันท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.)

Travel Gay เว็บไซต์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้คำนิยามกับเมืองเชียงใหม่ว่า “เชียงใหม่ เมืองแห่งอารยธรรมล้านนาและความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” โดยในเว็บไซต์ระบุข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเชียงใหม่ การคมนาคมในจังหวัดเชียงใหม่ สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ในเชียงใหม่ โรงแรม ร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมทั่วไป

เชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกระจายอยู่ทั่วมือง ธุรกิจการท่องเที่ยวที่เปิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสอดคล้องกับการเติบโตของเมืองเชียงใหม่ที่มีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา กล่าวได้ว่าเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เชียงใหม่มีเกย์บาร์และชานาเกย์กระจายอยู่ทั่วมือง หลายปีก่อนสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์จะรวมกันอยู่ที่ไนท์บาซ่าเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของเชียงใหม่ แต่ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ตั้งอยู่ที่ถนนนิมมานเหมินท์และบริเวณถนนช้างเผือก ด้านตะวันตกเฉียงเหนือของเมืองเก่า

เชียงใหม่ไม่ได้มีแต่สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ยังมีโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และธุรกิจการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญของความเท่าเทียมทางเพศ หรือผู้ประกอบการมีเพศสภาพเป็นเกย์ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ กระจายอยู่รอบเมืองเชียงใหม่ ถือเป็นสิ่งที่ยืนยันได้ว่าเชียงใหม่เป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างแท้จริง

3) จังหวัดเชียงราย เชียงรายเป็นจังหวัดที่สงบ แต่เป็นเมืองที่น่าอยู่ มีความเป็นมิตรและให้ความรู้สึกถึงการพักผ่อนอย่างแท้จริง ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 1262 นักท่องเที่ยวสามารถจินตนาการได้นี้คือจุดหมายปลายทางที่น่าเสนอจุดเด่นทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มากมายสำหรับผู้สนใจชิมช้อปวัฒนธรรม

ไทยและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม แต่ถ้ามองหาสถานบันเทิงยามค่ำคืนหรือสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ เชียงรายอาจไม่ได้ตอบความต้องการ แม้ว่าจะมีตลาดกลางคืนและเทศกาลดนตรีแจ๊สที่น่าตื่นตา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

เชียงรายเป็นจังหวัดท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในความงามของธรรมชาติ โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นจังหวัดที่สามารถให้ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว มีแหล่งประวัติศาสตร์ วัดต่าง ๆ แต่ก็ยังมีสถานที่ให้ท่องเที่ยวยามค่ำคืนอย่างเช่น ตลาดไนท์บาร์ชา โดยวัดยอดนิยมของจังหวัดเชียงราย คือ วัดร่องขุน วัดกลางเวียง วัดพระธาตุดอยจอมทอง วัดพระธาตุดอยตุง และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ เช่น ดอยแม่สลอง ดอยตุง ร้านอาหารขึ้นชื่อในเชียงรายที่มีเจ้าของร้านที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และตั้งอยู่ใจกลางเมืองที่นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมักจะไปคือ ร้าน The Bistro และเชียงรายยังมีบาร์และสปาต่าง ๆ เพียงพอที่จะรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อีกด้วย

4) จังหวัดภูเก็ต ภูเก็ตเป็นทั้งจังหวัดและเกาะที่ใหญ่ที่สุดทางภาคใต้ อยู่ติดฝั่งทะเลอันดามันที่มีความงามตามธรรมชาติ คือ ทะเล และสถานที่ท่องเที่ยวทั้งกลางวันและกลางคืน หาดป่าตองเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ บริเวณหาดป่าตองนั้นมีร้านค้าและบาร์มากมายที่แขวนธงชาติสีรุ้งซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไว้ และเจ้าของร้านส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จึงเป็นสถานที่ยอดนิยมที่สำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างมาก อ่าวพังงา มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการแนะนำคือ John Gray's Sea Canoe เป็นกลุ่มพาทัวร์ดำน้ำต่าง ๆ มีบริการขึ้นชื่อว่า เป็นมิตรกับทุกเพศและมีไกด์เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อุทยานแห่งชาติสิรินาถ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตาชัยก็เป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติยอดนิยม นอกจากแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติในเมืองยังมีที่นักท่องเที่ยวนิยมแวะไปชม ทั้งอนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษัตรี ท้าวศรีสุนทร วัดพระทอง ย่านเมืองเก่าภูเก็ต และ Phuket FantaSea

Essential Guide to Gay Phuket คู่มือการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จังหวัดภูเก็ต จัดทำโดย www.Travelgay.com ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ได้อย่างลึกซึ้งและเป็นประโยชน์ เช่น ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภูเก็ต การเดินทางรอบภูเก็ต สนามบิน การเดินทางรอบเกาะ สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ ชายหาดยอดนิยม บาร์เกย์และสถานเริงรมย์สำหรับกลุ่มเกย์ แผนที่สถานที่เฉพาะกลุ่มเกย์ป่าตอง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ควรทำระหว่างท่องเที่ยวในภูเก็ต เบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉินที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของกลุ่มเกย์ตั้งอยู่ที่เมืองชายฝั่งตะวันตกของชายหาดป่าตอง โรงแรม ร้านอาหาร บาร์ คลับ ชาวน่าที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเกย์ตั้งอยู่บริเวณ พาราไดซ์ คอมเพล็กซ์ ป่าตอง และหน้าโรงแรม La Flora รวมไปถึงถนนบางลาด้วยเช่นกัน

5) จังหวัดกระบี่ กระบี่เป็นจังหวัดที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีชายหาดที่งดงามที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของทะเลอันดามัน กระบี่มีชายหาดที่งดงามและน้ำทะเลใสราวคริสตัล

ที่เหมือนเชื่อมโยงกับสวรรค์ หาดพระนางหรือหาดไร่เลย์เป็นจุดที่ดีที่สุดสำหรับการอาบแดด และนักท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงการผจญภัยมากยิ่งขึ้นหากได้สำรวจอ่าวภูเล หรือออกทัวร์แบบไปเช้า-เย็นกลับที่เกาะห้องเพื่อดำน้ำดูปะการัง โดยเฉพาะอ่าวตันไทรมีกิจกรรมกลางแจ้งมากมาย และมีกิจกรรมปีนเขาที่โด่งดังที่สุด หากต้องการที่จะออกไปไกลกว่านั้นสามารถนั่งเรือจากตัวเมืองกระบี่หรือท่าเรืออ่าวนาง เพื่อเดินทางไปเกาะพีพีหรือเกาะลันตา เกาะกระดาน เกาะรอก เกาะจัม และเกาะโหล่งได้อย่างง่ายดาย

จังหวัดกระบี่ไม่ได้มีแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บาร์และคลับส่วนมากเปิดกว้างสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคน ถึงแม้จะพบเจอนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จำนวนมากที่เลือกเดินทางไปยังจังหวัดกระบี่ก็ตาม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

6) เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะสมุยมีแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมประกอบไปด้วยหาดเฉวง เฌงน้อย วัดพระใหญ่ เกาะพะงันที่นักท่องเที่ยวนิยมรู้จักกับปาร์ตี้อย่าง Full Moon Party เกาะเต่า อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะอ่างทอง เกาะพีพี เกาะราชาใหญ่ และเกาะยาวน้อย

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ที่เกาะสมุยไม่ได้กระจายตัวอยู่ทั่วพื้นที่มากนัก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพียงไม่กี่ร้าน มีลักษณะเล็กกระจุกตัวอยู่บริเวณหาดเฉวง ช่วงบริเวณกลางซอยหาดเฉวง แต่สามารถพบเห็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พักผ่อนและท่องเที่ยวในเกาะสมุย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) รีสอร์ทบางแห่งจัดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น 2020 Samui Songkran Pride Parade ที่จัดโดย Alpha Gay Resort & Spa เป็นต้น

7) หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หัวหินอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ มาทางตอนใต้เป็นระยะทางประมาณ 295 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประมาณ 90 กิโลเมตร หัวหินยังไม่ได้มีภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่มันถูกสร้างขึ้นให้อยู่ในวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมากกว่าพัทยา เลยเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากท่องเที่ยวที่พัทยายาอาจเลามาท่องเที่ยวที่หัวหินด้วยเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของหัวหิน ได้แก่ ตลาดชิคาตา ตลาดแหลมมาริน ตลาดไต้รุ่งหัวหิน ตลาดฉัตรไชย เขาตะเกียบ เขาเต่า เกาะสิงห์โต และน้ำตกป่าละอู เป็นต้น แม้หัวหินไม่ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย แต่เนื่องจากหัวหินอยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพฯ มากนัก สามารถเดินทางได้สะดวก ไม่ว่าจะเป็นนั่งรถไฟจากสถานีหัวลำโพงมาลงที่สถานีหัวหิน นั่งรถตู้สาธารณะ หรือจะขับรถส่วนตัวก็สามารถทำได้ หัวหินจึงเป็นตัวเลือกสำหรับผู้ที่ต้องการหลบหนีจากความวุ่นวายในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์มาพักผ่อนริมชายหาด

8) พัทยา จังหวัดชลบุรี พัทยาถูกเรียกเป็นแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่นักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศรู้จัก โดยพัทยามีชื่อเสียงในด้านทะเล มีหาดยอดนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวคือ หาดดงตาล และหาดจอมเทียน พัทยาเป็นรีสอร์ทริมทะเลบนชายฝั่งตะวันออกของอ่าวไทยในจังหวัดชลบุรีประมาณ 150 กิโลเมตร ทางตะวันออกเฉียงใต้ของกรุงเทพฯ พัทยาที่มีชื่อเสียงมากที่สุด

สำหรับการเป็นชายหาดที่ใกล้ที่สุดห่างมาจากกรุงเทพฯ ซึ่งมีหาดจอมเทียน ชุมชนเกย์ และหาดดงตาลเกย์ อีกทั้ง พัทยายังเป็นที่ยู้งักกันในระดับสากลว่าเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการดื่มด่ำกับความต้องการที่ช่อนเร้น ด้วยบรรยากาศที่คึกคักในย่าน Boay Town และ Sunee Plaza อีกทั้ง พัทยามีรีสอร์ทที่จัดปาร์ตี้ริมชายหาด ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์และได้เยี่ยมชมนายหาดที่มีชีวิตชีวา จากนั้นสามารถผ่อนคลายมากขึ้นด้วยการมุ่งหน้าสู่หาดจอมเทียน ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศที่เงียบสงบ และมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ ตลาดน้ำพญา สวนนงนุช เกาะเสม็ด เกาะล้าน และปราสาทสัจธรรม เป็นต้น

ทั้งนี้โครงการวิจัยชิ้นนี้กำหนดขอบเขตพื้นที่เมืองที่ต้องการศึกษาในเรื่องของความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไว้ภายใน 8 พื้นที่ดังกล่าว

2.1.1 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

2.1.1.1 ความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน

โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดีกับจุดหมายปลายทาง (Khadaroo & Seetanah, 2007) มีองค์ประกอบดังนี้

- (1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ
- (2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางกฎหมาย
- (3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางสิ่งแวดล้อม
- (4) สิ่งอำนวยความสะดวกทางจิตใจ

แต่เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับหลายภาคส่วน จึงยากที่จะให้คำจำกัดความและให้นิยามที่ชัดเจนสำหรับโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว (tourism infrastructure) (Dwyer et al., 2010) อย่างไรก็ตาม Hansen (1965) และ Mera (1973) มีความเห็นตรงกันว่าโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวคือผลรวมของโครงสร้างทางเศรษฐกิจและโครงสร้างทางสังคมที่ประกอบร่วมกัน โครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ช่วยสนับสนุนการสร้างเสถียรภาพ เช่น ทางหลวง สะพาน เส้นทางคมนาคม ต้องควบคู่ไปกับโครงสร้างด้านทุนทางสังคม ซึ่งให้ความสำคัญกับบริการทางสังคม ที่รองรับความต้องการและการพัฒนาทุนมนุษย์ อาทิ เรื่องสาธารณสุข และการศึกษา ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว (Mandić et al., 2016) สอดคล้องกับแนวคิดจากการประชุม Tourism & Transport Forum (TTF) (2012) ที่เห็นว่าโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวคือห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ประกอบไปกันหลายส่วนตั้งแต่ 1) โครงสร้างทางคมนาคม (Transportation infrastructure) เชื่อมต่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจากภายนอกสู่ภายในประเทศประกอบด้วย ถนน ท่าอากาศยาน ระบบราง เป็นต้น 2) โครงสร้างทางสังคม (Social infrastructure) ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ตอบสนองต่อกิจกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ศูนย์ประชุม สนามกีฬา แกลเลอรี เป็นต้น 3) โครงสร้างทางสิ่งแวดล้อม (Environment infrastructure) ประกอบด้วยอุทยานแห่งชาติ อุทยานทางทะเลที่อนุรักษ์ไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบทั้งสามล้วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และมี

บทบาทสำคัญต่อประสบการณ์และความประทับใจในภาพรวมต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวนั้น และโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวเหล่านี้เองที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและกระจายสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยว (Jovanović, 2016; Tang & Rochananond, 1990)

ความพร้อมทางโครงสร้างประการแรกที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อนักท่องเที่ยวภายนอกสู่ตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ โครงสร้างทางคมนาคม ซึ่งการรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นไปได้เลยหากขาดความพร้อมของโครงสร้างดังกล่าวที่จำเป็นต่อการการสนับสนุนจากรัฐ เพราะโครงสร้างทางคมนาคมไม่เพียงแต่เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมประสบการณ์ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเท่านั้น แต่จะเป็นปัจจัยยับยั้งการดึงดูดนักท่องเที่ยวหากโครงสร้างคมนาคมถูกละเลย และเป็นภาระให้กับฝ่ายผู้ประกอบการในการเพิ่มต้นทุนในการบริการ นำไปสู่การลดทอนประสิทธิภาพในการแข่งขันและชะลอการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในที่สุด (Prideaux, 2000)

สำหรับประเทศไทย ถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียทั้งในทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นรายได้สำคัญของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6-7 ของ GDP (Netherlands Embassy in Bangkok, 2017) ข้อมูลจาก BOI ระบุว่า ในปี ค.ศ. 2017 ได้มีแผนการพัฒนา ระบบคมนาคมกว่า 36 โครงการ ทั้งทางถนน ระบบราง การขนส่งทางอากาศยาน ตลอดจนพัฒนาท่าเรือทั่วประเทศ เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาค ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความพร้อมให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (BOI, n.d.) การพัฒนาดังกล่าวช่วยกระตุ้นการเชื่อมโยงระบบคมนาคมภายในประเทศและระหว่างประเทศ อาทิ โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อมโยงภายในและระหว่างประเทศ โครงการพัฒนาระบบรางเชื่อมโยงระหว่างสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินอู่ตะเภา ตลอดจนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ปัจจุบันยังมีการศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาระบบรางกรุงเทพมหานคร-หัวหิน และระบบรถไฟรางเดี่ยวในจังหวัดภูเก็ตซึ่งมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย (BOI, n.d.)

ท่าอากาศยานไทยได้ประกาศยกระดับสนามบินให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกว่า 150 ล้านคนในภายในปี ค.ศ. 2030 โดยประกอบด้วย สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินหาดใหญ่ สนามบินเชียงใหม่ และสนามบินเชียงราย ซึ่งในปัจจุบันสนามบินบางแห่งได้ให้บริการผู้โดยสารเกินกว่าความสามารถในการรองรับแล้ว และกระทรวงคมนาคมมีแผนงานในการขยายท่าอากาศยานแห่งใหม่ในพื้นที่สามจังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี กาญจนบุรี และสระแก้ว (Netherlands Embassy in Bangkok, n.d.)

การขนส่งทางน้ำ ประเทศไทยมีทั้งท่าเรือระดับนานาชาติ 7 แห่ง และภายในประเทศ 242 แห่งภายใต้การบริหารของการท่าเรือแห่งประเทศไทยร่วมกับภาคธุรกิจ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางน้ำก็

เป็นจุดหมายหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยวทางทะเลในภูมิภาคเอเชีย มีนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเรือกว่าหนึ่งแสนเที่ยวต่อปี และผู้ประกอบการก็มีความสนใจในการใช้บริการท่าเรือของประเทศไทย โดยท่าเรือที่ได้มาตรฐานสากลตั้งอยู่ในบริเวณอ่าวไทย 5 แห่งและชายฝั่งทะเลอันดามัน 6 แห่ง และมีแผนงานในการขยายท่าเรือบริเวณชายฝั่งอันดามันอีกในอนาคต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต (Netherlands Embassy in Bangkok, n.d.)

ความพร้อมทางถนนถือเป็นโครงสร้างทางการขนส่งหลักของประเทศไทย ครอบคลุมสัดส่วนของระบบคมนาคมถึงร้อยละ 86 ของพื้นที่ ในขณะที่ระบบรางครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 2 และระบบขนส่งทางน้ำครอบคลุมพื้นที่ร้อยละ 12 ในปัจจุบัน และมีแผนงานขยายทางหลวงให้มีขนาดใหญ่ขึ้นอีก 45 เส้นทางในอนาคตเพื่อรองรับผู้โดยสารและเชื่อมโยงกับระบบขนส่งอื่น ๆ ที่กำลังพัฒนาในอนาคต (Netherlands Embassy in Bangkok, n.d.)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกย์ สเกาชาชาวไทยพยายามทำงานเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยการให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับยาที่สามารถช่วยป้องกันโรคที่ติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้

Pre-Exposure Prophylaxis (PrEP) หรือยาเพรีฟ คือยาที่ใช้ในการป้องกันเชื้อเอชไอวี (HIV) ก่อนการสัมผัสโรค โดยการรับประทานยาวันละหนึ่งเม็ดทุกวัน ยาเพรีฟไม่สามารถป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่น ๆ ได้ จึงยังจำเป็นต้องใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่น ๆ ยาเพรีฟเหมาะสำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงติดเชื้อเอชไอวีสูง ได้แก่ ชายที่มีเพศสัมพันธ์ชาย ผู้ที่มีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่มีเชื้อเอชไอวี ผู้ที่มีคู่นอนหลายคน ผู้ที่ทำงานบริการทางเพศ ผู้ที่มาขอรับบริการ Post-Exposure Prophylaxis (PEP) หรือยาเป็อยู่เป็นประจำโดยไม่สามารถลดพฤติกรรมเสี่ยงลงได้ ผู้ที่ใช้สารเสพติดชนิดฉีด ผู้ที่มีโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ภายใน 6 เดือนที่ผ่านมา โดยยาเพรีฟสามารถป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีได้เกือบ 100% หากผู้มารับบริการรับประทานทุกวัน และมีวินัยในการรับประทาน คือรับประทานในเวลาเดียวกันในทุก ๆ วัน และใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้ง สามารถรับยาได้โดยไม่ต้องมีเพศสัมพันธ์ 2 สัปดาห์ก่อนมารับยาเพรีฟ ผู้มารับบริการจะได้รับการตรวจเอชไอวี การทำงานของตับและไต หลังจากที่ได้รับยาเพรีฟครั้งแรกจะนัดตรวจเลือด 1 เดือน หลังจากนั้นนัดตรวจเลือดทุก 3 เดือน หากต้องการหยุดยา ผู้มารับบริการต้องมาตรวจเลือดก่อนหยุดยาเพรีฟทุกครั้ง โดยข้อมูลจากสาธารณสุขอังกฤษยืนยันว่า การแพร่เชื้อเอชไอวีในหมู่เกย์และกลุ่มคนรักสองเพศลดจำนวนลงร้อยละ 71 ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 หลังจากมีการให้บริการยาเพรีฟ ซึ่งมีให้บริการฟรีในประเทศสกอตแลนด์และประเทศเวลส์สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการติดเชื้อเอชไอวีสอดคล้องกับ กรมควบคุมโรคชี้สถานการณ์โรคเอดส์ของไทยเข้าสู่ระยะ Last Mile แล้ว สามารถลดสถิติผู้ติดเชื้อเอชไอวีและคาดว่าจะสามารถให้บริการยาเพรีฟได้เต็มรูปแบบภายใน 10 ปีข้างหน้า ตั้งเป้าปี พ.ศ. 2573 ลดจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่เหลือต่ำกว่า 1,000 ราย

Post-Exposure Prophylaxis (PEP) หรือยาเป๊ป เป็นยาป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี (HIV) ในกรณีฉุกเฉิน ที่ต้องรับประทานให้เร็วที่สุดหลังสัมผัสความเสี่ยงที่จะติดเชื้อเอชไอวี โดยจะต้องเริ่มรับประทานภายใน 72 ชั่วโมงหลังมีความเสี่ยง และรับประทานติดต่อกันนาน 28 วัน ยาเป๊ปมีไว้สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการสัมผัสเชื้อเอชไอวีมาภายในระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง ซึ่งจะใช้ในกรณีดังนี้ มีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่มีเชื้อเอชไอวีและไม่ได้ใช้ถุงยางอนามัย ถุงยางอนามัยหลุดหรือฉีกขาด (ถุงแตก) ถูกหลั่งละเมิดทางเพศ ใช้เข็มฉีดยาร่วมกับผู้อื่น ยาเป๊ปสามารถป้องกันการติดเชื้อเอชไอวีได้กว่า 80% หากผู้รับบริการคาดว่าเพิ่งสัมผัสเชื้อเอชไอวีมาภายในระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง และรับยาเป๊ปเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพราะว่ายังรับยาเร็ว ยายังมีประสิทธิภาพ ก่อนที่ผู้รับบริการจะรับยาเป๊ป แพทย์จะซักประวัติเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และพิจารณาว่าจำเป็นต้องรับยาเป๊ปหรือไม่ โดยแพทย์จะส่งตรวจเอชไอวี ตรวจไวรัสตับอักเสบบี การทำงานของตับและไตก่อนรับยาเป๊ป (หากติดเชื้อ HIV อยู่ก่อนแล้ว จะไม่สามารถใช้ยาเป๊ปได้) หลังรับประทานยาครบ 28 วัน ตรวจเอชไอวีซ้ำ 1 เดือน และ 3 เดือน งดบริจาคเลือด และใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ ยาเป๊ปสามารถติดต่อขอรับได้

นักท่องเที่ยวต่างชาติหรือชาวต่างชาติ สามารถติดต่อขอรับยาเป๊ปและยาเพิร์ฟได้ที่โรงพยาบาล คลินิกและมูลนิธิที่ทำงานเรื่องการป้องกันการติดต่อทางเพศสัมพันธ์และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ดังนี้ คลินิกนิรนาม สภากาชาดไทย คลินิก Bangkok Health Hub Silom Community Clinic ภายใต้การดูแลของ TropMed มหาวิทยาลัยมหิดล และคลินิก PULSE ทุกสาขา ได้แก่ คลินิก PULSE สาขาสีลม กรุงเทพฯ คลินิก PULSE สาขานานา กรุงเทพฯ และคลินิก PULSE สาขาปาดอง ภูเก็ต เป็นต้น

2.1.1.2 ความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง

ประเทศไทยมีความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมที่เตรียมพร้อมตอบสนองต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ เนื่องจากปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์คือสภาพสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางให้การยอมรับและให้ความสำคัญกับเรื่องของความเท่าเทียมกันทางเพศ (World Tourism Organization, 2017) โดยสังคมไทยเริ่มเปิดกว้างมากขึ้น การเหยียดเพศในสังคมไทยจึงถือว่าพบเจอน้อยหากเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน (Jordan & Gen C Traveller, 2018) ทำให้ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยจากผลสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยคัดเลือกตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดอิตาลี สเปน และอิสราเอล พบว่า ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อชาวเกย์ (Gay-friendly Destination) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชาวอิสราเอลเป็นกลุ่มที่มองภาพลักษณ์ประเทศไทยในด้านบวกที่สุด โดยมองว่าไม่จำเป็นต้องจัดงานกิจกรรมประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม หรือปะป้ายสัญลักษณ์กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแบบโจ่งแจ้ง แต่ควรเป็นการสร้าง

บรรยากาศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะรู้สึกอึดอัด แต่รับรู้ได้ถึงรับการยอมรับและปฏิบัติแบบเท่าเทียมมากกว่า (ชญาสินี วังชัย, 2561)

2.1.1.3 ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ปัจจุบันตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีศักยภาพมาก ทำให้เป็นกลุ่มลูกค้าที่น่าสนใจของผู้ประกอบการ จึงมีการจัดทำกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่ต้องการเจาะลูกค้ากลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น โดยเริ่มต้นจากการแสดงออกในการยอมรับและการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศของแบรนด์ผ่านเทศกาล Pride Month ช่วงมิถุนายนของทุกปี

สายการบิน Virgin Atlantic เปิดเที่ยวบิน “Pride Flight” โดยพนักงานทุกคนบนเครื่องบินจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั้งหมด ตั้งแต่นักบินไปจนถึงพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และพนักงานต้อนรับภาคพื้น โดยเที่ยวบินนี้ปรับกลยุทธ์ให้อิงกระแสของงาน World Pride 2019 ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจะออกมาแสดงตัวตน เฉลิมฉลองความภาคภูมิใจในความหลากหลายทางเพศของตนเอง โดย Pride Flight จะเปิดการบินในเส้นทาง ลอนดอน-นิวยอร์ก ในวันที่ 28 มิถุนายนปี ค.ศ. 2019 ซึ่งเป็นช่วงระหว่างกิจกรรม World Pride 2019 โดยระหว่างการบินจะมีการสร้างความบันเทิงเส้นทาง รายได้จากค่าโดยสารจะนำไปบริจาคให้กับมูลนิธิที่สนับสนุนชุมชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 2.1 นักบินและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน LGBT ของสายการบิน Virgin Atlantic

ที่มา: Virgin Holidays (n.d.)

สายการบิน American Airlines ประกาศนโยบายสายการบินที่เกี่ยวข้องกับการบริการกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและครอบคลุมสิทธิประโยชน์พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งการจัดอบรมการต้อนรับลูกค้ากลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ออกนโยบายลดการเกิดอคติด้วยเหตุทางเพศในที่ทำงาน เป็นต้น สายการบิน American Airlines กล่าวว่า เป็นเวลากว่าทศวรรษที่ American Airlines เป็นผู้บุกเบิกในการดำเนินนโยบายและให้ความยุติธรรมต่อการให้บริการลูกค้าและการปฏิบัติตนในฐานะพนักงานที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สายการบินได้รับการจัดอันดับที่สูงในองค์กร

เกี่ยวกับแคมเปญสิทธิมนุษยชน และยังคงเป็นสายการบินที่เป็นมิตรมากที่สุดกับกลุ่มคนรักเพศเดียวกันของสายการบินสหรัฐฯ ทั้งหมด “เรารู้ว่าผู้โดยสารทุกคน ทุกเพศ มีทางเลือกมากมายในการเดินทาง เราจึงให้บริการทุกคนอย่างเต็มที่และเท่าเทียมเพื่อเป็นทางเลือกแรกของทุกคนในการเดินทาง” (2019) สายการบิน American Airlines เผยแพร่โฆษณากลางแจ้งที่แสดงถึงการสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และการตระหนักถึงการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมโดยไม่คำนึงถึงเพศสภาพและเพศวิถี

สายการบินสายสำคัญในประเทศสหรัฐอเมริกาจะเสนอตัวเลือกเพศนอนไบนารีให้แก่ผู้โดยสารในตัวเครื่องบินและขั้นตอนการจองตัวเครื่องบินทั้งหมด สายการบินอเมริกันสามารถให้ทางเลือกแก่ลูกค้า “ไม่ระบุ” และ “ไม่เปิดเผย” นอกเหนือจากตัวเลือกทั่วไปในช่องข้อมูลส่วนตัว โดยสายการบินที่เห็นด้วยและประกาศใช้นโยบายนี้ได้แก่ United Airlines American Airlines และ Southwest Airlines โดยหลังจากสายการบินหลักเหล่านี้ประกาศใช้นโยบายที่มีความตระหนักถึงประเด็นเรื่องค่านำหน้าของลูกค้า ทำให้สายการบินอื่น ๆ เริ่มสนใจและวางแผนปรับเปลี่ยนนโยบายที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น สายการบิน Delta กำลังวางแผนเพิ่มช่องนอนไบนารีในเอกสารระบุตัวตนของลูกค้าที่ใช้บริการสายการบิน

ประเทศไทยมีความพร้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดการท่องเที่ยวระดับสูงอย่างอุตสาหกรรมโรงแรม ภายในประเทศมีการจัดตั้งเครือข่ายการโรงแรมภายในประเทศหลายกลุ่ม เช่น กลุ่ม Centara Hotels and Resorts กลุ่ม Dusit International และกลุ่ม Minor International ตลอดจนเครือข่ายธุรกิจต่างประเทศที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมโรงแรมในไทย เช่น กลุ่ม Intercontinental กลุ่ม Starwood และกลุ่ม Marriot เป็นต้น ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าจะมีการขยายตัวของจำนวนห้องพักในอัตราร้อยละ 5.4 ต่อปี และอัตราการจองห้องพักจะคงที่ในระดับร้อยละ 63 ในช่วงระยะเวลาเดียวกันต่อเนื่องไปจนถึงปี ค.ศ. 2020 อีกทั้ง ที่พักอาศัยรูปแบบใหม่ๆ เช่น Airbnb ก็สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการใหม่นี้จะมีระยะเวลาพักอาศัยยาวนานมากกว่ากลุ่มที่ใช้บริการโรงแรม จึงไม่ได้ส่งผลหรือเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจโรงแรมแบบดั้งเดิม (Netherlands Embassy in Bangkok, n.d.) ซึ่งการเติบโตของจำนวนห้องพักที่มากขึ้นนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยว (Jovanović, 2016)

ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมเริ่มมีการปรับตัวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ เช่น สีลม สุขุมวิท เป็นต้น เว็บไซต์ The Gay Passport ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จัดอันดับ 21 โรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สายปาร์ตี้ โดยเกณฑ์ในการจัดอันดับโรงแรมที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีหลายปัจจัย ได้แก่ ที่ตั้งของโรงแรมใกล้สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ความเป็นมิตรของพนักงานต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ความเป็นมิตรของนโยบายโรงแรมที่ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทำให้หลายโรงแรมมีการปรับนโยบายการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม Urbana Sathorn ไม่ระบุจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละ

ห้องและไม่ได้ห้ามหากผู้เข้าพักประสงค์จะนำแขกภายนอกเข้ามาพักแรมด้วย แต่ห้ามส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น ด้วยเหตุนี้ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายคนเลือกใช้บริการโรงแรมนี้ จนโรงแรม Urbana Sathorn ถูกจัดอันดับให้เป็นโรงแรมที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อันดับที่ 2 จาก 21 อันดับ

ในภาคบริการอื่น ๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ บริการทางการแพทย์ ซึ่งการท่องเที่ยวทางการแพทย์ (Medical Tourism) ได้ดึงดูดชาวต่างชาติจำนวนมากมาที่ประเทศไทย ซึ่งเคยมีการประมาณการในปี ค.ศ. 2014 ว่ามีจำนวนผู้ใช้บริการทางการแพทย์จากต่างประเทศสูงถึง 1.5 ล้านคนต่อปี ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศถึงร้อยละ 0.4 ของ GDP โดยนักท่องเที่ยวส่วนมากมาจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนและภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งประเทศไทยสามารถรองรับความต้องการทางการแพทย์ที่หลากหลาย ทั้งการแพทย์แผนปัจจุบันตลอดจนการแพทย์แผนไทย

สำหรับการท่องเที่ยวทางการแพทย์สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คนข้ามเพศหลายร้อยคนจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย ประเทศแคนาดา และประเทศออสเตรเลียเดินทางมาประเทศไทยเพื่อรับการผ่าตัดแปลงเพศ (Gender Reassignment Surgery: GRS) ที่โรงพยาบาลยันฮี โดยตลาด GRS ได้รับความนิยมตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 มีสถิติรองรับว่าปี ค.ศ. 2007 นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกตัดสินใจบินมาประเทศไทยเพื่อเข้ารับการศัลยกรรมเกือบ 400,000 คนต่อปี (Aizura, 2010) ประเทศไทยขึ้นชื่อเรื่องการศัลยกรรมและการแปลงเพศ เนื่องจากมีความหลากหลายของราคาและสามารถเข้าถึงการทำศัลยกรรมได้ง่าย คุณภาพดีและปลอดภัย ไม่เพียงแต่การแพทย์เพื่อความการศัลยกรรมสำหรับคนข้ามเพศ แต่ประเทศไทยยังเป็นอีกหนึ่งจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการเข้าถึงยาป้องกันเชื้อเอชไอวี เช่น ยาเพรีฟ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อซื้อยาต้านไวรัสเอชไอวีกลับไปประเทศจีน เนื่องจากที่ประเทศจีนยังไม่อนุญาตให้ประชาชนสามารถเข้าถึงยาชนิดนี้ได้ อีกทั้งราคายาเพรีฟที่ประเทศไทยถูกและสามารถเข้าถึงยาเพรีฟได้สะดวก ราคาประมาณ 44 ดอลลาร์สหรัฐสำหรับหนึ่งเดือน ซึ่งถูกกว่ายาเพรีฟที่ประเทศจีนหนึ่งเท่าตัว ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชาวจีนจากปักกิ่งเกือบร้อยคนที่บินมาที่ประเทศไทยเพื่อซื้อยาเพรีฟ เห็นได้ชัดว่าการบริการทางแพทย์โดยเฉพาะการป้องกันการติดต่อทางเพศสัมพันธ์ของประเทศไทยอยู่ในระดับดี

นอกจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ประเทศไทยยังพัฒนาการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) ในอุตสาหกรรม MICE (Meeting, Incentives, Conferences และ Events) ซึ่งพื้นที่ที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่นอีกด้วย (Netherlands Embassy in Bangkok, n.d.) ประเทศไทยมีการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและตลาดความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ The LGBT Travel Symposium Thailand 2562 จัดที่โรงแรมเพนนินชูล่า กรุงเทพฯ วันที่ 5-6 กันยายน พ.ศ. 2562 ด้วยความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย งาน LGBT + Travel Symposium จะนำผู้ซื้อและสื่อสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศชั้นนำของโลกจาก 75 ประเทศเข้าสู่กรุงเทพฯ เพื่อจัดงาน โดยผู้เข้าร่วมประชุมมาจากสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา

เยอรมนี สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย และประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อื่น ๆ ถือเป็นงานรวมตัวผู้ประกอบการการท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศครั้งใหญ่ในประเทศไทย

2.1.2 บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

2.1.2.1 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย

สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวโดยตรงในปัจจุบันประกอบไปด้วย (1) หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand: TAT) และสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (Office of Tourism Development) เป็นต้น (2) หน่วยงานด้านการต่างประเทศ เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมการกงสุล และสถานกงสุลไทยในต่างประเทศ เป็นต้น (3) หน่วยงานด้านความมั่นคง เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กองบัญชาการสอบสวนกลาง สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น (4) หน่วยงานด้านเศรษฐกิจ เช่น กระทรวงพาณิชย์และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น และ (5) หน่วยงานด้านการคมนาคม เช่น กระทรวงคมนาคม บริษัทท่าอากาศยานไทย และกรมการขนส่งทางบก เป็นต้น (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นอาจมีเพิ่มตามสถานการณ์ของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในช่วงเวลาที่มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เตรียมผลักดันนโยบายรับกฎหมายให้เพศเดียวกันในประเทศไทยสามารถแต่งงานกันได้ (พ.ร.บ.คู่ชีวิต) ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา ซึ่งจะเป็นการยกระดับความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้กับประเทศไทย ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพนี้เข้ามาเพิ่มขึ้นได้ ในช่วงเวลานั้น กระทรวงยุติธรรมได้เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนตัวกฎหมายนี้และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความพร้อมให้กับประเทศในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (ข้าวสด, 2561)

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยตรง ประเทศไทยถูกเลือกเป็นสถานที่จัดกิจกรรมเพื่อกลุ่มเกย์ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีศักยภาพเพียงพอในทุกด้านกับการรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก อีกปัจจัยสำคัญคือความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งจากภาครัฐ ภาคประชาสังคม ผู้ประกอบการและคนท้องถิ่นเอง โดยลักษณะกิจกรรมที่จัดขึ้นในประเทศไทยมีความหลากหลาย เช่น รูปแบบงานที่ส่งเสริมเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศ งานปาร์ตี้ งานแสดงภาพยนตร์ งานศิลปะ และงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยรายละเอียดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 แสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
Thailand LGBT Expo (25–28 มกราคม 2561)	Bangkok Rainbow และเครือข่าย LGBT	การนำเสนอสินค้า บริการ และกิจกรรม ที่สร้างสรรค์ ตอบสนองความต้องการ จำเพาะของกลุ่ม รวมไปถึงเป็นเวที กลางเพื่อแสดงศักยภาพของกลุ่ม บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ
Circuit Festival Asia Weekend, Pattaya Thailand 2018 (15–17 มิถุนายน 2561)	Barcelona Matinee Group	งานปาร์ตี้กลางสวนน้ำ Water Park Dar Party ครั้งแรกในเอเชีย ต่อด้วย ปาร์ตี้ริมหาด พร้อมกับ DJ ระดับโลก แนวเพลง EDM และรวบรวมกลุ่มเกย์ จากทั่วโลก จัดที่พัทยา จังหวัดชลบุรี
Kaleidoscope: Through my lens (3–22 กรกฎาคม 2561)	Wolf Pack Space	จัดแสดงภาพยนตร์สำหรับกลุ่มบุคคล ที่มีความหลากหลายทางเพศ และ กิจกรรมพูดคุย Live Talk ในประเด็น ต่าง 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”	เทศกาลฉลองปีใหม่ของกลุ่มเกย์ที่ ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย และเป็นหนึ่งใน เทศกาล Circuit ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จะ มีงานปาร์ตี้ขนาดใหญ่ 5 งาน จัดขึ้นใน 4 วัน พร้อมมีการแสดงคอนเสิร์ตแนว เพลง EDM จากดีเจและนักแสดง ต่างประเทศที่มีชื่อเสียง จัดที่ GMM Live House, Central World
Gay Group Trip: Sailing Patong, Koh Hong and Phuket (31 ธันวาคม 2561)	Gay Asia, Gay Thailand	การท่องเที่ยวแบบกลุ่มบนเกาะ กิจกรรมนี้ และกิจกรรม Gay Group Trip: Thailand Explorer

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
		เป็นกิจกรรมที่มีลักษณะคล้ายกัน แต่ต่างกันตรงระยะเวลาในการจัดงาน

ที่มา: ผู้วิจัย (2563)

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

ตารางที่ 2.2 การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562

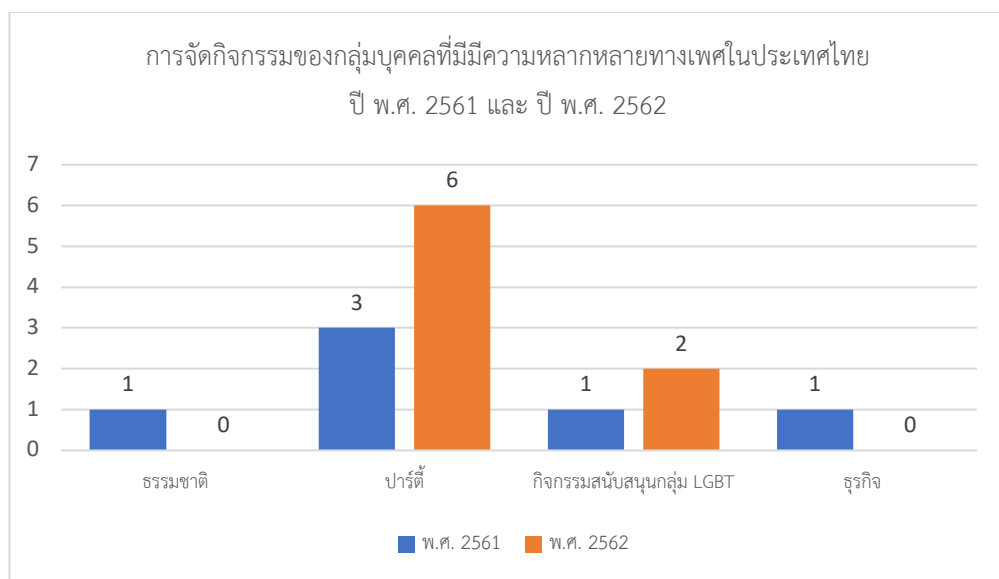
ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
PRIDE CRUISE BANGKOK 2019 (3 มีนาคม 2562)	Gay Asia, Gay Thailand	งาน Pride บนแม่น้ำเจ้าพระยา WPRIDE CRUISE BANGKOK 2019 บนเรือสำราญ BANGKOK ISLAND รวมทั้งปาร์ตี้กับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ
Pattaya Pride Rainbow Festival (8-14 เมษายน 2562)	กลุ่ม NGO พัทยา	งาน Pride พัทยา โดยกลุ่ม NGO พัทยา จัดที่ Central Festival Pattaya
XXO Party Songkran 2019 (11, 15 เมษายน 2562)	XXO Party Group	หนึ่งในงานปาร์ตี้ circuit dance ที่พิเศษที่สุดในโลก และเป็นที่รู้จักกันดี นำดีเจและนักเต้นที่ดีที่สุดจากทั่วโลก โดยเงินส่วนหนึ่งจากการขายตั๋ว XXO Party จะนำไปบริจาคให้กับองค์กรการ

ชื่องาน	หน่วยงาน	รายละเอียดกิจกรรม
		กุศล 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 ระดับนานาชาติที่ยิ่งที่สุดในโซนเอเชียในนาม gCircuit จัดปาร์ตี้ส่งท้ายมหกรรมเทศกาลสงกรานต์ "Wet Edition"
Phuket Pride 2019 (27-30 เมษายน 2562)	กลุ่ม NGOs ในจังหวัดภูเก็ต	ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1999 และเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจในปฏิทิน LGBT+ 2019 จะฉลองครบรอบ 10 ปี นับตั้งแต่เปิดตัวครั้งแรก กิจกรรมส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาด นางงามชายหาด และกลุ่มงาน NGO เดินขบวน LGBT+ จากทั่วทุกมุมโลก
Circuit Festival Asia Weekend Pattaya, Thailand 2019 (7-9 มิถุนายน 2562)	Barcelona Matinée Group	การแสดงคอนเสิร์ต แนวเพลง EDM รวบรวมกลุ่มเกย์ทั่วโลก จัดที่พัทยา จังหวัดชลบุรี
XXO Party Bangkok 2019 (4-6 ตุลาคม 2562)	XXO Party Group	การแสดงคอนเสิร์ต แนวเพลง EDM รวบรวมกลุ่มเกย์ทั่วโลก จัดที่โรงแรม So Sofitel Bangkok
White Party Bangkok 2019 (27-31 ธันวาคม 2562)	Jeffrey Sanker of WD Palm Spring in collaboration with Cloud 9, WPBKK's "Garden of Eden with Adam & Steve"	เทศกาลฉลองปีใหม่ของกลุ่มเกย์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย มีการแสดงคอนเสิร์ตแนวเพลง EDM จากดีเจและนักแสดงนานาชาติระดับแนวหน้าของโลก เป็นการกลับมาฉลองครบรอบ 5 ปี กับ 5 ปาร์ตี้ใหญ่ ๆ ตลอด 5 วัน จัดที่ GMM Live House + Central Gallery, Central World

ที่มา: ผู้วิจัย (2563)

นอกจากงานปาร์ตี้แล้ว กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเพศอย่างงาน Pride ซึ่งส่วนมากจัดโดยกลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) ที่ทำงานด้านความเท่าเทียมทางเพศในแต่ละพื้นที่นั้น ดังเช่น งาน Phuket Pride ที่จัดโดยกลุ่ม NGOs ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งการจัดงาน Pride ในแต่ละปีจะมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มเงินจากองค์กรการกุศล และเพิ่มการรับรู้ผ่านกิจกรรมการศึกษา อย่างไรก็ตามจึงอนุมานได้ว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสร้างกิจกรรมเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีจำนวนมากขึ้นในแต่ละปี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางมายังจุดหมายประเทศไทย และสร้างเม็ดเงินจำนวนมากให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมนั้นได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การยอมรับและสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ส่งผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกันนั้น การผลักดันร่างกฎหมายเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของไทยในปี พ.ศ. 2560 ยังส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวรวมของประเทศไทยในปีดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนี้ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 2.2 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบการจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 และปี พ.ศ. 2562

ที่มา: ผู้วิจัย (2563)

จากภาพที่ 2.2 พบว่า การจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยปีพ.ศ. 2562 ในภาพรวมมีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 โดยกิจกรรมประเภทปาร์ตี้และกิจกรรมประเภท

สนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากกว่าปี พ.ศ. 2561 แต่กิจกรรมประเพณีธรรมชาติและธุรกิจมีจำนวนลดลงจากปี พ.ศ. 2561

นอกจากกลุ่มของผู้ประกอบการรายย่อยแล้ว ก็ยังมีการร่วมกันของผู้ประกอบการในรูปแบบของสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถรวบรวมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้ (1) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2) สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (3) สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวแห่งประเทศไทย (4) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (5) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย (6) สมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวภูมิภาคแห่งประเทศไทย (7) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (8) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกประจำประเทศไทย (9) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (10) สมาคมโรงแรมไทย (11) สมาคมภัตตาคารไทย (12) สมาคมสวนสนุกและสวนพักผ่อนหย่อนใจ (13) สมาคมเพื่อสวนสัตว์ไทย (14) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (15) ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน (16) สมาคมรถโดยสารไม่ประจำทาง (17) สมาคมเรือไทย (18) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (19) สมาคมสปาไทย (20) หอการค้าไทยและหอการค้าจังหวัด และ (21) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

นอกจากนี้ปัจจุบันยังมีการทำงานของเครือข่ายภาคประชาสังคมที่เป็นที่รู้จักบนสื่อออนไลน์ที่มีความเคลื่อนไหวในการกระตุ้นให้มีความสำคัญกับการเปิดรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้นทั้งในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจที่เริ่มนำกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนี้มาเป็นธุรกิจกระแสหลัก (กองวิจัยการตลาด ททท., 2562) อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเรื่องสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย เช่น สมาคมฟ้าสีรุ้ง ที่เป็นองค์กรเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างยั่งยืน และสร้างความเข้าใจอันดีในเรื่องความหลากหลายทางเพศทั้งในประเทศและระดับสากล โดยจะมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ เช่น Rainbow Sky Open Mind Run ที่เป็นกิจกรรมวิ่งมาราธอน หรือการรณรงค์ให้ความรู้ และรับตรวจหาเชื้อเอชไอวี ซึ่งมีจุดบริการอยู่ทั่วประเทศ อีกทั้งยังมีการรณรงค์เพื่อสิทธิความเท่าเทียมทางเพศต่าง ๆ เช่น “ห้องน้ำทุกคน ทุกเพศใช้ได้” ซึ่งเป็นการรณรงค์การใช้ห้องน้ำอย่างถูกสุขลักษณะ และเป็นมิตรกับทุกเพศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้การกีดกันเรื่องเพศในสังคมลดลง (สมาคมฟ้าสีรุ้ง, 2561)

สถานการณ์ความเท่าเทียมทางเพศของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย ปัจจุบันมีการเคลื่อนไหวในเรื่องการสื่อสารประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศผ่านสื่อสาธารณะมากขึ้นในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเรื่องกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อให้มีความรู้และสร้างความตระหนักแก่บุคคลทั่วไปเกี่ยวกับความเท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ลดพฤติกรรมการตีตราและการผลิตซ้ำทางเพศที่เป็นต้นเหตุในการนำไปสู่การเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ โดยเป็นการทำงานร่วมกันของหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงาน

ภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน ถือเป็นการยืนยันว่าการทำงานเรื่องความหลากหลายทางเพศและการยอมรับความเท่าเทียมทางเพศในประเทศไทยเป็นในทิศทางที่ดีขึ้นมาก

การประกาศรางวัล “อรรธนารีศวร” รางวัลแห่งความหลากหลายทางเพศระดับสากล และระดับชาติ เพื่อยกย่องและเชิดชูเกียรติแด่บุคคลและองค์กรที่อุทิศตนทำงานด้านการส่งเสริมสุขภาวะทางเพศ และสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการประกาศรางวัลจะจัดขึ้นทุกปี ทั้งนี้ รางวัล “อรรธนารีศวร” ครั้งที่ 3 พ.ศ. 2562 จัดขึ้นในวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2563 โดย สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย ร่วมกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ กระทรวงยุติธรรม คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ และคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รางวัล “อรรธนารีศวร” ให้รางวัลแก่บุคคล องค์กร และหน่วยงานธุรกิจที่ตระหนักถึงความสำคัญของการทำงานเพื่อความเท่าเทียมทางเพศหลายประเภท ดังนี้ รางวัลด้านสร้างเสริมสุขภาพในชุมชนหลากหลายทางเพศ (บุคคลและองค์กร) รางวัลด้านส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของชุมชนหลากหลายทางเพศ (บุคคล องค์กรและหน่วยงานภาคธุรกิจ) รางวัลด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งและศักยภาพของชุมชนหลากหลายทางเพศ (บุคคลและองค์กร) รางวัลสื่อสร้างสรรค์ประเภทสื่อชุมชน ประเภทสื่อสารมวลชน ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ (บุคคลและองค์กร) และรางวัลมิตรภาพ (บุคคลและองค์กร) (สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย, 2561) โครงการกลไกเฝ้าระวังสื่อในการนำเสนอประเด็นความหลากหลายทางเพศ 4 ภาค โดยมูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชนจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสื่อในการนำเสนอประเด็นความหลากหลายทางเพศเพื่อสนับสนุนให้สื่อนำเสนอประเด็นความหลากหลายทางเพศที่เคารพ ไม่ลดทอนคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และนำไปสู่การสร้าง ความเท่าเทียมทางเพศในสังคม เนื่องจากสื่อเป็นเครื่องมือหลักที่ประชาชนทุกคนเข้าถึงได้ง่ายที่สุด และสามารถสร้างภาพจำต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้มากที่สุด ภายในคู่มือการปฏิบัติงานสื่อในการนำเสนอประเด็นความหลากหลายทางเพศมีการให้ความรู้เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคำศัพท์ทางเพศสภาพ คำที่ควรใช้และคำที่ไม่ควรใช้ และตัวชี้วัดสื่อฉบับพกพา

เวทีเสวนา “ทิศทางคู่ชีวิตและสมรสเพศเดียวกัน พุบหรือไปต่อ” จัดโดยสถาบันพระปกเกล้าเมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2563 โดยสรุปได้ว่าปัจจุบันประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนานาชาติว่าเป็นดินแดนที่ยอมรับความแตกต่างและความหลากหลายทางเพศรวมถึงการสมรสของเพศเดียวกัน แต่ยังไม่มีการออกกฎหมายที่ดูแลและให้สิทธิเกี่ยวกับการใช้ชีวิตคู่ในกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้เกิดการจำกัดสิทธิและความไม่เท่าเทียมกันในการใช้ชีวิตคู่ของกลุ่มบุคคลดังกล่าวในประเทศไทย ดังนั้นจุดประสงค์ของการจัดเสวนาเพื่อต้องการสร้างความความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของพ.ร.บ.คู่ชีวิตในประเทศไทย ให้ประชาชนทั่วไปตระหนักถึงปัญหา และอุปสรรคของพ.ร.บ.คู่ชีวิต รวมถึงกฎหมายสมรสเพศเดียวกัน นอกจากนี้ ยังต้องการรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพ.ร.บ.คู่ชีวิต เพื่อนำไปยื่นให้กรรมาธิการ ทั้งฝั่งสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา ที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขพ.ร.บ.

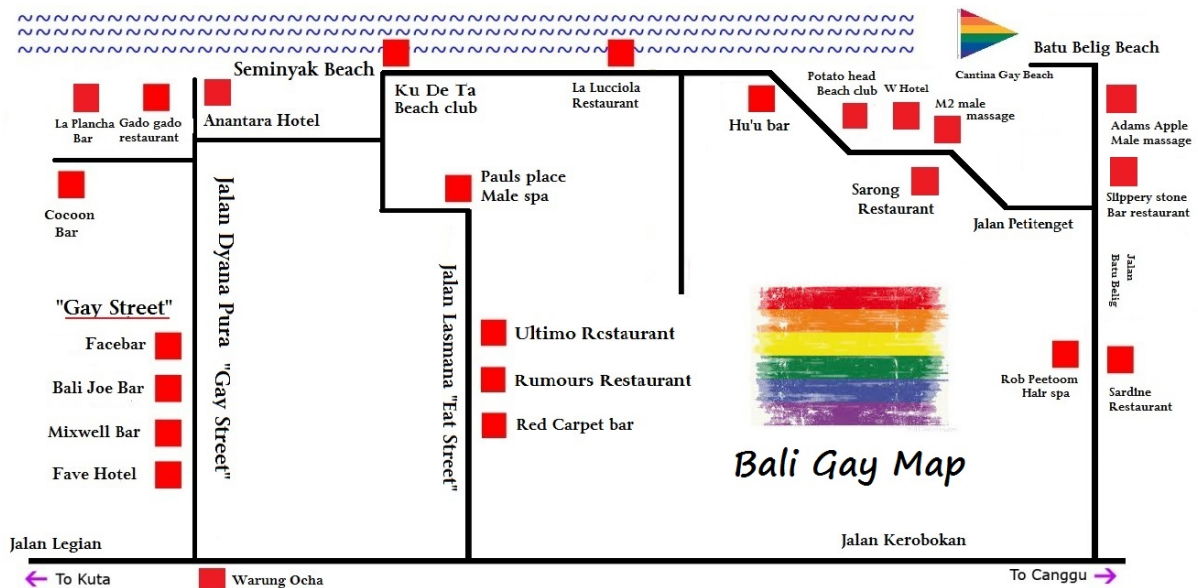
คู่มือชีวิตที่กำลังจะบัญญัติและประกาศใช้ รวมถึงการแก้ไขข้อกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติที่ตราโดยฝ่ายนิติบัญญัติ (ส.ส. และ ส.ว.) ส่วนพระราชกำหนดและพระราชกฤษฎีกา ตราโดยฝ่ายบริหารเมื่อเสร็จแล้วนำทูลเกล้าฯ เพื่อลงพระปรมาภิไธย และประกาศในราชกิจจานุเบกษาต่อไป (กองบรรณาธิการรอยซ์ไทยแลนด์, 2563) ในงานเสวนามีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.คู่มือชีวิตกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ดังนี้ (1) พ.ร.บ.คู่มือชีวิตสามารถเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศตัดสินใจเลือกเดินทางมายังประเทศไทยได้ เนื่องจากกฎหมายที่รองรับและสนับสนุนสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศถือเป็นการยืนยันทางภาครัฐว่าประเทศไทยสามารถเป็นพื้นที่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้ (2) ปัจจุบัน พ.ร.บ.คู่มือชีวิตอยู่ในการแก้ไขเพิ่มเติมของฝ่ายกฤษฎีกาก่อนนำเข้ามติคณะรัฐมนตรีต่อไป แต่สิทธิในการสมรสยังคงไว้แค่บุคคลที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น ไม่ได้ประกาศใช้กับชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม พ.ร.บ.คู่มือชีวิตสามารถเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้แน่นอน

2.1.2.2 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศอินโดนีเซีย

ในปัจจุบันแม้ว่าประเทศอินโดนีเซียจะรับรองกิจกรรมของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันในหลายจังหวัด แต่ประเทศอินโดนีเซียยังคงมีความเปราะบางด้านการคุ้มครองสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สืบเนื่องมาจากแรงกดดันที่จะพยายามผลักดันให้คนรักเพศเดียวกันให้เป็นสิ่งผิดกฎหมาย อีกทั้งบางส่วนของประเทศได้ผ่านกฎหมายต่อต้านการรักเพศเดียวกัน (criminalizing same-sex sexual acts) อันได้รับอิทธิพลมาจากกฎหมายชะรีอะฮ์ (Sharia) อีกทั้ง สถานะการสมรส การร่วมชีวิต หรือการรับบุตรบุญธรรมก็ยังไม่ได้รับการรับรองทางกฎหมาย และไม่มีกฎหมายต่อต้านการกีดกัน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ไม่หวังดีกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไม่ต้องรับผิดชอบ (Queer in the world, n.d.a) แต่สำหรับเกาะบาหลีนั้นมีบรรยากาศที่ต่างออกไป โดยประชากรของบาหลีส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 90 นับถือศาสนาฮินดู และได้รับอิทธิพลของศาสนาอิสลาม ด้านความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณีเพียงส่วนน้อยของพื้นที่ การได้รับอิทธิพลจากฮินดูมากกว่าส่วนอื่นของประเทศ ทำให้เกาะแห่งนี้เปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยว โดยภาคเอกชนเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ อาทิ www.utopia-asia.com และ www.baligayguide.com



ภาพที่ 2.3 เว็บไซต์ www.utopia-asia.com
ที่มา: Utopia (n.d.)



ภาพที่ 2.4 แผนที่การท่องเที่ยวในเมืองบาหลีสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
ที่มา: Bali Gay Guide (n.d.)

บาหลีถือเป็นจังหวัดหนึ่งภายในหมู่เกาะซุนดาน้อยที่ถูกปกครองโดยรัฐบาลกลางของประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งไม่เหมือนกับการนับถือศาสนาอิสลามของคนส่วนมากในประเทศอินโดนีเซีย และบาหลีเองถือได้ว่าเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เนื่องจากการผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางป่าระยะทางไกลใช้เวลาหลายสัปดาห์ (Trekking) การดำน้ำลึกใต้

ท้องทะเล (Scuba Diving) รวมไปถึงพื้นที่พักผ่อนที่มีความหรูหรา (Luxury Villas) และเนื่องจากบาทลี้ต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงมีระบบการจัดการหลากหลายรูปแบบเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นบาทลี้จึงกลายเป็นเมืองที่มีการจัดระเบียบทางสังคมอยู่บนพื้นฐานความคิดสมัยใหม่มากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศอินโดนีเซีย

ถึงแม้บาทลี้จะเป็นเมืองที่อยู่ในประเทศอินโดนีเซียที่มีตัวบทกฎหมายต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเคร่งครัด แต่บาทลี้ก็สามารถผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้มีความเท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ โดยทุกพื้นที่ของบาทลี้ได้จัดสัดส่วนอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไว้อย่างมากมาย และเป็นที่ยอมรับต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ อย่างไรก็ตาม แม้ในบาทลี้จะมีการอนุญาตให้มีการแต่งงานสำหรับนักท่องเที่ยวต่างเชื้อชาติเพศเดียวกันได้ แต่ก็กำหนดให้ต้องทำในสถานที่สาธารณะ เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่รัฐบางส่วนได้กล่าวคำปฏิญาณว่าจะขัดขวางพิธีการแต่งงานของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

จะเห็นได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐในบาทลี้เพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมแบบรูปธรรม ด้านตัวเงิน ด้านสถานที่ รวมถึงแนวทฤษฎีนโยบายในการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศดำเนินไปภายใต้สภาวะการณ์ “อนุโลม” ซึ่งพิจารณาได้จากการที่ภาครัฐ ให้อภัยโทษในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยไม่ได้มีการขัดขวางหรือจับกุม ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นการอนุโลมของเจ้าหน้าที่รัฐที่ปล่อยให้สินค้าและบริการเกิดขึ้นภายในพื้นที่ที่รัฐสามารถควบคุมได้ ภายใต้บริบทสังคมที่ยังคงมีความไม่ลงรอยของมุมมองที่มีต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

2.1.2.3 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศสเปน

ประเทศสเปนเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญด้านการท่องเที่ยวของผู้มีความหลากหลายทางเพศ นอกเหนือจากสนับสนุนเรื่องคุณค่าทางเสรีภาพ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความเท่าเทียมทางกฎหมายและการมีส่วนร่วมที่ได้ประกาศไว้ในรัฐธรรมนูญ (Pichardo Galan, 2004) ให้การรับรองสิทธิอันเท่าเทียมของชายและหญิงต่อเรื่องแต่งงาน และการรับรองการแต่งงานและการรับบุตรบุญธรรม (Martinez & Dodge, 2010) สเปนยังมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งในการขับเคลื่อนประเด็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น องค์กร Colectivo Gay de Madrid (COGAM) องค์กร Atención a Homosexuales องค์กร Fundación Triángulo และองค์กร Rosa Que Te Quiero Rosa (RQTR) ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ขับเคลื่อนการพิทักษ์สิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งในประเด็นการปรับแก้กฎหมาย การทำงาน ตลอดจนประเด็นการศึกษา และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐทั่วประเทศซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (Martinez & Dodge, 2010)

กรมการท่องเที่ยวประเทศสเปน (Spanish National Tourist Office) ได้จัดทำนิตยสารชื่อว่า Madrid Night Life ซึ่งในนิตยสารมีการนำเสนอวิถีชีวิตของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และสิ่งที่น่าสนใจในประเทศสเปน (Giorgi, 2002) ในย่าน Chueca ซึ่งเป็นย่านสำคัญของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ในกรุงมาดริดเป็นตัวอย่างสำคัญของการร่วมมือระหว่างหลายภาคส่วนในการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยหน่วยงานภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และร่วมมือกันจัดการกับเรื่องความเท่าเทียมและความเป็นธรรมทางสังคม (Martinez & Dodge, 2010) ภาคธุรกิจอื่น ๆ ในย่านดังกล่าวนั้นก็ให้การสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างมาก โดยบริษัทนำเที่ยวต่างพยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยนำเสนอภาพลักษณ์ในสถานประกอบการหรือตามสถานที่ต่าง ๆ ในย่าน Chueca ซึ่งเป็นการสะท้อนอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และแรงขับเคลื่อนทางการเมืองอันเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน นอกจากนี้ ในระดับบุคคลก็มีการปรับอัตลักษณ์สากลของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วยการใช้สัญลักษณ์สากล เช่น ธงสีรุ้งแสดงความเชื่อมโยงกับความหลากหลายทางเพศ (Martinez & Dodge, 2010) นอกจากย่าน Chueca ที่มีชื่อเสียงในกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กรุงมาดริดเองก็มีส่วนสำคัญต่อการผลักดันเรื่องความหลากหลายทางเพศ เช่น ในปี ค.ศ. 2007 ได้เป็นสถานที่จัดงาน Europride (งานเทศกาลกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศระดับภูมิภาคยุโรป) และงาน WorldPride ในปี ค.ศ. 2017 (งานเทศกาลกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศระดับโลก) และเป็นเจ้าภาพจัดประชุม IGLTA Global Convention ครั้งที่ 31 ในปี ค.ศ. 2014 (World Tourism Organization, 2017)

เมืองสำคัญที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอีกแห่งหนึ่งคือ บาร์เซโลนา ถือเป็นเมืองแรกของสเปนที่ลุกขึ้นต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมกันให้กับบุคคลกลุ่มนี้ โดยสภาพสังคมเป็นชุมชนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ผสมผสานกลมกลืนอยู่ร่วมกันกับชุมชนคนในเมืองทั่วไปอย่างปกติ เป็นเมืองที่มีวิถีชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี ผสมผสานกันอย่างหลากหลาย มีย่านชุมชน อาคารสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสถาบันบันเทิง แหล่งการค้า และแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากมาย เช่น ถนนคนเดินในย่าน La Boqueria ซึ่งเป็นถนนคนเดินที่มีชื่อเสียง ตลาดโบเกเรียที่เป็นศูนย์รวมอาหารท้องถิ่นตั้งอยู่ริมทาง พิพิธภัณฑ์ศิลปะแห่งชาติคาตาโลเนีย หาดบาร์เซโลเนตา เป็นต้น นอกจากนี้ ที่บาร์เซโลน่ายังมีการจัดงานเฉลิมฉลองอย่างยิ่งใหญ่และจัดงานนิทรรศการอื่น ๆ เป็นประจำทุกปีสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น งาน Pride Barcelona งาน Circuit Festival และงาน International Gay and Lesbian Film Festival เป็นต้น ถือเป็นงานที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก รวมถึงเมืองบาร์เซโลน่ายังเป็นสถานที่ตั้งของธุรกิจการท่องเที่ยวและสถานที่สำหรับการประชุมชั้นนำมากมาย จึงทำให้เมืองนี้เป็นแหล่งชุมนุมที่รวบรวมนวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับการทำธุรกิจอย่างเหมาะสม ซึ่งสร้างโอกาสให้กับกิจการของผู้ประกอบการสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อันจะช่วยในการขับเคลื่อนธุรกิจในประเทศให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลกได้ อีกทั้งบาร์เซโลน่ายังได้ขึ้นชื่อว่าเป็นหนึ่งในเมืองที่มีความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาก

ที่สุดของทวีปยุโรป และยังถูกระบุไว้ในรายการจุดหมายปลายทางที่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศต้องไปให้ได้ ด้วยปัจจัยที่กล่าวมาหลายประการนี้ ทำให้บาร์เซโลนาเป็นเมืองที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จำนวนมากให้เข้ามาเที่ยวเป็นประจำทุกปี

2.1.2.4 บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศอื่น ๆ

1) ประเทศแคนาดา

ประเทศแคนาดา นับเป็นประเทศแรก ๆ ที่จัดทำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลประเทศแคนาดา (Government of Canada) และคณะกรรมการกระทรวงการท่องเที่ยว (The Canadian Council of Tourism Ministers) มีการวางแผนเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ และออกแบบนโยบายอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นมีแผนงาน (Action Item) ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายที่เพศอย่างชัดเจน อาทิความร่วมมือระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและ Tourism HR Canada (THRC) พัฒนาหลักสูตรอบรมสำหรับการพัฒนาภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ นอกจากนี้ทางหน่วยงาน THRC นั้นจะร่วมงานกับหอการค้าและเลสเบียนประเทศแคนาดา (Canada Gay & Lesbian Chamber of Commerce) จัดการอบรมเพื่อส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยให้เห็นศักยภาพของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่สนใจในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม (inclusive tourism) อีกทั้ง ยังช่วยสร้างภาคีเครือข่ายภายในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศแคนาดาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของภาคการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้มากขึ้น (Schuurman, 2019) นอกจากนี้ในประเทศแคนาดายังมีเมืองมอนทรีออล ที่นับได้ว่าเป็นเมืองแรกๆ ในโลกที่ได้บรรจุการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 และเมืองโตรอนโต ที่มีการพัฒนาย่านการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ รวมไปถึงการเป็นศูนย์รวมทางวัฒนธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยยังมีโรงหนัง แกลเลอรี และโรงละครอีกด้วย (โตมร ศุขปรีชา, 2561)

2) ประเทศญี่ปุ่น

สำหรับประเทศญี่ปุ่นนั้น การยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศยังคงเป็นเรื่องที่ไม่เป็นทางการ แม้ว่าจะมีการรับรองทางกฎหมายรองรับกิจกรรมของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันมาโดยตลอดจากอิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตก แต่กลุ่มคู่รักเพศเดียวกันก็ยังคงได้รับสิทธิประโยชน์ที่ต่างจากคู่รักต่างเพศและการแต่งงานของกลุ่มเพศเดียวกันนั้นไม่ได้รับการรับรองทางกฎหมาย จนกระทั่งปี ค.ศ. 2009 ที่กระบวนการเคลื่อนไหวด้านสิทธิกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศภายใต้การสนับสนุนของกลุ่มนักการเมืองที่มีความหลากหลายทางเพศได้เคลื่อนไหวจนมีข้อกำหนดให้การปกครองส่วนท้องถิ่นรับรองการ

จดทะเบียนสมรสของคู่รักเพศเดียวกันในต่างประเทศที่รับรองการสมรส บุคคลที่ได้รับการผ่าตัดเพื่อการข้ามเพศสามารถเปลี่ยนสถานะทางเพศตามกฎหมายได้ในปี ค.ศ. 2012 และปี ค.ศ. 2015 ที่การปกครองท้องถิ่นเริ่มยอมรับสถานะของคู่ชีวิต (same sex partnership) เป็นครั้งแรกในเขตชิบูยา ซึ่งปัจจุบันมีหลายเขตพื้นที่ที่ยอมรับสถานภาพและสิทธิของคู่รักเพศเดียวกัน โดยการรณรงค์ของภาคประชาสังคมยังคงเคลื่อนไหวกดดันให้การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ปฏิบัติตามอย่างกว้างขวางมากขึ้น ภาคส่วนอื่น ๆ เช่น วัดหลายแห่งในเมืองเกียวโต ก็ได้ร่วมจัดงานสมรสแก่คู่รักเพศเดียวกัน แม้ว่าจะไม่ได้รับการยอมรับจากรัฐบาลกลางก็ตาม (Brown, n.d.) อีกทั้งความสนใจของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นก็มีมากขึ้นในปัจจุบัน กลุ่มผู้ประกอบการ เช่น โรงแรมแกรนด์เวียที่เมืองเกียวโต ได้จัดแพ็คเกจจัดงานแต่งงานสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยใช้สถานที่วัดซุนโกอิน มีทั้งการจัดพิธีตามประเพณีดั้งเดิมและพิธีแบบศาสนาพุทธนิกายเซน ซึ่งเป็นวัดแห่งแรกของประเทศญี่ปุ่นที่ประกาศจัดพิธีแต่งงานสำหรับคู่รักเพศเดียวกัน (วีรพล สุขศรีพานิช, 2557) ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการแต่งงานนั้นมีแนวโน้มใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวปกติ เพราะให้ความสำคัญกับเรื่องประสบการณ์ที่พิเศษและคุณภาพของบริการมากกว่าเรื่องราคา (Kim & Agrusa, 2005) ธุรกิจด้านการแต่งงานต่างประเทศนี้จึงไม่ได้ให้ประโยชน์กับกลุ่มธุรกิจที่เป็นผู้จัดงานแต่งงานเพียงอย่างเดียว แต่ยังส่งผลเชิงบวกต่อภาคการขนส่ง ที่พักอาศัย และภาคสินค้าและบริการอื่น ๆ เช่น ธุรกิจด้านอาหารอีกด้วย การดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรักเพศเดียวกันสำหรับการท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวในภาพรวม (Major et al., 2010) ในปี ค.ศ. 2011 ประเทศญี่ปุ่นส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ โดยกลุ่มองค์กรเพื่อการฟื้นฟูพื้นที่ประสบภัยในประเทศญี่ปุ่นมีการจัดสัมมนาเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านที่พักในพื้นที่จังหวัดอาโอโมริ อิวาเตะ มียากิ อาคิตะ ยามากาตะ และฟูกูชิมะ ที่เป็นพื้นที่ประสบภัยแผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในภูมิภาคโทโฮคุ (จีเอ็มไลฟ์, 2018)

3) ประเทศอาร์เจนตินา

ประเทศอาร์เจนตินาได้ยืนยันเจตนารมณ์ว่าเป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรและให้การต้อนรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั้งในระดับชุมชนและนานาชาติ อีกทั้งภาครัฐและเอกชนเองยังให้ความร่วมมือสนับสนุนให้มีความเท่าเทียมกันในสิทธิมนุษยชน ให้ความสำคัญในความหลากหลายทางเพศวิถี และเปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้มีส่วนร่วมทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นโอกาสในการทำงาน ตลอดจนเรื่องการคุ้มครองสถานภาพทางกฎหมาย เช่น การรับรองการแต่งงานเพศเดียวกัน หรือกฎหมายคุ้มครองอัตลักษณ์ทางเพศ (Gender Identity Law) และส่งเสริมการจัดกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ โดยความสำเร็จนี้เกิดขึ้นได้จากความร่วมมือในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวอันประกอบด้วย 3 องค์กรหลัก ได้แก่ (1) National Ministry of Tourism (2) National Institute of Tourism Promotion (INPROTUR) และ (3) Argentina Gay and Lesbian Chamber of Commerce (CCGLAR) ซึ่งได้ร่วมกันสร้างการตระหนักรู้ต่อสาธารณะและจัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่นและบริษัทเอกชนด้านการท่องเที่ยวทั่วประเทศ เพื่อสร้างความพร้อมและส่งเสริม

ประสิทธิภาพการบริการให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในระดับนานาชาติได้ (De Luca et al., 2017)

ประเทศอาร์เจนตินายังเป็นเจ้าภาพจัดงานกิจกรรมสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในระดับนานาชาติอีกหลายงาน เช่น Harvest for All (ในเมืองเมนโดซา) Gnetwork 360 – งานประชุมเชิงวิชาการระดับนานาชาติเรื่องธุรกิจและการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (ในเมืองบัวโนสไอเรส) งานเดินขบวนพาเหรดทั่วทั้งประเทศ โดยเฉพาะที่งานเดินขบวนซึ่งจัดที่บัวโนสไอเรสที่มีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก งานนิทรรศการ International Queer Tango Festival (ในเมืองบัวโนสไอเรส) งาน National Day of the Sun LGBT Festival (ในรัฐซานฆวน) งาน Vintage for all (Gay) และ National Day of the Sun LGBT Festival เป็นต้น ในทุก ๆ ปี เมืองใหม่ ๆ จากประเทศอาร์เจนตินาจะถูกเพิ่มชื่อเข้าไปในรายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่อง เช่น เมนโดซา (Mendoza) บาร์ิโลเช (Bariloche) อุซัวยา (Ushuaia) ปูเอร์โต มาดริน (Puerto Madryn) เป็นต้น จะเห็นได้ว่าทุกภาคส่วนของประเทศนี้ให้การสนับสนุน และร่วมมือกันอย่างแข็งขันในการต้อนรับ และเตรียมความพร้อมของบริการต่าง ๆ อย่างดี ทำให้อาร์เจนตินาเป็นประเทศที่มีเสน่ห์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากทั่วโลกได้สำเร็จ (De Luca et al., 2017)

4) ประเทศนิวซีแลนด์

รัฐบาลมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยประเทศนิวซีแลนด์มีนโยบายมุ่งเน้นสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเหล่านี้ ในปี พ.ศ. 2541 นิวซีแลนด์ได้เป็นประเทศแรกที่ยกใบรับรองสำหรับธุรกิจและที่พักที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (Label Gay/Lesbian Friendly) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับทั่วโลกในปัจจุบัน

2.1.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้สำหรับนักท่องเที่ยวในการพิจารณาสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์และบริบทของโลก อาทิ ความหวาดกลัวในประเด็นการก่อการร้าย ความขัดแย้งภายในประเทศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทั้งนี้ ดังที่ได้กล่าวข้างต้น ปัจจัยด้านความมั่นคงจึงนับเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องคำนึงถึง จากการศึกษาของ Kovari และ Zimanyi (2011) พบว่านักท่องเที่ยวทั่วไปให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัยและความมั่นคงในสถานที่ท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม กล่าวคือ ผลจากการสื่อสารที่รวดเร็ว และพลวัตของโลกาภิวัตน์ ทำให้ประเด็นความปลอดภัยและความมั่นคงมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยมีการขยายความรวมถึงความมั่นคงทางการเมือง (political security) ความปลอดภัยในที่สาธารณะ (public safety) สุขภาพและสุขภาวะ (health and sanitation) การปกป้องทางกฎหมายต่อนักท่องเที่ยว (legal protection) การคุ้มครองผู้บริโภค (consumer protection) เป็นต้น ทั้งนี้เกิดจากพลวัตของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวและประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

นโยบายจากภาครัฐและกฎหมายนับเป็นเครื่องมือและตัวชี้วัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาถึงความมั่นคงและความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว โดยหากพิจารณาในกรณีของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization – UNWTO) และ International Gay and Lesbian Travel Association (IGLTA) (2012) พบว่าในกลุ่มประเทศที่มีวัฒนธรรมยอมรับความแตกต่าง (tolerant culture) มากกว่าจะมีผลประกอบการจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากกว่า โดยผลการศึกษายังอิงนโยบายและกฎหมายจากภาครัฐเป็นตัวชี้วัดความยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างและหลากหลาย โดยพบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างนโยบายที่มีความก้าวหน้าด้านการยอมรับความหลากหลายทางเพศ จำนวนนักท่องเที่ยวและประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ประเทศปลายทางได้รับ โดยในรายงานดังกล่าวได้ยกตัวอย่างประเทศที่มีนโยบายและกฎหมายที่มุ่งเน้นสร้างความรู้สึกลดภัยให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อาทิ การผ่านกฎหมายเกี่ยวข้องกับคู่ชีวิตเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีครอบครัวแล้วเลือกไปท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ เป็นต้น

โดยในส่วนต่อไปจะเป็นการศึกษาเบื้องต้นถึงรายละเอียดด้านปัจจัยทางนโยบายและกฎหมายที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นการเฉพาะ ได้แก่ 1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ 2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต 3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม 4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ และ 5) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ ซึ่งทำการทบทวนจาก Gay Travel Index โดย Spartacus World ที่มีเกณฑ์การพิจารณา 3 หมวดหลัก ได้แก่ (1) ด้านสิทธิพลเมือง (Civil Rights) (2) ด้านการเลือกปฏิบัติ (Discrimination) และ (3) ด้านความอันตรายแก่บุคคล (Perils for Persons) โดยนโยบายและกฎหมายทั้ง 5 ที่คัดเลือกมานั้นอยู่ในหมวดที่ 1 ในเรื่องสิทธิพลเมือง ซึ่งถือเป็นปัจจัยดึงดูดสำหรับการท่องเที่ยว โดยในแต่ละส่วนจะกล่าวถึงกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องและยกตัวอย่างกลุ่มประเทศที่มีนโยบายหรือกฎหมายในด้านนั้น ๆ และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

Spartacus Gay Travel Index 2019 ได้จัดอันดับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 47 ขยับอันดับขึ้นมา 20 อันดับจากปีที่แล้วที่ได้อันดับที่ 67 เนื่องจากในปีนี้ประเทศไทยมีการรณรงค์สิทธิกลุ่มคนรักเพศเดียวกันที่เห็นได้ชัดมากขึ้น อีกทั้งประเทศไทยมีการร่างกฎหมายพ.ร.บ.คู่ชีวิต ซึ่งตอนนี้อยู่ในขั้นตอนการแก้ไขเพิ่มเติมของฝ่ายกฎหมายก่อนนำเข้ามติคณะรัฐมนตรีต่อไป ดังนั้นการเคลื่อนไหวในการผลักดันกฎหมายการแต่งงานเพศเดียวกันจากภาครัฐจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากที่สุดในทวีปเอเชีย (Spartacus, 2019)

2.1.3.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ

ในประเด็นเกี่ยวกับนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทยนั้นถูกบัญญัติไว้เป็นกฎหมายในมาตรา 27 วรรค 3 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 โดยวางหลักไว้ว่า การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล ไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกาย หรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมือง อันไม่ขัดต่อบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญหรือเหตุอื่นใดจะกระทำได้

ดังจะเห็นได้ว่า แม้ว่าจะไม่มีการบัญญัติคำว่า เพศสภาพหรือความหลากหลายทางเพศไว้อย่างชัดเจน แต่ก็สามารถตีความได้ว่า จะต้องไม่เลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลไม่ว่าด้วยเหตุทางเพศใด ๆ ซึ่งกฎหมายรัฐธรรมนูญอันเป็นกฎหมายระดับสูงสุดของประเทศไทย จึงอาจกล่าวได้ว่า ประเทศไทยในปัจจุบันนั้นให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องการเลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมของบุคคลเพศต่าง ๆ

นอกจากในกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยที่ได้บัญญัติไว้อย่างกว้างแล้ว ในประเด็นการเลือกปฏิบัติและความเสมอภาค ประเทศไทยได้บัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้พ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นพ.ร.บ.ที่ถูกบัญญัติขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีความนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเลือกปฏิบัติทางเพศในประเด็นต่าง ๆ ภายในประเทศ โดยยกตัวอย่างหลักกฎหมายภายใต้พ.ร.บ.ฉบับนี้ที่สำคัญคือ มาตรา 5 จัดให้มีคณะกรรมการส่งเสริมความเท่าเทียมระหว่างเพศ ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่มีหน้าที่และอำนาจตามพ.ร.บ.นี้ในการที่จะแก้ไขปัญหาเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศภายในประเทศไทย และให้การสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาการเลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมในประเด็นความหลากหลายทางเพศโดยหน้าที่และอำนาจดังกล่าว ซึ่งสามารถยกตัวอย่างที่สำคัญได้ ดังนี้

- 1) กำหนดนโยบาย มาตรการ และแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้มีการส่งเสริมความเท่าเทียมระหว่างเพศในทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
- 2) กำหนดแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ ขาดเซยและเยียวยา หรือบรรเทาทุกข์แก่บุคคล ซึ่งตกเป็นผู้เสียหายจากการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ
- 3) ส่งเสริมการศึกษา การวิจัย และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันมิให้มีการเลือกปฏิบัติ โดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ
- 4) ส่งเสริมให้มีการเก็บข้อมูลจำแนกเพศ รวมทั้งเสนอรายงานเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ต่อคณะรัฐมนตรีอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี
- 5) ส่งเสริมโอกาสในการเข้าถึงสิทธิด้านต่าง ๆ ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง พร้อมปรับปรุงแบบแผนความประพฤติทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างเพศ เพื่อขจัดอคติและวิธีปฏิบัติที่อยู่บนพื้นฐานของความเกลียดชังและความรุนแรงเพราะเหตุทางเพศ เพื่อขจัดอุปสรรคในการเข้าถึงสิทธิด้านต่าง ๆ

ดังนั้น แม้ประเทศไทยจะไม่มีกฎหมายที่รองรับสถานะความหลากหลายทางเพศจากภาครัฐอย่างชัดเจน แต่ในด้านการจัดการแก้ไขปัญหาคือความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติในประเทศไทยนั้น มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก และมีกฎหมายเฉพาะกลุ่มที่บัญญัติขึ้นเพื่อดูแล สนับสนุน และออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาจากประเด็นดังกล่าวภายในประเทศให้หมดไป รวมถึงส่งเสริมสิทธิต่าง ๆ ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอีกด้วย ซึ่งที่กล่าวมาเป็นแง่มุมของประเด็นด้านนโยบายและกฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติจริงนั้น การเลือกปฏิบัติก็ยังคงมีอยู่ในสังคม

ยกตัวอย่างประเทศที่นับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างประเทศสเปน ซึ่งมีนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ โดยได้กล่าวถึงในมาตรา 14 แห่งรัฐธรรมนูญ ได้ระบุไว้ว่า ประชาชนชาวสเปนจะมีความเท่าเทียมกันภายใต้กฎหมายไม่ว่าจะด้วยกรณีใดก็ตาม (SPANISH CONSTITUTION, 1978) หลักการความเท่าเทียมนี้ยังคงถูกใช้ในศาลรัฐธรรมนูญสเปน ทั้งนี้ การไม่เลือกปฏิบัติในประเด็นความหลากหลายทางเพศถูกรวมเข้าไปในบทบัญญัติทางกฎหมายของสเปนในประเด็นต่าง ๆ มากมาย เช่น การจ้างงาน สุขภาพ การศึกษา กองกำลัง ความมั่นคงของรัฐและหน่วยงาน ข้อมูลส่วนบุคคล กีฬา การสื่อสาร และกฎระเบียบเกี่ยวกับการกักขัง (รวมถึงการดำเนินการเชิงบวกเพื่อปกป้องนักโทษที่มีความหลากหลายทางเพศ) เป็นต้น (MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN, 2014) ตัวอย่างล่าสุดในประเทศอินเดียที่เพิ่งมีการพิพากษาว่า พฤติกรรม “รักเพศเดียวกัน” ไม่ใช่สิ่งที่ผิดกฎหมายอีกต่อไป ทำให้มีผู้เชี่ยวชาญจำนวนมาก (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) อาทิ เดอะ บิสซิเนส ไทมส์ “เอาท์นาว คอนซัลติง” หรือ Forbes ได้ออกมาวิเคราะห์ว่าจะเป็นการเปิดตลาดท่องเที่ยวในอินเดียสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ โดยมีการชูธุรกิจเฉพาะกลุ่มว่า Pink Business หรือ ธุรกิจสีชมพู เป็นต้น

ในทางกลับกัน ประเทศเคนยาซึ่งเป็นประเทศที่นับว่ามีกฎหมายที่กีดกันกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยถือว่าเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายอยู่นั้น มีผลการศึกษาโดยองค์กร Open For Business ซึ่งเป็นองค์กรความร่วมมือของบริษัทข้ามชาติที่เน้นศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ พบว่า กฎหมายการกีดกันกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของประเทศเคนยาส่งผลให้กระทบต่อผลประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวอยู่ที่ประมาณ 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (Open for Business, 2017). นอกจากนี้ยังพบว่า ในข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวโดยกระทรวงการต่างประเทศของหลายประเทศต้นทาง อาทิ สหราชอาณาจักร ได้มีข้อเสนอเป็นการเฉพาะ สำหรับประเทศที่มีนโยบายการกีดกันกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศหรือที่มีการกำหนดให้พฤติกรรมรักเพศเดียวกันเป็นสิ่งผิดกฎหมาย (Southall & Fallon, 2011) ดังนั้นหากมองอย่างผิวเผินจะพบว่า กฎหมายที่กีดกันกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอาจส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเหล่านี้ก็เป็นได้ อย่างไรก็ตามยังไม่พบผลการศึกษาในลักษณะคล้ายคลึงกันในบริบทของประเทศไทยเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม เป็นข้อบ่งชี้อย่างชัดเจนถึงความจำเป็นในการศึกษาถึงปัจจัยด้านนโยบายและกฎหมายด้านความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ

2.1.3.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต

ในปัจจุบันนโยบายและกฎหมายในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิตของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือกฎหมายหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการให้มีการสมรสกันระหว่างเพศเดียวกันได้ ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักเป้าหมายหนึ่งของการใช้ชีวิตคู่ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสมรสสำหรับบุคคลทั่วไปนั้น อยู่ในบรรพที่ 5 หมวด 2 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2535 ได้บัญญัติเรื่องเงื่อนไขต่าง ๆ แห่งการสมรส โดยที่ไม่มีการกล่าวถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยกำหนดเงื่อนไขในการสมรสในมาตรา 1448 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่า การสมรสจะทำได้ต่อเมื่อชายและหญิงมีอายุสิบเจ็ดปีบริบูรณ์แล้ว ในกรณีที่มีเหตุอันสมควร ศาลจะอนุญาตให้ทำการสมรสก่อนนั้นได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตามมาตรา 1448 ผู้ที่จะสมรสได้ตามเงื่อนไขคือ “ชาย” และ “หญิง” ที่มีอายุ 17 ปีบริบูรณ์แล้ว

อย่างไรก็ตาม จากการเรียกร้องของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในปัจจุบัน ภาครัฐได้เริ่มร่างกฎหมายดังกล่าวขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 และดำเนินการเรื่อยมาจนถึงร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิตแก้ไข 19 รอบ ที่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของกฤษฎีกาชุดพิเศษเพื่อให้การสมรสของบุคคลเพศเดียวกันถูกต้องตามกฎหมาย โดยในร่างพ.ร.บ.นี้ได้กำหนดค่านิยมต่าง ๆ เพื่อที่จะใช้อธิบายสถานะของบุคคลเพศเดียวกัน เช่น ในมาตราที่ 3 อนุมาตรา 2 ได้ระบุไว้ว่า คู่ชีวิต หมายถึง บุคคลสองคนซึ่งเป็นเพศเดียวกันโดยกำเนิดและได้จดทะเบียนตามพ.ร.บ.นี้

ซึ่งพ.ร.บ.นี้จะกำหนดหลักเกณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ ที่คู่ชีวิตจะต้องปฏิบัติตาม เพื่อที่จะดำเนินการจดทะเบียนคู่ชีวิตได้ อีกทั้งยังกำหนดความสัมพันธ์ สิทธิ ทรัพย์สิน การสิ้นสุดการเป็นคู่ชีวิต และมรดกระหว่างคู่ชีวิตตามกฎหมาย เพื่อให้การจดทะเบียนคู่ชีวิตมีหลักเกณฑ์เช่นเดียวกันกับการสมรสของบุคคลทั่วไป ซึ่งจะมีกฎหมายที่บัญญัติหลักเกณฑ์เหล่านี้ไว้ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ถึงแม้ว่าพ.ร.บ.คู่ชีวิตนี้จะยังอยู่ในกระบวนการร่าง แต่นับได้ว่าประเทศไทยมีความก้าวหน้าในเรื่องนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิตมาก โดยการจดทะเบียนคู่ชีวิตนี้ยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย

นอกจากประเทศไทยแล้ว ประเทศสเปนซึ่งเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากได้มีกฎหมายที่กำหนดรับรองการสมรสของคนเพศเดียวกันให้ถูกต้องตามกฎหมายตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 หรือ พ.ศ. 2548 ซึ่งได้ให้สิทธิเท่าเทียมกับการสมรสของคู่รักต่างเพศหรือการสมรสทั่วไปนั่นเอง (MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN, 2014) ซึ่งกฎหมายที่ถูกบัญญัตินี้ได้ครอบคลุมตั้งแต่การแต่งงานไปจนถึงการรับบุตรบุญธรรม มรดก และประโยชน์ทางภาษีของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญตามสิทธิที่ควรมีของการสมรส (Law 13/2005, of 1 July, amending the Spanish Civil Code in terms of right to marry, 2005) ซึ่งในปี ค.ศ. 2012 ศาลสูงสุดสเปนได้กล่าวถึงรัฐธรรมนูญและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสมรสของกลุ่มบุคคลที่มี

ความหลากหลายทางเพศว่า จะต้องตีความให้กว้างและยืดหยุ่นตามวิวัฒนาการของสังคม โดยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 หลังจากที่มีการสมรสของบุคคลเพศเดียวกันถูกกฎหมายนั้น ประเทศสเปนมีผู้ที่สมรสกันมากกว่า 28,000 คู่สมรส ทั้งกลุ่มเกย์และกลุ่มเลสเบียน พร้อมกันนั้นประชาชนชาวสเปนส่วนใหญ่สนับสนุนสิทธิที่จะสมรสกัน อย่างเท่าเทียมนี้ด้วย

การแต่งงานอย่างถูกกฎหมายของเพศเดียวกันนั้นอาจส่งผลเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงานหรือ Wedding Tourism ซึ่งจากการศึกษาของบริษัท Berkshire Hathaway พบว่าในปี ค.ศ. 2018 นั้น การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการแต่งงานนั้น ประมาณร้อยละ 25 ของงานแต่งงาน เป็นการแต่งงานนอกสถานที่โดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวด้วย เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ร้อยละ 40 ของการแต่งงานนอกสถานที่ คู่สมรสจะเลือกสถานที่ในต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าโอกาสในการเปิดตลาดท่องเที่ยวในรูปแบบนี้สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอาจขึ้นอยู่กับการณ์อยู่ของการกฎหมายการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาในเชิงลึกต่อไป

2.1.3.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรมของประเทศไทยยังไม่ถูกให้ความสำคัญ แม้นโยบายและกฎหมายเกี่ยวกับการสมรสเป็นคู่ชีวิตของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของประเทศไทยนั้นจะมีความก้าวหน้า แต่นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรมนั้นยังไม่ได้กล่าวถึงมากนัก เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับกฎหมายหลายฉบับ รวมถึงประเด็นงบประมาณแผ่นดินที่ต้องใช้เวลาในการเตรียมการ ตลอดจนปรับแก้กฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ในเบื้องต้นร่างพ.ร.บ.จึงไม่ได้รวมประเด็นดังกล่าวไว้

จากร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต พ.ศ. 2555 จนถึงร่างล่าสุด พ.ร.บ. คู่ชีวิต ปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านการแก้ไขถึง 19 ครั้ง แต่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะชน จึงไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในประเด็นนี้ไว้จนเกิดเป็นข้อวิจารณ์ร่างพ.ร.บ.นี้ว่า ให้สิทธิที่ไม่เสมอภาคกับคู่สมรสต่างเพศ ได้แก่ สิทธิในการรับบุตรบุญธรรมและการอุ้มบุญ จึงกล่าวได้ว่า ยังไม่มีนโยบายและกฎหมายใดที่กำหนดให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถรับบุตรบุญธรรมได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

สำหรับประเทศสเปนที่เป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าในประเด็นเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้น ได้จัดทำนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรมไว้พร้อมกับกฎหมายเกี่ยวกับการสมรสของบุคคลเพศเดียวกัน (Law 13/2005, of 1 July, amending the Spanish Civil Code in terms of right to marry, 2005) ซึ่งประเทศสเปนได้ทำให้การสมรสของบุคคลเพศเดียวกันถูกต้องและถูกรับรองตามกฎหมายตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 และมอบสิทธิทัดเทียมกับการสมรสของบุคคลทั่วไปในด้านต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การแต่งงานไปจนถึงการรับบุตรบุญธรรม มรดก และประโยชน์ทางภาษี อันเป็นสิทธิที่คู่สมรสพึงจะมี ในขณะที่เดียวกันนั้นประเทศอินโดนีเซียที่ยังไม่มีนโยบายและกฎหมายรับรองการแต่งงานสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งยังรวมถึงการไม่มีกฎหมายหรือนโยบายที่รับรองการรับบุตร

บุญธรรมภายในประเทศด้วย (UNDP & USAID, 2014a) อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบการศึกษาจำเพาะเจาะจงด้านเงื่อนไขการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการจัดการศึกษาในเรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทยเอง

2.1.3.4 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ

ในเรื่องนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศนั้น เป็นเรื่องสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยปกติอาจศึกษาในภาพรวมร่วมกับข้อ 1.4.4.1 อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องศึกษาในกลุ่มคนข้ามเพศเป็นการเฉพาะเนื่องจากเป็นกลุ่มที่งานศึกษานี้ให้ความสนใจเนื่องจากอาจเป็นปัจจัยพิเศษที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้โดยเฉพาะ นอกจากนั้น จากผลการศึกษาต่างพบว่าคนข้ามเพศนับเป็นกลุ่มเปราะบางที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์การกีดกัน และการคุกคามทางเพศ นอกเหนือจากการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกันเป็นพิเศษ Grossman และ D'Augelli (2006) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเปราะบางของกลุ่มคนข้ามเพศ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ การบริการให้คำปรึกษาทางจิตใจ และสังคมที่ให้ความเข้าใจและการสนับสนุน จึงจำเป็นต้องศึกษากฎหมายในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องคนข้ามเพศ ดังนี้

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 27 ได้รับความบุปสิทธิและเสรีภาพของบุคคลไว้ว่า “บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมาย มีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกัน ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล ไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองอันไม่ขัดต่อบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ หรือเหตุอื่นใดจะกระทำได้” ดังนั้น แม้จะมีคำที่แสดงถึง “เพศสภาพ” แต่ภายใต้มาตรา 27 สามารถตีความในเชิงคุ้มครองสิทธิได้อย่างกว้างขวางอยู่แล้ว จึงกล่าวได้ว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยมาตรา 27 นี้ได้ให้ความคุ้มครองต่อสิทธิของคนข้ามเพศด้วย

จากข้อบัญญัติกฎหมายตามรัฐธรรมนูญนี้ เป็นการบัญญัติไว้เพียงกว้าง ๆ ในการคุ้มครองให้บุคคลเสมอภาคกันตามกฎหมายเท่านั้น แต่ยังไม่ใช่การรับรองสิทธิของคนข้ามเพศอย่างชัดเจน อีกทั้งพระราชบัญญัติความเท่าเทียมกันทางเพศ พ.ศ. 2558 ยังมุ่งเน้นเพียงแค่การเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศเท่านั้น ไม่ใช่การรับรองเพศสภาพเพื่อให้ได้รับสิทธิเท่ากันกับบุคคลทั่วไปอย่างแท้จริง จึงอาจกล่าวได้ว่า ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่อนุญาตให้คนข้ามเพศเปลี่ยนคำนำหน้านาม รวมถึงเพศหรือสถานะของตนลงในเอกสารราชการได้ ซึ่งการที่ไม่สามารถเปลี่ยนเอกสารให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ทางเพศได้นี้เอง ยังคงเป็นอุปสรรคที่ทำนายที่สุดของคนข้ามเพศในการเข้าถึงสินค้าและบริการต่าง ๆ อีกทั้งยังตอกย้ำให้เห็นถึงประเด็นสถานะทางกฎหมายสำหรับกลุ่มคนข้ามเพศ อันจะนำไปสู่เรื่องความไม่เท่าเทียมกันของสิทธิของกลุ่มคนข้ามเพศในที่สุด (UNDP & APTN, 2560) และกล่าวได้ว่า นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิ

ของกลุ่มคนข้ามเพศในประเทศไทยยังต้องผ่านการแก้ไขและปรับปรุงเพิ่มเติม จึงจะสามารถรับรองสิทธิของกลุ่มคนข้ามเพศได้อย่างถูกต้องในทางปฏิบัติจริง

นอกจากประเทศไทยแล้ว ประเทศที่มีชื่อเสียงในฐานะจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในทวีปเอเชีย คือ ประเทศอินโดนีเซีย และในทวีปยุโรป คือ ประเทศสเปน จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษากฎหมายของประเทศเหล่านี้ โดยพบว่า ประเทศสเปนเป็นประเทศผู้นำด้านการรับรองรับสิทธิและความเสมอภาคของกลุ่มคนข้ามเพศ โดยสเปนได้ให้การรับรองทางกฎหมายแก่บุคคลข้ามเพศ ซึ่งถูกบัญญัติไว้ใน Law 3/2007, of 15 March ซึ่งการให้การรับรองทางกฎหมายนี้ เป็นกระบวนการที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถเปลี่ยนชื่อและเพศในบัตรประจำตัว บัตรรับรองต่าง ๆ หนังสือเดินทางให้เป็นตามที่เจ้าของบัตรต้องการได้ (MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN, 2014) ซึ่งกระบวนการนี้เองที่จะนำไปสู่การเข้าถึงสิทธิอันเท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยนอกจากการรับรองทางเพศแล้ว รัฐบาลสเปนยังแสดงให้เห็นความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและสนับสนุนสิทธิมนุษยชนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ตามประกาศในมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 17 พฤษภาคม ค.ศ. 2013 ที่รัฐบาลย้ำถึงความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมทุกคนได้รับสิทธิมนุษยชนโดยไม่คำนึงถึงรสนิยมทางเพศหรืออัตลักษณ์ทางเพศในระดับชาติและนานาชาติ ทั้งยังพยายามให้เกิดการเข้าถึงสิทธิและนโยบายต่าง ๆ ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอีกด้วย

จากที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น การคุกคามกลุ่มคนข้ามเพศนับเป็นปัญหาหลักที่เกิดขึ้น และอาจส่งผลต่อปัจจัยการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากความรู้สึกไม่มั่นคง ปลอดภัยในสภาวะของประเทศนั้น ๆ ประเทศไทยแม้จะมีกฎหมายที่ปกป้องคุ้มครองเป็นการทั่วไปแล้ว อาจจำเป็นต้องแสดงให้เห็นถึงนโยบายที่ชัดเจนในให้ความคุ้มครองนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นพิเศษ อย่างไรก็ตาม ในเชิงรายละเอียดของนโยบาย อาจจำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงประเด็น ปัจจัยต่าง ๆ อย่างละเอียดต่อไป

2.1.3.5 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้

ในประเด็นปัจจัยด้านการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ อาจมีความสำคัญในการปกป้องนักท่องเที่ยวที่อายุต่ำกว่าเกณฑ์ และความชัดเจนของการบังคับใช้กฎหมายในส่วนนี้อาจแสดงให้เห็นถึงความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเอง ทั้งนี้ ยังไม่พบการศึกษาปัจจัยด้านอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีกับการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จึงไม่ทราบถึงความสัมพันธ์ของกฎหมายดังกล่าวในเชิงบวกหรือลบกับการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ อย่างไรก็ตาม จำเป็นจะต้องมีการทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องเป็นการเบื้องต้นนี้

สำหรับประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่ระบุถึงอายุที่ชัดเจนที่สามารถร่วมประเวณีได้ แต่ก็มีกฎหมายที่กล่าวถึงลักษณะความผิดที่เกี่ยวกับเพศไว้ในประมวลกฎหมายอาญา ลักษณะ 9 ความผิดเกี่ยวกับเพศ มาตรา 277 ซึ่งระบุว่า ผู้ใดกระทำความผิดที่เกี่ยวกับเพศโดยมิใช่สามีหรือภรรยา โดยเด็กจะยินยอม

หรือไม่ก็ตาม ถือเป็นความผิดมิโทษตามกฎหมาย รวมถึงมาตรา 283 ทวิ ที่ระบุว่า ผู้ใดพาบุคคลที่อายุเกิน 15 ปีแต่ไม่เกิน 18 ปี ไปเพื่อการอนาจาร ถึงแม้บุคคลนั้นจะยินยอมก็ตาม ถือเป็นความผิดมิโทษตามกฎหมาย จึงอาจกล่าวได้ว่า สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่สามารถร่วมประเวณีได้ของประเทศไทยนั้น ถูกกำหนดด้วยกฎหมายอื่น ๆ ที่กำหนดเกณฑ์อายุเกินกว่า 18 ปี จึงจะสามารถร่วมประเวณีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และยกเว้นในกรณีสำหรับบุคคลที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ที่มีการจดทะเบียนสมรสถูกต้องตามกฎหมายแล้ว จึงจะไม่ถือว่าเป็นการทำผิดกฎหมาย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีมาตรการกฎหมายเกี่ยวกับการร่วมประเวณีในกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จึงใช้อ้างอิงเกณฑ์อายุที่สามารถร่วมประเวณีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายที่ต้องมีอายุเกิน 18 ปี และไม่มีข้อยกเว้นในเรื่องของการสมรสเนื่องจากยังไม่มีมาตรการกฎหมายสมรสสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (สถาบันนิติธรรมาลัย, 2562)

สำหรับในต่างประเทศมีการกำหนดอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้อย่างไม่ผิดกฎหมายที่แตกต่างกันตามแต่บริบทหรือความเหมาะสมที่ประเทศต่าง ๆ โดยอายุที่ต่ำที่สุดที่สามารถทำกิจกรรมทางเพศได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย คือ (1) อายุมากกว่า 11 ปี ในประเทศไนจีเรีย (2) อายุมากกว่า 12 ปี ได้แก่ ประเทศแองโกลา ฟิลิปปินส์ (3) อายุมากกว่า 13 ปี ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงบางประเทศในทวีปแอฟริกา (4) อายุมากกว่า 14 ปี ได้แก่ บางประเทศในทวีปแอฟริกา เช่น คองโก มาดากัสการ์ บางประเทศในทวีปเอเชีย เช่น พม่า ติมอร์ตะวันออก บังคลาเทศ จีน บางประเทศในยุโรป เช่น เซอร์เบีย อิตาลี เยอรมัน ออสเตรีย ฮังการี และบางประเทศในอเมริกาใต้ เช่น เปรู ปารากวัย บราซิล โคลอมเบีย (5) อายุมากกว่า 15 ปี ได้แก่ บางประเทศในทวีปเอเชีย เช่น ลาว กัมพูชา เกาหลีเหนือ บางประเทศในทวีปยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เดนมาร์ก โครเอเชีย กรีซ โมนาโก บางประเทศในทวีปอเมริกาเหนือ เช่น คอสตาริกา ฮอนดูรัส และประเทศในทวีปอเมริกาใต้ ได้แก่ อุรุกวัย (6) อายุมากกว่า 16 ปี ได้แก่ บางประเทศในทวีปแอฟริกา เช่น แคเมอรูน แอลจีเรีย นามิเบีย แอฟริกาใต้ เซเนกัล บางประเทศในทวีปเอเชีย เช่น บรูไน อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน มาเลเซีย หลายประเทศในทวีปยุโรป เช่น เนเธอร์แลนด์ ฟินแลนด์ นอร์เวย์ รัสเซีย สวิตเซอร์แลนด์ อังกฤษ หลายประเทศในทวีปอเมริกาเหนือ เช่น สหรัฐอเมริกา คิวบา แคนาดา (7) อายุมากกว่า 18 ปี ได้แก่ ประเทศส่วนใหญ่ในทวีปแอฟริกา และบางประเทศในทวีปเอเชีย เช่น อินเดีย เวียดนาม เลบานอน และบางประเทศในทวีปอเมริกาเหนือ เช่น ปานามา กัวเตมาลา

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ประเทศส่วนใหญ่จะกำหนดอายุที่สามารถร่วมประเวณีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายอยู่ในช่วงระหว่าง 14–18 ปี แต่ในบางประเทศมีการกำหนดอายุที่สามารถร่วมประเวณีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายนั้นสูงกว่าประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศโปรตุเกสและบาร์เรน กำหนดที่อายุมากกว่า 21 ปี รวมถึงอีกหลากหลายประเทศในเอเชีย เช่น เยเมน กาตาร์ โอมาน อิหร่าน คูเวต ที่กำหนดให้จำเป็นต้องแต่งงานก่อนถึงจะได้รับสิทธิ์ในการร่วมประเวณีอย่างถูกต้องตามกฎหมาย (World Population Review, 2019) โดยกฎหมายว่าด้วยเรื่องอายุที่ให้อาจสามารถร่วมประเวณีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายนั้น ยังไม่มีการกำหนดกฎหมายของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ กล่าวคือ กฎหมายจะถูกใช้ร่วมกันแบบไม่แบ่งเพศและรสนิยม

ทางเพศ ไม่ว่าเพศชายหรือหญิงรวมถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็จะได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน โดยการกำหนดอายุที่เท่าเทียมกันที่สามารถร่วมประเวณีได้อย่างถูกกฎหมาย

2.1.3.6 นโยบายและกฎหมายด้านอื่น ๆ

ในประเทศอาร์เจนตินายังออกกฎหมายรับรองให้เพศเดียวกันแต่งงานกันได้ มีกฎหมายระบุเพศ (Gender Identity Law) เพื่อกำหนดการเรียกและระบุอัตลักษณ์ทางเพศขึ้นใหม่ มีโครงการจ้างงานสำหรับกลุ่มคนข้ามเพศในเมืองบูเอโนส ไอเรส ซึ่งเป็นเมืองแรกที่ชูประเด็นเรื่องนี้ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นความพยายามที่ยืนยันว่าประเทศนี้ให้ความสำคัญกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างมาก ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.1.4 ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

จิรดา และศศิณา (2559) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย สินค้า การให้บริการ สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเสนอขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว จึงทำให้ต้องมีผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดหรือเรียกร้องความสนใจ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการรวมตัวระหว่างสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น ธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น สถานที่ที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้บริการและกิจกรรมที่น่าสนใจในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวจนเกิดความพึงพอใจ เป็นความต้องการที่อาจจะได้รับการตอบสนองเมื่อได้ออกเดินทางมาทำกิจกรรมยังสถานที่ท่องเที่ยว สามารถจำแนกความต้องการของนักท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประการ คือ (1) ความต้องการหลักของนักท่องเที่ยว คือ ได้รับการตอบสนองขั้นพื้นฐานเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยว และ (2) ความต้องการรองของนักท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นภายหลังจากการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยว (Koutoulas, 2001) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จึงหมายถึงวิธีการที่จะตอบสนองทั้งความต้องการหลักและความต้องการรองแก่นักท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์สูงสุด โดยเป็นสินค้าและบริการที่น่าเสนอแก่ตลาด โดยความต้องการนั้นเป็นธุรกรรมระหว่างภาคธุรกิจและนักท่องเที่ยว (Koutoulas, 2001) หลากหลายแตกต่างกันไปตามความชื่นชอบส่วนบุคคลอย่างไม่ตายตัว การศึกษาวิจัยในโครงการนี้มุ่งเน้นความเข้าใจในการหาปัจจัยร่วมแห่งความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาแนวทางในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่อไป

2.1.4.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

UNWTO กล่าวถึงความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการรวมตัวระหว่างสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น ธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น สถานที่ที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการให้บริการและกิจกรรมที่น่าสนใจในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการสร้างส่วนผสมทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวจนเกิดความพึงพอใจ (Koutoulas,

2001) ผลลัพธ์การท่องเที่ยว คือ วิธีการใด ๆ ที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองตามความต้องการ หรือได้รับกิจกรรมเมื่อได้ออกเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว (Koutoulas, 2001) โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นแบ่งออกได้เป็น 2 ประการ ดังนี้

1) ความต้องการหลักของนักท่องเที่ยว คือ ได้รับการตอบสนองขั้นพื้นฐานเมื่อออกเดินทางท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยว

2) ความต้องการรองของนักท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยว (Koutoulas, 2001)

ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว จึงหมายถึงวิธีการที่จะตอบสนองทั้งความต้องการหลักและความต้องการรองให้นักท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์สูงสุด โดยเป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอแก่ตลาด โดยความต้องการนั้นเป็นธุรกรรมระหว่างภาครัฐกิจและนักท่องเที่ยว (Koutoulas, 2001)

ทศพล เดชะ (2553) กล่าวถึงผลลัพธ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) ว่าหมายถึงสินค้าและบริการที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทางและท่องเที่ยว ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยสินค้าและบริการที่สามารถทำการตลาดการท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้

1) สินค้าที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น ห้องพักรวมที่พัก ที่นั่งบนเครื่องบิน อาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหาร

2) การให้บริการ เช่น บริการทำความสะอาดห้องพัก บริการต้อนรับบนเครื่องบิน บริการนำเที่ยว บริการจัดแสดง

3) สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเยี่ยมชม อาจเป็น ประเทศ เมือง หรือบริเวณที่มีความสวยงามและมีจุดดึงดูดใจ

4) บุคลากร เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด พนักงานขับรถ ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม นักบิน

5) องค์การ เช่น สมาคมโรงแรมไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ

6) แนวความคิด เช่น เที่ยวทั่วไทย เที่ยวเมืองรอง ชื้อสินค้าหัตถกรรมไทย

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ การบริโภคสินค้าและบริการประกอบกันหลายประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวจะบริโภคควบคู่กันในเวลาเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเดียวกันก็มีความต้องการได้รับผลลัพธ์การท่องเที่ยวเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ ความต้องการขั้นหลักที่จะตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก การเดินทาง สภาพแวดล้อม รวมถึงความต้องการขั้นรองเกี่ยวกับกิจกรรมที่น่าสนใจและบริการต่าง ๆ ที่ตอบสนองให้บริการเพื่อความพึงพอใจในระหว่างการเดินทาง

2.1.4.2 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

Business-Marketing (2018) ได้แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ 6 ประเภทดังต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ (Convenience tourism products) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทันทีตามความต้องการ มักมีราคาไม่แพง หาซื้อง่าย และเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก

2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism products) ผลิตภัณฑ์ประเภทที่นักท่องเที่ยวต้องการ แต่เกิดขึ้นหลังพิจารณาเปรียบเทียบกับประเภทอื่น ๆ โดยนักท่องเที่ยวมักต้องการคุณภาพและราคาที่เหมาะสมตามความพึงพอใจของตน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทที่ราคาสูงกว่าประเภทอื่น เช่น โปรแกรมอาหารค่ำ ทัวร์ครึ่งวัน หรือทัวร์ดำน้ำเต็มวัน

3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty tourism products) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีราคาสูงที่สุดแต่เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวที่ต้องพิจารณา โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวมักใช้เวลาพิจารณาประเภทนี้นานที่สุดเพื่อให้ได้ตามความพึงพอใจสูงสุด เช่น ตัวเครื่องบิน

4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ (Unsought tourism products) ประเภทของผลิตภัณฑ์นี้เป็นองค์ประกอบของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุก

5) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Industrial tourism products) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบริการจากภาครัฐ หรือได้รับความสะดวกสบายจากภาครัฐและภาคเอกชน เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทั้งสองหน่วยงานบูรณาการทำงานร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น การขนส่งจากสนามบินถึงโรงแรม เรือขนส่งระหว่างจากภาคพื้นดินไปบนเกาะ

6) ผลิตภัณฑ์และสินค้านอื่น ๆ (Capital items) หรือผลิตภัณฑ์สนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมักจะเป็นการพัฒนาคุณค่าให้กับการท่องเที่ยว เพิ่มภาพลักษณ์ ค่านิยมและมาตรฐานบริการเชิงพาณิชย์ให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

จากประเภทของผลิตภัณฑ์ข้างต้นอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวออกเดินทางมายังสถานที่ปลายทาง ไม่เพียงแค่ออกเดินทางเปลี่ยนสถานที่จากแห่งเดิมมายังที่ใหม่ ๆ แต่ยังต้องการได้รับการตอบสนองตามความพึงพอใจทั้งบริการขั้นพื้นฐานและบริการเสริมที่นอกเหนือไปจากนั้น โดยประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งผลิตภัณฑ์ที่ต้องได้รับการตอบสนองทันทีอย่างอาหารและเครื่องดื่ม หรือที่พักที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องอุปโภคและบริโภค ยังมีปัจจัยเรื่องการเดินทางอื่น ๆ ทั้งจากเครื่องบินที่ค่าบริการตัวเครื่องบินก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวพิจารณา ตลอดจนการบริการในระดับต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยว

คาดหวังจากการเดินทางเหล่านี้ ล้วนทำให้นักท่องเที่ยวพิจารณาออกเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มเกย์ด้วย

2.1.4.3 ผลกระทบจากการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ (Convenience tourism products) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทันทีตามความต้องการ มักมีราคาไม่แพง หาซื้อง่าย และเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก เป็นต้น จากการสังเกตการณ์และการศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และบล็อกแนะนำการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ทั่วโลก อาทิ www.travelgay.com spartacus.gayguide.travel www.thegaypassport.com queerintheworld.com travelsodadam.com และ nomadicboys.com เป็นต้น ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ มีเพียงผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มบางประเภทที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเกย์ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทโปรตีนที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเกย์ที่มีวัฒนธรรมในการออกกำลังกายและรักษารูปร่าง หรืออาหารที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเกย์จากอิทธิพลของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีชื่อเสียงที่ทำให้คนบริโภคร่วมกันอย่างเมนู “ยำ” ในประเทศไทยเอง ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเกย์คนไทยในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา แต่ก็ไม่สามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มเกย์มีรสนิยมเหมือนกันทุกคน และคนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มเกย์ก็อาจนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้ไม่แตกต่างกัน โดยคู่มือการนำเที่ยวต่าง ๆ จะนำเสนอผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในแง่มุมมองของแบรนด์ที่ทำแคมเปญสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศและรายชื่อร้านอาหารที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มากกว่า ตัวอย่างเช่น Absolut Vodka ที่เคยเป็นผู้สนับสนุนรายใหญ่ในรายการ RuPaul’s Drag Race และ Smirnoff ที่ทำแคมเปญสนับสนุนงาน Pride ในปี ค.ศ. 2019 โดยมีผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีชื่อเสียงระดับโลกอย่าง Laverne Cox Alyssa Edwards และ Jonathan Van Ness (Bellwood, 2019) ซึ่งเป็นไปตามการแนวโน้มทางการตลาดที่มีเป้าหมายกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น จากการสำรวจของ Community Marketing and Insights เมื่อปี ค.ศ. 2018 รายงานว่า กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในประเทศสหรัฐอเมริกากว่าร้อยละ 75 จะใช้จ่ายมากขึ้นกับแบรนด์ที่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ (Kelso, 2019) ดังนั้น แม้การทำการตลาดเช่นนี้จะเพียงการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศที่ฉาบฉวยเพียงเพื่อนำมาซึ่งกำไรของบริษัท แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการตลาดประเภทนี้ทำให้สังคมรับรู้ถึงการมีตัวตนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น และเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับแรงกระตุ้นที่จะใช้จ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้น เมื่อเห็นว่าอัตลักษณ์ทางเพศของตนได้รับการยอมรับโดยแบรนด์นั้น ๆ



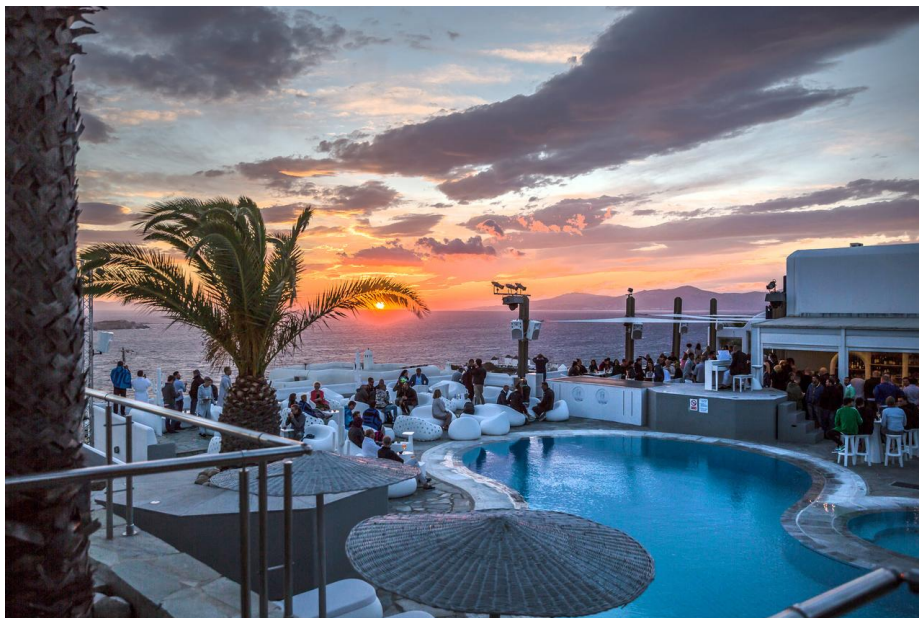
ภาพที่ 2.5 ภาพจากรายการ RuPaul's Drag Race
ที่มา: BRIGHT Marketing Solutions (n.d.)



ภาพที่ 2.6 Laverne Cox ในแคมเปญของ Smirnoff
ที่มา: Owen Bellwood (2009)

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น ปัจจุบันมีโรงแรมและรีสอร์ทหลายแห่งก่อตั้งขึ้นภายใต้แนวคิดของการเป็นมิตรต่อกลุ่มคนรักต่างเพศ หรือ straight-friendly/ heterosexual-friendly คือมีนัยถึงการเป็นโรงแรมที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ คือมีบริการที่แตกต่างไปจากโรงแรมทั่วไปเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ทั้งรูปแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกอย่างชวนน่า และการให้บริการที่ถูกฝึกมาเพื่อบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ ซึ่งโรงแรมประเภทนี้ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือ Axel Hotel Barcelona ที่ติดในอันดับทั้ง www.travelgay.com queerintheworld.com www.businessinsider.com thetravelexpert.ie www.nightttours.com edition.cnn.com/travel และอีกหลาย ๆ เว็บไซต์ เนื่องจากเป็นต้นแบบโรงแรม heterosexual-friendly ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนต่อไป นอกจากนี้แล้วยังมีโรงแรมประเภทที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเกย์เท่านั้น หรือ gay-only อย่างโรงแรม Elysium ที่เกาะมีโคนอส (Mykonos) ประเทศกรีซ ซึ่งก็ติดอันดับโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ดีที่สุดตามเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ประเทศในทวีปยุโรปเท่านั้นที่มีบริการแหล่งที่พักที่มีชื่อเสียงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ปัจจุบันโรงแรมเหล่านี้มีอย่างแพร่หลายไปทั่วโลกในทวีปอื่น ๆ ทั้งประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเม็กซิโก ประเทศแอฟริกาใต้ ประเทศออสเตรเลีย และประเทศไทย เป็นต้น



ภาพที่ 2.7 โรงแรม Elysium ที่เกาะมีโคนอส (Mykonos) ประเทศกรีซ

ที่มา: Booking.com (n.d.)

2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism products) ผลิตภัณฑ์ประเภทที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต้องการ แต่เกิดขึ้นหลังพิจารณาเปรียบเทียบกับประเภทอื่น ๆ โดยนักท่องเที่ยวมักต้องการคุณภาพและราคาที่เหมาะสมตามความพึงพอใจของตน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทที่ราคาสูงกว่าประเภทอื่น เช่น โปรแกรมอาหารค่ำหรือโปรแกรมท่องเที่ยวกรุงเทพ เป็นต้น

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั่วโลกสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภททัวร์หรือผู้นำเที่ยวได้รับความนิยมน้อยลง แต่ในหลายประเทศทั่วโลกก็ยังมีบริการประเภททัวร์พิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีความต้องการพิเศษ นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ทัวร์เฉพาะกลุ่มเกย์ที่สร้างพื้นที่สำหรับ

กลุ่มเกย์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กลุ่มเกย์สามารถแสดงความเป็นตัวเองออกมาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องกังวลเรื่องข้อจำกัดทางบรรทัดฐานรักต่างเพศ โดย www.tourradar.com ได้รวบรวมรายชื่อทัวร์สำหรับกลุ่มเกย์ทั่วโลก ที่ได้รับความนิยมไว้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าทัวร์มีความหลากหลายมาก ทั้งเป็นทัวร์ล่องเรือ อย่างเช่น Pride Sailing in Greece ที่เกาะมีโคนอส ประเทศกรีซ ทัวร์ประวัติศาสตร์และศิลปะ อย่างเช่น Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond ที่ตอนใต้ของประเทศอิตาลี และทัวร์เดินเขา อย่างเช่น Annapurna Gay Hiking - LGBT trek to Annapurna ที่เทือกเขาหิมาลัย เป็นต้น



ภาพที่ 2.8 ภาพโฆษณา Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond
ที่มา: TourRadar (n.d.a)



ภาพที่ 2.9 ภาพโฆษณา Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond
ที่มา: TourRadar (n.d.b)



ภาพที่ 2.10 ภาพโฆษณา Annapurna Gay Hiking - LGBT trek to Annapurna

ที่มา: TourRadar (n.d.c)

3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty tourism products) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีราคาสูงที่สุดแต่เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวที่ต้องพิจารณา โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักใช้เวลาพิจารณาประเภทนี้นานที่สุดเพื่อให้ได้ตามความพึงพอใจสูงสุด เช่น ตัวเครื่องบิน โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกี่ยวกับการจัดการตัวเครื่องบินพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั่วโลกมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง โดยหลายคนซื้อตัวเครื่องบินและจองโรงแรมผ่านเอเจนซี่การท่องเที่ยวหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการจองตัวเครื่องบินและโรงแรม เช่น www.skyscanner.com www.booking.com www.expedia.com www.cheapflight.com เป็นต้น แต่ก็มีหลายสายการบินที่ทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น การแสดงให้เห็นว่าสายการบินนั้น ๆ สนับสนุนสิทธิความเท่าเทียมทางเพศโดยออกแคมเปญพิเศษในช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปีที่เป็นเดือนแห่งความภาคภูมิใจ หรือ Pride Month หรือบางสายการบินก็จัดเที่ยวบินพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ อย่างสายการบิน Virgin Atlantic ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในข้อ 2.1.1.3 ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ (Unsought tourism products) องค์ประกอบการท่องเที่ยวประเภทของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุก ซึ่งมีความสำคัญกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมีแรงจูงใจหลักเป็นการหนีจากความวุ่นวายในชีวิตประจำวันมาพักผ่อนยังสถานที่ที่ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งบรรทัดฐานรักต่างเพศถือเป็นความวุ่นวายหนึ่งที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ไม่ตรงกับบรรทัดฐานดังกล่าว

ทำให้กิจกรรมที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มและการปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มเกย์หรือคนที่มีอัตลักษณ์ทางเพศและมีประสบการณ์คล้ายกัน ไม่ว่าจะในพื้นที่ทางกายภาพหรือชุมชนออนไลน์ถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการก่อให้เกิดความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่ง (sense of belonging) และความเป็นปึกแผ่นทางสังคม (solidarity) ของกลุ่มเกย์ (Vorobjovas-Pinta & Hardy, 2016) จึงเป็นเหตุให้กิจกรรมเพื่อความบันเทิงเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเกย์ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งงาน Pride ที่ได้ถูกเปลี่ยนแปลงจากขบวนการเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมทางเพศให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมสำหรับกลุ่มเกย์ที่มีลักษณะเป็นเทศกาลเพลงและปาร์ตี้เพื่อกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ตัวอย่างกิจกรรม Gay Pride ที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่ www.nomadicboys.com รวบรวมรายชื่อไว้ 10 แห่ง ได้แก่ 1) New York Pride จุดกำเนิดงาน Pride ของโลก 2) Madrid Pride งาน Pride ที่ดีที่สุดในทวีปยุโรป 3) São Paulo Pride งาน Pride ที่ใหญ่ที่สุดในโลก 4) Sydney Pride หรือ Mardi Gras งาน Pride ที่มีสีสันมากที่สุดในโลก 5) Taipei งาน Pride ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย 6) Amsterdam Pride งาน Pride ที่มีเอกลักษณ์ที่สุดในโลก 7) Tel Aviv Pride งาน Pride ริมชายหาดที่ดีที่สุดในโลก 8) Johannesburg Pride งาน Pride ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปแอฟริกา 9) Cologne Pride งาน Pride ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปยุโรป และ 10) Toronto Pride (Arestis, 2020)



รูปภาพที่ 2.11 ภาพบรรยากาศงาน Mardi Gras ที่เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย
ที่มา: Stefan Arestis (2020)



ภาพที่ 2.12 ภาพบรรยากาศงาน Cologne Pride ที่เมืองโคโลญ ประเทศเยอรมนี

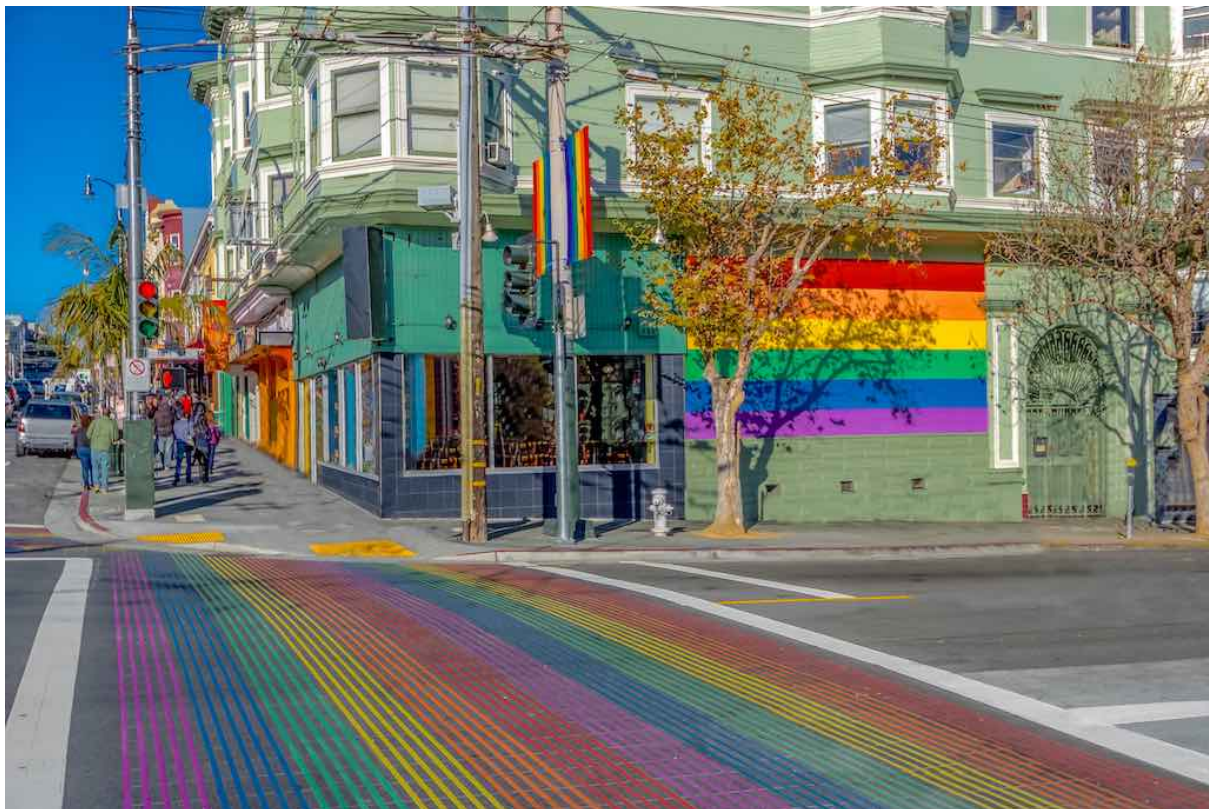
ที่มา: Stefan Arestis (2020)

5) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Industrial tourism products) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบริการจากภาครัฐ หรือได้รับความสะดวกสบายจากภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งทั้งสองหน่วยงานบูรณาการทำงานร่วมกันในประเภทต่าง ๆ นั้น โดยเฉพาะบริการขนส่งต่าง ๆ มักจะเป็นในรูปแบบเอกชน หรือเป็นบริการโดยรวมของระบบขนส่งมวลชนทั้งประเทศ ไม่ได้เป็นไปเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ เนื่องจากการเดินทางเป็นปัจจัยในการท่องเที่ยวพื้นฐานของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ

6) ผลิตภัณฑ์และสินค้าทุนอื่น ๆ (Capital items) หรือผลิตภัณฑ์สนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมักจะเป็นการพัฒนาคุณค่าให้กับการท่องเที่ยว เพิ่มภาพลักษณ์ ค่านิยมและมาตรฐานบริการเชิงพาณิชย์ให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจจะเป็นในรูปแบบของการสร้างภาพลักษณ์ให้กับย่านธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในพื้นที่นั้น ๆ โดยหน่วยงานรัฐจะมีบทบาทสำคัญมากที่สุด เช่น ย่านชวยกา (Chueca) ในประเทศสเปน และเขตแคสโตร (Castro) ในละแวกซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่รัฐให้การสนับสนุนในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการตกแต่งพื้นที่เมืองด้วยสัญลักษณ์ที่เชิดชูความหลากหลายทางเพศ



ภาพที่ 2.13 บริเวณรถไฟใต้ดินในย่านชวยกา เมืองมาดริด ประเทศสเปน
ที่มา: Victor Lafuente Alonso (2019)



ภาพที่ 2.14 ทางสำหรับข้ามถนนในเขตแคสโตร ละแวกซานฟรานซิสโก
ที่มา: WOW Travel (2019)

2.1.4.4 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ทศพล เดชะ (2553) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ดังนี้ สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism destination and tourism product) จำเป็นต้องประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลัก (5A) คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ สินค้าทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการทางการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) สินค้าทางการท่องเที่ยว นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยหมายถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ และทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

2) กิจกรรมการท่องเที่ยว เหตุการณ์ และกิจกรรม ซึ่งนับเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญอีกประการหนึ่ง โดยเหตุการณ์และกิจกรรมมีความแตกต่างกัน โดยมีขอบเขตครอบคลุมตั้งแต่เทศกาล ประเพณี การแข่งขันประเภทต่าง ๆ ได้แก่

- กิจกรรมท่องเที่ยวด้านเทศกาลและงานประเพณี ประกอบด้วย กลุ่มงานรื่นเริงเป็นเทศกาลและประเพณีที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น กลุ่มงานแสดงผลผลิตทางการเกษตรและศิลปหัตถกรรม กลุ่มงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และศาสนา เป็นงานเทศกาลและประเพณีที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม กลุ่มงานรำลึกวีรชนและเหตุการณ์สำคัญ และกลุ่มงานอื่น ๆ ที่เป็นงานพิเศษ เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะที่ช่วยสร้างคุณค่าทางจิตใจและสังคมให้เกิดความดีงาม เช่น งานอนุรักษ์มรดกไทย งานแข่งเรือนานาชาติ งานมหกรรมกีฬาพื้นบ้าน เป็นต้น

- กิจกรรมการจัดแสดงแสง สี เสียง

- กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการแข่งขันและประกวด มีทั้งระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น เช่น การแข่งขันกีฬานานาชาติ การแข่งเรือยาวประเพณี

- กิจกรรมพิเศษ เป็นกิจกรรมที่สามารถจัดวาระในวันสำคัญหรือโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล เช่น กิจกรรมในงานวันเฉลิมพระชนมพรรษา งานฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี

3) บริการทางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่นำเสนอขายเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจเช่นเดียวกับสินค้า แต่มีความแตกต่างจากสินค้า กล่าวคือ การบริการเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นและส่งมอบแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าในเวลานั้นทันที โดยที่ผู้รับบริการต้องใช้บริการนั้น ๆ การให้บริการไม่สามารถเก็บสะสมไว้ได้และสามารถเสื่อมสลายได้เมื่อไม่มีผู้ใช้บริการ บริการทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 8 กลุ่ม คือ บริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการสารสนเทศ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก บริการภัตตาคารและร้านอาหาร บริการด้านบันเทิงเริงรมย์ บริการด้านสินค้าของที่ระลึก และบริการด้านความปลอดภัย (ทศพล เดชะ, 2553)

จากข้อมูลข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือ การได้รับความจำเป็นที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อออกเดินทาง ทั้งการได้บริการเรื่องต่าง ๆ เช่น ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และกิจกรรมที่ดึงดูดใจให้เข้าร่วม การได้รับปัจจัยพื้นฐานในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การเข้าถึงเมืองโดยการคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ การเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยว การได้รับที่พักที่เหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก็ต้องการองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่ต่างจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากโดยทั่วไปที่แสวงหาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะอำนวยความสะดวกให้กับการเดินทางนั้นเป็นไปตามความพึงพอใจสูงสุดของตน

2.1.4.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

ยังไม่พบทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีจุดประสงค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คือ ทรัพยากรธรรมชาติเป็นสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประเภทเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ บางเทศกาลได้กลายมาเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวเกย์ด้วยลักษณะที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เทศกาล Mardi Gras ในเมืองซินิย์ ประเทศออสเตรเลีย แท้จริงแล้วนั้นมีรากฐานมาจากเทศกาลทางศาสนาคริสต์นิกายคาทอลิก ซึ่งคำว่า Mardi Gras มีความหมายเดิมว่า “วันอังคารอ้วน” หรือ Fat Tuesday ที่เป็นเทศกาลแห่งการกินก่อนเข้าสู่ช่วงถือศีล ซึ่งประจวบกับการเดินขบวนเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมของกลุ่มเกย์ (Morahan, 2016) ทำให้กิจกรรมทั้งสองผนวกรวมกันเป็นเทศกาล Mardi Gras ที่รู้จักกันว่าเป็นงาน Pride ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประเทศออสเตรเลีย เช่นเดียวกันกับเทศกาลสงกรานต์ของประเทศไทย ที่เป็นประเพณีทางวัฒนธรรมไทยที่ได้แปรเปลี่ยนเป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิงมากขึ้น ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาจากทั่วทุกมุมโลก จากการเห็นโอกาสในการสร้างกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของภาคเอกชนโดยอาศัยความนิยมของเทศกาลเป็นทุนเดิม ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อถัดไป นอกจากนี้ยังมีสิ่งดึงดูดใจเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond ในประเทศอิตาลีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ที่เป็นสิ่งดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีความสนใจศิลปะ ประวัติศาสตร์ วรรณกรรม และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องหรือสร้างสรรค์โดยกลุ่มเกย์ ซึ่งชื่อบริษัทที่จัดกิจกรรมนี้คือ Oscar Wilde Tour ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงจุดขายของบริษัทที่ใช้ Oscar Wilde ในฐานะนักเขียนผู้มีอิทธิพลที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่มีกลุ่มเป้าหมายพิเศษ

2) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access)

ปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ทั่วโลกสามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความแพร่หลาย มีเว็บไซต์หรือบล็อกที่บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีชื่อเสียงมากมาย ทั้ง www.travelgay.com spartacus.gayguide.travel www.thegaypassport.com

queerintheworld.com travelsofadam.com และ nomadicboys.com เป็นต้น รวมถึงสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ก็ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน มีอินฟลูเอนเซอร์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เกิดขึ้นมากมาย ทั้งในอินสตาแกรม ยูทูบ ทวิตเตอร์ และสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งเข้ามาแทนที่สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทวารสารการท่องเที่ยว แต่กระนั้น หลาย ๆ ประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะในทวีปยุโรป อย่างเมืองบาร์เซโลนา ก็ยังมีการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยการผลิตแผนที่เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ ซึ่งทำให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.15 โฆษณาช่องใน Podcast ของอินฟลูเอนเซอร์ด้านการท่องเที่ยวเกย์ 2 Travel Dads

ที่มา: 2 Travel Dads (n.d.)

3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities)

สิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวและระบบสาธารณสุขเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นอาจวิเคราะห์ได้ว่าเป็นลักษณะของการบริการทางสาธารณสุข นั่นคือ การเข้าถึงยาเป็ป (Pep) และยาเพร็พ (PrEP) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาวะทางเพศ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษาและตรวจหาเชื้อเอชไอวีที่บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งในหลาย ๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่ให้ความสำคัญกับสิทธิความเท่าเทียมทางเพศได้มีการพยายามทำการโฆษณาเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเกย์ เนื่องจากสามารถประชาสัมพันธ์เรื่องเหล่านี้ได้อย่างเปิดเผยและเป็นทางการ ต่างกับประเทศที่มองว่าพฤติกรรมรักเพศเดียวกันมีความผิด จึงไม่สามารถกล่าวถึงเรื่องเหล่านี้ได้ในที่สาธารณะ ซึ่งกลุ่มเกย์เป็นกลุ่มเสี่ยงต่อโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ เนื่องจากการมีเพศสัมพันธ์ทางทวารหนักมีเปอร์เซ็นต์การ

ติดเชื้อเอชไอวีที่สูงกว่าการมีเพศสัมพันธ์ทางช่องคลอด หากมีการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะเป็นการตอบโจทยความต้องการของกลุ่มเกย์ และเป็นการเสริมสร้างสุขภาวะทางเพศที่ดีภายในประเทศนั้น ๆ ได้อีกด้วย

4) ที่พัก (Accommodation)

การบริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นมีให้บริการอย่างหลากหลายทั่วโลก ทั้งโรงแรมที่แสดงความเป็นกันกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และโรงแรมที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ซึ่งประเภทหลังสามารถพบได้มากในเมืองใหญ่ ๆ ในทวีปยุโรปอย่างเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ เกาะมีโคนอส ประเทศกรีซ และเมืองเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี เป็นต้น ซึ่งโรงแรมเครือ Axel Hotels ที่ก่อตั้งขึ้นที่เมืองบาร์เซโลนาถือเป็นเครือโรงแรมสำหรับกลุ่มเกย์ที่มีชื่อเสียงอย่างมากและได้เปิดสาขาตามประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป ส่วนในประเทศสหรัฐอเมริกา เมืองปาล์มสปริงส์ (Palm Springs) รัฐแคลิฟอร์เนีย และเมืองคีย์เวสต์ (Key West) รัฐฟลอริดา ก็เป็นแหล่งรวมโรงแรมและรีสอร์ตที่เจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีรีสอร์ตสำหรับผู้ใหญ่ที่เป็นที่นิยมด้วยแนวคิดการเป็นรีสอร์ตสำหรับกลุ่มเกย์ที่สามารถเลือกสวมหรือไม่สวมเสื้อผ้าได้โดยไม่ผิดกฎของที่พัก หรือ gay clothing optional อย่าง La Dolce Vita Resort รวมถึงทวีปเอเชียเองก็มีโรงแรมเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ตามเมืองที่ได้รับความนิยมในนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และได้หวัน และปัจจุบันธุรกิจเครือที่พักต่าง ๆ ก็ให้ความสำคัญกับตลาดกลุ่มนี้มากขึ้น ทำให้หลาย ๆ โรงแรมที่ไม่ได้เปิดมาเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์แต่แรกเริ่มก็ได้หันมาทำการประชาสัมพันธ์โดยทำให้ธุรกิจของตนเปิดรับความหลากหลายทางเพศมากขึ้น เพื่อให้มีภาพลักษณ์เป็นธุรกิจที่ทันสมัย รู้เท่าทันถึงประเด็นอ่อนไหวทางสังคม

5) กิจกรรมต่าง ๆ (Activities)

กิจกรรมการท่องเที่ยว เทศกาล และกิจกรรม ซึ่งนับเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งได้กล่าวถึงความสำคัญไปแล้วในเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสดงชื่อ โดยกิจกรรมที่จะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและสื่อนานาชาตินั้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ส่งเสริมสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ เช่น งาน Pride ที่จัดขึ้นในเดือนมิถุนายนของทุกปี และจัดอย่างยิ่งใหญ่ในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งจะมีผลิตภัณฑ์จากธุรกิจต่าง ๆ มากมายที่จะร่วมประชาสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว เพราะจะได้รับความสนใจจากกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและสื่อเป็นอย่างมาก และนอกจากงาน Pride แล้ว ในหลาย ๆ ประเทศก็มีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศอย่างหลากหลาย ซึ่งเว็บไซต์ www.nomadicmatt.com ได้รวบรวมไว้ เช่น Bloomington PRIDE Film Festival และ Q Cinema Film Festival เทศกาลภาพยนตร์เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จัดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา International Dublin Gay Theatre Festival และ Edinburgh Festival Fringe เทศกาลละครเวทีในประเทศไอร์แลนด์และสกอตแลนด์ตามลำดับ European Gay Ski Week มหกรรมกีฬาฤดูหนาวสำหรับกลุ่มเกย์ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ Gay Games

มหกรรมกีฬานานาชาติที่จัดขึ้นเป็นประจำทุก ๆ 4 ปีสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และ Southern Comfort Conference การประชุมเกี่ยวกับประเด็นสิทธิมนุษยชนและการเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่จัดขึ้นในเมืองลาสเวกัส ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น



ภาพที่ 2.16 โฆษณา Gay Games 2022 ที่จะจัดขึ้นที่ฮ่องกง

ที่มา : Gay Games (n.d.)

2.1.4.6 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์

ในปัจจุบันการศึกษาแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนำไปสู่การพัฒนาแผนกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ดังนี้

1) การท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ ควรมีการสนับสนุน ผลักดัน ประชาสัมพันธ์ และจัดโปรแกรมเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับการท่องเที่ยวแนวธรรมชาติให้เพิ่มขึ้น เช่น ภูเขา (เชียงใหม่ เชียงราย) หรือชายหาด (พัทยา ภูเก็ต) เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์นี้ยังอยู่ในวงแคบ ทั้งยังถูกจำกัดอยู่ที่ด้านสถานบันเทิงยามค่ำคืน และความสะดวกในการแสวงหากิจกรรมทางเพศเท่านั้น (ชานนท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.)

2) การใช้เทศกาลที่เป็นเทศกาลขนาดใหญ่ เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย เช่น เทศกาลสงกรานต์ ตลอดจนการจัดเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ

3) การใช้ทัศนคติของคนไทยที่เปิดรับเรื่องเพศและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาเป็นจุดดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

4) การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นต้องการพื้นที่ในการแสดงออกอย่างเสรี การสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้มีโอกาสเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งโรงแรม บาร์ สถานที่ท่องเที่ยวในยามกลางคืน ร้านอาหาร ร้าน

กาแฟ และร้านนวด จึงควรส่งเสริมการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับภาครัฐ เพื่อร่วมมือกันในการขยายทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้มากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว (คา ทัท นิกสัน เซน และธิติพล บุญปลูก, 2561)

นอกจากนี้ ยังมีเว็บไซต์ Go Thai Be Free ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นจากการสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ต้องการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะกลุ่มเกย์ให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น โดยรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวสถานบันเทิง การท่องเที่ยวตามเทศกาล และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นต้น รวมถึงการรวบรวมข้อมูลสถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น การรวบรวมโรงแรมหรือที่พักที่มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ความพร้อมของประเทศไทยในการต้อนรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นี้ อาจกล่าวได้ว่า การสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและเกย์ ว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากสถานที่และการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว ถือเป็น การสร้างภาพลักษณ์การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ดีสำหรับกลุ่มเกย์

2.1.5 การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สำคัญ คือ การก้าวไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น การส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ความสร้างสรรค์ การพัฒนาบุคลากร เศรษฐกิจชุมชน โครงสร้างพื้นฐานและนโยบาย รวมถึงความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในการประสานงานและสนับสนุนปัจจัยความพร้อมในการท่องเที่ยว (ฐิตศักดิ์ เวชกามา, 2557) ดังจะเห็นได้ว่ามิใช่เพียงการสร้างอุปสงค์ให้เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ต้องศึกษาและสำรวจความพร้อมและอุปทานที่มีอยู่ในปัจจุบันด้วย (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, ม.ป.ป.)

ดังจะเห็นได้ว่า การเตรียมความพร้อมนั้นมิใช่เพียงการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานหรือการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่รวมถึงการเตรียมความพร้อมของบุคลากร ระบบการคมนาคมเพื่อขนส่งคน สินค้า และบริการ ตลอดจนการประสานงานเพื่อความร่วมมือจากทุกภาคส่วนให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของความพร้อมของอุปทาน มากกว่าการพัฒนาแบบชั่วคราวเพียงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในแต่ละปี

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านการความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) นั้น ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ซึ่งการเตรียมความพร้อมในองค์ประกอบเหล่านี้จะก่อให้เกิดอุปทานและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาตินี้เองมักถูกทำลายและบั่นทอนคุณภาพลงทุกครั้งที่มียานพาหนะเข้าไป จึงจำเป็นต้องมีมาตรการจัดการและรองรับนักท่องเที่ยวที่รัดกุม การจัดการสิ่งแวดล้อมนี้จัดทำขึ้นเพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรธรรมชาติ ให้สิ่งแวดล้อมสามารถฟื้นฟูตัวเองได้ตามธรรมชาติในระยะเวลาอันสมควร และดำรงการสร้างสรรค์ให้กับธรรมชาติ (สุภาพร พิศาลบุตร, 2546)

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม เทศกาลงานประเพณี และทรัพยากรหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้ย่อมต้องอนุรักษ์และรักษาไว้เช่นเดียวกันกับทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบด้านลบและการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ต่อทรัพยากรนั้น ๆ (กฤษณะกันต์ เนตรเชม, ม.ป.ป.) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์หรือการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มควีร์ (Queer Studies) เช่น พิพิธภัณฑ์โบราณสถาน สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสรณ์สถานเพื่อความหลากหลายทางเพศ เช่น ที่เมืองเบอร์ลินที่มีพิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถานคนรักเพศเดียวกัน (โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2556)

3) ระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบกำจัดของเสีย และโทรคมนาคม เป็นต้น โดยปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยอื่น ๆ มากที่สุด เนื่องจากระบบโครงสร้างพื้นฐานเป็นสิ่งสำคัญต่อการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ในด้านการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนการดำเนินชีวิตตลอดการเดินทาง ซึ่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนี้เป็นบทบาทและภารกิจของภาครัฐในการจัดสรรและพัฒนาให้เพียงพอต่อความต้องการตามความเหมาะสม หากภาครัฐพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางที่สอดคล้องกับโครงสร้างพื้นฐานหลัก พร้อมมุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเข้ากับวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ จะสามารถเพิ่มศักยภาพที่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนวันที่เข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นได้ (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

4) โมตริของท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เดินทางมา เนื่องจากเป็นความประทับใจแรกที่จะสะท้อนถึงการเตรียมความพร้อมและภาพลักษณ์ในการบริการของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ (กฤษณะกันต์ เนตรเชม, ม.ป.ป.) ซึ่งภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวนี้ หมายถึง การรับรู้ในภาพรวมที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิดและประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงบวก ซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวจนเกิดการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว (Echtner & Ritchie, 2003)

5) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว สายการบิน บริษัทรถเช่า ร้านอาหาร และเรือสำราญ เป็นต้น

6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

2.1.5.1 การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว

แม้จะยังไม่พบการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะมากนัก เนื่องจากความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาร่วมกันในทุก ๆ ด้านเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่เฉพาะต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง อย่างไรก็ตาม หลาย ๆ ประเทศก็มีกลยุทธ์ในการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของตนให้เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ พบว่า ประเทศที่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะประเภททะเล จะได้รับความนิยมอย่างมากอยู่แล้วจากนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม และเมื่อมีการประชาสัมพันธ์หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาตินั้น ๆ ให้เปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างล้นหลาม เช่น เกาะมีโคนอส ประเทศกรีซ ที่ได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ติดอันดับในเว็บไซต์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์เกือบทุกเว็บไซต์ ประเทศสเปนที่มีทั้งชายหาดเมืองซิทเจส (Sitges) เกาะอิบิซา (Ibiza) และเกาะกรัน กานาเรีย (Gran Canaria) ประเทศแอฟริกาใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยเองก็มีความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติสูงเช่นกัน



ภาพที่ 2.17 ทิวทัศน์ของเมืองเคปทาวน์ (Cape Town) ประเทศแอฟริกาใต้

ที่มา : Gay Travel (2020)

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สามารถพัฒนาให้มีความพร้อมได้อย่างในกรณีของเทศกาล Mardi Gras ที่เป็นการพัฒนาทรัพยากรทางประเพณีและวัฒนธรรมจากเดิมที่เป็นเทศกาลของศาสนาคริสต์นิกายคาทอลิกที่มีแนวคิดต่อต้านพฤติกรรมการรักเพศเดียวกัน หรือในกรณีของเมืองปาล์มสปริงส์ ที่เดิมเป็นพื้นที่ทะเลทราย ไม่ได้มีทรัพยากรทางธรรมชาติใด ๆ แต่ก็มีผู้ประกอบการที่เล็งเห็นช่องทางการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ และได้กลายเป็นย่านที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นอย่างมาก ซึ่งเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ



ภาพที่ 2.18 ทักษะภาพและสิ่งปลูกสร้างในเมืองปาล์มสปริงส์

ที่มา : Joanne Brookfield (n.d.)

ในการศึกษาของ Oskaras Vorobjovas-Pinta และ Anne Hardy (2016) ระบุว่า จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกย์ต่าง ๆ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ทางกายภาพสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น โดยปกติแล้วจะอยู่บริเวณที่เป็นศูนย์กลางความเจริญ คือเป็นแหล่งรวมของพื้นที่แบบเมือง เช่น ปารีส ซิดนีย์ หรือซานฟรานซิสโก ไม่เช่นนั้นก็จะแหล่งท่องเที่ยวแบบทะเลและชายหาด คือหากไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว การจะพัฒนาอุปทานการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมก็ต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีความพร้อม จึงจะเป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีแนวโน้มในการใช้จ่ายสูง

3) ระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบกำจัดของเสีย และโทรคมนาคม เป็นต้น ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละประเทศ โดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับเรื่องของอัตลักษณ์ทางเพศ มีเพียงการ

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่นรถรางในเมืองลิสบอน ประเทศโปรตุเกส ซึ่งเป็นการรักษาระบบโครงสร้างพื้นฐานเดิมให้ดำรงอยู่ในรูปแบบเมืองที่ทันสมัยมากขึ้น แต่ก็มี การบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี จนทำให้กลายเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม รถรางนี้ก็ไม่ได้ออกแบบมาเฉพาะ นักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ

4) ไม่ตรีของท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น เว็บไซต์และบล็อกต่าง ๆ ที่นำเสนอรายชื่อเมืองที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากที่สุดในโลก ทั้ง wowtravel.me www.travelgay.com www.cnn.com www.hostelworld.com www.lonelyplanet.com www.thegaypassport.com queerintheworld.com travelsofadam.com และ nomadicboys.com เป็นต้น ต่างนำเสนอข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือเมืองที่มีความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสูงนั้นจะเป็นเมืองหลวงหรือไม่ก็เมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก และประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากกลุ่มประเทศดังกล่าวให้ความสำคัญกับสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ มีกฎหมายคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากการถูกเลือกปฏิบัติมาเป็นระยะเวลายาวนาน ส่วนประเทศกลุ่มยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกที่ได้รับอิทธิพลทางศาสนาคริสต์ รวมทั้งกลุ่มประเทศมุสลิม ปรากฏในรายชื่อประเทศเหล่านี้น้อยมาก มีเพียงเมืองใหญ่ ๆ หรือเมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและปัญญาชนเท่านั้นที่ติดอันดับเหล่านี้ เช่น กรุงปราก ประเทศสาธารณรัฐเช็ก (Clayton-Lea, 2019) เช่นเดียวกับเมืองบูเอโนสไอเรส ประเทศอาร์เจนตินา ที่เป็นเมืองหลวงที่ติดอันดับในบางเว็บไซต์ ในขณะที่เมืองส่วนใหญ่ในทวีปอเมริกาใต้ยังได้รับอิทธิพลทางศาสนาที่ยังคงมีแนวคิดต่อต้านการรักเพศเดียวกันอยู่ ส่วนทวีปเอเชีย นั้น ประเทศไทยและไต้หวันถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ติดอันดับโลกเช่นเดียวกัน แต่ในกรณีของประเทศไทยนั้น จะเป็นในเพียงส่วนของความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นเท่านั้น ไม่ได้มีการรับรองทางกฎหมายที่ชัดเจน แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่มีความก้าวหน้าเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในทวีปเอเชีย



ภาพที่ 2.19 เมืองบูเอโนสไอเรส ประเทศอาร์เจนตินา ที่ประดับตกแต่งด้วยธงสีรุ้ง

ที่มา : Stefan Arestis (2020)

5) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว สายการบิน บริษัทรถเช่า ร้านอาหาร และเรือสำราญ เป็นต้น ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั่วโลกเล็งเห็นถึงโอกาสทางการตลาดของตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น และพยายามทำการตลาดกับกลุ่มนี้โดยออกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่แสดงถึงการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศเชิงสัญลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มสิ่งเข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือการสนับสนุนงาน Pride ในเมืองใหญ่ ๆ รวมทั้งมีโรงแรมที่ทำการส่งเสริมการตลาดกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างชัดเจน หรือใช้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีชื่อเสียงในการประชาสัมพันธ์ของโรงแรม เช่น โรงแรมในเครือ Marriott International ที่ทำแคมเปญ #LoveTravels ในปี ค.ศ. 2014 ที่พัฒนาต่อมาจากแคมเปญ “Be You, With Us” ในปี ค.ศ. 2012 (Miller, 2014) ซึ่งมีการจัดทำภาพและวิดีโอประชาสัมพันธ์อย่างเต็มรูปแบบ แสดงให้เห็นถึงความพร้อมทางด้านอุปทานการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.20 ภาพโฆษณาแคมเปญ #LoveTravels ของเครือ Marriott International

ที่มา : Mark J. Miller (2014)

6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง พบว่าองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่มีบทบาทมากที่สุดคือ สมาคมการท่องเที่ยวเกย์และเลสเบียนนานาชาติ หรือ International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA) ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันของภาคการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั่วโลก ร่วมกับองค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) ที่ครอบคลุมกว่า 80 ประเทศทั่วโลกใน 6 ทวีป (Travel Pulse, n.d.) อีกทั้งหน่วยงานรัฐบาลของแต่ละประเทศก็มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแตกต่างกันออกไป แต่ปัจจุบันหน่วยงานรัฐก็ให้การสนับสนุนมากขึ้น อย่างในบางประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาเป็นระยะเวลาหนึ่ง แต่หน่วยงานรัฐเพิ่งหันมาดำเนินการเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับตลาดกลุ่มนี้มากขึ้น เช่น ประเทศเม็กซิโก ที่กระทรวงการท่องเที่ยวออกมาประกาศอย่างเป็นทางการว่าจะมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบนี้มากขึ้นในปี พ.ศ. 2563 (PR Newswire, 2020) ในขณะที่หลาย ๆ ประเทศในกลุ่มประเทศละตินอเมริกายังไม่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศมากนัก



2020 ANNUAL GLOBAL
CONVENTION
MILAN, ITALY
6 – 9 May

TRAVEL • LEARN • CONNECT

ภาพที่ 2.21 ภาพประชาสัมพันธ์การประชุมประจำปี ค.ศ. 2020 ของ IGLTA

ที่มา : Pacific Asia Travel Association (2019)

จากการศึกษาพบว่า ความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มเกย์ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ อันจะสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ หรือที่เรียกกันว่า “Gay-friendly Destination” โดยจากข้อมูลโครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มประเทศเกิดใหม่: ภูมิภาคตะวันออกกลาง ของกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมุ่งศึกษาประเทศเกิดใหม่ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ที่มีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเดินทางออกนอกประเทศสูง พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศอิสราเอลมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยในทุกด้าน ทั้งยังมีทัศนคติว่าภาครัฐไม่จำเป็นต้องจัดงานเทศกาลเฉพาะกลุ่มหรือแปะป้ายสัญลักษณ์ความหลากหลายทางเพศเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์การยอมรับกลุ่มเพศทางเลือก แต่ภาครัฐควรมุ่งส่งเสริมและสร้างบรรยากาศการต้อนรับและให้ความเท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากกว่า (โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2556)

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

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

3.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในโครงการย่อยนี้จะรวบรวมวรรณกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ (1) สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ (2) อุปทานการท่องเที่ยว (3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ (4) ผลกระทบของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และ (5) การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยทำการรวบรวมจากหนังสือ ตำราวิชาการทั่วไป วารสารวิจัยและวารสารวิชาการ รายงานผลวิจัยวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งมาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารสิ่งพิมพ์และประเภทอินเทอร์เน็ต

3.1.2 การกำหนดขอบเขตงานวิจัย

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

3.1.3 การรวบรวมข้อมูล

1) การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

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

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึกจะดำเนินการก่อนการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ซึ่งจะเป็นการนัดหมายเพื่อขอพบหรือทำการสัมภาษณ์ผ่าน VDO conference กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ

3.1.4 การวิเคราะห์ผลข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายนั้นจะใช้การวิเคราะห์ผลผลิต (output) หรือประสิทธิผล (effectiveness) ของนโยบายต่าง ๆ ต่อสังคม (Hansen, 1983, 15) และเป็นการตรวจสอบนโยบายบนกรอบของที่มาที่ไปของนโยบาย (formation) เนื้อหา (content) และ ผลกระทบ (effect) และ คณะผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) โดยการวิเคราะห์ ผลผลิตและผลกระทบของนโยบายนั้น ๆ

3.1.5 การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ

คณะผู้วิจัยจะดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการ 3-7 คน ตามพื้นที่ที่ระบุไว้ว่าเป็นพื้นที่เป้าหมายของการกระจายแบบสอบถามในโครงการย่อย (1) คือ (1) กรุงเทพมหานคร (2) เชียงใหม่ (3) เชียงราย (4) ภูเก็ต (5) กระบี่ (6) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) (7) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และ (8) ชลบุรี (พัทยา) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการจากหลากหลายรูปแบบ อาทิ ธุรกิจสถานพักผ่อน ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาและขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม โดยจะเป็นการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อค้นข้อมูลพร้อมกันกับการศึกษาปัจจัยในการสร้างอุปสงค์ของโครงการย่อย (1) และแผนงานวิจัย

3.1.6 การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับโครงการย่อย (1)

ผู้อำนวยการแผนงานจัดประชุมคณะผู้วิจัยของโครงการย่อย (1) และ (2) เพื่อร่วมสังเคราะห์ข้อมูล การท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อพัฒนาแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสามารถสร้างอุปสงค์ในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

3.1.7 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์จะจัดทำตามแบบฟอร์มมาตรฐานที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ระบุไว้

3.2 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1) กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีเพศสภาพ เพศวิถีหรือรสนิยมทางเพศ อัตลักษณ์ทางเพศ และการแสดงออกทางเพศ ซึ่งจะมีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเพศกำเนิดก็ได้ เช่น เกย์ เลสเบียน คนข้ามเพศ และกลุ่มอื่น ๆ เป็นต้น

2) เพศวิถี หรือรสนิยมทางเพศ (Sexual Orientation) หมายถึง พื้นฐานความสนใจ ความดึงดูดทางเพศของบุคคลที่มีต่อบุคคลที่เป็นเพศเดียวกันหรือเพศตรงข้าม

3) เพศสภาพ หรืออัตลักษณ์ทางเพศ (Gender Identity) หมายถึง ความรู้สึกภายในของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องเพศของตนเอง ซึ่งอาจจะสอดคล้องหรือตรงข้ามกับเพศกำเนิดของตนเอง โดยอัตลักษณ์ทางเพศไม่ได้มีแค่ชายและหญิง

4) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเพศกำเนิดชาย (Male) เพศสภาพเป็นเกย์ คือบุคคลที่ชื่นชอบในบุคคลที่มีเพศสภาพและเพศวิถีตรงกับตนเองแบบชายรักชาย (Gay men) เพศวิถีแบบกลุ่มคนรักเพศเดียวกันแบบชายรักชาย (Homosexual) คือคนที่มีความสนใจ ความดึงดูดทางเพศของบุคคลที่มีต่อบุคคลเพศเดียวกันแบบชายรักชายเท่านั้น ณ ขณะที่สืบค้นข้อมูล เก็บข้อมูลแบบสอบถาม หรือแบบสัมภาษณ์อยู่

5) อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการซื้อหรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการที่จะใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพิจารณาอุปสงค์ 4 ด้าน คือ (1) ด้านการตัดสินใจเลือกเดินทาง (2) ด้านการตัดสินใจเลือกเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ (3) ด้านการใช้จ่าย และ (4) ด้านการใช้เวลาในการท่องเที่ยว

6) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยแบ่งได้เป็น (1) พฤติกรรมก่อนการตัดสินใจเดินทาง (2) พฤติกรรมระหว่างการเดินทาง และ (3) พฤติกรรมหลังการเดินทาง

7) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความมุ่งหวังต่อการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค และสามารถส่งผ่านรูปแบบทัศนคติหรือประสบการณ์ไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ อันจะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (1) ระดับบริการในอุดมคติ (Ideal Service Level) (2) ระดับบริการที่พึงปรารถนา (Desired Service Level) (3) ระดับที่สามารถยอมรับได้ (Zone of Tolerance) (4) ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) (5) ระดับบริการที่คาดหวังล่วงหน้า (Predicted Service Level) โดยเป็นการประเมินระดับทั้งห้าต่อองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยว

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

9) ความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ หมายถึง ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ตรงความต้องการเฉพาะของกลุ่ม โดยความพร้อมของอุปทานจะพิจารณาผ่านองค์ประกอบของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ และส่งต่อคุณค่าไปยังผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.3 ขอบเขตการวิจัย

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 60 ตัวอย่าง (พิจารณาโครงสร้างของกลุ่มตัวอย่างในภาพที่ 1) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะคัดเลือกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย 6 ตัวอย่าง

ทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1 ตัวอย่าง (2) กองบัญชาการสอบสวนกลาง 1 ตัวอย่าง (3) กระทรวงคมนาคม 1 ตัวอย่าง (4) บริษัท ท่าอากาศยานไทย 1 ตัวอย่าง (5) คลินิกนิรนาม สภาอากาศไทย 2 ตัวอย่าง

2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 8 ตัวอย่าง

ทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) Ministry of Tourism of Indonesia จำนวน 2 ตัวอย่าง (2) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประจำสนามบิน Ngurah Rai Airport (TIC) จากหน่วยงาน Bali Government Tourism Office จำนวน 1 ตัวอย่าง (3) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เรื่องการคมนาคมของสนามบิน Ngurah Rai Airport จำนวน 1 ตัวอย่าง (4) พนักงานตำรวจท่องเที่ยวจากสถานีตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลี จำนวน 3 ตัวอย่าง (5) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจาก Tourism Institute of Triatma Jaya จำนวน 1 ตัวอย่าง

3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 6 ตัวอย่าง

ทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Madrid 1 ตัวอย่าง (2) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Barcelona 1 ตัวอย่าง (3) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว จากหน่วยงาน Barcelona Turisme 1 ตัวอย่าง (4) Head Institutional Cooperation หน่วยงาน Barcelona Turisme 1 ตัวอย่าง (5) LGBTI Centre of Barcelona 1 ตัวอย่าง (6) ล่ามประจำสถานีตำรวจ Comissaria Mossos d'Esquadra distrito de Ciutat Vella 1 ตัวอย่าง

4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในประเทศไทย 15 ตัวอย่าง

ทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (3) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย (4) สมาคมสปาไทย (5) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (6) สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย (7) องค์กร Bangkok Rainbow Organization (8) มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยไทย (9) นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และเพศ

สภาวะ (10) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการผังเมือง (11) นักวิชาการด้านสิทธิมนุษยชน (12) นักวิชาการด้านเพศสภาวะ (13) นักวิชาการด้านกฎหมายพ.ร.บ.คู่ชีวิต (14) G-SPOT Entertainment (15) LGBT SMEs and Professional Thailand

5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 13 ตัวอย่าง

ทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) องค์กร Yayasan Gaya Dewata จำนวน 2 ตัวอย่าง (2) คลินิก Bali Medika จำนวน 1 ตัวอย่าง (3) Bali Rainbow Organization จำนวน 2 ตัวอย่าง (4) Gay Bali Travel จำนวน 1 ตัวอย่าง (5) Association of the Indonesia Tours and Travel Agencies (ASITA) Bali Province 2 ตัวอย่าง (6) Bali Joe 2 ตัวอย่าง (7) M.A.N. resort จำนวน 3 ตัวอย่าง

6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 14 ตัวอย่าง

ทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) Barcelona City Tour 1 ตัวอย่าง (2) BCN Checkpoint 2 ตัวอย่าง (3) ACEGAL (The Catalan Association of Companies for Gays and Lesbians) 2 ตัวอย่าง (4) Pride BCN 1 ตัวอย่าง (5) Gaixample's commercial district 1 ตัวอย่าง (6) Visit Gay Barcelona 1 ตัวอย่าง (7) Axel Hotel Barcelona 2 ตัวอย่าง (8) Lamun Cuina Thai Barcelona 3 ตัวอย่าง (9) Thai Zaap restaurant Barcelona 1 ตัวอย่าง

3.3.2 ระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง เมษายน พ.ศ. 2563 และกำหนดให้มีระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามระหว่างตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงหลังจากระยะเวลาที่กำหนดจะไม่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยชิ้นนี้

3.3.3 พื้นที่วิจัย

กลุ่มประชากรที่เป็นตัวแทนของผลการวิจัยชิ้นนี้จะมีขอบเขตทางด้านพื้นที่อยู่ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาเซโลนา ประเทศสเปนเท่านั้น

เหตุผลในการเลือกพื้นที่ศึกษา เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากเมืองบาห์ลีเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของทวีปเอเชีย อีกทั้งยังมีลักษณะทางกายภาพที่หลากหลาย ภูเขา น้ำตก ทะเล อยู่ในเกาะเดียว อีกทั้งยังโดดเด่นในเรื่องวัฒนธรรม และอิทธิพลของศาสนาที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นอีกด้วย

เหตุผลในการเลือกพื้นที่ศึกษา เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เนื่องจากบาร์เซโลนาเป็นเมืองท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศอันดับต้น ๆ ของโลก โดดเด่นในเรื่องการเป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ และมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ที่น่าสนใจ หลากหลาย และไม่ขัดต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น

3.3.4 เครื่องมือวิจัย

โครงการวิจัยย่อยนี้เป็นการวิจัยโดยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีทั้งแบบสอบถามภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (แสดงไว้พร้อมแล้วที่ภาคผนวก ก และ ข)

3.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลผลิตหลักของโครงการวิจัยย่อยนี้ คือ

- 1) สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 2) ข้อมูลการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 3) ข้อมูลผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
- 4) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยมีหน่วยงานหลักจะได้รับประโยชน์ คือ (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ (2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว อันเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะได้รับประโยชน์จากผลงานวิจัยและนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่เจาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คณะผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง 6 กลุ่ม ดังนี้ (1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย (2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย (3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน (4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในประเทศไทย (5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย (6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับสถานการณ์การรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ศึกษาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน อีกทั้งวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายสิทธิพลเมืองและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ โดยจะใช้วิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

4.1 สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

4.1.1 ประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จำนวนทั้งสิ้น 21 ตัวอย่าง ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 ตัวอย่าง (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 1 ตัวอย่าง (2) กองบัญชาการสอบสวนกลาง 1 ตัวอย่าง (3) กระทรวงคมนาคม 1 ตัวอย่าง (4) บริษัท ท่าอากาศยานไทย 1 ตัวอย่าง (5) คลินิกนิรนาม สภาอากาศไทย 2 ตัวอย่าง

การสัมภาษณ์เชิงลึกองค์กรภาคประชาสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และองค์กรไม่แสวงผลกำไร จำนวน 15 ตัวอย่าง ได้แก่ 1) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (3) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย (4) สมาคมสปาไทย (5) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (6) สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย (7) องค์กร Bangkok Rainbow Organization (8) มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยไทย (9) นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และเพศสภาพ (10) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการผังเมือง (11) นักวิชาการด้านสิทธิมนุษยชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (12) นักวิชาการด้านเพศสภาพและมานุษยวิทยา (13) นักวิชาการด้านกฎหมาย

พ.ร.บ.คู่ชีวิต (14) G-SPOT Entertainment (15) LGBT SMEs and Professional Thailand ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปการสัมภาษณ์ในประเด็นสำคัญต่าง ๆ ได้ดังนี้

4.1.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

สถานการณ์การท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการเคลื่อนไหวในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แคมเปญ Go Thai Be Free ที่ออกมาสนับสนุนวาทกรรม “ประเทศไทยคือสวรรค์ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น การจัด Bangkok Gay Symposium โดยปี 2562 ได้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 เมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา มีจุดประสงค์ คือ 1) เพื่อมาเรียนรู้วิธีการทำการตลาด เช่น โรงแรมจะมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างไร พนักงานจะมีคำทักทายอย่างไรเมื่อเจอนักท่องเที่ยวคู่รักกลุ่มเกย์ หรือการเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักหรือห้องน้ำในโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ 2) เพื่อมาเรียนรู้การทำธุรกิจ จากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการให้ความรู้และการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการไทย ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

แต่หากกล่าวถึงนโยบายในการผลักดันเรื่องสิทธิพลเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ประเทศไทยไม่เคยมีนโยบายหรือการปฏิบัติที่กีดกันนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งประเทศไทยให้การต้อนรับเป็นอย่างมาก แต่ไม่มีการสนับสนุนนโยบายหรือกฎหมายการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะจากรัฐบาล

สถานการณ์ของหน่วยงานภาคประชาสังคมเอกชน พบว่า ทศนคติของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันมาก จากอดีตมีการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไปในเชิงเหมารวมเป็นไปในลักษณะที่ผิดศีลธรรม แต่ปัจจุบันทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยมีศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงต้นทุนทางวัฒนธรรมสูงและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้าประเทศโดยไม่ต้องได้รับการสนับสนุนเป็นพิเศษจากภาครัฐ ประเทศไทยเป็นประเทศเป้าหมายของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะจำนวนคนท้องถิ่นที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเยอะ รวมถึงมีพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น ซอยพัฒพงษ์ ซอยสีลม หรือพัทยา ซึ่งเป็นพื้นที่เชิงกายภาพที่ชัดเจนว่าเปิดรับสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และส่งผลต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องและธุรกิจรอบข้างพื้นที่ดังกล่าวด้วย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพร้อมที่จะให้การสนับสนุนเต็มที่ เพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวเกย์มีศักยภาพสูงในการใช้จ่าย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ สามารถสรุปประเด็นได้ (1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (2) การมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัยของ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ธุรกิจการค้าบริการทางเพศต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (4) ธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รายละเอียด ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในอดีตสมาคมนักมัคคุเทศก์เคยมีการเรียกตัวผู้ดูแลเว็บไซต์ที่ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ในเว็บไซต์มาตักเตือนและสั่งห้ามลงโฆษณาในลักษณะดังกล่าวเพราะทำให้เสียภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่ปัจจุบันนอกจากจะไม่มีการต่อต้านการโฆษณาการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในทางกลับกันยังมีการส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวพิเศษเฉพาะกลุ่ม โดยนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการผังเมืองให้ข้อมูลในประเด็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ว่า เริ่มมีการโฆษณาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นครั้งแรกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยชื่อว่า “Go Thai Be Free” ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐยังไม่ให้การสนับสนุนเท่าที่ควรในเรื่องของการสนับสนุนนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะก่อนหน้านี้ไม่เคยมีการศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจัง จึงมองว่าการทำแคมเปญ Go Thai Be Free เป็นเรื่องค่อนข้างฉาบฉวย เพราะไม่ได้ศึกษาลึกเหมือนในบางประเทศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ งานเทศกาล Pride month ของต่างประเทศที่ค่อนข้างดึงดูดนักท่องเที่ยวระดับโลก มักจัดในช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน ของทุกปี เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ขุดประวัติศาสตร์ ความคิด ความเชื่อผ่านการเดินขบวน และสามารถดึงดูดคนกลุ่มใหญ่ ๆ ได้มาก หากประเทศไทยจะทำ Pride ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ เหมือนที่เคยจัดเทศกาลแบบนี้แล้วลีลม ซึ่งถ้าได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐก็จะช่วยผลักดันการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้เติบโตขึ้น

การโฆษณาณรงค์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่พูดถึงเรื่องการสนับสนุนของประเทศไทยให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายมาเที่ยว มีความมุ่งหมายว่ากลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นกลุ่มลูกค้าหนึ่งที่เข้ามาเที่ยวที่ประเทศไทย ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ เพราะการที่จะบอกว่าประเทศนี้ใครเหมาะที่จะมาเที่ยว ต้องผ่านการพิจารณาและการสนับสนุนที่จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกด้านที่จะเรียกความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ แต่การมีแคมเปญ Go Thai Be Free ไม่ได้ยืนยันถึงการยอมรับความหลากหลายทางเพศของคนท้องถิ่น หรือการยืนยันว่าประเทศไทยเป็นพื้นที่ปลอดภัยของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้

2) การมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย (Safe Sex) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในมุมมองของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว มองว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้น แต่ยังคงมีความน่ากังวลในเรื่องของการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย ซึ่งแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จึงอยากให้ทางภาครัฐเข้ามาให้การดูแลเรื่องความปลอดภัยเรื่องเพศสัมพันธ์ และผลักดันการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์อย่างเปิดเผย ให้เหมือนกับต่างประเทศ เช่น ประเทศสเปน เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีศักยภาพนำรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคลินิกนิรนาม สภาอากาศไทย หน่วยงานที่ทำงานด้านสุขภาวะทางเพศของนักท่องเที่ยว

กลุ่มเกย์ พบว่า คณินิรนาม มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชาวต่างชาติที่ต้องการเข้ารับบริการการตรวจเลือดและรับยาเป็บและยาเพร็บ โดยเสียค่าใช้จ่ายบริการในราคาที่เข้าถึงได้ พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และมีบริการแจ้งผลเลือดออนไลน์ทางอีเมลล์

3) ธุรกิจการค้าบริการทางเพศ (Sex Tour) โดยข้อมูลจากกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง (กองบังคับการปราบปรามการค้ำมนุษย์) ซึ่งมีหน้าที่ดูแลในเรื่องการค้าประเวณีเด็กที่แฝงมากับการท่องเที่ยว หรือด้านธุรกิจทางเพศ (Sex Tour) ที่มักจะแอบซ่อน ใช้การท่องเที่ยวมาบังหน้า และมีการติดต่อสื่อสารในเฉพาะกลุ่ม นับว่าเป็นธุรกิจด้านมืด ทางหน่วยงานจะมีการดำเนินการสืบค้นข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีคณะกรรมการปราบปรามการล่อลวงละเมิดทางเพศต่อเด็กทางอินเทอร์เน็ต (TICAC) คอยดูแล ในเรื่องของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวและซื้อบริการ ในประเทศไทยนั้นใช้อยู่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดโทษ หากผู้ให้บริการเป็นเด็ก อายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ว่าจะยินยอมหรือไม่ ตามกฎหมายถือว่าผิดกฎหมาย ถือเป็นการค้าประเวณี ทั้งนี้ สถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการซื้อบริการทางเพศจากเด็กผู้ชาย สถิติโดยประมาณการณ์ อยู่ที่ร้อยละ 10 จากจำนวนการค้าบริการทางเพศทั้งหมด ซึ่งจำนวนการค้ามนุษย์ของเด็กชายหรือกลุ่มชายรักชาย มีจำนวนน้อยกว่าการซื้อบริการเด็กผู้หญิง

4) ธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ (Gay Party) กำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มีข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และผู้จัดงานปาร์ตี้เกย์ มีความคิดเห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ชอบมาเที่ยวที่ประเทศไทย เพราะเมืองไทยไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องการเหยียดเพศ ที่แสดงออกกับนักท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีการแสดงออกในเรื่องการเหยียดเพศอย่างชัดเจน ไม่ให้การต้อนรับ และไม่ยินดีให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ นี่เป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ในประเทศไทยสามารถเติบโตได้อีกเรื่อย ๆ อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นสถานที่จัดปาร์ตี้สำหรับกลุ่มเกย์ทั่วเอเชีย จึงเป็นการยืนยันทางหนึ่งว่าประเทศไทยมีความพร้อมในรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อยู่แล้ว แล้วจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

4.1.1.2 ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ในด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ยังไม่มีนโยบายหรือมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ โดยมีการให้บริการและดูแลปฏิบัติอย่างเท่าเทียมเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนี้สามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นประเด็นตามความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวในทุกกลุ่ม ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก็เป็นอีกกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน เพราะประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับเกย์มากมาย ทาง ททท. มีการทำเว็บไซต์ที่ชื่อว่า Go Thai Be Free สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ

2) หน่วยงานด้านการคมนาคม ดูแลเรื่องของความสะดวกในการเดินทางทั้งทางบกและทางอากาศ โดยทางกระทรวงคมนาคมพยายามปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย เดิมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดหลัก ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ก็มีท่าอากาศยาน ถนน ระบบขนส่งสาธารณะที่รองรับ ถึงแม้ว่าตอนนี้รถโดยสารประจำทางอาจจะมีไม่ครบทุกจังหวัด แต่พยายามที่จะให้ขยายสัมปทานไปให้ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวทั้งหมด การให้บริการหลัก ทางกระทรวงคมนาคมกำลังพัฒนาอยู่ ทั้งเรื่องท่าอากาศยาน ปรับปรุงทางรถไฟจากทางเดียวเป็นทางคู่ ขยายถนนให้เป็น 4 เลน โดยพยายามปรับปรุงเพื่อให้คนทุกกลุ่มได้เข้ามาใช้ รวมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มด้วย

ทางด้านบริษัททำอากาศยานไทย ก็ไม่ได้มีการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ เพราะการเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีการเก็บข้อมูลเพศ (Sex) แยกเป็น 2 เพศ คือเพศชาย และเพศหญิงเท่านั้น ไม่มีการระบุเพศสภาพ (Gender) ซึ่งผู้ใช้บริการทำอากาศยานมีความหลากหลายมาก โดยปกติแล้วทำอากาศยานได้มีการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ที่มีความต้องการเป็นพิเศษที่สามารถสังเกตเห็นได้ เช่น ผู้พิการทางร่างกาย ต้องการรถเข็น ผู้ที่เป็นคุณแม่ลูกอ่อน ต้องการห้องให้นมบุตร ชาวมุสลิม ต้องการห้องสำหรับละหมาด เป็นต้น แต่ในขณะที่ผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำอากาศยานมีความเห็นว่าเป็นคนที่มีความต้องการเหมือนผู้ใช้บริการทั่วไป ไม่ได้มีปัญหาที่ต้องการดูแลเป็นพิเศษจึงไม่มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ

3) ผู้ประกอบการในรูปแบบสมาคม ทางสมาคมมัคคุเทศก์ไม่มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษเช่นกัน ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ถ้านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการรวมกลุ่มกระทำการในทางที่ผิดศีลธรรม เช่น การรวมกลุ่มเพื่อมีเพศสัมพันธ์แบบกลุ่ม หรือการใช้สารเสพติด สมาคมมัคคุเทศก์เห็นว่าเป็นสิ่งที่ทำไม่ได้ ซึ่งทางสมาคมมัคคุเทศก์เองนั้นก็ไม่ได้ปิดรับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในทางกลับกันสมาคมมัคคุเทศก์พร้อมจะให้บริการเหมือนลูกค้าทั่วไป หากกระทำอยู่ในกรอบของศีลธรรม และไม่ละเมิดกฎหมาย

รวมทั้งสมาคมไทยสปา ก็มีกระบวนการให้บริการสปาโดยไม่ได้มีการแบ่งแยกเพศของผู้ใช้บริการ มีมาตรฐานการให้บริการที่ชัดเจน มีตัวเลือกให้ลูกค้าที่หลากหลาย ซึ่งไม่ได้ใช้เพศเป็นเกณฑ์ในการแบ่งแยก ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการตามความสนใจ แต่จากการสังเกตพบว่าลูกค้าเพศหญิงจะเน้นสปาทางด้านความงาม เช่น การขัดผิว นวดหน้า แต่ในขณะที่ลูกค้าผู้ชายค่อนข้างมีความสนใจการนวดหนัก นวดเพื่อผ่อนคลาย ในขณะที่กลุ่มเกย์จะชอบขัดตัว พอกตัวเป็นพิเศษ มีการให้บริการที่คล้ายกับเพศหญิงเพศชายปกติ และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวไม่มีการรองรับการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์เป็นพิเศษเช่นเดียวกัน แต่ถ้าผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มเกย์ ต้องการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับทางสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ทางสมาคมฯ ก็ยินดีให้การสนับสนุนและผลักดันเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่จะเข้ามา

4) หน่วยงานด้านความมั่นคง ทางกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีมาตรการรองรับปัญหาที่จะเกิด โดยมีการทำวิจัยว่าแต่ละพื้นที่มีสถานะความเสี่ยงในการเกิดการค้าประเวณีเด็กทั้งผู้หญิงและ

ผู้ขายในแต่ละภูมิภาค เป็นมาตรการป้องกันปราบปราม “เขียว เหลือง แดง” ตามระดับความเสี่ยงของพื้นที่ แบ่งตามภูมิภาค เช่น พื้นที่สีแดง คือพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดเหตุการณ์ค่าประเพณีทุกรูปแบบ ดูจากสถิติ 10 ปี ย้อนหลัง ที่ไม่มีท่าทีลดลง และส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ที่มีเศรษฐกิจเจริญ สีเหลือง คือพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเกิด เหตุการณ์ค่าประเพณีทุกรูปแบบ มีแนวโน้มที่จะไม่ลดลง แต่ยากกว่าที่จะป้องกันและปราบปราม เป็นจังหวัดที่มีความเจริญปานกลาง มีโครงสร้างทางสังคมไม่สลับซับซ้อนมาก และสีเขียว คือพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเกิด เหตุการณ์ค่าประเพณีทุกรูปแบบ ระดับน้อย โครงสร้างสังคมไม่ยากต่อการปราบปราม

4.1.1.3 การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

ในการเตรียมความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต แม้ว่าหน่วยงานต่าง ๆ จะ ไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ แต่ก็มีมีการเตรียมความพร้อม สำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถสรุปข้อมูลการ เตรียมความพร้อมของหน่วยงานต่าง ๆ ได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้

1) ความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างทางคมนาคม (Transportation infrastructure) เชื่อมต่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจากภายนอกสู่ภายในประเทศประกอบด้วย ถนน ท่าอากาศยาน ระบบราง โดยหน่วยงานที่จะเป็นประตูต้อนรับเป็นหลักคือ บริษัทท่าอากาศยานไทย โดยมีสนามบินที่อยู่ในสังกัดดูแล คือ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยาน เชียงใหม่ ท่าอากาศยานภูเก็ต และท่าอากาศยานหาดใหญ่ ซึ่งจะเป็นประตูหลักในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ซึ่งทางท่าอากาศยานไทยเห็นว่า ช่วงนี้การท่องเที่ยวกำลังเติบโตมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก มีความหนาแน่น จึงได้มีความพยายามขยายศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ จะต้องมีการ เตรียมความพร้อม และวางแผนที่จะขยายศักยภาพการรองรับของสนามบิน เมื่อขยายแล้วจะทำทางเชื่อมจาก ท่าอากาศยานดอนเมืองไปยังรถไฟฟ้าสายสีแดง ซึ่งน่าจะเปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2566 และในอนาคตอัน ใกล้ บางชื่อได้ถูกพัฒนาเป็นศูนย์กลางการเปลี่ยนถ่ายระบบคมนาคมทางรางที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน เนื่องจาก เป็นสถานีที่มีรถไฟฟ้าผ่าน 4 สาย ได้แก่ สายสีแดงชานเมือง สายสีแดงอ่อน สายสีน้ำเงิน และสายสีเขียว นอกจากนั้น ยังมีรถไฟฟ้าความเร็วสูงที่เชื่อมต่อจากภาคเหนือสู่ภาคใต้ และบริเวณโดยรอบสถานีมีการพัฒนา เป็น TOD (Transit Oriented Development) ที่รองรับประชากรที่เข้าได้มากขึ้น

โดยทางกระทรวงคมนาคมพยายามพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้สามารถรองรับประชากร ในการเดินทางของคนในประเทศ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศ ซึ่งถ้าการเดินทางในประเทศมีความ สะดวก ปลอดภัย เข้าถึงได้ และมีราคาที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น รวมถึงถ้าเราสามารถดูแลเรื่องความมั่นคง และความปลอดภัยในการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการทุกคน ไม่ว่าจะเป็น เป็นทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่มุมมองของ ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อม ต้องฝึกฝนหน่วยงานบริการ เช่น ในโรงแรมต้องมีความชัดเจนเรื่องของการ สื่อสารประเด็นอ่อนไหวต่าง ๆ การฝึกบุคลากรด้านการแพทย์ ตำรวจ ต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ

ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทางด้านการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต ส่วนหนึ่งคือการทำให้เห็นว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศ ไม่ได้เกี่ยวกับเพศวิถีอย่างเดียว ถ้าจะพัฒนาไปให้ไกลต้องทำนโยบายการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการทำให้เห็นว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจริง ๆ

บริษัทท่าอากาศยานไทย มีกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่สุดในปัจจุบันคือ กลุ่มลูกค้าชาวจีน จึงต้องมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มใหญ่ก่อน เช่น ป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นภาษาจีน เป็นต้น แต่ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่มีข้อมูลอย่างชัดเจนว่ามีจำนวนเท่าใด ไม่มีงานศึกษาที่รองรับว่า การลงทุนกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะมีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจมากน้อยเพียงใด และเนื่องจากบริษัทท่าอากาศยานไทยเป็นบริษัทขนาดใหญ่การลงทุนในแต่ละเรื่องจึงใช้งบประมาณที่สูงมาก ดังนั้น หากจะตัดสินใจลงทุนในเรื่องใด ต้องมีความเชื่อมั่นว่าจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ลงทุนไป หรือในบางกรณีหากเป็นแนวนโยบายของรัฐที่ออกเป็นกฎหมายที่บังคับว่าท่าอากาศยานไทยต้องสนับสนุน ท่าอากาศยานไทยก็พร้อมที่จะสนับสนุนอย่างเต็มที่

2) ความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง ทางกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีมาตรการลดอัตราการเกิดความเสี่ยงในพื้นที่ โดยดูที่สถานที่ เช่น สถานบริการ ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ หรือโรงแรมราคาถูก (ที่ภายนอกไม่เหมือนโรงแรม) และในส่วนที่การดำเนินที่เกินขอบเขตของหน่วยงาน จะมีการประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีอำนาจ เช่น ฝ่ายปกครอง ที่ดูแลสถานบริการ ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ เข้ามาช่วยดูแลในเรื่องการอนุญาต และหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมแก้ไขอย่างบูรณาการ

ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการเตรียมความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมองว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คือนักท่องเที่ยวทั่วไป สำหรับการดูแลไม่ได้แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ และอยากให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาเที่ยวเมืองไทย เพราะเขารักเมืองไทย ไม่ได้ทำให้เขาแตกต่างจากใคร ซึ่งสิ่งที่ ททท. ทำคือ 1) การทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รับรู้ว่าคุณภาพประเทศไทยต้อนรับเขา 2) ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์รับรู้ว่าคุณภาพประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับเกย์มากมายที่เขาจะชอบ ททท. ได้ชี้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะมองหา 3 สิ่ง ในการตัดสินใจว่าจะไปเที่ยวที่ไหน คือ 1) กฎหมาย ถ้าประเทศไหนมีกฎหมายรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะรู้สึกปลอดภัย 2) เรื่องของการเอนเตอร์เทน (Entertainment Product) ซึ่งประเทศไทยเป็นสุดยอดของการเอนเตอร์เทน และ 3) การต้อนรับของผู้คนในประเทศนั้น ที่ทำให้พวกเขารู้สึกปลอดภัย เหตุผลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะมองหาเรื่องความปลอดภัยเพราะหลาย ๆ ประเทศในโลกนี้ ยังมีทัศนคติต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ไม่ค่อยดี เขาจึงแสวงหาเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับแรก ๆ ทั้งนี้ ประเทศไทยมีความตื่นตัวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่ไม่ลุกขึ้นมาเพื่อเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ โดยทาง ททท. มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น การจัด Bangkok Gay Symposium

โดยปี พ.ศ. 2562 ได้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 เมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา มีจุดประสงค์ คือ 1) เพื่อมาเรียนรู้วิธีการทำการตลาด เช่น โรงแรมจะมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างไร พนักงานจะมีคำทักทายอย่างไรเมื่อเจอนักท่องเที่ยวคูรักรักกลุ่มเกย์ หรือการเตรียมอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักหรือห้องน้ำในโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ 2) เพื่อมาเรียนรู้การทำธุรกิจ จากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการให้ความรู้และการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการไทย ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

3) ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ทางสมาคมมัคคุเทศก์ และสมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ไม่มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้เป็นพิเศษกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป โดยทางสมาคมมัคคุเทศก์ยินให้บริการหรือให้ข้อมูล หากนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวในทางเพศ เช่น การนวด การซื้อบริการ มัคคุเทศก์ก็อาจแนะนำสถานที่ให้ได้ แต่ไม่สามารถนำเที่ยวได้ เพราะการท่องเที่ยวทางเพศยังถือว่าผิดกฎหมายในสังคมไทย หากในอนาคตการขายบริการทางเพศเป็นสิ่งที่ถูกกฎหมายสมาคมมัคคุเทศก์ก็มีความพร้อมที่จะนำเที่ยว เช่นเดียวกับสมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ไม่มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ ซึ่งเป็นผลมาจาก ประการแรก สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลที่บ่งชี้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีศักยภาพทางการตลาดมากนักน้อยเพียงใดและมีจำนวนที่ชัดเจนเพียงใด ประการที่สอง ในสมาคมท่องเที่ยวไม่มีตัวแทนจากกลุ่มธุรกิจนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามามีบทบาทในการบริหารสมาคม ประการที่สาม หน่วยงานภาครัฐไม่ได้มีทิศทางที่ชัดเจนเกี่ยวกับการสร้างความตื่นตัวให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ต่างมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากขึ้น จากข้อมูลที่ได้สัมภาษณ์องค์กรไม่แสวงผลกำไรอย่าง Bangkok Rainbow ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ Mister Gay World ประเทศไทย กล่าวว่า การประกวด Mister Gay World เป็นกิจกรรมที่ให้สังคมมีส่วนร่วม โดยซื้อลิขสิทธิ์มาจาก Mister Gay World ประเทศออสเตรเลีย ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ เนื่องจาก Bangkok Rainbow เห็นว่า หน่วยงานในประเทศไทยมีศักยภาพที่จะจัดงาน และการจัดกิจกรรมดังกล่าวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ในเอเชียให้มาเที่ยวที่ประเทศไทยได้ด้วย ทั้งนี้ภาครัฐควรมีนโยบายการรณรงค์ หรือสร้างแคมเปญของประเทศไทย โดยไม่ต้องรอแคมเปญ Go Thai Be Free ที่เป็นการทำงานขององค์กรต่างประเทศ และควรเป็นแคมเปญที่ชัดเจน ไม่ต้องรอให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสเอง ภาครัฐควรให้ภาพที่ชัดเจน เพื่อสร้างความสบายใจ และความเชื่อใจให้นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทย เช่น มีภาพโฆษณาต้อนรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่สแนมบิน เพื่อสร้างความประทับใจแรก เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย หรืองานปาร์ตี้เกย์ต่าง ๆ ยังมีค่อนข้างน้อย โดยจากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานปาร์ตี้ G-SPOT Entertainment มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทยยังสามารถพัฒนาไปได้อีกไกล เพราะภาคเอกชน และภาคประชาสังคม มีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่จะเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันประเทศไทยมีการจัดงานปาร์ตี้

ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ใหญ่ ๆ จำนวน 3 งาน ได้แก่ 1) gCircuit's Songkran Party 2) White Party และ 3) Circuit Festival Pattaya ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยากมาเที่ยวประเทศไทยจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในประเทศที่นับถือบางศาสนาที่มีข้อห้ามเคร่งครัด ทำให้ไม่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรม หรือการท่องเที่ยวของกลุ่มนี้ จากการไปดูงานอีเวนต์และการจัดกรรมในประเทศต่าง ๆ ทางผู้จัดงานปาร์ตี้ G-SPOT Entertainment จึงมองหาช่องทางในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่อยากมาท่องเที่ยวเป็นประจำ ไม่ใช่รอแคว้นงานปาร์ตี้เทศกาลสงกรานต์ที่จัดปีละครั้ง ทาง G-SPOT Entertainment ทำงานร่วมกับร้าน Maggie Choo's ซึ่งเป็น high-end jazz bar ใช้สถานที่จัดเป็นงานปาร์ตี้ drag queen (drag queen คือ ศิลปะของการเลียนแบบผู้หญิงบนเรือนร่างผู้ชาย ด้วยการแต่งกายเป็นผู้หญิงด้วยความสร้างสรรค์ และมีจุดประสงค์เพื่อความบันเทิงโดยเฉพาะ) โดยปัจจุบันทำการจัดแสดงทุกวันอาทิตย์ เรียกว่า “Sunday Gay Night with Drag Queen” มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นงานปาร์ตี้ที่ต้อนรับคนทุกเพศ เพื่อมาร่วมสนุกกับ drag queen ทั้งนี้ งานปาร์ตี้ได้สร้างรายได้ในการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวที่มาจากปาร์ตี้นี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังจ่ายค่อนข้างสูง (high spending) เห็นได้จากการจำหน่ายบัตรเข้างาน และค่าอาหารเครื่องดื่มต่าง ๆ ในแต่ละคืนที่จัดงานปาร์ตี้ มีนักท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 500 คน และในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษ บางคืนมีนักท่องเที่ยวหมุนเวียนในงานเกือบ 1,000 คน ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของทาง G-SPOT Entertainment และสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับทีมงานและนักแสดง รวมทั้งเปิดตลาดการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศให้มีทางเลือกในการท่องเที่ยวที่มากขึ้นด้วย

4.1.1.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ในเรื่องปัญหาและอุปสรรคหลักของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ส่วนใหญ่จะเป็นประเด็นด้านการยอมรับทางสังคม นโยบายและกฎหมายที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ดังนี้

1) ทศนคติและการยอมรับทางสังคมของกลุ่มผู้บริหาร แม้ว่าในอนาคตจะมีกฎหมายที่อนุญาตให้มีการเปิดเสรีทางเพศ แต่สมาคมมักคุเทศก์ก็มีความเห็นว่าแม้จะไม่มีปัญหาในทางกฎหมาย แต่ปัญหาของการยอมรับทางสังคมเป็นสิ่งที่ยากจะหลีกเลี่ยง แม้กระทั่งบางเรื่องที่ได้ไม่ได้เป็นเรื่องที่เสียหาย เช่น การเปิดบ่อนคาสิโน ในประเทศไทยยังไม่สามารถเปิดได้ ในทางสังคมอาจถูกต่อต้านจากคนบางกลุ่มในสังคม ซึ่งในอนาคตเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน ขึ้นกับว่าจะเกิดขึ้นเร็วหรือเกิดขึ้นช้า แต่ค่อนข้างมีความมั่นใจว่าจะเกิดขึ้นอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

อีกทั้ง การมีผู้บริหารเป็นคนรุ่นเก่าที่มีความเป็นอนุรักษ์นิยม (Conservative) ซึ่งยังไม่เปิดกว้างในการยอมรับความหลากหลายทางเพศ การที่จะมีนโยบายหรือสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก การผลักดันไม่สามารถทำได้ทันทีทันใด ต้องใช้เวลา

แต่ในฐานะผู้ประกอบการ ย่อมอยากผลักดันให้เกิดขึ้น เพื่อสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะเกิดประโยชน์และสร้างรายได้ต่อการท่องเที่ยวในประเทศเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ปัญหาและความท้าทายของหน่วยงาน คือ สถานบริการ ร้านอาหาร หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวบางราย ที่ทำธุรกิจสีขาวบังหน้า เปิดธุรกิจจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายทุกอย่าง แต่เบื้องหลังเป็นธุรกิจสีเทา ทั้งนี้ ธุรกิจท่องเที่ยวที่แฝงบริการทางเพศทุกรูปแบบ จะต้องอาศัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและพลเมืองดีในการแจ้งเบาะแส มีแรงจูงใจให้กับพลเมืองดีเป็นรางวัล ให้กับคนที่มาแจ้งข้อมูล

องค์กร Bangkok Rainbow มีความคิดเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คือ ภาคธุรกิจยังขาดความพร้อม โดยเฉพาะบริษัทใหญ่ ๆ ยังไม่มีความเข้าใจตลาดของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งเป็นเรื่องยากมากที่บริษัทใหญ่ ๆ จะเข้าใจและสนับสนุน ต่างจากในต่างประเทศที่บริษัทหรือใหญ่ ๆ มักให้การสนับสนุน ซึ่งอาจเป็นเพราะประเทศไทยยังติดอยู่กับนโยบายของบริษัทและผู้บริหาร เช่น บริษัทประกันชีวิตแบรนด์หนึ่ง ที่เคยให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มเกย์กับทาง Bangkok Rainbow แต่เมื่อมีการเปลี่ยนผู้บริหารก็ทำให้โครงการหยุดลง เพราะทัศนคติ และนโยบายที่ไม่เอื้อต่อการยอมรับให้การสนับสนุน หรือทางหน่วยงานภาคเอกชนส่วนใหญ่ มักให้การสนับสนุน Miss Tiffany เพียงอย่างเดียว ทั้ง ๆ ที่มีกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิทธิ ทั้งนี้ ภาคเอกชนและภาคธุรกิจจะต้องมีผู้นำหรือผู้บริหารองค์กรที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกลมาก ๆ ต้องเปิดกว้าง และมีความเข้าใจในกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

2) การโฆษณาที่ล้มเหลวในการสื่อสารประเด็นทางเพศ เช่น บัตรเครดิตของธนาคารหนึ่ง ที่เจาะตลาดเกย์แต่เลียงไปใช้นายแบบโฆษณาที่เป็นผู้ชายที่ใช้ชีวิตในแบบสังคมเมือง (metrosexual) และใช้โฆษณาเป็นเชิงสัญลักษณ์ แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งถือเป็นการตลาดที่ไม่ตรงจุด โดยความเป็นจริงการตลาดของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ สามารถทำให้เหมือนคนทั่ว ๆ ไปได้ และกรณีที่ห้างแห่งหนึ่งที่มีแผนจะสร้างเขตปลอดเพศ (genderless zone) แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะไม่ได้มีอะไรแตกต่างไปจากพื้นที่ทั่วไป ไม่เอื้อต่อการสร้างสังคม (community) และปัญหาของภาคธุรกิจที่ส่วนใหญ่จะไม่เข้าใจว่าจะเจาะตลาดกลุ่มเกย์อย่างไร จะต้องเข้าหาอย่างไร ในความเป็นจริงคือ ไม่จำเป็นต้องทำให้เป็นพิเศษหรือแตกต่างจากปกติ เพียงแค่เปิดกว้าง นำเสนอว่าตนเองให้การยอมรับ ในการออกโฆษณาควรทำแคมเปญเปิดตัวว่าต้อนรับกลุ่มนี้ แล้วกลุ่มเกย์จะแซ่ซบอกต่อ และเข้าหาเอง

3) การขาดความเข้าใจของผู้มีอำนาจในการกำหนดกฎหมายที่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ การจดทะเบียนคู่ชีวิตจริง ๆ แล้ว ต้องการทำให้กับคนทุกกลุ่ม แต่ยังมีปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากนักวิชาการและนักกฎหมายบางกลุ่มได้แก่ร่าง พ.ร.บ.นี้ ให้จำกัดเหลือไม่กี่กลุ่ม แก่คำที่ส่งผลต่อกฎหมาย อย่างประเด็นคนที่เกิดมามีลักษณะทางกายภาพแตกต่างจากปกติจนไม่สามารถระบุเพศได้ชัดเจน (Intersex) ได้โดนตัดออกจากร่าง พ.ร.บ. ไปแล้ว ซึ่งภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลในเรื่องการออกกฎหมายนั้น ส่วนใหญ่เปิดกว้างใน

ประเด็นนี้ มีแค่ส่วนน้อยที่ยังไม่เปิดรับ แต่เป็นส่วนน้อยที่มีอำนาจสั่งการ ไม่ให้ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต สำเร็จได้ โดยง่าย

4.1.1.5 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต
ในเรื่องแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตนั้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ตามหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานนั้น ๆ โดยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบหลัก (5A) คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ทั้งนี้ จากข้อมูลสามารถสรุปแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแยกตามรายหน่วยงานได้ดังนี้

สมาคมศรัทธา มอญ มองว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความต้องการเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ ต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน หากหน่วยงานภาครัฐสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นได้ว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มต้องมีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่ถูกทำร้ายทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ เพียงเพราะพวกเขาเป็นกลุ่มที่แตกต่างไปจากสังคมไทย เช่น เพศ ศาสนา ความเชื่อ และทัศนคติ เป็นต้น อีกทั้ง ประเทศไทยมีความพร้อมมากกว่าหลายประเทศในเรื่องของความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น การแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

ในเรื่องการทำการตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ควรคำนึงถึงภาพลักษณ์เป็นพิเศษ เช่น การใช้คำว่า “สเปกเกย์” คำดังกล่าวอาจชี้นำให้ผู้ที่ได้รับสารคิดไปในทางที่ล่อแหลม ซึ่งอาจมีบางคนบางกลุ่มตีความที่สื่อไปในทางเพศ การออกแบบแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ควรหลีกเลี่ยงการใช้คำว่า “เกย์” ไม่ได้บ่งบอกถึงเพศใดเพศหนึ่งเป็นพิเศษ แต่ต้องเป็นแพคเกจที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเกย์ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันตามระดับรายได้ สเปกควรเป็นสิ่งที่มาเสริมในระหว่างการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ เพราะสเปกไม่ใช่กิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก แต่สเปกเป็นเพียงตัวเสริมให้การท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นไปอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยทางสมาคมสเปกไทยได้ตระหนักในประเด็นดังกล่าว และอยากให้ทุกหน่วยงานระมัดระวังการใช้คำในการทำการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การออกแบบผลิตภัณฑ์สเปกสำหรับกลุ่มเกย์ สมาคมไทยสเปกมีความเห็นว่าควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปในลักษณะที่เหมาะสมกับเพศที่หลากหลาย โดยไม่ได้เจาะจงเฉพาะเพศใดเพศหนึ่งเป็นพิเศษ ผู้เข้ารับบริการสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเองได้ การทำผลิตภัณฑ์โดยแบ่งแยกเพศอย่างชัดเจนจะเป็นการตัดโอกาสทางการตลาดของธุรกิจสเปก โปรแกรมควรมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของทุกกลุ่ม เพศไม่ใช่ตัวกำหนดอุปสรรคธุรกิจสเปก เพราะธุรกิจสเปกไม่ได้นำเพศมาเป็นตัวกำหนดการให้บริการ แต่ใช้ เส้นทางการเดินทางของผู้บริโภค (Customer Journey) ที่มีตั้งแต่ก่อนเข้ามาเป็นลูกค้า จนถึงจุดที่กลายเป็นลูกค้าเป็นตัวกำหนด ในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตนั้น สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นคิดว่า สามารถทำได้ แต่ยังมีพาดพิงในเรื่องของกฎหมาย และ

รูปแบบการทำงานของสมาคมฯ ที่เป็นอนุรักษ์นิยม (Conservative) ซึ่งถ้าในอนาคตมีความพร้อมในการรองรับและสามารถทำได้ยากเปิดเผยก็จะเป็นเรื่องที่ดี เช่น มีกรุปทัวร์ที่เป็นเกย์เข้ามาท่องเที่ยว หรือมีมัคคุเทศก์ที่เป็นเกย์โดยเฉพาะ เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ออกกลยุทธ์ในการทำให้คนอยากมาเที่ยวประเทศไทย โดยมีการดำเนินงานตามทฤษฎีลำดับชั้นผลกระทบของความสนใจคน (Hierarchy of Effects Theory) ดังนี้ ททท. มีหน้าที่ 1) สร้างการรับรู้ ให้คนรู้จักประเทศไทย ทำให้คนใฝ่ฝัน ทำให้คนอยากมา 2) ให้ความรู้ เกี่ยวกับประเทศไทย 3) สร้างความชอบ คนต้องชอบประเทศไทย 4) สร้างความพอใจ คือต้องชอบมากกว่าประเทศอื่น ๆ 5) สร้างความมั่นใจ ที่จะเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และ 6) เกิดการใช้จ่าย คือทำทุกอย่างเพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย ทางด้านนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการผังเมืองมองว่า การเข้าถึงการบริการขั้นพื้นฐานอย่างห้องน้ำสาธารณะ อาจไม่ต้องบังคับทางกฎหมาย แต่เป็นการทำแคมเปญติดป้ายให้ข้อมูลไว้ว่าห้องน้ำสำหรับทุกเพศ ห้องน้ำครอบครัว กรณีนี้คือเอกชนต้องทำเองภาครัฐไม่ได้บังคับ แต่ถ้าภาครัฐต้องการที่จะทำอะไรเริ่มที่สนามบินก่อน เพราะเป็นด่านแรกที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทย

ทางผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว ให้ความเห็นว่า ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่เป็นสินค้าพิเศษในช่วง Pride Month ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าของเองยังไม่มี ส่วนใหญ่เป็นของแบรนด์ต่างประเทศ ที่กล้าทำการตลาดเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น สามารถวางแผนการตลาดสำหรับคนทั่ว ๆ ไปที่เจาะตลาดกลุ่มเกย์ก็ได้ เหมือนกับประกันชีวิตของกรุงไทย-แอกซ่า ที่เริ่มต้นให้สิทธิกรมธรรม์กับ “คู่ชีวิต” โดยไม่ต้องรออนุมัติกฎหมาย โดยผลกระทบข้อดีในการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ กระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยแน่นอน การลงทุน การจ้างงาน เช่น พัทยา เกาะสมุย หรือภูเก็ต ที่เจ้าของเป็นชาวต่างชาติ ที่จะเห็นว่าถ้าลงทุนในประเทศไทยก็จะปลอดภัย อีกทั้ง ประเทศไทยยังขาดเรื่องกฎหมาย เช่น กฎหมายการแต่งงานข้ามเพศ การรับรองเรื่องเพศ หรือ พ.ร.บ.คู่ชีวิต ประเด็นนี้อาจจะเป็นอุปสรรคในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ในอนาคต ดังนั้น ควรเพิ่มมิติความละเอียดอ่อนเรื่องของความเป็นเพศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การมีกฎหมายออกมาอาจจะช่วยได้มากกว่านี้ เพราะกฎหมายไปช่วยกระตุ้นให้เห็นว่า สิ่งนั้นมีความสำคัญ ถึงแม้ว่าการมีกฎหมายไม่ได้ช่วยเปลี่ยนทัศนคติ แต่ทำให้คนรู้ว่าสิ่งไหนที่ควรทำหรือไม่ควรทำ

ส่วนผลลัพธ์การท่องเที่ยวประเภทของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุก โดยประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้โอเวนระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น gCircuit's Songkran Party งานปาร์ตี้ระดับโลกที่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก ที่มีเพียงปีละครั้ง ทางผู้ประกอบการมองว่า ยังมีน้อยมาก ซึ่งควรพัฒนาในการท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานฮันนีมูนต่าง ๆ หรืออาจจะต้องแยกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนโสดกับคู่รัก (single/couple) เพราะยังไม่มีกรอกแบบการท่องเที่ยวเพื่อตลาดกลุ่มนี้โดยเฉพาะ

4.1.1.6 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ในเรื่องของนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่ละหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีข้อคิดเห็นหรือการวางแผนแนวทางในประเด็นดังกล่าวที่เฉพาะและแตกต่างกันไป โดยสามารถวิเคราะห์และสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1) การแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ทางด้านนักวิชาการด้านกฎหมายเพศสภาวะ และนักวิชาการด้านเพศสภาพ ได้ให้ความเห็นในประเด็นด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในประเด็นเรื่องของธุรกิจ (transaction) ทั้ง ๆ ไป ประเทศไทยมีกฎหมายกลางรองรับอยู่แล้ว เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายกักกัน นักกฎหมายมองว่า ประเทศไทยมีกฎหมายกักกันดี แปลว่า มีคนอยากมาอยู่ประเทศนั้นเยอะ ซึ่งพ.ร.บ. คู่ชีวิต จะตอบโจทย์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากมาเที่ยวที่ประเทศไทยแล้วสามารถจดทะเบียนได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพราะ ร่างพ.ร.บ. คู่ชีวิต ได้รองรับในเรื่องนิติสัมพันธ์ต่าง ๆ ไว้เรียบร้อยแล้ว โดยไม่ได้เกี่ยวกับทะเบียน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วอยากอยู่ต่อ หรือนิติสัมพันธ์เกี่ยวกับชาวต่างด้าว ในส่วนนี้ก็รองรับไว้อย่างครบถ้วน แม้กระทั่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วเปลี่ยนใจจะจดทะเบียนเพื่ออยู่ต่อ หรือบินไปจดทะเบียนที่ต่างประเทศ แล้วบินกลับมา ร่างพ.ร.บ. เดิมนั้นครอบคลุมและรองรับทั้งหมด แต่ติดอยู่อุปสรรคปัญหาใหญ่ของประเทศไทยที่ยังเป็นอำนาจนิยมอยู่ ทำให้การขับเคลื่อนให้สำเร็จเป็นไปได้ค่อนข้างยากลำบาก ยังต้องต่อสู้กับกรอบความคิด ค่านิยม และทัศนคติแบบเดิม ๆ ที่ยังไม่เปิดกว้างมากพอที่จะยอมรับและเข้าใจในความหลากหลาย และเข้าใจในบริบทความซับซ้อนนี้ ภายใต้งานด้านจากทางสังคม หากเรามองเรื่องของการใช้ชีวิตคู่เป็นเรื่องของสัญญา ถ้ายอมรับกันได้ก็จะไม่เกิดปัญหา ซึ่งเรื่องนี้ต้องคิดกันให้รอบด้าน เพราะจะเกี่ยวโยงกับเรื่องของสิทธิมนุษยชน (Human Rights) ด้วย

บริษัทท่าอากาศยานไทย มีความเห็นว่า เพื่อให้การรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาจจะต้องมีการแก้กฎหมายหรือผ่อนปรนกฎหมายที่เกี่ยวข้องบางประการ เพื่อตอบโจทย์อย่างหนึ่งอย่างใดที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความต้องการ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิคนพิการ หรือสิทธิสตรี เช่นในประเทศสหรัฐอเมริกา มีกฎหมายที่กำหนดว่าท่าอากาศยานจะต้องมีห้องให้นมบุตรที่ออกมาโดยเฉพาะ กล่าวคือ ต้องการชี้ให้เห็นว่า สิทธิบางประการของเกย์ที่จะมีในสังคมได้ ต้องอาศัยการออกกฎหมายมารับรองสิทธินั้น

สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว มีความเห็นว่า ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายหรือมาตรการในมาตรฐานต่าง ๆ เช่น มาตรฐานโรงแรม มาตรฐานโฮมสเตย์ เป็นต้น รวมถึงเรื่องสุขอนามัยที่ต้องมีการดูแล ส่วนทางกฎหมาย อาจจะมีการระดมความคิดของคนกลุ่มเกย์ หรือผู้ประกอบการที่เป็นเกย์ เพื่อคัดเอาสิ่งที่พวกเขาต้องการจริง ๆ ส่งต่อไปทางภาครัฐพิจารณา นำไปสู่การสร้างนโยบายและกฎหมายต่อไป

สมาคมมัคคุเทศก์ มีความเห็นว่า ปัจจุบันกฎหมายส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ แต่ถ้าหากมีการแก้กฎหมายบางประการในเรื่องสิทธิเสรีภาพ ความเท่าเทียมทางเพศ เช่น กฎหมายแต่งงานเพศเดียวกัน ก็อาจเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ ซึ่งอาจจะส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความเห็นว่า กฎหมายการเปิดรับนักท่องเที่ยวมีปัญหาอย่างมาก ในบริบททางวัฒนธรรมประเทศไทยก็มีปัญหาน้อยมากเกี่ยวกับการเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ อาจส่งเสริมให้มีกฎหมายบางฉบับเป็นพิเศษ เช่น กฎหมายที่อนุญาตให้เพศเดียวกันสามารถแต่งงานกันได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความรู้สึกว่าเป็นจุดหมายที่เป็นมิตรสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (Gay Friendly destination) หรือการสร้างเครือข่ายที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย ในการทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เห็นว่า ประเทศไทยมีการให้สิทธิเสรีภาพกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างเท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น หรือการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสิทธิของกลุ่มเกย์ ข้อเสนอตัวอย่างที่เป็นรูป เช่น การจัดวิวาห์ได้สมุทร จังหวัดตรัง ให้กับคู่รักนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แม้ว่ากฎหมายไทยจะไม่สามารถจดทะเบียนให้กับคู่รักเพศเดียวกันได้จริง แต่อาจมีการออกเอกสารบางประการที่ไม่ใช่เอกสารที่มีผลในทางกฎหมาย แต่มีผลในทางจิตใจ เพื่อเป็นสักขีพยานความรักไว้ให้กับคู่รักเพศเดียวกันต่างชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวนโยบายหลักในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประการแรกคือการทำการตลาดแบบคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพราะสมาคมฯ เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจะช่วยลดผลกระทบทางลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยที่สุดได้ ประการที่สอง คือการคำนึงความยั่งยืนของชุมชนที่เป็นแหล่งรองรับนักท่องเที่ยวว่า ชุมชนจะมีความคิดเห็นอย่างไร จำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมประมาณเท่าไร เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนน้อยที่สุด

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว กล่าวว่า ถ้าประเทศไทยมีกฎหมายรองรับเรื่องการแต่งงาน และจดทะเบียนสมรสของกลุ่มรักเพศเดียวกัน ทั้งของคนไทยเองและชาวต่างชาติ ทางททท.จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ Gay Wedding ได้มากยิ่งขึ้น และสามารถนํารายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก นโยบายที่ต้องสนับสนุนเพิ่มเติมคือ เรื่องของการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน แม้แต่คนทั่วไปก็ยังไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเข้ามาดูแลปรับปรุงให้ดี

การประกันภัย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ต้องมีความเข้าใจในกฎหมาย ผ่านการอบรมและเกิดความเข้าใจ (Treat & Training) หากในระหว่างท่องเที่ยวเกิดอุบัติเหตุก็อาจทำให้เกิดปัญหา เช่น กลุ่ม Long-Stay Tourism กฎหมายเรื่องเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก เช่นบางครั้งนักท่องเที่ยวที่มาอาจจะไม่มีรู้โรงแรมที่ตัวเองพักเป็นโรงแรมที่ผิดหรือถูกกฎหมาย หลาย ๆ เรื่องกฎหมายไม่ได้บังคับให้ทำ แต่มันเป็นเรื่องสิทธิมนุษยชนที่ควรทำ ส่วนใหญ่จะเห็นจากภาคเอกชนที่ขับเคลื่อน เรื่องของความซับซ้อนที่พ่วงในความซับซ้อน เช่น ในอนาคตมีคู่รักเพศเดียวกันและเป็นหัวหน้าด้วย จะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างไร ซึ่งกฎหมายพัฒนาและโอรับทุกความ

หลากหลายของคนทุกกลุ่ม และข้อจำกัดเรื่องของการอนุญาตให้วีซ่า คือ 30 วัน ในการมาเที่ยวแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อาจไม่เพียงพอ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวนาน ๆ หรือหาที่สงบอยู่นาน ๆ จุดนี้จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ ถือเป็นการควบคุมของรัฐ แต่ก็เป็นการเสียโอกาสหากเป็นไปได้อยากให้เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่มีวีซ่า จะทำให้เกิดการหลั่งไหลของผู้คนมากกว่า ในเรื่องกฎหมาย

2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว

ทางด้านสมาคมไทยสปา มีความเห็นว่า ปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวกับกฎหมายของธุรกิจสปา ได้แก่ กฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนแยกระหว่างธุรกิจสปา และธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ (Medical care) ทำให้เกิดความยุ่งยากกับผู้ให้บริการธุรกิจสปา เพราะในบางกรณีลูกค้ามีความต้องการใช้บริการทั้งสปาและบริการทางการแพทย์ในเวลาเดียวกัน และกฎหมายที่เป็นอุปสรรคอีกกฎหมายคือ เรื่องการจัดเก็บภาษีผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ซึ่งในปัจจุบันอ้างอิงตามจำนวนร้อยละของปริมาณแอลกอฮอล์แบบตีมี ซึ่งคิดภาษีเดียวกับเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ รัฐบาลควรออกกฎหมายสำหรับเก็บภาษีผลิตภัณฑ์เครื่องหอมแยกกับเครื่องตีมีแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน อีกทั้ง บนสายการบินก่อนเครื่องบินจะลงสนามบิน จะมีการแสดงวิดิทัศน์เรื่องการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ทางเพศ ว่าประเทศไทยให้ความสำคัญ และต่อต้านในเรื่องนี้ อีกทั้ง ทางหน่วยงานยังมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่สนามบินสุวรรณภูมิ และทำตัววิ่งประชาสัมพันธ์ตรงจุดรับกระเป๋า เป็นการเตือนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับทราบ ในทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายอนุสัญญาสิทธิเด็ก ที่เป็นข้อตกลงกันทั่วโลก ทำให้ประเทศไม่สามารถปรับลดเพดานโทษในเรื่องการค้าประเวณีเด็กได้

3) การสร้างความยอมรับเรื่องความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย

นักวิชาการด้านเพศสภาวะและมานุษยวิทยา กล่าวว่า การพัฒนาทุกอย่างต้องไปพร้อมกัน การเมืองเรื่องเพศ และการเมืองเรื่องสิทธิ และต้องยอมรับว่าการเมืองมีผลกระทบโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม ส่วนประเด็นกฎหมายการแต่งงานของคู่รักเพศเดียวกัน (same-sex marriage) จะผ่านไหมในอนาคตนั้น มุมมองของนักวิชาการ มองว่า สิ่งที่สำคัญกว่าคือ เมื่อผ่านแล้วจะดำเนินอย่างไรต่อไป ถ้าการผ่านของกฎหมายมาจากเกย์อนุรักษ์นิยมที่ติดอยู่กับอัตลักษณ์บางอย่าง ทั้งนี้ จะเป็นไปได้ไหมว่าจะมีการแต่งงานของคู่รักสำหรับทุกเพศ ที่โอบรับความหลากหลายทั้งหมด

ถึงแม้ว่าการออกนโยบายหรือกฎหมายจะมีผลจริงต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต แต่อาจยังมีเรื่องค่านิยมที่ยังคงอยู่ ต่อให้กฎหมายจะผ่านแล้วแต่ก็ยังมีคนที่ติดกับค่านิยมเก่าอยู่ ทั้งนี้ นักวิชาการยังไม่เชื่อว่ากลไกของรัฐที่เปลี่ยนแปลงจะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงค่านิยมโดยอัตโนมัติ จึงควรตั้งคำถามว่าจะเปลี่ยนแปลงค่านิยมไปพร้อมกับกฎหมายได้อย่างไร และใครจะเป็นคนลงมือทำ เป็นเรื่องการเมือง เรื่องเพศ การเมืองเรื่องผู้เชี่ยวชาญ การเมืองเรื่องการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ภาค NGO โรงเรียนต่าง ๆ จะทำ

อย่างไรให้ค่านิยมยอมรับคนทั้งหมด ไม่ใช่แค่กลุ่มเกย์ชนชั้นกลาง การท่องเที่ยวถ้าเปลี่ยนกฎหมายอาจมีผล แต่ไม่แน่นอน แต่ถ้าเปลี่ยนค่านิยมได้นั้นจะส่งผลให้ดีขึ้นอย่างแน่นอน ทั้งด้านการบริการต่าง ๆ ที่มีความเข้าใจ นักท่องเที่ยวที่รักเพศเดียวกัน ประเทศไทยถึงแม้ไม่มีข้อกฎหมายตอนนี้ก็ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อยู่แล้ว เป็นประเทศที่พยายามหาผลประโยชน์ กฎหมายไม่ได้แก้ปัญหาได้แน่นอน ถ้าค่านิยมเปลี่ยนได้ทุกอย่างจะดีขึ้นเองรวมทั้งด้านกฎหมาย นอกจากนี้ ควรผูกโยงภาพลักษณ์บริษัทกับการมีความละเอียดอ่อนในเรื่องเพศสภาพ (gender sensitivity) ที่คนไทยมักเข้าใจผิดว่าแค่ปฏิบัติเท่าเทียมกัน ซึ่งจริง ๆ แล้วไม่ใช่ และพอมาถึงผู้ประกอบการควรเป็นการออกแบบอย่างมีความละเอียดอ่อนในเรื่องเพศสภาพ (gender sensitivity design) มากกว่า

4) กฎหมายเรื่องการท่องเที่ยวทางเพศ

กฎหมายเรื่องการท่องเที่ยวทางเพศ (sex tourism) นั้นมีหลายเรื่องที่ทับซ้อนกัน เช่น สิทธิแรงงานข้ามชาติ สิทธิเด็ก สิทธิคนไร้รัฐ ถึงแม้ควรให้ผ่าน แต่ก็ไม่สามารถทำได้ในทันทีอย่างรวดเร็ว ถ้าจะทำให้สิ่งนี้ถูกกฎหมาย ต้องทำให้แรงงานข้ามชาติตระหนักรู้สิทธิของตนเอง หรือคนไร้รัฐที่ไม่มีแม่แต่เกิดที่แจ้งว่าอยู่ในประเทศอะไร เป็นเรื่องใหญ่ สิทธิเด็กก็เป็นเรื่องจริงจัง ภาพอนาจารของเด็ก (boy pornography) ยังทำให้ถูกมองว่าตกเป็นเหยื่อ (victimization) โดยเฉพาะในเรื่องของอายุกับการมีเพศสัมพันธ์ (Age of consent) ซึ่งตรงนี้กลุ่มที่ค่านิยมนั้นจะเอามาอ้าง แล้วถ้าเด็กที่เป็นคู่รักกัน ยินยอมทั้งคู่แต่ยังไม่ได้แต่งงานก็ควรไม่ผิดหรือเปล่า เรื่องการยินยอม (consent) กลายเป็นการต่อสู้สุดโต่งของสองฝั่ง แต่จะแก้ได้ถ้าเริ่มต้นรับฟังเสียงเด็กที่ถูกค่านิยมทางเพศ (sex trafficking) เราจะรู้ได้อย่างไรว่าคนที่นั่งอยู่ในตู้กระจกถูกบังคับหรือเปล่า ซึ่งเรื่องนี้ก็ต้องถูกพูดถึงด้วยและควรอยู่ในการพัฒนาด้านนโยบายต่อไปในอนาคต

4.1.2 เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จำนวนทั้งสิ้น 21 ตัวอย่าง ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 8 ตัวอย่าง (1) Ministry of Tourism of Indonesia จำนวน 2 ตัวอย่าง (2) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประจำสนามบิน Ngurah Rai Airport (TIC) จากหน่วยงาน Bali Government Tourism Office จำนวน 1 ตัวอย่าง (3) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เรื่องการคมนาคมของสนามบิน Ngurah Rai Airport จำนวน 1 ตัวอย่าง (4) พนักงานตำรวจท่องเที่ยวจากสถานีตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลี จำนวน 3 ตัวอย่าง (5) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจาก Tourism Institute of Triatma Jaya จำนวน 1 ตัวอย่าง

สัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 13 ตัวอย่าง โดยทำการติดต่อสัมภาษณ์จากหน่วยงานต่อไปนี้ (1) องค์กรภาคประชาสังคมด้านสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ องค์กร Yayasan Gaya Dewata จำนวน 2 ตัวอย่าง (2) Bali Rainbow Organization จำนวน 2 ตัวอย่าง (3) หน่วยงานเอกชนให้บริการด้านสุขภาวะทางเพศ คลินิก Bali

Medika จำนวน 1 ตัวอย่าง (4) สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว Association of the Indonesia Tours and Travel Agencies (ASITA) Bali Province 2 ตัวอย่าง (5) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ Gay Bali Travel จำนวน 1 ตัวอย่าง (6) Bali Joe 2 ตัวอย่าง (7) M.A.N. resort จำนวน 3 ตัวอย่าง

4.1.2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามาท่องเที่ยวในบาห์ลีเยอะมากและมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นในทุกปี เนื่องจากไม่มีข้อมูลทางสถิติที่สามารถระบุชัดเจนว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เดินทางมายังบาห์ลีเป็นจำนวนเท่าไร และมีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่าไร เพราะไม่มีตัวเลือกคำตอบ “เกย์” ในข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวในแบบขอคำร้องขอเข้าประเทศที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องระบุเพื่อผ่านกระบวนการตรวจคนเข้าเมืองของเมืองบาห์ลี อีกทั้งยังไม่พบงานวิจัยอย่างแน่ชัดเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บาห์ลี แต่สามารถรับรู้ได้จากการสังเกตด้วยตาเปล่าของพนักงานประจำสนามบินและการเพิ่มขึ้นของสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีจำนวนมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะเมือง Seminyak แถบแนวชายหาดจะมีเกย์คลับ เกย์บาร์เรียงรายติดกันให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เลือกใช้บริการมากมายและหลากหลายรูปแบบ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นิยม ได้แก่ บริเวณชายหาด Kuta ชายหาด Seminyak และ Bali Joe Bar บาร์เกย์ที่มีชื่อเสียงที่สุดของบาห์ลี

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก่อนการเดินทาง แบ่งได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ (1) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ได้มีการวางแผนการเดินทางมาก่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองบาห์ลีเชิงลึกจากพนักงานที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวในสถานที่ยอดนิยมและสถานที่เฉพาะของกลุ่มเกย์ (2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการเตรียมตัวมาอย่างดี โดยตำรวจบาห์ลียืนยันว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนมากมีความกังวลในเรื่องของการยอมรับความหลากหลายทางเพศของคนท้องถิ่นบาห์ลี เพราะบาห์ลีเป็นเมืองหนึ่งในประเทศอินโดนีเซียที่มีกฎหมายที่ไม่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยจึงมีการเตรียมตัวมาอย่างดี และท่องเที่ยวอย่างระมัดระวังทำให้ไม่เคยเกิดคดีความหรือปัญหาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และคลินิกเกี่ยวกับเพศสภาวะกล่าวว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนมากรู้ถึงสถานที่ที่สามารถขอรับยาฉุกเฉิน เช่น ยาเป๊ป หรือยาเพิร์พ

หน่วยงานภาครัฐยืนยันว่า เมืองบาห์ลีเปิดกว้างสำหรับคนทุกคน ทุกเพศ ทุกเชื้อชาติ คนท้องถิ่นปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวทุกคนเท่าเทียมกัน บาห์ลีคือสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเชิงรุก เช่น ตำรวจบาห์ลี พยายามทำงาน เน้นการเข้าถึงนักท่องเที่ยว เจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ได้มีแผนเน้นแค่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น แต่มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน โดยกิจกรรมหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาที่บาห์ลี ได้แก่

สถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืน คลับ บาร์ ชายหาดที่สวยงาม และกิจกรรมผาดโผน กิจกรรมผจญภัย เช่น การดำน้ำ เป็นต้น

อีกมุมหนึ่ง หน่วยงานภาคประชาสังคมมองว่า สถานการณ์เกย์ในเมืองบาห์ลีคือการละเลยของรัฐบาล รัฐบาลบาห์ลีไม่ได้ระบุว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เข้ามาในพื้นที่เป็นปัญหาของเมืองบาห์ลี แต่ก็ไม่ได้ให้การสนับสนุนในเชิงนโยบายต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ถึงแม้ว่าการเป็นเกย์ไม่ใช่เรื่องผิดกฎหมายในบาห์ลีแต่ผิดหลักศาสนาฮินดู ซึ่งฮินดูเป็นศาสนาท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น เนื่องจากการรักเพศเดียวกันในประเทศอินโดนีเซียมีความผิดทางกฎหมาย รวมทั้งกฎหมายรักเพศเดียวกันไม่ได้รับการยอมรับอย่างรุนแรง ถึงแม้กฎหมายเหล่านี้จะไม่บังคับใช้ในพื้นที่เมืองบาห์ลี แต่การสนับสนุนกลุ่มเกย์อย่างเปิดเผยจากภาครัฐก็ไม่สามารถทำได้ และไม่ได้เป็นที่ยอมรับมากนัก

4.1.2.2 ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองบาห์ลี สามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของหน่วยงานภาครัฐคือ ไม่มีนโยบายเฉพาะในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ตำรวจบาห์ลียืนยันว่านักท่องเที่ยวทุกคนต้องได้รับความช่วยเหลืออย่างเท่าเทียมกันในฐานมนุษย์หนึ่งคน ไม่มีการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ และหน่วยงานภาครัฐไม่สนใจว่านักท่องเที่ยวที่ต้องการความช่วยเหลือจะเป็นเพศไหน พวกเขาจะปฏิบัติกับทุกคนเท่าเทียมกันและให้ความช่วยเหลือทุกคนอย่างดีที่สุด ตำรวจบาห์ลียืนยันว่าหากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาขอความช่วยเหลือ พวกเขายินดีช่วยโดยไม่มีข้อแม้ เพราะตำรวจบาห์ลีเคารพในเรื่องของสิทธิมนุษยชน และการเข้าถึงการช่วยเหลือจากตำรวจก็เป็นหนึ่งในสิทธิที่มนุษย์พึงได้รับ ทำให้เห็นว่าการปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวในฐานนักท่องเที่ยว ไม่ได้ปฏิบัตินักท่องเที่ยวด้วยเพศกำเนิด เพศสภาพ หรือเพศวิถีที่เขามี

2) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของสนามบิน Ngurah Rai Airport ที่เป็นด่านแรกในการรองรับนักท่องเที่ยวคือ มีการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ถึงแม้จะไม่มีกรณีการฟ้องร้องหรือการรับมือกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ แต่การคัดเลือกรักงานที่สามารถให้ข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้ ถือเป็นการสร้างความประทับใจแรกให้นักท่องเที่ยวอย่างง่ายที่สุดและได้ผลมากที่สุด

เจ้าหน้าที่ประจำสนามบินมีความสามารถในการให้ข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ได้ดี เช่น ชื่อสถานที่ ตำแหน่งสถานที่ กลุ่มเป้าหมายที่ไปเที่ยว ระยะเวลาที่ควรไป เป็นต้น

3) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของผู้ประกอบการคือ การขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีเพิ่มขึ้นในทุกปี จำนวน

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี ส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะสถานที่เฉพาะของเกย์ที่เปิดมากขึ้นเรื่อย ๆ รอบเขตชายหาด Seminyak รวมไปถึงกำลังจ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวบาห์ลีได้มากขึ้นอย่างเท่าตัว เช่น M.A.N. resort ชวนำชื่อดังของเมืองบาห์ลีมีแผนพัฒนาธุรกิจเป็นรีสอร์ท คอนโดมิเนียมและเปิดเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในปี ค.ศ. 2020 เพราะมองเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีศักยภาพสูง ไม่มีฤดูการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์จึงต้องเตรียมพร้อมรับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

4.1.2.3 การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของเมืองบาห์ลี แบ่งได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1) การเตรียมพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของสถานประกอบการทั่วไปในเมืองบาห์ลี นักวิชาการการท่องเที่ยว กล่าวว่า ไม่มีแผนงานในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตที่เป็นรูปธรรมชัดเจน เพราะธุรกิจหรือสถานประกอบการในเมืองบาห์ลี ไม่ได้มีความสนใจว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในอนาคตจะมีอัตลักษณ์ทางเพศอะไร หรือมีเพศวิถีแบบไหน ผู้ประกอบการสนใจว่าใครเป็นลูกค้าของเขา เพราะเป็นคนที่นำเงินมาให้ และจะปฏิบัติต่อลูกค้าคนนั้นอย่างไรให้เขามีความประทับใจในการบริการที่ได้รับมากที่สุด

2) การเตรียมความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของสถานประกอบการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ กำลังมีแผนงานขยายธุรกิจเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ M.A.N Resort กำลังมีโครงการขยายกิจการของรีสอร์ทตนเอง ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่รวมตัวของกลุ่มเกย์ในบาห์ลี การบริการชานา การบริการนวด ร้านอาหารและเครื่องดื่ม แต่ยังมีขยายพื้นที่ทำเป็นโรงแรมที่พัก คอนโดมิเนียม ในช่วงปี ค.ศ. 2020 และกำลังจะทำเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเกย์ในบาห์ลีในอินเทอร์เน็ตในอีก 6 เดือน แมนริสอร์ทมองเห็นถึงการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สำหรับเกย์ไม่มีคำว่าฤดูการท่องเที่ยว (High - Low season) เพราะเกย์ท่องเที่ยวตลอดเวลาอยู่แล้ว และมีกำลังจ่ายสูง ดังนั้นการลงทุนขยายธุรกิจดังกล่าวเป็นการวางแผนการเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่จะเดินทางมาที่บาห์ลีมากขึ้นในอนาคต อีกทั้งการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว M.A.N Resort กำลังมีโครงการทำเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเกย์ในบาห์ลี (Accessibility) ในอินเทอร์เน็ตในอีก 6 เดือน เพื่อเป็นพื้นที่ในการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เข้าถึงข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับสังคมเกย์ในบาห์ลี สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลี บาร์ คลับ ชานา ร้านนวด และการสร้างสังคมเล็ก ๆ ที่อบอุ่นและปลอดภัย เป็นพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ร่วมกัน โดยการรวบรวมข้อมูลและจัดทำโดยกลุ่มเกย์ท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

4.1.2.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์

ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่พบเจอในเมืองบาหลีมียุ่ประเด็นเดียวคือ การสนับสนุนการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ขัดกับหลักทางศาสนาฮินดู ที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น การสนับสนุนกลุ่มเกย์จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีขององค์กร ทำให้ธุรกิจกลุ่มเกย์ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานอื่น ๆ เท่าที่ควร

Association of the Indonesia Tours and Travel Agencies (ASITA) Bali Province กล่าวว่า ปัญหาของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ การสนับสนุนตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ขัดกับหลักของวัฒนธรรมท้องถิ่นบาหลี่ จึงไม่สามารถทำการโปรโมตทัวร์และหน่วยงานเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างทางการได้ จากจำนวน 401 บริษัททัวร์ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ ASITA ไม่มีหน่วยงานไหนที่มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองกลุ่มเกย์หรือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเลย ทางสมาคมไม่ได้มีการปิดกั้นหรือไม่ต้อนรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ แต่ไม่มีหน่วยงานเกย์สมัครเข้ามาเป็นสมาชิกเลย สถานประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ค่อยทำงานร่วมกับองค์กรอื่น เขาจะทำงานกับองค์กรลักษณะคล้ายกัน เช่น ร้าน M.A.N. resort ทำการโฆษณาในร้าน Bali Joe เพราะเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มเดียวกัน เป็นต้น

Bali Rainbow Organization องค์กรที่ทำงานด้าน HIV กล่าวว่า ความยากในการทำงานเพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวกกลุ่มเกย์คือ หลายหน่วยงานไม่ยอมเปิดเผยชื่อของหน่วยงานตนเองในการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกย์ เพราะจะทำให้ดูมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี หลายหน่วยงานปฏิเสธการสนับสนุนเนื่องจากขัดกับหลักโครงสร้างการทำงานองค์กรและขัดกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่จะทำตามชนบและวัฒนธรรมท้องถิ่น และรัฐบาลจะไม่ทำงานโฆษณา พัฒนาหรือสนับสนุนกลุ่มเกย์ไม่ว่าจะเรื่องใดก็ตาม หน่วยงานที่ทำงานกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมีแค่หน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไรด้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและธุรกิจกลุ่มเกย์เท่านั้น

4.1.2.5 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

1) แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) ไปพร้อมกันกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ได้เฉพาะมีแผนการพัฒนาเฉพาะแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวของเมืองบาหลี่มีความพร้อมในทุกด้านอยู่แล้วสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคน ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น ที่พักอาศัย (Accommodation) ที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและราคา สถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย (Attraction) เช่น Bali Swing ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในปัจจุบัน โดยเกิดจากการสนับสนุนจากกลุ่มคนท้องถิ่น และอีกรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยอดนิยมสำหรับเมืองบาหลี่ในปัจจุบันคือ การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community - Based Tourism) โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกเที่ยวในชุมชนเล็ก ๆ เพื่อขึ้น

ชมวัฒนธรรมท้องถิ่น ชิมซบกลิ่นอายของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งให้ประสบการณ์ที่ล้ำค่าต่อนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ได้มาบาห์ลีเพื่อกิจกรรมเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ยังใช้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ จึงไม่เห็นความแตกต่างมากนักระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และนักท่องเที่ยวทั่วไป

2) แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านการเข้าถึงข้อมูล (Accessibility) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาห์ลี

การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว M.A.N Resort กำลังมีโครงการทำเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเกย์ในบาห์ลี (Accessibility) ในอินเทอร์เน็ตในอีก 6 เดือน เพื่อเป็นพื้นที่ในการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เข้าถึงข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับสังคมเกย์ในบาห์ลี สถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลี บาร์ คลับ ชวนา ร้านนวด และการสร้างสังคมเล็ก ๆ ที่อบอุ่นและปลอดภัย เป็นพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ร่วมกัน โดยการรวบรวมข้อมูลและจัดทำโดยกลุ่มเกย์ท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต โดยการบริหารของ M.A.N. resort ไม่อนุญาตให้ผู้หญิงและเด็กเข้าใช้บริการ เนื่องจากอยากสงวนไว้ซึ่งความเป็นพื้นที่ส่วนตัวของกลุ่มเกย์ ไปเช็กชวลและเพศชายเท่านั้น

หากพูดถึงการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) Yaya Dewata กล่าวว่า ในอดีตผับชื่อดังของบาห์ลีไม่ให้กะเทยเข้าใช้บริการ โดยเจ้าของกิจการให้เหตุผลว่ากะเทยชอบขโมยของ และเข้าไปขายบริการแฝงในสถานบันเทิง ทำให้ทางผับไม่อนุญาตให้กะเทยหรือกลุ่ม Transgender เข้าใช้บริการ แต่ปัจจุบันโดนสั่งปิดบริการไปแล้ว แต่ไม่ได้ระบุว่าโดนสั่งปิดเพราะการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศหรือไม่

3) แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านที่พักอาศัย (Accommodation) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาห์ลี

M.A.N Resort กำลังมีโครงการขยายกิจการของรีสอร์ทตนเอง ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่รวมตัวของกลุ่มเกย์ในบาห์ลี การบริการชวนา การบริการนวด ร้านอาหารและเครื่องดื่ม แต่ยังมีกรขยายพื้นที่ทำเป็นโรงแรมที่พัก คอนโดมิเนียม ในช่วงปี ค.ศ. 2020 แมนรีสอร์ทมองเห็นถึงการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ สำหรับกลุ่มเกย์ไม่มีคำว่าฤดูการท่องเที่ยว (High - Low season) เพราะเกย์ท่องเที่ยวตลอดเวลาอยู่แล้ว และมีกำลังจ่ายสูง ดังนั้นการลงทุนขยายธุรกิจดังกล่าวเป็นการวางแผนการเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่จะเดินทางมาที่บาห์ลีมากขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นการให้บริการเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น เพราะอยากสงวนไว้เป็นพื้นที่ปลอดภัยของกลุ่มเกย์เท่านั้น

Yaya Dewata ให้ข้อมูลเชิงลึกกับผู้วิจัยเกี่ยวกับโรงแรม (Accommodation) ของกลุ่มเกย์ในอดีตเคยมีโรงแรมเฉพาะกลุ่มเกย์อยู่ที่หาด Katu แต่ปัจจุบันโดนปิดไปแล้วโดยไม่ทราบสาเหตุ

4.1.2.6 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่ละหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีข้อคิดเห็นหรือการวางแผนแนวทางในประเด็นดังกล่าวที่เฉพาะและแตกต่างกันไป โดยสามารถวิเคราะห์และสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1) หน่วยงานภาคสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจ สนับสนุนการยกเลิกกฎหมายที่ไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

การปรากฏกฎหมายห้ามรักเพศเดียวกันหรือกฎหมายห้ามมีเพศสัมพันธ์ (Sex Ban) จากรัฐบาลกลางประเทศอินโดนีเซีย ถึงจะไม่บังคับใช้ที่เมืองบาห์ลี แต่ก็ยังเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยในการเปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง หากรัฐบาลกลางอินโดนีเซียสามารถปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเพศวิถีได้ อาจทำให้ตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โตขึ้นอย่างมาก

Bali Joe บาร์เกย์ชื่อดังของบาห์ลี สนับสนุนให้มีการยอมรับกลุ่มเกย์อย่างเท่าเทียมในสังคม อยากให้มีการผลักดันเรื่องกฎหมายความเท่าเทียมทางเพศ ต้องการยกเลิกกฎหมายห้ามรักเพศเดียวกันหรือกฎหมายห้ามมีเพศสัมพันธ์ (Sex Ban) สังคมเกย์ในบาห์ลีต้องการความเท่าเทียมทางเพศเบื้องต้นซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกคนควรได้รับ ผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นบาห์ลีไม่ได้คิดไกลไปถึงเรื่องการแต่งงานเพศเดียวกัน เพราะมันมีโอกาสนั้นไปได้เล็กน้อยในสังคมบาห์ลีที่ส่วนมากนับถือศาสนาฮินดู และศาสนาก็มีอิทธิพลอย่างมากกับรัฐบาลและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น แต่หากมีกฎหมายสากลที่สนับสนุนเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามาในบาห์ลีมากกว่านี้อีกมาก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะรู้สึกปลอดภัยในการที่จะเปิดเผยตัวเอง อุณหภูมิที่มีกฎหมายคุ้มครอง จะไม่โดนเลือกปฏิบัติหรือทำร้ายด้วยเหตุแห่งเพศจากคนท้องถิ่นหรือจากภาครัฐ

หมอประจำคลินิก Bali Medika สนับสนุนให้ยกเลิกกฎหมายห้ามรักเพศเดียวกันและกฎหมายห้ามมีเพศสัมพันธ์ในประเทศอินโดนีเซีย ถึงแม้กฎหมายนี้จะไม่บังคับใช้ที่บาห์ลี แต่ก็สร้างความไม่มั่นใจในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก่อนมาท่องเที่ยวที่บาห์ลี ทำให้เขารู้สึกไม่ปลอดภัย และหากยกเลิกกฎหมายนี้ได้ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะเข้ามาท่องเที่ยวที่บาห์ลีเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่าตัว เนื่องจากศักยภาพของเมืองบาห์ลีเป็นเมืองท่องเที่ยวอยู่แล้ว

2) หน่วยงานภาครัฐไม่เห็นความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนนโยบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกย์ และนักท่องเที่ยวทุกคนควรปฏิบัติตามวัฒนธรรมของบาห์ลี เพื่อลดการเกิดปัญหากับคนท้องถิ่นและกฎหมายของบาห์ลี

หน่วยงานภาครัฐ คิดว่าการสนับสนุนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะปัจจุบันก็ไม่ได้มีปัญหาในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในบาห์ลี

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว กล่าวว่า หน่วยงานภาคท้องถิ่นมีความเชื่อถือในระบบรัฐบาลกลางอย่างมาก เพราะคิดว่ากฎหมายทุกอย่างเป็นสิ่งที่ดีต่อประชาชนและนำไปสู่การพัฒนาสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กฎหมายบาห์ลีเป็นกฎหมายสากล พยายามเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศมากขึ้น ไม่ได้เน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไหนเป็นพิเศษ ซึ่งถึงแม้จะไม่มีกฎหมายเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็ยังเลือกเดินทางมายังบาห์ลีอยู่อย่างมากเหมือนเดิม หากกล่าวถึงคำแนะนำที่จะทำให้บาห์ลีเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากกว่านี้คือ รัฐบาลต้องพยายามสื่อสารประเด็นการปฏิบัติตนระหว่างการท่องเที่ยวในบาห์ลีของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางมายังบาห์ลี และปฏิบัติตามวัฒนธรรมของบาห์ลี ก็จะไม่มีปัญหาอะไรเกิดขึ้น

ตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลี กล่าวว่าไม่มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนกฎหมายอะไรเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังเมืองบาห์ลี เพราะไม่ได้มีปัญหาอะไรเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และรัฐบาลกลางเท่านั้นที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือระบุข้อกำหนดอะไรได้ ตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลีจึงไม่มีความเห็นในเรื่องของการปรับเปลี่ยนนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

4.1.3 เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จำนวนทั้งสิ้น 21 ตัวอย่าง ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 6 ตัวอย่าง (1) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Madrid 1 ตัวอย่าง (2) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Barcelona 1 ตัวอย่าง (3) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว จากหน่วยงาน Barcelona Tourisme 1 ตัวอย่าง (4) Head Institutional Cooperation หน่วยงาน Barcelona Turismer 1 ตัวอย่าง (5) LGBTI Centre of Barcelona 1 ตัวอย่าง (6) ล่ามประจำสถานีตำรวจ Comissaria Mossos d'Esquadra distrito de Ciutat Vella 1 ตัวอย่าง

การสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 14 ตัวอย่าง โดยทำการติดต่อสัมภาษณ์หน่วยงานต่อไปนี้ (1) Barcelona City Tour 1 ตัวอย่าง (2) หน่วยงานเอกชนด้านสุขภาวะทางเพศ BCN Checkpoint 2 ตัวอย่าง (3) ACEGAL (The Catalan Association of Companies for Gays and Lesbians) 2 ตัวอย่าง (4) Pride BCN 1 ตัวอย่าง (5) Gaixample's commercial 1 ตัวอย่าง (6) Visit Gay Barcelona 1 ตัวอย่าง (7) Axel Hotel Barcelona 2 ตัวอย่าง (8) Lamun Cuina Thai Barcelona 3 ตัวอย่าง (9) Thai Zaap restaurant Barcelona 1 ตัวอย่าง

4.1.3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

หน่วยงานภาครัฐ Barcelona Turisme ระบุว่า การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาร์เซโลนาส่งผลดีต่อเมืองบาร์เซโลนา เพราะเป็นการเพิ่มคุณค่าของเมือง เมืองสวยงาม คนจึงอยากมาท่องเที่ยว และสามารถสร้างเม็ดเงินและการจ้างงานการเติบโตด้านธุรกิจ กระตุ้นรายจ่ายนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองบาร์เซโลนาเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เป็นจำนวนมาก แต่ไม่พบข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างแน่ชัด เนื่องจากไม่มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าประเทศโดยเพศสภาพเกย์ มีเพียงแต่ข้อมูลนักท่องเที่ยวชายหญิงเท่านั้น แต่หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยวกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า สัมผัสได้ถึงความต้องการอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดการรองรับอุปทานทางการตลาดต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และมีท่าทีจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางที่เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน นอกเหนือจากศักยภาพเมืองท่องเที่ยวระดับโลกคือ เมืองบาร์เซโลนามีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสูงมาก ทั้งกฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศต่อคนท้องถิ่น ทำให้คนท้องถิ่นมีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของประเด็นความเท่าเทียมในสังคม ส่งผลให้คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์มีหลากหลายให้เลือกใช้บริการตามความต้องการ และกิจกรรมเฉพาะกลุ่มเกย์ที่เป็นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังเมืองบาร์เซโลนา เช่น ปาร์ตี้ gCircuit ที่จัดขึ้นที่เมืองซิทเจส (Sitges) ในจังหวัดบาร์เซโลนา เมืองริมชายฝั่งทะเลที่ถูกขนานนามว่าเป็น Gay Town ที่เป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก

โดยพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ในตัวเมืองบาร์เซโลนาจะกระจุกตัวอยู่ในย่านเกซัมเปิล (Gaixample) ในการจัดทำพื้นที่พาณิชยกรรมเพื่อธุรกิจกลุ่มเกย์และกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ บริเวณถนน Gran Via Corts Catalanes และถนน Arago บนพื้นที่ประมาณ 6 บล็อก ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานการท่องเที่ยวเมืองบาร์เซโลนา ร่วมกับหน่วยงานภาคประชาสังคม องค์กร ACEGAL Association Cataluna d'Empress per a Gais l Lesbian หน่วยงานที่ทำงานด้านสิทธิที่เกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ พัฒนาร้านเกซัมเปิลให้เป็นย่านท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ และ เมืองซิทเจส เมืองนอกตัวเมืองบาร์เซโลนาประมาณ 20 กิโลเมตร ลักษณะทางกายภาพคือเมืองติดทะเลที่เป็นสวรรค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในช่วงหน้าร้อน และเป็นสถานที่สำคัญในการจัด Pride Sitges ขบวนพาเหรดเพื่อเฉลิมฉลองความเท่าเทียมทางเพศ และ Circuit Barcelona งานปาร์ตี้เพื่อกลุ่มเกย์ระดับโลก

งาน Pride Barcelona จัดมาทั้งสิ้น 25 ปี สมัยก่อนเป็นแค่งานปาร์ตี้ต่างจากปัจจุบันที่มีการเรียกร้องถึงสิทธิเสรีภาพ ความเท่าเทียมทางเพศ และเฉลิมฉลองถึงความเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยปัจจุบันมี 31 หน่วยงานที่เข้าร่วมและให้การสนับสนุนเกี่ยวกับ Pride BCN ซึ่งแต่ละปีจะมี

รูปแบบงานแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเด็นที่น่าสนใจในขณะนั้นเกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศ Pride BCN ปี ค.ศ. 2019 จัดขึ้นในหัวข้อ ครอบครัว (Family) พูดถึงการเป็นครอบครัวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และปี ค.ศ. 2018 ทำเรื่องการล้อเลียนประเด็นเพศสภาพ วัยรูน และ โรคเอดส์ เป็นต้น โดยหากธุรกิจไหนสนใจอยากเป็นผู้สนับสนุนงาน Pride BCN จะมีค่าใช้จ่ายราคา 500 ยูโร หรือจะช่วยเหลือเป็นของขวัญ เสื้อผ้า อาหาร น้ำดื่ม แก้วพนักงานหรือผู้เข้าร่วมงานได้เช่นกัน โดยงาน Pride BCN 2019 จัดขึ้นที่ Av. Potnal. El เนื่องจากมีจำนวนคนร่วมงานที่เยอะมากขึ้น ประมาณห้าแสนคนต่อหนึ่งวัน ได้รับความช่วยเหลือด้านสถานที่จากรัฐบาลบาร์เซโลนา และงาน Pride ไม่ได้เป็นงานสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพียงเท่านั้น เพศสภาพอื่นก็สามารถเข้าร่วมงานเช่นกัน อีกทั้งมีงาน Pride kids สำหรับเด็ก ตอบสนองการเข้าร่วมกิจกรรมของทุกเพศ ทุกวัย

4.1.3.2 ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน แบ่งได้ 2 ประเภท (1) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ (2) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการ ดังนี้

(1) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบาร์เซโลนาพยายามพัฒนาเรื่องการทำงานในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ แต่พบว่ายังมีประเด็นที่ต้องพัฒนาอยู่เรื่อย ๆ โดยเฉพาะการทำงานเรื่องการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ทางหน่วยงาน Barcelona Turisme ต้องทำงานกับภาครัฐของกาตาลัน สถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดังสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ “เมืองซิทเจส” (Sitges) เมืองติดทะเลอยู่ห่างจากบาร์เซโลนาประมาณ 20 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของเกย์ทั่วโลก โดยเฉพาะช่วงหน้าร้อน เมืองซิทเจสเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้ Circuit ระดับโลก สิ่งสำคัญที่ทำให้การทำงานประเด็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สำเร็จคือ Barcelona Turisme พยายามทำงานกับหน่วยงานท้องถิ่น หน่วยงานภาคประชาสังคม และภาคเอกชน อีกทั้งมีกฎหมายที่ชัดเจนเรื่องการสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งโอรับความหลากหลายทางเพศและสนับสนุนให้กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้รับความเท่าเทียม การเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ เปิดกว้างในคนทุกเพศ ไม่เฉพาะแค่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือเพศใด แต่ทุกเพศสามารถเข้าถึงได้ รัฐบาลและท้องถิ่นพยายามทำงานให้ “บาร์เซโลนาคือสถานที่ที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ”

“Visit Gay Barcelona” คืออีกหนึ่งโครงการการทำงานของ ACEGAL เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กร Barcelona Tourisme กับ ACEGAL โดย Barcelona Turisme ติดต่อมาต้องการให้ ACEGAL ทำแผนที่ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจและบริการต่อกลุ่มเกย์ย่านเกซัมเปิล (Gaixample) อย่างละเอียด โดย ACEGAL ทำหน้าที่เก็บข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่เกี่ยวข้องโดยให้ผู้ประกอบการเขียนอธิบายถึงธุรกิจและบริการที่ตนเองมี เพื่อจะได้ประชาสัมพันธ์ในสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการสื่อสารให้ผู้คนที่สนใจและนักท่องเที่ยวได้จริงความต้องการของผู้ประกอบการ หลังจากจัดการย่านเกซัมเปิลเสร็จแล้วทาง ACEGAL จึงนำข้อมูลมาต่อ

ยอดสร้างเป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยมีความต้องการให้เป็นมิตรกับทุกคน ทุกกลุ่มผู้ใช้บริการ ไม่เน้นรูปภาพที่ล่อแหลม หรือเนื้อหาที่สื่อถึงกิจกรรมทางเพศ และมีหลายแพลตฟอร์มให้ข้อมูลทั้งเฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อินสตาแกรม พูดถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่กำลังจะเกิดในแต่ ละอาทิตย์ หากผู้ประกอบการใดสนใจลงโฆษณา มีค่าใช้จ่าย 30 ยูโร แต่จะสามารถลงได้ทุกแพลตฟอร์มที่ Visit Gay Barcelona จัดทำขึ้น

คณะผู้วิจัยได้สอบถาม เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Madrid 1 ตัวอย่าง เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Barcelona 1 ตัวอย่าง และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว (Barcelona Turisme) 1 ตัวอย่าง พบว่า เจ้าหน้าที่ทุกคนสามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ได้ อย่างดีและให้ข้อมูลถึงรายละเอียดการท่องเที่ยว สถานที่ที่ควรไป ระยะเวลาที่ควรใช้บริการ การเดินทาง โดยรอบ โรงแรมที่แนะนำ โดยพนักงานทุกคนได้รับการฝึกฝนในเรื่องการรับมือกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่ม ีความหลากหลายทางเพศ และทุกหน่วยให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวจะมีแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้บริการในทุกจุดให้บริการ

(2) การทำงานเรื่องความร่วมมือของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ละมุน ร้านอาหารไทยในเมืองบาร์เซโลนา เป็นสถานที่ยอดนิยมของกลุ่มเกย์ เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้ย่านเกย์แคมป์ และรสชาติอาหารที่ถูกปากชาวต่างชาติ จากคำบอกเล่าของผู้ประกอบการ และการใช้บริการของผู้วิจัย พบว่า ทุกวันจะมีคนท้องถิ่นที่มีเพศสภาพเกย์ และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้าใช้ บริการในทุกวัน โดยละมุนได้รับความนิยมจากการบอกเล่าปากต่อปาก และการโฆษณาในโซเชียลมีเดีย โดย ละมุนเป็นร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ มีธงสีรุ้งประดับไว้ที่หน้าร้านอาหาร โดยช่วง Pride BCN ปี 2020 ที่เกิดขึ้นละมุนมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนงาน Pride BCN โดยการให้การ สนับสนุนเรื่องเงินทุนและอาหารแก่พนักงานและผู้เข้าร่วมงาน โดยละมุนมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยการพยายามจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทุก เทศกาล เช่น เทศกาลฮาโลวีน เทศกาลปีใหม่ เป็นต้น และจะได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

พนักงานให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำรถบัส Barcelona City Tour สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้อย่างเชี่ยวชาญ โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองชิทเจส การเดินทางไป เมืองชิทเจสจากเมืองบาร์เซโลนา และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเมืองชิทเจส โดยพนักงานไม่ได้รับการฝึกฝนในการ รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาก่อน แต่เขาสามารถให้ข้อมูลได้อย่างเป็นมิตรซึ่งถือว่าเป็นการสร้าง ความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เป็นอย่างดี

4.1.3.3 การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน แบ่งได้ 2 ประเภท (1) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ (2) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการ ดังนี้

(1) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต โดย Barcelona Turisme ส่งเสริมการทำงานเรื่องการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT destination) ได้สำเร็จ โดยใช้วิธีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยพื้นฐานของเมืองและนักท่องเที่ยวจากเมืองบาร์เซโลนาเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอยู่แล้ว ทำให้ Barcelona Turisme เลือกทำงานอย่างใกล้ชิดกับ NGO ที่มีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว เลือกองค์กรที่ทำงานจริงและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้ง Barcelona Turisme พยายามทำงานกับหน่วยงานด้านการศึกษา ศูนย์ให้ความรู้นักท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเพื่อเน้นการสร้างองค์ความรู้เรื่องความเท่าเทียมทางเพศแก่นักท่องเที่ยวและองค์กรของตนเองด้วย

Barcelona Turisme พยายามเสนอชื่อเมืองบาร์เซโลนา เป็นสถานที่จัดประชุมเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายระดับโลกของ “IGLTA” องค์กร The International LGBTQ+ Travel Association เนื่องจากมองเห็นศักยภาพของเมืองที่สามารถเป็นเจ้าภาพในงานประชุมระดับโลกได้ และหากบาร์เซโลนาสามารถเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมได้ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั่วโลกมาร่วมงานและเดินทางมายังเมืองบาร์เซโลนา ซึ่งเป็นการการันตีว่าเมืองบาร์เซโลนาเป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง ซึ่ง IGLTA Annual Global Convention เคยจัดที่เมืองมาดริด ประเทศสเปน ในปี 2014 และกำลังเป็นที่จับตามองจะได้เป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมในปี 2024 เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

(2) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต Pride BCN ที่ทำงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม Pride BCN มีการวางแผนการทำงาน Pride ที่ใหญ่ขึ้นทุกปี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี จนปีล่าสุดมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมแสนคน จึงต้องการมีการวางแผนการทำงานให้ครอบคลุมทั้งสถานที่ ความปลอดภัย ความสะอาด และพวกเขาเริ่มวางแผนการทำงานล่วงหน้าและมีการเตรียมการเป็นปีเพื่อให้งานลุล่วงไปด้วยดี เพื่อให้เกิดปัญหาในการทำงานน้อยที่สุด และงานประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยการทำงานของ Pride BCN เน้นการประสานงานผ่าน Barcelona Turisme และรัฐบาลกาตาลัน (City Hall) เพื่อช่วยประสานงานเรื่องการคมนาคม โดยในปีที่ผ่านมามีผู้เข้าร่วมงานมากกว่าหนึ่งแสนคนต่อวัน จึงต้องใช้ถนนเส้นใหญ่ในการเดินขบวน และได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อีกนัยการเปลี่ยนเส้นทางการเดินขบวน Pride BCN มีความสำคัญคือ เป็นการยืนยันศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากขบวนผ่านไปยังเส้นทางไหน จะทำให้การค้าขายในบริเวณนั้นเติบโตอย่างมากในช่วงงาน Pride BCN

4.1.3.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ความท้าทายที่พบเจอในปัจจุบันคือ Barcelona Turisme อยากทำให้ทุกพื้นที่ของบาร์เซโลนาเป็นพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่ใช่เป็นมิตรแค่ในตัวเมืองบาร์เซโลนาและเมืองซิกเจสเท่านั้น แต่อยากให้ทุกพื้นที่ของเมืองบาร์เซโลนาเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะย่าน Gothic เมืองเก่าของบาร์เซโลนา ที่ไม่ค่อยเปิดรับการจัดกิจกรรมกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากนักและเมืองรอบนอกบาร์เซโลนาที่เป็นเมืองเกษตรกรรม โดยปัจจุบันพยายามกระจายความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น ทำงานขยายพื้นที่ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือขยายพื้นที่ยอดนิยมของกลุ่มเกย์ไปเรื่อย ๆ ไม่ใช่เพียงแค่เกซมีเปเลเท่านั้น ต้องการขยายตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น ให้สามารถรองรับกลุ่ม LGBT ได้มากขึ้น แต่ไม่ได้มีแผนการทำงานเฉพาะเรื่องนี้ เพราะคิดการทำงานด้านการท่องเที่ยวเน้นการพัฒนาไปด้วยกันหลายประเด็น หลายกลุ่มเป้าหมาย ไม่เพียงแต่กลุ่มเป้าหมาย LGBT เท่านั้น

งาน Pride BCN ปี ค.ศ. 2019 มีการเปลี่ยนเส้นทางการเดินขบวนจากปีก่อนเดินถนนขนาดใหญ่ กลาง โดยเปลี่ยนเส้นทางมาที่ถนน Av. Potnal. El ซึ่งเป็นถนนเส้นใหญ่และผ่านสถานที่สำคัญของเมืองบาร์เซโลนา เหตุผลหนึ่งคือการขยายพื้นที่ไปยังที่ใหญ่มากขึ้น สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกเหตุผลคือการสร้างการยอมรับของคนท้องถิ่นในวงกว้าง หากขบวน Pride ผ่านแหล่งชุมชนและสถานที่สำคัญ คนก็จะเห็นถึงจำนวนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและกลุ่มคนที่สนับสนุน รวมถึงเห็นศักยภาพและคุณค่าของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศภาพสิ่งที่ขบวน Pride พยายามสื่อสารกับสังคมในประเด็นความเท่าเทียมทางเพศ

ปัญหาที่สำคัญของบาร์เซโลนา คือการขโมยของมีค่าของนักท่องเที่ยว เช่น กระเป๋าตังค์ โทรศัพท์ กระเป๋าถือ ทุกวันมีผู้ร้องทุกข์โดนขโมยสิ่งของทุกวันเป็นจำนวนมาก โดยประมาณ 100 คนหรือมากกว่าต่อหนึ่งวัน ล่ามประจำสถานีตำรวจบาร์เซโลนา กล่าวว่า เมืองบาร์เซโลนาเกิดการเติบโตขึ้นเป็นจำนวนมากเป็นเท่าตัวตั้งแต่ช่วงฤดูร้อนปี ค.ศ. 2019 ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมายังบาร์เซโลนาจำนวนมากขึ้น และโจรจะนิยมขโมยของนักท่องเที่ยวเท่านั้น เนื่องจากสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายกว่าคนท้องถิ่น โดยโจรส่วนมากจะเป็นคนอพยพจากหลากหลายเชื้อชาติ และเน้นจังหวะที่นักท่องเที่ยวเผลอ ขโมยสิ่งของมีค่าไปจากตัวโดยนักท่องเที่ยวไม่ทันได้ระวังตัว โดยวิธีการขโมยสิ่งของมีหลายรูปแบบมาก ซึ่งปัญหาการขโมยของเป็นปัญหาที่รัฐบาลและตำรวจพยายามแก้ไขอยู่ แต่ยังไม่สามารถแก้ไขได้ในระยะสั้น ทำให้คนท้องถิ่นบาร์เซโลนาหาวิธีการป้องกันตนเอง โดยการตะโกนดัง ๆ เวลารู้สึกได้ถึงความปลอดภัยต่อสิ่งของตนเอง การถ่ายรูปบุคคลที่ทำการขโมยลงกลุ่มในสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างความตระหนักในวงกว้าง และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพยายามบอกนักท่องเที่ยวให้ระวังสิ่งของที่มีค่าตลอดเวลา เพราะเมืองบาร์เซโลนาณ ปัจจุบัน มีความปลอดภัยต่อสิ่งของมีค่าต่ำมาก

4.1.3.5 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (5A) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สูงมาก ดังนี้ ที่พักอาศัย (Accommodation) โรงแรม Axel Hotel Barcelona เป็นโรงแรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ตั้งอยู่ในย่านเกซมีเปเล โดยมีคำโปรยของโรงแรมกล่าวว่า “Hetero-friendly hotel” โรงแรมที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่รักเพศตรงข้าม ซึ่งถือเป็นจุดขายที่สำคัญที่เน้นการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยตรง โดยไม่ละทิ้งนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น นโยบายของโรงแรมเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ สามารถนำคนอื่นมาพักในห้องพักได้โดยไม่ต้องเสียค่าบริการเพิ่ม แต่ต้องไม่รบกวนผู้เข้าพักคนอื่น จากการให้บริการจริงของผู้วิจัยพบว่า ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เลือกใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ แต่พนักงานท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่รักเพศตรงข้าม และนักท่องเที่ยวที่มีเพศสภาพอื่นใช้บริการจำนวนมาก การตกแต่งโรงแรมเน้นความทันสมัย ความสะอาด และอุปกรณ์ให้บริการครบครัน รวมถึงมีเตียงให้บริการภายในห้องพัก ด้านล่างของโรงแรมมีธุรกิจขานำให้บริการ พิเศษที่มีอุปกรณ์ครบครัน บริการนวดผ่อนคลายโดยผู้เชี่ยวชาญ และด้านบนดาดฟ้าของโรงแรมมีบาร์ชื่อดังเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม พนักงานบริการทุกคนได้รับการฝึกฝนในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

การเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) บาร์เซโลนามีกฎหมายว่าด้วยการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ จึงไม่มีพื้นที่ไหนไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในส่วนการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว “Visit Gay Barcelona” คืออีกหนึ่งโครงการการทำงานของ ACEGAL เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กร Barcelona Turisme กับ ACEGAL โดย Barcelona Turisme ติดต่อมาต้องการให้ ACEGAL ทำแผนที่ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจและบริการต่อกลุ่มเกย์ย่านเกซมีเปเลอย่างละเอียด และจุดให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวทุกที่ในเมืองบาร์เซโลนาจะมีแผนที่การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้บริการ และเจ้าหน้าที่ทุกคนสามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้อย่างดีเยี่ยม เพราะได้รับการฝึกฝนในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากหน่วยงานการท่องเที่ยวบาร์เซโลนา

สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของเมืองบาร์เซโลนา (Attraction) คืองาน Pride Barcelona ที่จะขึ้นในเดือนมิถุนายนของทุกปี โดยจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองความเท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ มีผู้ร่วมงานหลายแสนคนต่อปี โดยอยู่ภายใต้การจัดการของ ACEGAL ในการจัดงาน Pride ร่วมกับ Barcelona Turisme หน่วยงานการท่องเที่ยวภาครัฐของเมืองบาร์เซโลนา

4.1.3.6 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีกฎหมายความเท่าเทียมทางเพศในปี ค.ศ. 2005 โดยการออกกฎหมายของรัฐบาลเมืองกาตาลันครอบคลุมกฎหมายสมรสเพศเดียวกัน กฎหมายอุ้มบุญ และสิทธิสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมกับคนทุกกลุ่ม ทำให้เมืองบาร์เซโลนามีความพร้อมทางกฎหมายและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเต็มที่ในประเด็นความหลากหลายทางเพศ กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศท้องถิ่นของเมืองบาร์เซโลนาได้รับการคุ้มครองอย่างเท่าเทียมในทุกด้าน มีการจัดตั้งศูนย์

LGBTI Centre of Barcelona เพื่อรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ให้บริการเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาด้านเพศสภาพ อุปสรรคในการเปิดเผยเพศสภาพ โดยในองค์กรมีนักสังคมสงเคราะห์ให้บริการช่วยเหลือคนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ให้จัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศ ถึงแม้ LGBTI Centre of Barcelona จะจัดขึ้นเพื่อจุดประสงค์หลักคือคนท้องถิ่นบาร์เซโลนา แต่การสร้างความรู้และการยอมรับความหลากหลายทางเพศจากภาครัฐต่อคนท้องถิ่น ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างการยอมรับความหลากหลายของคนท้องถิ่น เมื่อเขาได้รับและคุ้นชินในการยอมรับความหลากหลายจากภาครัฐ จึงส่งผลต่อการยอมรับนั้นสู่นักท่องเที่ยวเช่นกัน

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศตามกฎหมายครอบคลุมทุกประเด็น โดยกฎหมายและนโยบาย รวมถึงการบริการสาธารณะใช้คุ้มครองคนท้องถิ่นเท่านั้น การขอใช้บริการสาธารณะบางแห่งนักท่องเที่ยวต้องเสียค่าใช้บริการ เช่น BCN Checkpoint คลินิกให้บริการด้านโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ให้บริการการตรวจเลือด และบริการยาเพิร์พ (ยาป้องกันเชื้อ HIV) และ ยาเป๊ป (ยาฉุกเฉินทางเพศสัมพันธ์) แก่คนท้องถิ่นฟรี หากเป็นนักท่องเที่ยวต้องเสียค่าบริการในใช้บริการ เป็นต้น

4.2 การศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

4.2.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จากการจัดลำดับของ Spartacus Gay Travel Index เว็บไซต์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการจัดทำดัชนีชี้วัดจะมีการกำหนดแยกเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) สิทธิพลเมือง (2) การเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว และ (3) การถูกคุกคาม โดยรายละเอียดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมือง แบ่งเป็น 5 ข้อกฎหมาย 1) กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) 2) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) 3) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) 4) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และ 5) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent)

จากการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของ 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีกฎหมายครอบคลุมด้านสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมในทุกประเด็น รองลงมา ได้แก่ ประเทศไทยที่มีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ร่างกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันหรือพ.ร.บ.คู่ชีวิต

(Same-sex Marriage) และกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่มีกฎหมายรองรับที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมเลย รายละเอียด ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation)	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> พ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ปี พ.ศ. 2558 มีผลบังคับใช้วันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2558 จุดประสงค์เพื่อกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้ถูกเลือกปฏิบัติและป้องกันมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u> เนื่องจากการผ่านพ.ร.บ.ฉบับนี้เกิดขึ้นในช่วงที่สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไม่มั่นคง กระบวนการทางกฎหมายไร้การตรวจสอบ ทำให้เกิดความกังขาในภาคประชาชนที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในกฎหมายฉบับนี้	ข้อมูลจากปี พ.ศ. 2562 ยังไม่พบกฎหมายที่ว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศวิถีและอัตลักษณ์ทางเพศ	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> ประเทศสเปนประกาศกฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ ต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ที่ครอบคลุมประเด็นเรื่องการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ มาตราที่ 14 ของรัฐธรรมนูญสเปนระบุว่า ประชาชนสเปนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน และห้ามมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา ความเชื่อทางศาสนา หรือเงื่อนไขใด ๆ หรือเหตุส่วนบุคคลหรือทางสังคม <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u>

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่า เทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
	พ.ร.บ.ฉบับนี้อาจแสดงถึงความก้าวหน้าใน ด้านสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ จนทำให้ อันดับของประเทศไทยใน Spartacus Gay Travel Index ขยับขึ้นมา แต่เมื่อพิจารณา ถึงรายละเอียดจะเห็นว่า พ.ร.บ.ฉบับนี้มี ข้อบกพร่องที่เป็นปัญหา มีข้อบกพร่องความผิด เรื่องการเลือกปฏิบัติด้วย “เหตุผลทาง วิชาการ ทางศาสนา หรือเพื่อประโยชน์ สาธารณะ” ซึ่งจะทำให้กลายเป็นข้ออ้างใน การทำผิดได้ และมีการตัดคำว่า “เพศภาวะ” และ “อัต ลักษณ์ทางเพศ” ออกไป ต่างกับร่างพ.ร.บ. ส่งเสริมโอกาสและความเสมอภาคระหว่าง เพศ พ.ศ. ที่ภาคประชาชนมีส่วนร่วมใน การร่าง และยื่นเสนอต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ก่อนที่สภาผู้แทนราษฎร จะถูกยุบเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2557 และร่างกฎหมายนี้ก็ป็นอันตกไป		ความเสมอภาคทางเพศเป็นประเด็นสำคัญ ที่กระบวนการทางกฎหมายของสเปนไม่ เพิกเฉยด้วยเหตุทางประวัติศาสตร์ที่กลุ่ม บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศถูก คุกคามภายใต้ระบอบเผด็จการเป็น เวลานาน เมื่อสิ้นสุดยุคเผด็จการ กฎหมาย ความเท่าเทียมนี้จึงได้รับความสำคัญและมี การบังคับใช้อย่างเคร่งครัด คือป้องกันการ เลือกปฏิบัติไม่ว่าด้วยเหตุอันใดก็ตาม รวมทั้งเหตุทางด้านเพศสภาพ ผู้ที่ถูกเลือก ปฏิบัติจึงสามารถเรียกร้องได้ตามข้อ กฎหมาย

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่า เทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของ คนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage)	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> ปี พ.ศ. 2561 ร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต พ.ศ... ผ่าน มติเห็นชอบหลักการจากคณะรัฐมนตรี และ อยู่'ใน'ขั้น'ตอน'การ'พิจารณา'ของ คณะกรรมการกฤษฎีกาโดยมีประมาณ 50 มาตรา 4 หมวด ประกอบด้วย หมวด 1 การ จดทะเบียนคู่ชีวิต หมวด 2 การเป็นคู่ชีวิต หมวด 3 บุตรบุญธรรม และหมวด 4 มรดก โดยหลังจากคณะกรรมการกฤษฎีกาแก้ไข เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ร่างพ.ร.บ.จะถูกส่งกลับ มายังกระทรวงยุติธรรมและเสนอต่อไปยัง กรม.เพื่อขอความเห็นชอบอีกครั้ง แล้วจึงเข้า สู่กระบวนการพิจารณาของรัฐสภาเพื่อผ่าน ร่างกฎหมาย และนำขึ้นทูลเกล้าฯ ประกาศ ลงราชกิจจานุเบกษาต่อไป <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u>	เมืองบาห์ลีไม่มีกฎหมายสมรสเพศ เดียวกัน อีกทั้งยังไม่มีแผนการเคลื่อนไหว ในเชิงการยอมรับการสมรสเพศ เดียวกันของภาครัฐ เนื่องจากการรัก เพศเดียวกันขัดกับหลักศาสนาฮินดู กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคน เพศเดียวกันยังเป็นเรื่องผิดกฎหมายใน บางเมืองของประเทศอินโดนีเซีย เช่น เมืองบาเรียมัน และเมืองที่นับ ถือศาสนาอิสลาม	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> ประเทศสเปนประกาศใช้กฎหมายว่าด้วย การแต่งงานของคนเพศเดียวกันตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2548 โดยระบุอย่างกว้างขวางว่า การ สมรสจะมีข้อกำหนดและมีผลทางกฎหมาย แบบเดียวกันเมื่อบุคคลสองคนจดทะเบียน ร่วมกัน ไม่ว่าบุคคลทั้งสองจะมีเพศเดียวกัน หรือต่างกัน <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u> ประเทศสเปนเป็นประเทศที่สามของโลกที่ ผ่านกฎหมายการแต่งงานของคนเพศ เดียวกัน ทำให้กลายเป็นประเทศที่ได้รับ การขนานนามว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มี ความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศอันดับต้น ๆ ของโลก

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่า เทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
	ยังไม่มีการประกาศใช้กฎหมายฉบับนี้ แต่การมีร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิตนั้น ทำให้อันดับของประเทศไทยใน Spartacus Gay Travel Index ขยับขึ้นมาหลายอันดับ เพราะเป็นการแสดงให้เห็นถึงการคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทางกฎหมาย แม้ในทางปฏิบัติจริงแล้ว ร่างพ.ร.บ.ฉบับนี้ยังไม่ได้ให้สิทธิกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเช่นเดียวกับชาย-หญิงรักต่างเพศที่มีสิทธิในการจดทะเบียนเป็น “คู่สมรส” ไม่ใช่ “คู่ชีวิต” ซึ่งจะได้สิทธิจากกฎหมายอื่น ๆ เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ที่มีคำระบุว่า “คู่สมรส” ให้เป็นผู้ที่ได้รับการคุ้มครองจากกฎหมายนั้น ๆ		ซึ่งได้รับการยืนยันจากการผ่านกฎหมายฉบับนี้ ด้วยความที่กฎหมายฉบับนี้เขียนอย่างครอบคลุมถึงสิทธิของคู่รักเพศเดียวกันที่ไม่ต่างไปจากคู่รักต่างเพศ ทำให้เป็นกฎหมายที่นำมาสู่สิทธิที่ครอบคลุมในทุก ๆ ด้านของคู่รักเพศเดียวกัน เช่น การรับบุตรบุญธรรมการทำงาน
กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed)	ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed)	กลุ่มคู่รักเพศเดียวกันในเมืองบาห์ลีไม่ได้รับการอนุญาตทางกฎหมายให้รับบุตรบุญธรรม มีเพียงคู่รักต่างเพศ	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> ประเทศสเปน มีกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมสำหรับกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน (Adoption allowed) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
		เท่านั้นที่สามารถรับรู้ธรรมชาติได้ ถูกต้องตามกฎหมาย	ซึ่งเป็นผลจากการเขียนกฎหมายว่าด้วยการ แต่งงานของคนเพศเดียวกันที่ให้สิทธิอย่าง ครอบคลุม <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u> ประเทศสเปนกลายเป็นตัวอย่างประเทศที่ ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมอย่าง แท้จริง เพราะแม้ประเทศที่ผ่านกฎหมายว่า ด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันอย่าง ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศ เบลเยียมก็ยังจำกัดสิทธิเรื่องการรับเลี้ยง บุตรของคู่สมรสเพศเดียวกัน ประเทศสเปน จึงกลายเป็นประเทศที่น่าจับตามองทันที ด้วยการก่อนหน้านี้ ประเทศสเปนเคยเป็น ประเทศที่ถูกครอบงำโดยศาสนาคริสต์ นิกายคาทอลิกที่ต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศ

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่า เทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคน ข้ามเพศ (Transgender Rights)	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> ประเทศไทยมีการเคลื่อนไหวในประเด็นเรื่องกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ ผ่าน พ.ร.บ. ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ปี พ.ศ. 2558 โดยมีการสร้างมาตรการคุ้มครอง ผู้ถูกเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ และป้องกันมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็น ธรรมระหว่างเพศ มีการระบุถึงการคุ้มครอง บุคคลที่ “มีการแสดงออกที่แตกต่างจากเพศ โดยกำเนิด” โดยในปี พ.ศ.2563 มีการร่างพ.ร.บ.การ รับรองอัตลักษณ์เพศภาวะของบุคคล พ.ศ.... โดยการผลักดันของหน่วยงานต่าง ๆ แต่ ณ ปัจจุบัน กลุ่มคนข้ามเพศยังไม่ได้รับสิทธิใน การเปลี่ยนคำนำหน้านาม เพศ หรือเพศ สถานะของตนในเอกสารราชการได้	ข้อมูลจากปี พ.ศ. 2562 ยังไม่พบ กฎหมายที่ว่าด้วยความเท่าเทียมต่อ กลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ในเมืองบาห์ลี ประเทศ อินโดนีเซีย	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) มี ตั้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ว่าด้วยการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทาง เพศในสถานที่ทำงานและอื่น ๆ กลุ่มคนข้ามเพศสเปนได้รับสิทธิในการ เปลี่ยนเพศสภาพตนเองตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ถือว่าเป็นประเทศที่มีการส่งเสริมความเท่า เทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) โดยต้องเป็นบุคคลที่มีอายุเกิน 14 ปีและได้รับการวินิจฉัยทางการแพทย์ว่ามี ความ ทุก ใจ ใน เพศ ส ภา พ (gender dysphoria) <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u>

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่า เทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
	<u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u> แม้จะกฎหมายที่รับรองอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มคนข้ามเพศ แต่พ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ปี พ.ศ. 2558 ก็ยังคุ้มครองในส่วนของการเลือกปฏิบัติ ซึ่งก็มีกลุ่มคนข้ามเพศที่ใช้กฎหมายนี้ในการคุ้มครองสิทธิของตนเอง เช่น คำร้องเรียนสถาบันการศึกษาห้ามแต่งกายตามเพศสภาพ บริษัทไม่รับกลุ่มคนข้ามเพศเข้าทำงาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม พ.ร.บ.ฉบับนี้ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ประชาชนบางส่วนยังไม่ทราบถึงสิทธิที่ตนพึงได้รับจากกฎหมายฉบับนี้		มีกลุ่มคนข้ามเพศขอเปลี่ยนชื่อและคำนำหน้าชื่อเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีหลังมีการผ่านกฎหมายในปี พ.ศ. 2550 เนื่องจากระบวนการทำได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องผ่านกระบวนการทางชั้นศาล โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2560 ระบุว่า มีผู้ใหญ่มากำเนินการดังกล่าวจำนวน 2,225 คน แต่กฎหมายฉบับนี้ก็ยังถูกร้องเรียนโดยนักเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสิทธิคนข้ามเพศเรื่องกระบวนการที่มีข้อจำกัดหลายประการ การผ่านกฎหมายรับรองเพศสภาพยิ่งผลักดันภาพลักษณ์ของประเทศสเปนให้เป็นประเทศที่เปิดกว้างเรื่องเพศขึ้นไปอีก เนื่องจากมีน้อยประเทศในสมัยเดียวกันที่ให้มีความสำคัญกับสิทธิคนข้ามเพศ ทำให้ประเทศสเปนมีคะแนนใน Spartacus Gay Travel Index สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent)	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ในประเทศไทยระบุว่า อายุที่รับรู้ยินยอมคือ 15 ปี ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 277 ที่ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำความผิดกับเด็กที่มีอายุยังไม่เกิน 15 ปี มาตรา 282 และ 283 ทวิ ระบุว่า การพาบุคคลที่อายุเกินกว่า 15 ปีแต่ยังไม่เกิน 18 ปีไปทำอนาจารไม่ว่าจะยินยอมหรือไม่นั้น ถือเป็นความผิด ซึ่งส่วนนี้ได้แก้ไขเพิ่มเติมในฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2540) มาตรา 319 ผู้ใดพรากรผู้เยาว์อายุเกินกว่า 15 ปี แต่ยังไม่เกิน 18 ปีไปเสียจากบิดามารดา ผู้ปกครอง หรือผู้ดูแล เพื่อหาทำไร หรือเพื่อการอนาจาร โดยผู้เยาว์นั้นเต็มใจไปด้วยนั้นมีความผิด ซึ่งส่วนนี้ได้แก้ไขเพิ่มเติมในฉบับที่ 26 (พ.ศ. 2560)	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> เมืองบาห์ลีไม่มีกฎหมาย ว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป อายุ ความยินยอมในการมีเพศสัมพันธ์ของประเทศอินโดนีเซียอยู่ที่อายุ 16 ปี กฎหมายว่าด้วยการข่มขืนตามกฎหมายของประเทศอินโดนีเซียเมื่อบุคคลมีเพศสัมพันธ์ร่วมกับเด็กชายอายุต่ำกว่า 19 ปี หรือเด็กหญิงอายุต่ำกว่า 16 ปี และอายุที่อนุญาตสำหรับกลุ่มคนรักเพศเดียวกันในการมีกิจกรรมทางเพศคืออายุ 18 ปี	<u>วัตถุประสงค์และรายละเอียดของกฎหมาย</u> ประเทศสเปนเพิ่มอายุความยินยอมในการมีเพศสัมพันธ์จากอายุ 13 ปีเป็นอายุ 16 ปี และอายุขั้นต่ำสำหรับการแต่งงานจาก 14 ปีเป็นอายุ 16 ปี การเปลี่ยนแปลงได้ตกลงเป็นเอกฉันท์ในหลักการโดยรัฐสภาในปี พ.ศ. 2552 และมีผลบังคับใช้มาจนถึงปัจจุบัน <u>ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย</u> กฎหมายดังกล่าวเป็นไปตามมาตรฐานโลก และมีความใกล้เคียงกับประเทศในทวีปยุโรปอื่น ๆ จึงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมมากนักหากเทียบกับการผ่านกฎหมายอื่น ๆ เกี่ยวกับสิทธิความเท่าเทียมที่ถือว่ามีความก้าวหน้าในระดับโลก

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่า เทียม	ประเทศไทย	เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
	ผลกระทบหลังจากประกาศใช้กฎหมาย กฎหมายให้การคุ้มครองกับผู้รักร่วมเพศโดย ไม่เลือกปฏิบัติในเรื่องเพศสภาพ และเป็นข้อ กฎหมายที่เพิ่มระดับคะแนนให้กับประเทศ ไทยใน Spartacus Gay Travel Index	ผลกระทบหลังจากประกาศใช้ กฎหมาย แม้จะมีกฎหมายคุ้มครองผู้เยาว์ แต่ ประเทศอินโดนีเซียก็ยังมีข้อจำกัด ทางด้านเพศอยู่มาก ทำให้เป็น ประเทศที่ไม่ได้รับการยอมรับว่าเปิด กว้างสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศ	

ที่มา: คณะผู้วิจัย (2563)

จากตารางนโยบายกฎหมายสิทธิพลเมืองสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของประเทศ ไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน หากวิเคราะห์ตามรายนโยบาย พบว่า ประเด็นกฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) หลังจากประกาศใช้กฎหมาย รัฐบาลประเทศสเปนมีความเข้มงวดในการใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของ ประชาชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง รายละเอียดนโยบายระบุชัดเจนถึงห้ามมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เพศ เชื้อชาติ ภาษา ความเชื่อทางศาสนา หรือเงื่อนไขใด ๆ หรือเหตุส่วนบุคคลหรือทางสังคม ทำให้ผู้ที่ถูกเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทาง เพศสามารถเรียกร้องได้ตามข้อกฎหมายดังกล่าว โดยไม่มีข้อยกเว้นในทางกฎหมาย ทำให้ปัญหาการโดนเลือก ปฏิบัติและไม่ได้รับความเสมอภาค เกิดขึ้นน้อยมากในประเทศสเปน ต่างจากประเทศไทยที่มีการประกาศใช้ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ ในรูปแบบ พ.ร.บ. ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ปี พ.ศ. 2558 แต่มีช่องโหว่ทางกฎหมายเพราะขาดการทำประชาพิจารณ์ในวงกว้างจากประชาชน อีกทั้งมีข้อยกเว้น ความผิดเรื่องการเลือกปฏิบัติด้วย “เหตุผลทางวิชาการ ทางศาสนา หรือเพื่อประโยชน์สาธารณะ” ซึ่งอาจเป็น ข้ออ้างในการทำผิดได้ อีกทั้งยังมีการตัดคำว่า “เพศภาวะ” และ “อัตลักษณ์ทางเพศ” ออกจากร่างข้อ กฎหมาย ทำให้ พ.ร.บ.ความเท่าเทียมทางเพศ ไม่สามารถสร้างความเท่าเทียมให้กับสังคมไทยได้อย่างแท้จริง ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่พบกฎหมายที่ว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุ ทางเพศวิถีและอัตลักษณ์ทางเพศ

กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) ของประเทศสเปนที่ ประกาศใช้เป็นอันดับแรก ๆ ของโลกและออกกฎหมายครอบคลุมทุกประเด็นให้สิทธิบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศเท่าเทียมกับกลุ่มหญิงชาย ทำให้ประเทศสเปนมีนโยบายจากภาครัฐที่เป็นหลักฐานเชิง ประจักษ์ในการเป็นมิตรต่อบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ในขณะที่ประเทศไทยกำลังขับเคลื่อนการ ประกาศใช้กฎหมาย พ.ร.บ.คู่ชีวิต แต่การมีเคลื่อนไหวเกี่ยวกับร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิตนั้น ทำให้อันดับของประเทศไทยใน Spartacus Gay Travel Index ขยับขึ้นมามากหลายอันดับ เพราะเป็นการแสดงให้เห็นถึงการคุ้มครองกลุ่ม บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทางกฎหมาย กล่าวคือ หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับประเด็นกลุ่ม ผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างแท้จริง ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียไม่พบการส่งเสริมกฎหมายการ แต่งงานเพศเดียวกันจากภาครัฐ เพราะขัดกับหลักทางศาสนา ซึ่งศาสนามีอิทธิพลกับวิถีชีวิตคนท้องถิ่นบาห์ลี เป็นอย่างมาก

กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) ประเทศสเปนมีการประกาศใช้กฎหมายรับ บุตรบุญธรรมของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 และผลจากการประกาศใช้กฎหมายรับบุตรบุญ ธรรมทำให้ประเทศสเปนเป็นที่น่าจับตาเรื่องการให้สิทธิความเท่าเทียมทางเพศต่อบุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศเท่าเทียมคนรักต่างเพศในสังคม ต่างจากประเทศไทยและเมืองบาห์ลี ยังไม่มีกฎหมายการ รับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) มีเพียงคู่รักต่างเพศเท่านั้นที่ สามารถรับบุตรธรรมได้ถูกต้องตามกฎหมาย

กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) ประเทศสเปนเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะกลุ่มคนข้ามเพศที่เจอปัญหาในการใช้ชีวิตตามเพศสภาพมากที่สุด โดยประเทศสเปนสามารถยินยอมให้คนข้ามเพศเปลี่ยนคำนำหน้าได้โดยไม่ต้องใช้อำนาจทางชั้นศาล ทำให้สิทธิของคนข้ามเพศที่สเปนเท่าเทียมเพศอื่น ๆ ในสังคมอย่างแท้จริง ประเทศไทยอยู่ในการเคลื่อนไหวกฎหมายที่รับรองอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มคนข้ามเพศเพื่อให้คนข้ามเพศได้มีการเปลี่ยนคำนำหน้าได้ตรงตามที่เพศสภาพของตนเอง แต่ยังพบปัญหาการต่อต้านจากกลุ่มอนุรักษ์นิยมและการแสดงข้อกังวลจากหลายภาคส่วน ทำให้โอกาสในการมีกฎหมายรับรองอัตลักษณ์ทางเพศนั้นห่างไกลความจริงไปทุกที ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียไม่มีการเคลื่อนไหวในการผลักดันกฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ

กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ประเทศสเปนอยู่ที่อายุ 16 ปีที่สอดคล้องกับประเทศในทวีปยุโรป ประเทศไทยอยู่ที่อายุ 18 ปี และประเทศอินโดนีเซียคืออายุ 18 ปีสำหรับคนรักเพศเดียวกัน จะเห็นได้ว่า ลักษณะสังคมของแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ประเทศในทวีปยุโรปจะมีจำนวนอายุที่น้อยกว่าประเทศในทวีปเอเชีย เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านวัฒนธรรมและการมีเพศสัมพันธ์ในช่วงอายุที่น้อย ถือว่าขัดกับหลักขนบสังคมของคนแถบทวีปเอเชีย

หากเปรียบเทียบทางด้านกฎหมายของทั้ง 3 ประเทศพบว่า ประเทศสเปน มีกฎหมายที่เป็นมิตรต่อบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทุกด้าน ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และ กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) รองลงมาคือ ประเทศไทย ที่มีการประกาศใช้กฎหมายสิทธิพลเมืองและอยู่ในการเคลื่อนไหวกฎหมายอีกบางประการ ถึงจะใช้เวลานานในการขับเคลื่อนด้านกฎหมายบางด้าน เพราะมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกฎหมายนั้นอยู่หลายส่วน แต่อย่างน้อยประเทศไทยก็มีการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในช่วง 2-3 ปีให้หลังมานี้และมีแนวโน้มที่จะได้รับสนับสนุนจากภาครัฐต่อไป และ เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียที่ไม่พบการสนับสนุนกฎหมายสิทธิพลเมืองเพื่อความเท่าเทียมทางเพศ เพราะการสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศขัดกับหลักทางศาสนาซึ่งมีอิทธิพลสูงมากต่อการออกนโยบายของรัฐบาลและการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น

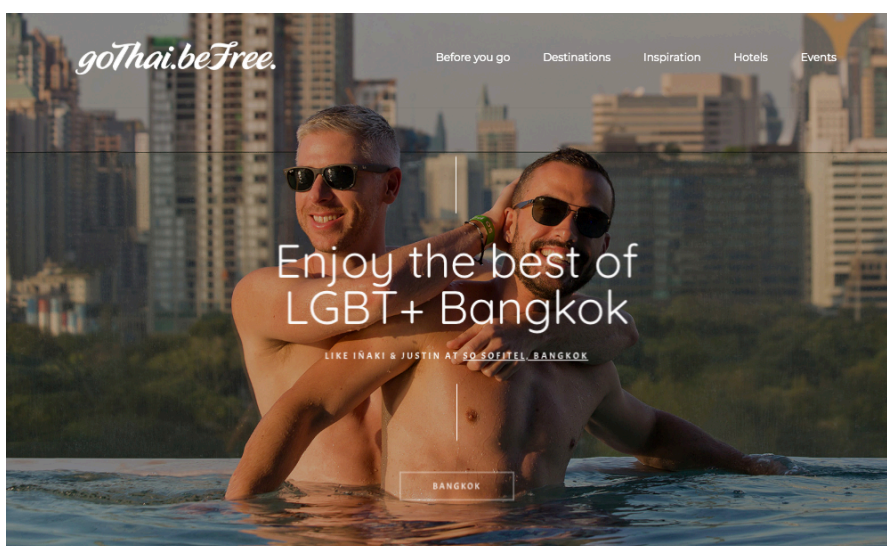
4.2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (1) การส่งเสริมการขายโดยภาครัฐ และ (2) การส่งเสริมการขายโดยภาคประชาสังคมและภาคเอกชน มีรายละเอียด ดังนี้

4.2.2.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ ประเทศไทย

1) การส่งเสริมการเสนอขายโดยภาครัฐ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงได้จัดทำแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งยังให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เป็นประโยชน์ระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามรายจังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศขึ้น โดยรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวสถานบันเทิง การท่องเที่ยวตามเทศกาล และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย



ภาพที่ 4.1 เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

“Go Thai Be Free” ภายใต้การสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

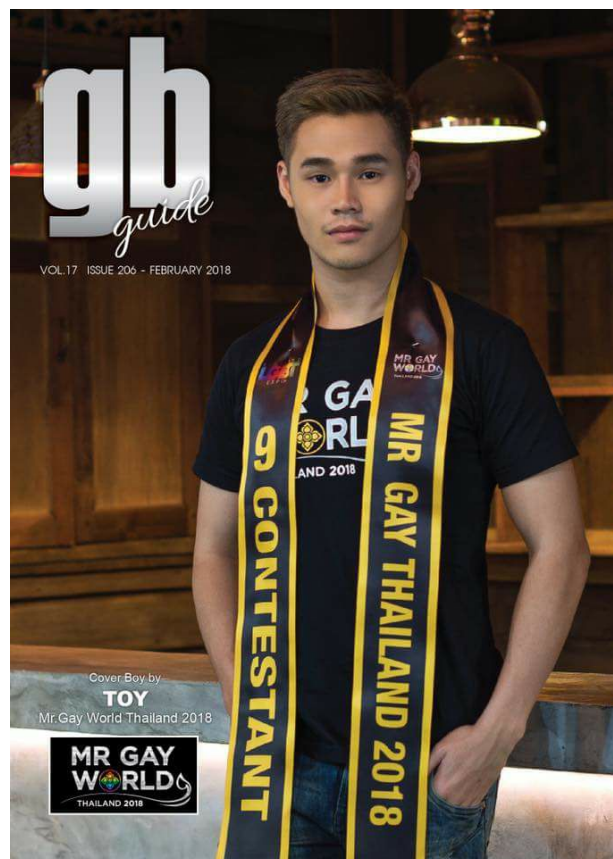
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.)

อีกทั้งยังนำเสนอจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวรายจังหวัดที่เป็นมิตรต่อประเทศไทย 8 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย กระบี่ สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) ภูเก็ต ชลบุรี (พัทยา) และ ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และรายละเอียดการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งยังรวบรวมธุรกิจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว

2) การส่งเสริมการเสนอขายโดยภาคประชาสังคมและภาคเอกชน

การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ในประเทศไทย จากการทำงานของภาคประชาสังคมและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง พบว่า GB Guide Magazine นิตยสารฉบับพกพาให้บริการ

นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย เช่น แผนที่สถานให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คลับ บาร์ ชานว่ ตัน โด บริเวณถนนซอยสีลมซอย 2 สีลม ซอย 4 เขตจตุจักร และข้อมูลจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สถานีตำรวจ โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น



ภาพที่ 4.2 GB Guide Magazine ฉบับที่ 17 ประจำเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

ที่มา: Mr Gay World Thailand (2018)

และการบริการข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสารสนเทศ เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ เช่น www.thegaypassport.com www.travelgay.com ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ในประเทศไทย บอกถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศไทย การเดินทางในประเทศไทย ร้านอาหารเกย์บาร์ สถานที่ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เบอร์โทรฉุกเฉินสำหรับนักท่องเที่ยว บทสนทนาภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับกลุ่มเกย์ เป็นต้น

4.2.2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

1) การส่งเสริมการขายโดยภาครัฐ

เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ไม่มีนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากภาครัฐ เนื่องจากการส่งเสริมอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ขัดกับหลักความเชื่อของศาสนา ทำให้รัฐบาลไม่มีมาตรการในการเสนอขายการท่องเที่ยวต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเลยทั้งในอดีตและปัจจุบัน

2) การส่งเสริมการขายโดยภาคประชาสังคมและภาคเอกชน

การขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงพบเห็นได้ในธุรกิจการให้ข้อมูลด้านท่องเที่ยว เช่น Gay Bali Tour เป็นทีมงานของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวที่เป็นผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกย์และเลสเบียนในบาหลิตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 โดย Gay Bali Tour ให้ข้อมูลและความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในทุกด้านของการเดินทางในบาหลิและทั่วอินโดนีเซียทั้งเรื่องอาหารสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักที่เป็นมิตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

4.2.2.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

1) การส่งเสริมการขายโดยภาครัฐ

ภาครัฐของเมืองบาร์เซโลนาและแคว้นกาตาลุญญาให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่กับการขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา (Turisme de Barcelona) ที่ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สิ่งหนึ่งที่น่าสังเกตคือ การจัดทำเว็บไซต์ หรือเอกสารให้ข้อมูลต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ของสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนาที่มีความแตกต่างกันระหว่างแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์แบบหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ นั่นคือการเสนอตัวเลือกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพิ่มเติมไปจากแหล่งท่องเที่ยวปกติสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ โดยสามารถศึกษาข้อมูลจากแผ่นพับที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป หรือเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ก็เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวทั่วไปด้วย เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้การมีตัวตนของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นทางการ เพราะเป็นการสนับสนุนโดยตรงจากรัฐบาล

2) การส่งเสริมการขายโดยภาคประชาสังคมและภาคเอกชน

หน่วยงานผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีการทำงานในการเสนอขายข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สเปนร่วมกับรัฐบาล โดยการทำแผ่นพับ gay map ในหลายรูปแบบที่เป็นระบบและเข้าใจง่าย มีทั้งภาษาสเปนและภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังให้บริการในรูปแบบออนไลน์ คือ www.visitgaybarcelona.com ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา

อีกตัวอย่างหนึ่งของบริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คือ แอปพลิเคชัน Urbanloop: GAYMAP เป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ให้บริการทั้งระบบ iOS และระบบ Android ที่พัฒนาโดยบริษัทเอกชน บริการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ โดยให้ข้อมูลครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวชื่อดังหลายแห่งภายในประเทศสเปน เช่น บาร์เซโลนา ซิทเจส มาดริด อิบิซา เป็นต้น หรือแม้กระทั่ง www.travelgay.com เว็บไซต์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชื่อดังก็มีหน้าแนะนำเมืองบาร์เซโลนาโดยเฉพาะ

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยใช้ SWOT Analysis

ประเทศ	นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายและนโยบาย SWOT Analysis			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
ประเทศไทย	กฎหมายสิทธิพลเมือง	- มีพ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ให้ความคุ้มครองการเลือกปฏิบัติ - มีร่างพ.ร.บ.เกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศหลายฉบับที่ดูก้าวหน้าแสดงถึงความเปิดกว้าง - มีการเคลื่อนไหวด้านสิทธิความเท่าเทียมอยู่เป็นระยะ - คนไทยส่วนใหญ่ไม่ต่อต้านพฤติกรรมความรักเพศเดียวกัน	- รายละเอียดกฎหมายที่ไม่ได้ให้สิทธิอย่างเต็มที่ มีรายละเอียดข้อยกเว้นและคำจำกัดความที่เป็นปัญหา เป็นพ.ร.บ.ที่สร้างขึ้นใหม่ - ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการร่างกฎหมายน้อย ขาดการตรวจสอบ - ขาดสิทธิกลุ่มคนข้ามเพศและสิทธิการรับเลี้ยงบุตร - ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวกฎหมายอย่างทั่วถึง	- นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางไปยังประเทศที่กฎหมายมีความเท่าเทียมและคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - ความเท่าเทียมทางเพศเป็นประเด็นระดับโลกที่คนให้ความสำคัญและคอยจับตามอง - ในทวีปเอเชียมีเพียงไต้หวันที่ผ่านมากฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน	- คนท้องถิ่นที่ไม่เปิดรับและผู้มีอำนาจที่อนุรักษ์นิยมอาจออกมาต่อต้าน - กฎหมายเรื่องสารเสพติดยังไม่รัดกุม - การออกกฎหมายที่บ่งชี้ถึงความเป็นอื่นในสังคมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

	นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าอื่น ๆ	- ไม่มีนโยบายรัฐที่ขัดขวางการขายการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - มีเว็บไซต์ทางการที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - ภาคเอกชนประชาสัมพันธ์ได้ดี แหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ในประเทศไทยเป็นที่รู้จักระดับนานาชาติ - การท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยมีศักยภาพ - ภาคประชาชนไม่ต่อต้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว	- ภาครัฐยังสนับสนุนนโยบายการขายอย่างเต็มกำลังเท่าที่ควร - กฎหมายไม่เอื้อให้เกิดการขายสินค้าการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบคู่สมรส - ผู้ให้บริการบางรายและเจ้าหน้าที่ยังมีความเข้าใจไม่เพียงพอต่อประเด็นความอ่อนไหวในเรื่องเพศและไม่พร้อมให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ - มีข้อจำกัดทางจารีตประเพณีแบบอนุรักษ์นิยมที่ขัดแย้งกับความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางประเภท - ผู้ให้บริการบางรายและเจ้าหน้าที่ยังไม่มี	- มีทรัพยากรเพียงพอและหลากหลายที่จะกลายเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชั้นนำดีเยี่ยมหากได้รับการสนับสนุนจากนโยบายการขายที่ตรงจุด - ความพร้อมทางด้านทรัพยากรจะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในทวีปเอเชีย - สภาพภูมิศาสตร์ของประเทศไทยจะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน จะทำให้ผู้ประกอบการสนใจมาลงทุน	- พื้นที่ที่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจะมีค่าครองชีพสูงขึ้น อาจทำให้คนท้องถิ่นไม่พอใจและเกิดการต่อต้าน - นโยบายการขายสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อาจนำไปสู่การผลิตซ้ำภาพจำของกลุ่มเกย์ และการทำให้อัตลักษณ์ทางเพศกลายเป็นสินค้า จนหลงลืมถึงการให้สิทธิความเท่าเทียมทางเพศที่แท้จริงซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากกว่า
--	---	--	--	---	--

			พร้อมทางด้านภาษา เป็น อุปสรรคต่อการให้บริการ		
เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	กฎหมายสิทธิพลเมือง	- กฎหมายไม่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาที่ต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	- ไม่มีกฎหมายคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเลย - คนในท้องถิ่นยังได้รับอิทธิพลทางศาสนาที่ไม่เปิดกว้างต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - การเคลื่อนไหวด้านสิทธิความเท่าเทียมไม่ได้รับการสนับสนุน	- นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางไปยังประเทศที่กฎหมายมีความเท่าเทียมและคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - ความเท่าเทียมทางเพศเป็นประเด็นระดับโลกที่คนให้ความสำคัญและคอยจับตามอง - ในทวีปเอเชียมีเพียงไต้หวันที่ผ่านกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน	- คนท้องถิ่นที่ไม่เปิดรับและผู้มีอำนาจที่อนุรักษ์นิยมอาจออกมาต่อต้าน - อาจเกิดความแตกแยกภายในสังคมหากมีการผ่านกฎหมาย ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อทางศาสนา
	นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าอื่น ๆ	- มีความพยายามในการจัดทำนโยบายเองโดยผู้ประกอบการ - ผู้ให้บริการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่ง	- ภาครัฐไม่ให้การสนับสนุนในด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลย	- มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเมืองบาห์ลีในกลุ่มนักท่องเที่ยวเองอยู่แล้ว	- คนท้องถิ่นบางส่วนพร้อมที่จะต่อต้านนโยบายใด ๆ ที่สนับสนุนสิทธิกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

		ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ได้	- ภาคประชาชนต่อต้านนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เนื่องจากขัดกับความเชื่อทางด้านศาสนา - กฎหมายไม่เอื้อต่อการเสนอนโยบายการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์	- มีความต้องการสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศจากคนรุ่นใหม่ภายในประเทศอินโดนีเซีย และนานาชาติ	- แม้จะมีนโยบาย แต่สังคมยังไม่มีความเข้าใจเรื่องเพศ อาจทำให้ผู้ประกอบการละเลยการปฏิบัติตามนโยบาย
เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	กฎหมายสิทธิพลเมือง	- มีกฎหมายว่าด้วยความเท่าเทียมทางเพศครอบคลุมในทุก ๆ มิติ มีข้อจำกัดน้อยมาก เป็นการแก้ไขกฎหมายเดิมให้ครอบคลุมคนทุกกลุ่มไม่ได้เป็นการเขียนกฎหมายใหม่ขึ้นมา - กฎหมายว่าด้วยความเท่าเทียมมีการบังคับใช้มาเป็นระยะเวลานาน - ภาครัฐเคร่งครัดกับการปฏิบัติตามกฎหมายลงโทษผู้กระทำผิดจริง	- กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิของคนข้ามเพศยังมีรายละเอียดที่ทำให้กระบวนการเปลี่ยนชื่อและคำนำหน้านามมีความยุ่งยากอยู่บ้าง	- นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางไปยังประเทศที่กฎหมายมีความเท่าเทียมและคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - คู่รักที่เป็นคนเพศเดียวกันหลายคู่ไม่สามารถแต่งงานในประเทศของตนเองได้ จึงอาจมีเป้าหมายเดินทางไปยังประเทศที่อนุญาตให้คนเพศเดียวกัน	- คนท้องถิ่นอาจไม่เปิดรับด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ - กระแสชาวกีฬาที่กำลังเกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศในทวีปยุโรปรวมทั้งในประเทศสเปน

				แต่งงานกันได้อย่างถูกกฎหมาย	
	นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าอื่น ๆ	- ภาครัฐให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์อย่างเต็มที่ - ภาคเอกชนทำงานได้อย่างอิสระ จึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์อย่างหลากหลาย เป็นที่นิยมในระดับนานาชาติ - ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่มีความเข้าใจในประเด็นความอ่อนไหวเรื่องเพศอย่างดี และมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างดี อีกทั้งยังมีความพร้อมทางด้านภาษาด้วย	- นโยบายยังไม่ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับความขัดแย้งของคนท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบทางด้านค่าครองชีพที่สูงขึ้น	- การพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะเป็นการพัฒนาสาธารณูปโภคของคนในท้องถิ่นด้วย - นโยบายต่าง ๆ จะยังนำความเข้าใจมาสู่คนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น - ประเทศส่วนใหญ่ในทวีปยุโรปไม่มีชายหาดที่มีอุณหภูมิเหมาะสมสำหรับลงเล่นน้ำเหมือนประเทศสเปน - นักเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาคธุรกิจอื่น ๆ ภายในประเทศที่ไม่ใช่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภายใต้	- อาจถูกต่อต้านโดยกระแสอนุรักษ์นิยมที่กำลังเกิดขึ้นในประเทศสเปน - อัตลักษณ์ทางเพศแบบเกย์อาจถูกทำให้กลายเป็นสินค้ามากเกินไป จนประเด็นความเท่าเทียมทางเพศที่แท้จริงถูกลดความสำคัญและอาจนำไปสู่การสร้างภาพจำที่ลดทอนความเท่าเทียมทางเพศ - ราคาสินค้าการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์อาจมีราคาสูงเกินไปจากการถูกมองว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม จนทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หัน

		- มีการจัดพื้นที่เฉพาะอย่างชัดเจน คือเกย์ซัมเปิล ให้เป็นศูนย์กลางรวบรวมสินค้าการท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - ภาคประชาชนให้การตอบรับที่ดีกับประเด็นความเท่าเทียมทางเพศเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก - ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนพร้อมที่จะทำงานร่วมกัน แต่ก็มี การแยกกันทำงานอย่างชัดเจนในแต่ละด้านอย่างมีระบบ - มีการประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพ เป็นระบบ และเชื่อถือได้		สถานการณ์เศรษฐกิจที่ไม่สู้ดีนักในทวีปยุโรป - ภาพลักษณ์ของประเทศดูดีขึ้นในเวทีสากล ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประเทศในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะนำมาซึ่งการลงทุนจากต่างชาติ - ส่งผลดีต่อสังคมในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านศิลปะ และวัฒนธรรม มีการสร้างสรรค์งานศิลปะที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	หาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้เจาะตลาดเฉพาะ
--	--	--	--	---	---

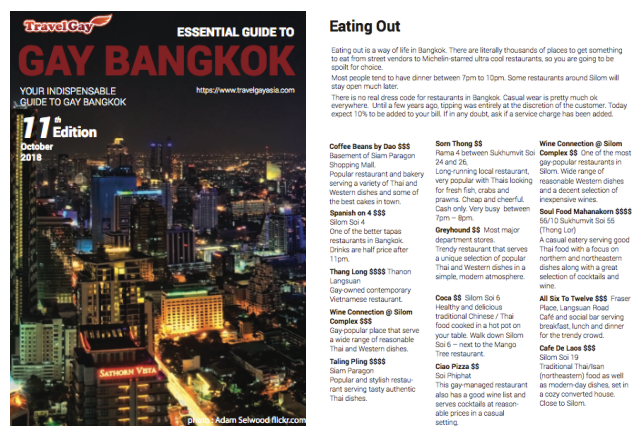
ที่มา: คณะผู้วิจัย (2563)

4.3 ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

4.3.1 ประเทศไทย

4.3.1.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ (Convenience tourism products) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทันทีตามความต้องการ มักมีราคาไม่แพง หาซื้อง่าย และเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก เป็นต้น จากการสังเกตการณ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ในประเทศไทย หรือหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ในประเทศไทยจาก Go Thai Be Free และคู่มือแนะนำการท่องเที่ยว “Essential Guide To Gay Bangkok” จาก www.travelgayasia.com ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกคน ไม่เฉพาะเพียงแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่านั้น และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการอาหารและเครื่องดื่มไม่เหมือนกัน โดยรายชื่อร้านอาหารแนะนำที่ปรากฏในคู่มือแนะนำการท่องเที่ยว “Essential Guide To Gay Bangkok” คือร้านอาหารชื่อดังที่ได้รับรางวัล Michelin-starred และร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและคนไทย ไม่ได้เป็นรายชื่อร้านอาหารที่ขายเฉพาะแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ในคู่มือแนะนำการท่องเที่ยว “Essential Guide To Gay Bangkok” มีการระบุเพิ่มเติมถึงรายละเอียดของร้านอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับเกย์ เช่น การระบุถึงเพศสภาพของเจ้าของธุรกิจ การระบุถึงความเป็นมิตรของพนักงานร้านอาหารต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การระบุถึงสถานที่ตั้งที่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้เกย์ว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บริการ



ภาพที่ 4.3 “Essential Guide To Gay Bangkok”

ที่มา: Travelgay Team (2019)

สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมหรือที่พักอาศัยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

โดยเฉพาะในประเทศไทยยังไม่พบเจอบ่อยนัก โดยโรงแรมเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวของเกย์จะเป็นรูปแบบชานาเฉพาะกลุ่มเกย์ ที่ขยายธุรกิจให้บริการโรงแรมหรือที่พักอาศัยซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นมิตรเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ไม่ค่อยเป็นมิตรสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเพศสภาพหรือเพศกำเนิดอื่น โดยในกฎระเบียบของโรงแรมหรือชานาจะไม่อนุญาตให้เด็กและเพศหญิงเข้าใช้บริการ เนื่องจากเป็นสถานที่เฉพาะเพศสภาพเกย์ หรือบุคคลที่มีเพศกำเนิดชายเท่านั้น



ภาพที่ 4.4 ห้องพัก Garden Suite ของธุรกิจชานานาบิลอน

ที่มา: Babylon Bangkok (n.d.)

นอกจากนี้ยังมีโรงแรมที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จากการแนะนำโรงแรมและที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะ เช่น www.thegaypassport.com www.gothaibefree.com www.travelgay.com เป็นต้น โดยการให้ข้อมูลโรงแรมที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พิจารณาจากสถานที่ตั้งของโรงแรมที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ ความเป็นมิตรของพนักงานต้อนรับต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่มีข้อห้ามเกี่ยวกับการพาบุคคลภายนอกขึ้นห้องพัก ขนาดห้องพักที่ใหญ่และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม สระว่ายน้ำกลางแจ้งและฟิตเนสที่มีอุปกรณ์ครบครัน โรงแรมที่มีกิจกรรมสำหรับกลุ่มเกย์ (Gay night party) และรองรับการจัดกิจกรรมสำหรับกลุ่มเกย์ (Gay events) เช่น Hotel Muse Bangkok เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากงานอีเวนต์ประจำปี gCircuit ทำให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก โรงแรมทานตะวัน สุรวงศ์ เป็นโรงแรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ชอบท่องเที่ยวในตอนกลางคืนเพราะโรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น G.O.D. สีส้มซอย 2 และโรงแรม Ibis สาทร ที่ตั้งอยู่ใกล้ Babyon sauna ในระยะเดินถึง จึงเป็นโรงแรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกใช้บริการ เป็นต้น

2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism products) ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต้องการ แต่เกิดขึ้นหลังพิจารณาเปรียบเทียบกับประเภทอื่น ๆ โดยนักท่องเที่ยวมักต้องการคุณภาพและราคาที่เหมาะสมตามความพึงพอใจของตน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทที่ราคาสูงกว่าประเภทอื่น เช่น โปรแกรมอาหารค่ำหรือทัวร์ท่องเที่ยวกรุงเทพ เป็นต้น

หากกล่าวถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์ท่องเที่ยวในประเทศไทย จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่างชาติที่เลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนมากมีการเตรียมตัวในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองไทยด้วยตนเองและการสอบถามจากคนรู้จักที่เป็นคนไทยและเพื่อนที่เคยมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย หรือพนักงานต้อนรับที่โรงแรมเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในไทยและการเดินทางในกรุงเทพ เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่เดินทางสะดวกสบาย เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก การหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในไทยสามารถเข้าถึงได้ง่าย และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่เฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษ นอกจากสถานที่ที่เป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ เช่น เกย์บาร์ และชานา ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยประเภททัวร์การท่องเที่ยว จึงไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเดินทางได้สะดวกสบาย โดยไม่ต้องการผู้นำเที่ยว

3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty tourism products) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีราคาสูงที่สุดแต่เป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวที่ต้องพิจารณา โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มักใช้เวลาพิจารณาประเภทนี้นานที่สุดเพื่อให้ได้ตามความพึงพอใจสูงสุด เช่น ตัวเครื่องบิน โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เกี่ยวกับการจัดการตัวเครื่องบินพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง โดยหลายคนซื้อตัวเครื่องบินและจองโรงแรมผ่านเอเจนซีการท่องเที่ยวหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการจองตัวเครื่องบินและโรงแรม เช่น www.skyscanner.com www.booking.com www.expedia.com www.cheapflight.com เป็นต้น

4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ (Unsought tourism products) องค์ประกอบการท่องเที่ยวประเภทของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุก โดยประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น gCircuit's Songkran Party งานปาร์ตี้ระดับโลกที่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก ซึ่งจะจัดทุกปีช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายน โดยจัดขึ้นทั้งหมด 3 วัน โดยงาน gCircuit เป็นงานที่รวบรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากทั่วโลกประมาณ 5000 คนต่อวัน พร้อมเหล่าพริตตี้บอย นายแบบ และนางโชว์ (Drag Queen) ที่คอยสร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.5 ภาพบรรยากาศในงาน gCircuit 2019

วันที่ 12-14 เมษายน 2562 ณ GMM Live House

ที่มา: วรชมน ไตรยศักดา (2562)

ข้อมูลเชิงลึกจากแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เกี่ยวกับงานกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า งาน gCircuit 2019 (12 – 14 กุมภาพันธ์ 2562 จัดขึ้นที่ GMM Live House เซ็นทรัลเวิลด์) ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นปาร์ตี้ที่ยิ่งใหญ่ระดับเอเชีย และการตัดสินใจเข้าร่วมปาร์ตี้ gCircuit เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นักท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวอย่างมากในการเข้าร่วมงานปาร์ตี้ โดยเฉพาะเรื่องค่าใช้จ่าย ค่าตัวเข้าร่วมงานราคาประมาณ 3500 บาทต่อวัน ค่าตัวเครื่องบินในช่วงเทศกาล ค่าที่พักที่ใกล้สถานที่ร่วมงาน และค่าใช้จ่ายในแต่ละวันซึ่งมีราคาแพงในช่วงเทศกาล และการเตรียมความพร้อมร่างกาย โดยนักท่องเที่ยวหลายคนตั้งใจออกกำลังกายอย่างหนัก สร้างซิกแพคเพื่อให้มีร่างกายที่ดี และสร้างความมั่นใจให้เขาขณะอยู่ในงานปาร์ตี้

4.3.1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ยังไม่พบทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มเกย์เป็นสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม แต่การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น เทศกาลสงกรานต์ เป็นเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เอเชียเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเยอะมากในเทศกาลดังกล่าว โดยสถานที่ยอดนิยมในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ได้แก่ ถนนสีลมบริเวณ ซอย 2 และซอย 4 และงานปาร์ตี้อีเวนต์ระดับโลกสำหรับ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น gCircuit's Songkran Party งานปาร์ตี้ระดับโลกที่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก ซึ่งจะจัดทุกปีช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายน



ภาพที่ 4.6 บรรยากาศเทศกาลสงกรานต์ ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร

ที่มา: ดีเอ็น บรอดคราสท์ (2561)

2) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access)

การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ ในประเทศไทยพบบริการข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสารสนเทศ เช่น www.gothaibefree.com ภายใต้การทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์อื่น ๆ เช่น www.thegaypassport.com www.travelgay.com ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ในประเทศไทย บอกถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศไทย การเดินทางในประเทศไทย ร้านอาหารเกย์บาร์ สถานที่ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เบอร์โทรฉุกเฉินสำหรับนักท่องเที่ยว บทสนทนาภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับกลุ่มเกย์ เป็นต้น



ภาพที่ 4.7 เว็บไซต์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ สำหรับกลุ่มเกย์ The Gay Passport

ที่มา: The Gay Passport (n.d.)

3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities)

สิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวและระบบสาธารณสุขการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยพบว่า การเข้าถึงยาเป็บ (ยาฉุกเฉินสำหรับการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ได้อุปกรณ์) เป็นที่โดดเด่นสำหรับประเทศไทย จากการสัมภาษณ์ Bali Medika คลินิกทำงานเรื่อง HIV/AIDS เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียกล่าวว่า หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับสุขภาวะทางเพศสำหรับผู้มีความหลากหลายทางเพศของประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นที่โดดเด่น ด้วยราคาที่จับต้องได้และการเข้าถึงง่าย นักท่องเที่ยวหรือคนท้องถิ่นสามารถรับยาเป็บในราคาถูกจากโรงพยาบาลหรือคลินิกที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะทางเพศ ซึ่งมีความหลากหลายให้เลือกตามความสะดวกและความพึงพอใจกับราคาในการใช้บริการ และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่างชาติหลายคนตัดสินใจบินมาที่ประเทศไทย เพื่อซื้อยาเป็บกลับไปยังประเทศเขาด้วย

4) ที่พัก (Accommodation)

การบริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีไม่หลากหลายมากนัก แต่หากกล่าวถึงโรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีให้บริการอย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับราคา สถานที่ตั้งและคุณภาพ ส่วนการบริการด้านบันเทิงเริงรมย์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยมีให้เลือกอย่างหลากหลาย โดยธุรกิจโรงแรมหรือที่พักอาศัยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะในประเทศไทยยังไม่พบเจอบ่อยนัก โดยโรงแรมเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวของเกย์จะเป็นรูปแบบชานาเฉพาะกลุ่มเกย์ ที่ขยายธุรกิจให้บริการโรงแรมหรือที่พักอาศัยซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นมิตรเฉพาะกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ไม่ค่อยเป็นมิตรสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเพศสภาพหรือเพศกำเนิดอื่น โดยในกฎระเบียบของโรงแรมหรือชานาน่าจะไม่อนุญาตให้เด็กและเพศหญิงเข้าใช้บริการ เนื่องจากเป็นสถานที่เฉพาะเพศสภาพเกย์ หรือบุคคลที่มีเพศกำเนิดชายเท่านั้น เช่น โรงแรม Club one seven gay men Chaing Mai เป็นโรงแรมที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนเพื่อตอบสนองกลุ่มเกย์ ภายในมีการบริการสปาครบวงจร ห้องทรีทเมนต์ที่สะดวกสบาย บริการนวดผ่อนคลายให้ผู้เข้าพักและผู้ที่ต้องการใช้บริการ ภายในมีห้องพักจำนวน 11 ห้อง ตกแต่งสวยงามในกลิ่นอายความเป็นล้านนา สระว่ายน้ำกลางแจ้งที่มีสัญลักษณ์แสดงความเป็นชายในลวดลายกระเบื้องของสระว่ายน้ำ พร้อมทั้งมีห้องอาบน้ำรวมพร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และพนักงานชายคอยให้บริการผู้ให้บริการอย่างเป็นกันเอง

Blu Cabin Gay Poshtel by Chakran Sauna เป็ดให้บริการที่พักอาศัยให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ไม่อนุญาตให้เด็กและเพศหญิงเข้าใช้บริการ โดย Blu Cabin Gay Poshtel เป็นหนึ่งในการบริการของชานาน่าเกย์ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถใช้บริการชานาน่าที่ถาวรแบบไม่เสียค่าบริการ เช่นเดียวกับ Babylon Bangkok ชานาน่าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก มีการให้บริการโรงแรมแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถใช้บริการชานาน่าไม่เสียค่าบริการ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก John หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง M.A.N. resort บาห์ลี กล่าวว่าได้รับแรงบันดาลใจการสร้างธุรกิจชานาน่าและบริการที่พักอาศัย M.A.N. resort ที่บาห์ลีจาก Babylon กรุงเทพฯ โดยการออกแบบการใช้งานพื้นที่ที่ใกล้เคียงกับ Babylon มีสระว่ายน้ำกลางแจ้ง อ่างน้ำจากภูเขาและห้องมีด ผู้บริหาร M.A.N.

resort มีความต้องการจะสร้าง M.A.N. resort ให้เป็น Babylon ที่บาห์ลี ขาวน่าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่างชาติและคนท้องถิ่นบาห์ลี และข้อมูลเพิ่มเติมจากการพูดคุยกับผู้ให้บริการ M.A.N. resort ที่เคยมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย หลายคนเคยใช้บริการขาวน่าที่ Babylon และมีประสบการณ์ที่ประทับใจที่ Babylon อย่างมาก เป็นการยืนยันว่า Babylon sauna ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ต่างชาติ



ภาพที่ 4.8 Blu Cabin Gay Poshtel by Chakran Sauna

ที่มา : Blue Cabin Ari Poshtel (n.d.)

นอกจากนั้นยังมีโรงแรมที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จากการแนะนำโรงแรมและที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะ เช่น www.thegaypassport.com www.gothaibefree.com www.travelgay.com เป็นต้น โดยการให้ข้อมูลโรงแรมที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พิจารณาจากสถานที่ตั้งของโรงแรมที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ ความเป็นมิตรของพนักงานต้อนรับต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่มีข้อห้ามเกี่ยวกับการพาบุคคลภายนอกขึ้นห้องพัก ขนาดห้องพักที่ใหญ่และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม สระว่ายน้ำกลางแจ้งและฟิตเนสที่มีอุปกรณ์ครบครัน โรงแรมที่มีกิจกรรมสำหรับกลุ่มเกย์ Gay night party และรองรับการจัดกิจกรรมอื่น ๆ สำหรับกลุ่มเกย์ เช่น Hotel Muse Bangkok เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากงานอีเวนต์ประจำปี gCircuit ทำให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก โรงแรมทานตะวัน สุรวงศ์ เป็นโรงแรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ชอบท่องเที่ยวในตอนกลางคืนเพราะโรงแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น G.O.D. สีส้มซอย 2 และโรงแรม Ibis สาทร ที่ตั้งอยู่ใกล้ Babylon sauna ในระยะเดินถึง จึงเป็นโรงแรมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกใช้บริการ เป็นต้น

5) กิจกรรมต่าง ๆ (Activities)

กิจกรรมการท่องเที่ยว เหตุการณ์ เทศกาล และกิจกรรม ซึ่งนับเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญอีกประการหนึ่ง โดยเทศกาลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชอบและเป็นที่ยอมรับมาก ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ของประเทศไทย โดยเฉพาะบริเวณสี่ลมซอย 2 และซอย 4 ถือเป็นแหล่งรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากเอเชียและทั่วโลก ถือเป็นเทศกาลที่รวมกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเข้ามาในประเทศไทยได้มากที่สุด นักท่องเที่ยวหลายคนมองว่าเทศกาลสงกรานต์ที่ถนนสีลมมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นงาน Pride ของประเทศไทยได้เช่นกัน แต่ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

โดยประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น gCircuit's Songkran Party งานปาร์ตี้ระดับโลกที่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก ซึ่งจะจัดทุกปีช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนเมษายน โดยจัดขึ้นทั้งหมด 3 วัน โดยงาน gCircuit เป็นงานที่รวบรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากทั่วโลกประมาณ 5000 คนต่อวัน พร้อมเหล่าพริตตี้บอย นายแบบ และนางโชว์ (Drag Queen) ที่คอยสร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยว

4.3.1.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังจ่ายสูง เดินทางบ่อย จึงมีการทำงานเกี่ยวกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ในรูปแบบของการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในการหาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ชื่อว่า Go Thai Be Free ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นจากการสนับสนุนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ต้องการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะกลุ่มเกย์ให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น โดยรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวสถานบันเทิง การท่องเที่ยวตามเทศกาล และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นต้น รวมถึงการรวบรวมข้อมูลสถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น การรวบรวมโรงแรมหรือที่พักที่มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ความพร้อมของประเทศไทยในการต้อนรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนี้ การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นี้ อาจกล่าวได้ว่า การสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศและเกย์ ว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากสถานที่และการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว ถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ดีสำหรับกลุ่มเกย์

โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสมาคมมัคคุเทศก์ สามารถยืนยันได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความต้องการเหมือนนักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปคือต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน หากรัฐ

สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นได้ว่า หากพวกเขาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พวกเขาจะไม่ถูกทำร้าย เพียงเพราะพวกเขาเข้ามามีลักษณะบางประการที่แตกต่างไปจากสังคมไทย เช่น เพศ ศาสนา ความเชื่อ ทัศนคติ กลุ่มคนนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มต้องมีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้ามาท่องเที่ยว

4.3.2 เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

4.3.2.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ (Convenience tourism products) จากการสังเกตการณ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเว็บไซต์บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลี จาก www.travelgayasia.com ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกคน ไม่เฉพาะเพียงแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่านั้น และนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการอาหารและเครื่องดื่มไม่เหมือนกัน โดยรายชื่อร้านอาหารแนะนำที่ปรากฏในเว็บไซต์ คือร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ไม่ได้เป็นรายชื่อร้านอาหารที่ขายเฉพาะแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่านั้น โดยมีการระบุเพิ่มเติมถึงรายละเอียดของร้านอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับเกย์ เช่น การระบุถึงเพศสภาพของเจ้าของธุรกิจ การระบุถึงความเป็นมิตรของพนักงานร้านอาหารต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การระบุถึงสถานที่ตั้งที่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้เกย์ว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้บริการ

2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism products) เช่น ทัวร์การท่องเที่ยว โดยข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึกกับ Gay Bali Tour เป็นทีมงานของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวที่เป็นผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเกย์และเลสเบียนในบาห์ลีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 บริษัทก่อตั้งโดย Rio Maryono ตัวแทนท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลกและชุมชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การให้บริการของ Gay Bali Tour สามารถช่วยเหลือคุณเกี่ยวกับการเดินทางในบาห์ลีทั้งเรื่องอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักที่เป็นมิตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ โดย Gay Bali Tour มีทัวร์แบบหลากหลายแพ็คเกจสำหรับบุคคลคู่รักและกลุ่มหรือการจัดทริปการเดินทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และ Gay Bali Tour คือธุรกิจการให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศหนึ่งเดียวในบาห์ลี



ภาพที่ 4.9 ทวิตเตอร์ “Gay Bali Tour”

ที่มา: Gay Bali Tours (n.d.)

3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ (Unsought tourism products) องค์ประกอบ การท่องเที่ยวประเภทของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุก จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเฉพาะกลุ่มเกย์ Bali Joe พบว่า รัฐบาลบาหลิไม่เคยมีการสนับสนุนการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเชิงนโยบายหรือการโฆษณาการท่องเที่ยวต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทาง เพศ ไม่เคยมีการจัดกิจกรรมเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่ทางร้าน Bali Joe หรือกลุ่มธุรกิจ เพื่อการบริการเฉพาะกลุ่มเกย์จะจัดกิจกรรมเพื่อการโฆษณาและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้มาท่องเที่ยวเอง เช่น การจัดโปรโมชั่น Happy Hour การลดราคาค่าบริการการนวดและการเข้าใช้บริการชานวน่า เป็นต้น



ภาพที่ 4.10 บรรยากาศร้าน Bali Joe ผับเกย์ชื่อดังหาด Seminyak

ที่มา: Bali Joe Team (n.d.)

4.3.2.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการ Nengah Subadra จากสถาบันการท่องเที่ยวแห่งทรีอัทมา จายา (Tourism Institute of Triatma Jaya) เกี่ยวกับสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของบาห์ลีพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวของเมืองบาห์ลีมีความพร้อมในทุกด้านอยู่แล้วสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย (Attraction) เช่น Bali Swing ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในปัจจุบัน โดยเกิดจากการสนับสนุนจากกลุ่มคนท้องถิ่นและอีกรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยอดนิยมสำหรับเมืองบาห์ลีคือ การท่องเที่ยวเชิงชุมชนโดยนักท่องเที่ยวจะเลือกเที่ยวในชุมชนเล็ก ๆ เพื่อชื่นชมวัฒนธรรมท้องถิ่น ชิมซบกลิ่นอายของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งให้ประสบการณ์ที่ล้ำค่าต่อนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยจากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่า สถานที่ดึงดูดใจทางธรรมชาติของบาห์ลีมีความโดดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่เพียงเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสถานที่ดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในบาห์ลีคือ บาร์เกย์ เช่น Bali Joe บาร์เกย์ยอดนิยมของบาห์ลี ซึ่งเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวทุกคน ไม่เฉพาะแค่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพียงเท่านั้น

2) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หากกล่าวถึงการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว M.A.N Resort มีการวางแผนการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต โดยมีโครงการสร้างเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเกย์ในบาห์ลี (Accessibility) ในอินเทอร์เน็ตในอีก 6 เดือน เพื่อเป็นพื้นที่ในการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เข้าถึงข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับสังคมเกย์ในบาห์ลีที่จัดทำโดยกลุ่มเกย์ท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต

โดยสถานการณ์การเข้าถึงพื้นที่ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในบาห์ลี (Accessibility) องค์กร Yayasan Gaya Dewata กล่าวว่า ในอดีตผับชื่อดังของบาห์ลีไม่ให้กะเทยเข้าใช้บริการ โดยเจ้าของกิจการให้เหตุผลว่ากะเทยชอบขโมยของ และเข้าไปขายบริการแฝงในสถานบันเทิง ทำให้ทางผับไม่อนุญาตให้กะเทย (Transgender) เข้าใช้บริการ แต่ปัจจุบันโดนสั่งปิดบริการไปแล้ว แต่ไม่ได้ระบุว่าโดนสั่งปิดเพราะการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศหรือไม่ และไม่พบปัญหาในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วยเหตุทางเพศในบาห์ลี

เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่สนามบิน (AIC) Bali Tourism Board ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบในการเข้าศาสนสถานในบาห์ลี ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมีเพศกำเนิดอะไรก็ตามต้องเปลี่ยนเป็นกางเกงหรือกระโปรงเป็นการใส่ใส่สร้าง หากต้องเข้าศาสนสถานสำคัญของบาห์ลี ทุกคนต้องปฏิบัติเหมือนกันจึงไม่มีปัญหาในการเข้าถึงศาสนสถานด้วยเหตุทางเพศ

3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities)

สิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บาห์ลีที่โดดเด่นจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลีพบว่า ตำรวจบาห์ลีมีคติหลักในการทำงานช่วยเหลือประชาชนว่า “ตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลีจะช่วยเหลือทุกคนเท่าเทียมกัน” และ “ตำรวจไม่สามารถปฏิเสธที่จะช่วยเหลือประชาชนหรือนักท่องเที่ยวได้ หากนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ เราต้องช่วยให้ถึงที่สุด” ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเรื่องเพศ เชื้อชาติ ศาสนา จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทุกคนเท่าเทียมกันดังมนุษย์หนึ่งคนพึงได้รับ ทำให้ไม่พบปัญหาในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของการคุ้มครองความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ด้วยเหตุทางเพศ

4) ที่พัก (Accommodation)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก Nengah Subadra จากสถาบันการท่องเที่ยวแห่งทริอัมมา จายา เกี่ยวกับสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทที่พักอาศัยของบาห์ลีพบว่า ที่พักอาศัย (Accommodation) ที่บาห์ลีมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและราคา ขึ้นอยู่กับความชอบและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน และไม่ได้มีการบริการเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์



ภาพที่ 4.11 ภาพบรรยากาศ M.A.N. resort

ที่มา: Queer in the World (n.d.b)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกคุณ John ผู้ร่วมก่อตั้ง M.A.N. resort กล่าวว่า ในอดีตเคยมีการสร้างโรงแรมเกย์ในบาห์ลี แต่ปัจจุบันโรงแรมนั้นถูกปิดไปแล้ว เนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ แต่ปัจจุบัน M.A.N. resort กำลังขยายธุรกิจการให้บริการโรงแรมและที่พักอาศัยในอนาคต อยู่ในช่วงการก่อสร้างโดยมีแผนในการสร้างโรงแรมและคอนโดมิเนียมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยจุดประสงค์ในการขยายธุรกิจเปิด

บริการโรงแรมเพื่อการสร้างชุมชนเกย์ในบาหลิ ให้ทุกคนรู้สึกเหมือนบ้าน และเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยในการเปิดเผยเพศวิถีของตนเองอย่างเต็มที่

5) กิจกรรมต่าง ๆ (Activities)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ Gay Bali Tour ธุรกิจการท่องเที่ยวที่รวบรวมโรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวเกย์ คนขับรถที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวเกย์ และมัคคุเทศก์ที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวเกย์ เคยจัดการแข่งขันเทนนิสของนักท่องเที่ยวกุ๊มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นหนึ่งในกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกุ๊มและนักท่องเที่ยวกุ๊มผู้มีความหลากหลายทางเพศ และองค์กร Bali Rainbow Organization กล่าวว่า องค์กรเคยจัดกิจกรรมเพื่อระดมทุนช่วยเหลือคนท้องถื่นบาหลิเกี่ยวกับปัญหาเรื่อง AIDS และ HIV โดยการจัดกิจกรรมพิเศษ ลักษณะปาร์ตี้เล็ก ๆ ของกุ๊มเกย์บาหลิ ได้รับการสนับสนุนจากหลายโรงแรมที่เล็งเห็นถึงความสำคัญในประเด็นนี้ โดนมีค่าเข้าชม 75 รูปี และ Bali Rainbow จะนำเงินที่ได้ไปบริจาคให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง AIDS องค์กรเกี่ยวกับแม่และเด็กที่ติดเชื้อ HIV Gaya Dewata องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำงานเรื่องการป้องกันเอดส์ องค์กรเพื่อกุ๊ม Transgender คลินิก Bali Medika และคลินิกสำหรับกุ๊ม Transgender



ภาพที่ 4.12 การจัดงานขององค์กร Bali Rainbow Organization เพื่อระดมทุนให้
ด้านการป้องกัน HIV

องค์กร

ที่มา: Bali Rainbow Community (n.d)

หากกล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในบาหลิ พบเพียงแต่กิจกรรมท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ ยังไม่พบกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากภาครัฐโดยตรง

4.3.2.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการ Nengah Subadra จากสถาบันการท่องเที่ยวแห่งทร็อทมา จายา เกี่ยวกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พบว่า รัฐบาลบาหลิมีการทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ แต่เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ไม่ได้เฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และยังไม่เคยมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเชิงนโยบายหรือการโฆษณาการท่องเที่ยวต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยรัฐบาลใหม่ให้ความสำคัญกับนโยบายเรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น การให้ความรู้คนท้องถิ่นเกี่ยวกับการเป็นมัคคุเทศก์ และหน่วยงานภาคท้องถิ่นมีความเชื่อถือในระบบรัฐบาลกลางอย่างมาก เพราะคิดว่ากฎหมายทุกอย่างเป็นสิ่งที่ดีต่อประชาชนและนำไปสู่การพัฒนาสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กฎหมายบาหลิเป็นกฎหมายสากลพยายามเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศมากขึ้น ไม่ได้เน้นที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไหนเป็นพิเศษ แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวในองกรณ์รวม ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเลือกเดินทางมายังบาหลิเอง หากกล่าวถึงหน่วยงานด้านธุรกิจเกี่ยวกับการรับมือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กลุ่มนักธุรกิจไม่ได้สนใจว่านักท่องเที่ยวมีเพศอะไร เขาสนใจว่าใครเป็นลูกค้าของเขามากที่สุด และจะปฏิบัติต่อลูกค้าคนนั้นอย่างดีที่สุดเพราะเป็นคนที่นำเม็ดเงินมาให้

ดังนั้น การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงพบเห็นได้ในธุรกิจการให้ข้อมูลด้านท่องเที่ยว เช่น Gay Bali Tour เป็นทีมงานของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวที่เป็นผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับเกย์และเลสเบียนในบาหลิตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 บริษัท ก่อตั้งโดยคุณ Rio Maryono เป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยเกย์และได้กลายเป็นบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก โดย Gay Bali Tour ให้ข้อมูลและความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในทุกด้านของการเดินทางในบาหลิและทั่วอินโดนีเซียทั้งเรื่องอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักที่เป็นมิตร และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

4.3.3 ประเทศสเปน

4.3.3.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ (Convenience tourism products) โดยนิยามคือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทันที มักใช้ระยะเวลาสั้นในการตัดสินใจซื้อ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พัก เป็นต้น จากการสังเกตการณ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน และการค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์บริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ www.travelgay.com รวมทั้งแผ่นพับและเว็บไซต์บริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองบาร์เซโลนาสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ

www.visitgaybarcelona.com จัดทำโดย Associació Catalana d'Empreses per a Gais i Lesbianes (ACEGAL) หรือสมาคมผู้ประกอบการเพื่อเกย์และเลสเบียนแห่งกาตาลูญญา ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร ร่วมกับ Consorcio de Turisme de Barcelona (Turisme de Barcelona) หรือสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา พบว่าเมืองบาร์เซโลนามีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้ออยู่มาก โดยเฉพาะกลุ่มอาหาร แผ่นพับและเว็บไซต์ดังกล่าวได้รวบรวมรายชื่อร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไว้พร้อมกับตำแหน่งบนแผนที่เมืองบาร์เซโลนาไว้อย่างหลากหลาย โดยร้านอาหารส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณเกซัมเปิล (Gaixample) บริเวณที่เต็มไปด้วยห้างร้านต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณใจกลางย่านเอซัมเปิล (Eixample) ของเมืองบาร์เซโลนา เช่น ร้าน Accés ภัตตาคารหรูชื่อดังที่ระบุให้ลูกค้าจองโต๊ะล่วงหน้าบนเว็บไซต์ของร้าน และร้าน Casa Jaime ที่ขายอาหารสเปนและกาตาลัน โดย www.travelgay.com ได้ระบุอีกด้วยว่าร้านอาหารทั้งสองมีเจ้าของกิจการเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และต้อนรับลูกค้าทุกเพศทุกวัย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทที่พักที่เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักมากที่สุด ในนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ Axel Hotel Barcelona โรงแรมแห่งแรกของโลกที่นิยามตนเองว่าเป็นโรงแรม “heterofriendly” หรือโรงแรมที่ต้อนรับกลุ่มบุคคลรักต่างเพศ (Turisme de Barcelona, ม.ป.ป.) นั้นหมายความว่าโรงแรมแห่งนี้มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ อีกทั้งบนเว็บไซต์ของโรงแรม www.axelhotels.com ยังระบุอีกด้วยว่าเป็นโรงแรมสำหรับผู้ใหญ่ ทำให้โรงแรมระดับ 4 ดาวที่ตั้งอยู่ในเขตเกซัมเปิลแห่งนี้มีความโดดเด่นที่มากกว่าการตกแต่งที่หรูหราและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทั้งสระว่ายน้ำกลางแจ้ง เตียงนอนขนาดคิงไซส์ ฟิตเนส สปา และบาร์บริเวณดาดฟ้า เป็นต้น และจากการได้ลงพื้นที่สำรวจ พบว่าโรงแรมมีการออกแบบสถานที่เพื่อเอื้อต่อการทำความรู้จักซึ่งกันและกันระหว่างผู้พัก เช่น ระเบียงที่เชื่อมต่อกันระหว่างห้อง โดยที่ผู้พักที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถเปิดเผยตัวตนได้อย่างเต็มที่ในการทำความรู้จักกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคนอื่น ๆ ถือเป็นพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ร่วมและการมีตัวตนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และตอบโจทย์ผู้ใช้บริการกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ด้วยความเข้าใจผู้บริหารนี้เองที่ทำให้ Axel Hotel Barcelona ทำกำไรมหาศาลจนต้องขยายกิจการโดยการเปิดโรงแรมลักษณะคล้ายกันแต่ราคาต่ำกว่า นั่นคือ Two Hotel Barcelona By Axel ซึ่งตั้งอยู่ห่างออกไปจากเขตเกซัมเปิลเพียงเล็กน้อย รวมไปถึง Axel Hotel ในเมืองอื่น ๆ ในทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น Axel Hotel Madrid, Axel Hotel Berlin, Axel Hotel Venezia และ Axel Hotel Miami เป็นต้น ถือเป็นธุรกิจเครือโรงแรมที่มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนย่านเอซัมเปิลและเมืองบาร์เซโลนา อีกทั้งเจ้าของกิจการเครือ Axel Hotels ยังเป็นสมาชิกสมาคมการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศนานาชาติ หรือ International LGBTQ+ Travel Association (IGLTA) อีกด้วย

นอกจากนี้แล้ว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่น่าสนใจอื่น ๆ ได้แก่ หนังสือ ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อทั้งเพื่อเป็นของตนเองและเพื่อเป็นของฝาก ใน

เมืองบาร์เซโลนายังมีร้านจำหน่ายหนังสือที่เจาะตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ นั่นคือร้าน Còmplices ร้านหนังสือที่คัดสรรหนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศหรือผู้เขียนที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายเพศมาวางขายโดยเฉพาะ โดยทางร้านใช้ธงสีรุ้งประดับหน้าร้านเพื่อเป็นสัญลักษณ์ว่าทางร้านสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อีกทั้งเว็บไซต์ www.libreriacomplices.com ยังระบุอย่างชัดเจนอีกด้วยว่าเป็นร้านขายหนังสือชายรักชาย หญิงรักหญิง บุคคลข้ามเพศ และบุคคลรักสองเพศ และอีกร้านหนึ่งคือ Librería Antinous ที่ไม่ได้เป็นเพียงร้านหนังสือเท่านั้น แต่ยังเป็นร้านกาแฟอีกด้วย ถือเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการนัดพบและพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะตั้งอยู่ในเขตเกย์คลับ ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และเช่นเดียวกับร้าน Còmplices เว็บไซต์ <https://www.antinouslibros.com> ก็ระบุอย่างชัดเจนว่าจำหน่ายหนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นหลัก แต่ก็จำหน่ายหนังสือทั่ว ๆ ไปด้วย ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่เจาะตลาดกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่น่าสนใจ



ภาพที่ 4.13 สระว่ายน้ำชั้นดาดฟ้าของโรงแรม Axel Hotel Barcelona

ที่มา: Axel Hotels (n.d.)



ภาพที่ 4.14 บริเวณหน้าร้านหนังสือ Cómplices
ที่มา: Travel Gay (2019)



ภาพที่ 4.15 บริเวณภายในหนังสือ Librería Antinous
ที่มา: Librería Antinous: literatura LGBTQ+ para todos (n.d.)

2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism products)
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่กลุ่มเกย์ต้องการ แต่เกิดขึ้นหลังพิจารณาเปรียบเทียบกับประเภทอื่น ๆ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมตามความพึงพอใจของตน เช่น โปรแกรมทัวร์ เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์ในเมืองบาร์เซโลนานั้นมีอยู่มาก เนื่องจากเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง ซึ่งรูปแบบทัวร์ที่พบได้ทั่วไปคือ ทัวร์รอบเมืองบาร์เซโลนาที่นักท่องเที่ยวจะได้โดยสาร

รถทัวร์เปิดหลังคา ซึ่งทัวร์ประเภทนี้จะมีแผ่นพับแจกทั่วไปในเมืองบาร์เซโลนา มีการให้บริการหลากหลายภาษา โดยให้บริการนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย

นอกจากทัวร์รอบเมืองที่พบได้ทั่วไปแล้ว ยังมีทัวร์รูปแบบพิเศษที่จัดขึ้นเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะอีกด้วย โดยทั้ง www.travelgay.com ซึ่งเว็บไซต์เอกชนที่บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และ www.catalunya.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานรัฐของแคว้นกาตาลุญญาที่บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป แนะนำตัวแทนนำเที่ยวเดียวกันสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คือ Rainbow Barcelona Tours ซึ่งเว็บไซต์การท่องเที่ยวของกาตาลุญญาระบุว่าเป็นตัวแทนนำเที่ยวแรกของเมืองบาร์เซโลนาที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยให้บริการทัวร์ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของเมืองบาร์เซโลนาเช่นเดียวกับทัวร์ทั่วไป เช่น El Barri Gòtic, ภูเขา Montjuïc และ La Sagrada Família เป็นต้น แต่จะเพิ่มบริการพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นทัวร์แหล่งบันเทิงยามค่ำคืนในเขตเกย์คลับ รวมทั้งสถานที่แสดงคาบาเรต์ นอกจากนี้ยังมีทัวร์ไปยังเมืองซิดเจส (Sitges) เมืองริมชายหาดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังในหมู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มาอย่างยาวนาน ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากเมืองบาร์เซโลนาเพียง 35 กิโลเมตร



ภาพที่ 4.16 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณา Rainbow Barcelona Tours

ที่มา: Guest House Barcelona (n.d.)

3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty tourism products) เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมักใช้เวลาในการตัดสินใจนานที่สุดเพื่อความพึงพอใจสูงสุด เช่น ตัวเครื่องบิน เป็นต้น ซึ่งประเทศสเปนไม่มีสายการบินที่มุ่งเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ แต่มีผู้ให้บริการสำรองที่นั่งบนเครื่องบินบางรายที่เป็นผู้สนับสนุนงาน Pride Barcelona และลงโฆษณาในหนังสือที่แจกให้ผู้เข้าร่วมงานพร้อมสโลแกน เช่น “Vuela con Orgullo” หรือ “Fly with Pride” ของ flylevel.com และ “free proud inclusive adventure different family” ของ B the travel

brand เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการเหล่านี้ไม่ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ หากแต่ทำการตลาดในช่วงเทศกาลสำคัญของเมืองบาร์เซโลนาพร้อมกับแสดงจุดยืนในการยินดีให้บริการกับนักท่องเที่ยวทุกเพศเพียงเท่านั้น



ภาพที่ 4.17 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณา flylevel.com ในนิตยสารที่แจกใน

งาน Pride Barcelona 2019

ที่มา: Pride BCN (2562)

4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ (Unsought tourism products) หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น ถือเป็นจุดเด่นของบริเวณเกย์เช่นเห็นได้ชัด เนื่องจากบริเวณนี้เต็มไปด้วยคลับ บาร์ และชาวนา ซึ่งมีรูปแบบหลากหลายตั้งแต่บาร์ที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม สามารถพบปะเพื่อนฝูงและฟังเพลง เช่น Priscilla Cafe เปิดตั้งแต่เวลา 18.00 น. – 03.00 น. หรือคลับสำหรับเต้น และมีการแสดงจากนายแบบและนางโชว์ (Drag Queen) ที่มักเปิดให้บริการหลังเที่ยงคืน และปิดบริการประมาณช่วง 06.00 น. ซึ่งเป็นเวลาทำการโดยทั่วไปของแหล่งสถานบันเทิงที่นี่ เช่น Sala Tango Noches คลับขนาดใหญ่ที่มีการแบ่งเป็นส่วน ๆ ไปตามประเภทของแนวเพลงและการแสดง ไปจนถึงสถานบันเทิงสำหรับผู้ใหญ่ที่ให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น Boyberry ที่มีจุดเด่นคือการเปิดทุกวัน และกิจกรรมส่งเสริมการ

ขายที่โดดเด่น เช่น ส่วนลดเมื่อมาใช้บริการก่อนเวลา 15.00 น. หรือให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในวันเกิด อีกทั้งยังสามารถชวนเพื่อนมาด้วยได้อีกหนึ่งคน

สถาบันเทียงเหล่านี้ แต่ละแห่งจะมีรูปแบบการให้บริการเฉพาะของตนเองต่างกันออกไป มีทางเลือกหลากหลายให้กับนักท่องเที่ยวตามคำค้น เช่น Bacon Bear Bar บาร์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีรูปร่างใหญ่ มีอายุ ซึ่งเป็นจุดขายของร้าน โดยสถานที่เหล่านี้ไม่ได้ถูกกีดกันจากรัฐบาลของแคว้นกาตาลุญญา สังเกตได้จากแผนผังรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จัดทำโดย ACEGAL ร่วมกับ Turisme de Barcelona ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเอง จึงสังเกตได้ว่า สถาบันเทียงเหล่านี้มีความสำคัญทางเศรษฐกิจกับเมืองบาร์เซโลนา และด้วยเวลาทำการที่เปิดเป็นช่วง ๆ ตั้งแต่ช่วงบ่ายไปจนถึงช่วงเช้าของวันถัดไป ทำให้บริเวณเกซมีเปลเป็นบริเวณที่คึกคักอยู่ตลอดเวลา เหมาะกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่สนุกสนาน ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อที่มีความสำคัญและสร้างรายได้ให้กับย่านเอซมีเปลและเมืองบาร์เซโลนา

นอกจากแหล่งสถาบันเทียงที่เปิดอยู่เป็นประจำแล้ว เมืองบาร์เซโลนายังมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อประเภทกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ อีกด้วย เช่น เทศกาล Pride Barcelona ที่เป็นกิจกรรมที่ยิ่งใหญ่ประจำปีของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศทั่วโลก เนื่องจากประเทศสเปนเป็นประเทศที่เปิดกว้างเรื่องเพศ องค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับงาน Pride และร่วมกันจัดงานอย่างยิ่งใหญ่และมีระบบ จึงเป็นเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จากทั่วโลก และไม่ได้มีเพียงแต่กิจกรรมประเภทเทศกาลเท่านั้นที่ได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ถือเป็นกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น ละครเวที่เกี่ยวกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือการบรรยายในหัวข้อเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ โดยอาจารย์มหาวิทยาลัยจากต่างประเทศ ซึ่งเปิดให้เข้าร่วมฟรี จัดโดย Encara En Acció องค์กรเอกชนไม่แสวงหากำไร สนับสนุนโดยหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานทั้งในส่วนของเมืองบาร์เซโลนา และแคว้นกาตาลุญญา ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อเชิงวัฒนธรรมที่สนับสนุนโดยรัฐเพื่อให้ตัวเลือกที่หลากหลายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์



ภาพที่ 4.18 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณาละครเวที Sobre la chica del sobre
ที่มา Encara (2562)

5) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Industrial tourism products) หรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบริการจากภาครัฐที่เกิดจากการทำงานร่วมกันของภาครัฐกับเอกชนมีตัวอย่างให้เห็นจากงาน Pride Barcelona ที่เกิดจากร่วมมือกันของทั้งภาครัฐกิจและภาครัฐ องค์กรรัฐที่มีส่วนร่วมในเทศกาลนี้บางส่วน ได้แก่ Generalitat de Catalunya ซึ่งเป็นทบวงที่มีหน้าที่ดำเนินการปกครองตนเองของแคว้นกาตาลุญญา Micro petita i Mitjana empresa de Catalunya (PIMEC) ซึ่งเป็นสมาคมที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) หรือขนส่งมวลชนเมืองบาร์เซโลนา (Cànoves & Prat Forga, 2015, p. 145) จะเห็นได้ว่าหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนระบบขนส่งสาธารณะซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่นเดียวกับการเตรียมความพร้อมพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ สำหรับจัดกิจกรรมตลอดช่วงเทศกาล Pride เช่น ถนนที่ใช้ในการเดินพาเหรด ที่ถือเป็นการทำงานของภาครัฐ

4.3.3.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

สิ่งดึงดูดใจเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ พื้นที่บริเวณเกย์เนIGHBORHOOD ในย่านเอซมเปิล ซึ่งเป็นที่รู้จักในฐานะ “ย่านเกย์” (gay neighborhood) ของเมืองบาร์เซโลนา ดังที่เห็นได้จากแผ่นพับ gay map จัดทำโดยสมาคมผู้ประกอบการเพื่อเกย์และเลสเบียนแห่งกาตาลุญญา (ACEGAL) และสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา (Turisme de Barcelona) ที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก บาร์ บริการสุขภาพและความงาม ร้านค้า ห้องมืดสำหรับผู้ใหญ่ คลับ ร้านหนังสือ ร้านอาหาร ชวนา สตูดิโอและแกลอรี โรงละคร ร้านขายเซ็กส์ทอย และตัวแทนนำเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มี

ความหลากหลายทางเพศ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้จะครึกครื้นเป็นพิเศษในช่วงเทศกาล Pride Barcelona ที่จัดขึ้นในเดือนมิถุนายนของทุกปี และเทศกาลดังกล่าวนับเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นเทศกาลระดับโลกที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกตั้งใจมาร่วมงานในทุก ๆ ปี งาน Circuit Barcelona ก็เป็นงานรื่นเริงระดับใหญ่อีกงานหนึ่งที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในขณะที่เทศกาล Pride Barcelona เป็นการร่วมกันระหว่างองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน งาน Circuit Festival Barcelona เป็นงานที่จัดโดยภาคธุรกิจในนาม Barcelona Matinée Group ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 เป็นต้นมา โดย <https://circuitfestival.net/barcelona> เว็บไซต์ทางการของงานนี้ระบุว่า งาน Circuit Festival Barcelona 2020 จะจัดขึ้นเป็นเวลา 11 วัน คือระหว่างวันที่ 6-16 สิงหาคม ซึ่งคาดว่าจะนำรายได้มาสู่ภาคการท่องเที่ยวของเมืองบาร์เซโลนาอย่างล้นหลาม เนื่องจากงานนี้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้าร่วมเป็นจำนวนหลายพันคนในทุก ๆ ปี

นอกจากนี้แล้ว แคว้นกาตาลูญายังมีเมืองซิทเจส (Sitges) ที่อยู่ห่างจากเมืองบาร์เซโลนาประมาณ 30 นาทีหากเดินทางโดยรถไฟ เป็นสิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คือเป็นเมืองติดชายหาดที่มีหาดเปลือยกลาย (nude beach) และรีสอร์ตสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ อีกทั้งยังมีการจัดเทศกาล Carnival ช่วงต้นฤดูใบไม้ผลิของทุกปี ทำให้เมืองซิทเจสเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมอย่างมากในนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาตั้งแต่ช่วงหลังปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา (Gallagher & Symington, 2004, p. 306) เมืองบาร์เซโลนาเองก็เป็นเมืองติดชายหาดเช่นเดียวกัน แต่ไม่ได้มีการสงวนให้เป็นหาดเปลือยกลายหรือหาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก็นิยมท่องเที่ยวในสถานที่ที่เปิดรับนักท่องเที่ยวทั่วไปเช่นกัน เพราะประเทศสเปนมีกฎหมายต่อต้านการเลือกปฏิบัติ ทำให้ประเทศสเปนติดอันดับจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อยู่เรื่อยมา การดำรงอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของภาครัฐและภาคเอกชนในการร่วมมือกันสร้างสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ



ภาพที่ 4.19 บรรยากาศบนถนนบริเวณเกซัมเปล
ที่มา: ILoveGay Barcelona (2562)

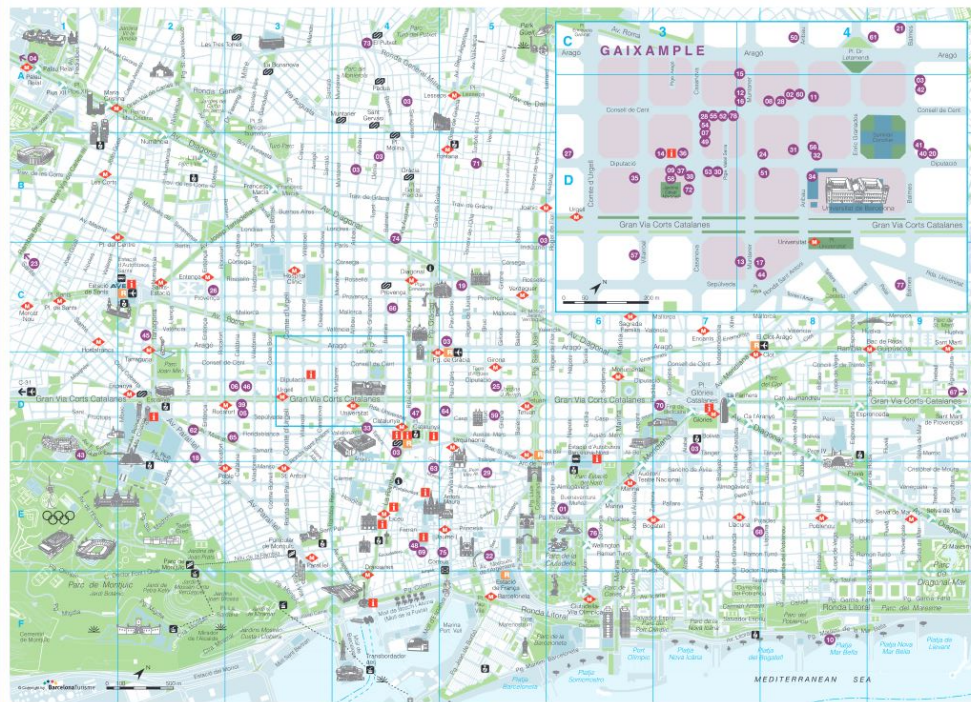


ภาพที่ 4.20 บรรยากาศชายหาดในเมืองซิทเจส
ที่มา: Millos Castro (2560)

2) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access)

จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่าการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์เป็นเรื่องง่ายอย่างเห็นได้ชัด เช่น แอปพลิเคชัน gay map ที่มีแจกอยู่ทั่วไปตามสถานที่บริการให้

ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพราะไม่ได้เป็นการจัดทำโดยผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว แต่มีภาครัฐคอยควบคุมด้วย และผู้ให้บริการตามสถานที่บริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวก็เต็มใจให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่และตรงไปตรงมา เห็นได้ชัดว่า Turisme de Barcelona หรือสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนาเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไว้อย่างดี โดยอบรมผู้ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ และการไม่เลือกปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แผ่นพับ gay map ดังกล่าวมีรูปแบบที่เป็นระบบและเข้าใจง่าย มีทั้งภาษาสเปนและภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังให้บริการในรูปแบบออนไลน์ คือ www.visitgaybarcelona.com ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา อีกตัวอย่างหนึ่งของบริการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คือแอปพลิเคชัน Urbanloop: GAYMAP เป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่ให้บริการทั้งระบบ iOS และระบบ Android ที่พัฒนาโดยบริษัทเอกชน บริการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ โดยให้ข้อมูลครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวชื่อดังหลายแห่งภายในประเทศสเปน เช่น บาร์เซโลนา ซิทเจส มาดริด อิบิซา เป็นต้น หรือแม้กระทั่ง www.travelgay.com เว็บไซต์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ชื่อดังก็มีหน้าแนะนำเมืองบาร์เซโลนาโดยเฉพาะ

[illegible]

ที่มา: Associació Catalana d'Empreses per a Gais i Lesbianes (ACEGAL) (n.d.)



ภาพที่ 4.22 ใบปลิวสำหรับโฆษณาแอปพลิเคชัน Urbanlo

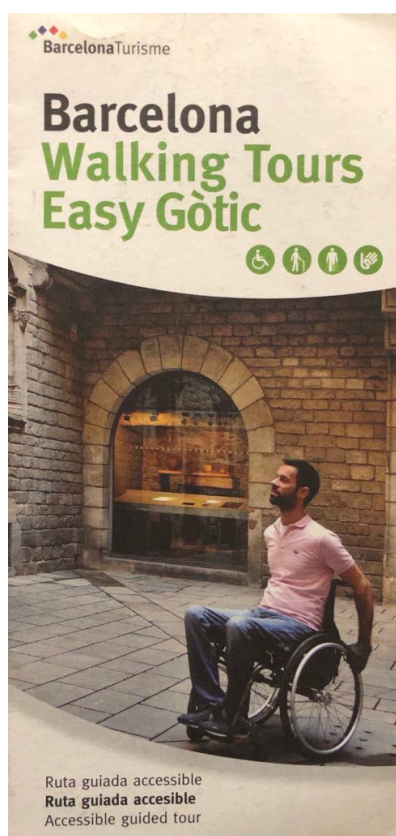
ที่มา: Urbanlo (n.d.)

3) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีจุดมุ่งหมายในการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะคือ หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับสุขภาวะทางเพศสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าศูนย์บริการชุมชนที่ดูแลเรื่องดังกล่าวคือ องค์กร BCN checkpoint ที่ให้บริการตรวจโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ มีการแจกใบปลิวในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยใช้รูปโปรมอตเป็นผู้ชายสองคนที่สื่อถึงกลุ่มเกย์ในเมืองบาร์เซโลนา มีการจัดตั้ง BCN PrEP-Point center ซึ่งเป็นศูนย์บริการชุมชนแห่งแรกในยุโรปที่ให้บริการเกี่ยวกับยาต้านเชื้อไวรัสเอชไอวี (Bathgate, 2017) รวมถึง Centre LGBTI de Barcelona ที่บริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคเอดส์ มีการให้บริการยาป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ เช่น ยา Pep และยา Prep อย่างไรก็ตามใบปลิวที่แจกในเมืองบาร์เซโลนาส่วนใหญ่เป็นภาษาคาตาลัน ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่สามารถพูดภาษาคาตาลันได้ไม่สามารถเข้าถึงสวัสดิการเหล่านี้ได้สะดวกเท่าที่ควร นอกจากนั้นแล้วสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา (Turisme de Barcelona) ยังให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับทุกคน หรือ inclusive tourism ดังที่เห็นได้จากแผ่นพับ Barcelona Walking Tours Easy Gòtic จัดทำโดยสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา ที่ให้ข้อมูลการนำเที่ยวแบบที่เข้าถึงได้ทุกคน (Accessible guided tour) มีบริการให้ยืมรถเข็นสำหรับคนพิการ เส้นทางปลอดภัยก่อสร้างที่เป็นอุปสรรค แผนที่แบบสัมผัส และบริการภาษามือ เป็นต้น โดยสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ก็ให้บริการกับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย



ภาพที่ 4.23 ใบปลิวสำหรับโฆษณา BCN checkpoint
ที่มา: BCN Checkpoint (2562)

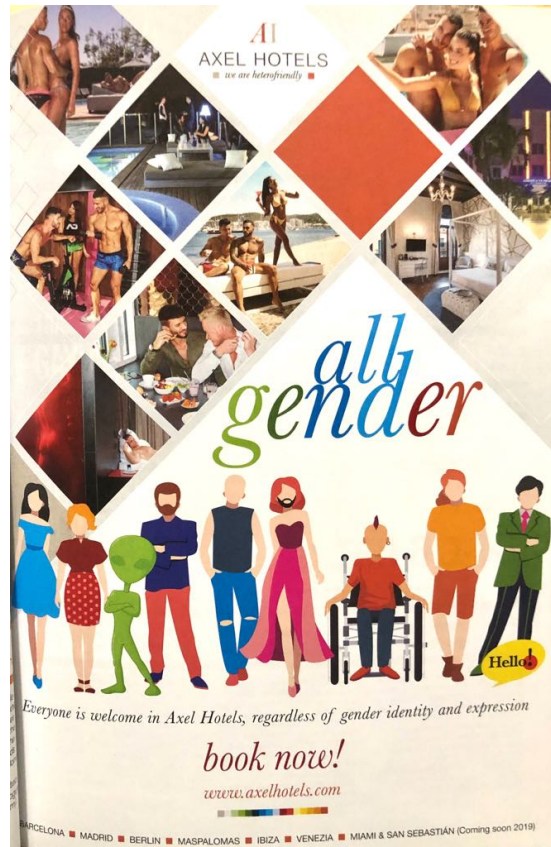


ภาพที่ 4.24 แผ่นพับให้ข้อมูล Barcelona Walking Tours Easy Gòtic
ที่มา: Barcelona Tourisme (2562)

4) ที่พัก (Accommodation)

Axel Hotel Barcelona เป็นโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเมืองบาร์เซโลนา และอาจถือได้ว่ามีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากโรงแรมแห่งนี้เป็นโรงแรม heterofriendly แห่งแรกของโลก เป็นต้นแบบให้กับโรงแรมหลายแห่งในทวีปยุโรป เช่น เมืองอัมสเตอร์ดัม เมืองหลวงของประเทศเนเธอร์แลนด์ และเช่นเดียวกับโรงแรมที่เจาะตลาดกลุ่มเกย์หลาย ๆ แห่งภายในเมืองบาร์เซโลนาที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวทั่วไป (heterofriendly) คือให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ทั้งคนรักต่างเพศและคนรักเพศเดียวกัน Axel Hotel Barcelona ถือว่าเป็นโรงแรมต้นแบบของการออกแบบพื้นที่ที่จำกัดไว้สำหรับการพักอาศัยแบบเป็นส่วนตัวเท่านั้น หากยังสงวนพื้นที่บางส่วนให้เป็นพื้นที่สำหรับการทำความรู้จักเพื่อนใหม่และการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้พักอาศัย เช่น สระว่ายน้ำกลางแจ้ง ชาวน่า ระเบียงที่เชื่อมกันระหว่างห้อง ซึ่งพื้นที่ส่วนรวมเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญในวัฒนธรรมของกลุ่มเกย์ นั่นคือการมีพื้นที่ที่กลุ่มเกย์สามารถเปิดเผยตัวตนและรสนิยมทางเพศของตนได้อย่างเต็มที่ และสามารถทำความรู้จักกับบุคคลอื่น ๆ ที่เป็นเกย์เหมือนกันโดยไม่ต้องเกรงกลัวว่าบุคคลนั้น ๆ จะเป็นผู้ชายรักต่างเพศที่อาจแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบในเชิงลบกลับมา ไม่ว่าจะเป็นการทำร้ายทางความรู้สึกหรือทางร่างกาย สถานที่เช่นนี้จึงตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยในสังคมอย่างแท้จริง แนวคิดของโรงแรมในเครือ Axel Hotels สะท้อนให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการกิจการโรงแรมที่เข้าใจถึงปัญหาของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ถูกจำกัดสิทธิในการแสดงออก รวมถึงปัญหาที่กลุ่มเกย์ไม่สามารถแสดงความสนใจต่อเพศชายด้วยกันในสถานที่สาธารณะอีกด้วย อีกทั้งสถานที่ส่วนรวมเช่นนี้ยังเอื้อต่อการสร้างเครือข่ายสังคมของกลุ่มเกย์ที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเรื่องความต้องการทางเพศเท่านั้น คือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มเกย์ เป็นการแสดงออกให้เห็นถึงการมีตัวตนของชนกลุ่มน้อยเหล่านี้ในสังคม เพราะเราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสังคมปัจจุบันยังคงเป็นสังคมที่ยึดโยงอยู่กับบรรทัดฐานรักต่างเพศ ฉะนั้นแหล่งที่พักทั่วไปจึงไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้อย่างเต็มที่ถึงแม้แหล่งที่พักเหล่านั้นจะแสดงจุดยืนว่าต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกคนโดยไม่จำกัดเพศก็ตาม

ไม่เพียงแต่โรงแรมในเครือ Axel Hotels อย่าง Axel Hotel Barcelona และ Two Hotel Barcelona By Axel เท่านั้น เมืองบาร์เซโลนายังมีโรงแรมอื่น ๆ ที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นโรงแรม gay-friendly บล็อกแนะนำการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ชื่อดังที่จัดทำโดยคู่มือนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ www.nomadicboys.com ได้จัดรวบรวมรายชื่อโรงแรมที่เป็นมิตรต่อกลุ่มเกย์ในบริเวณเกซมีเปลาไว้ เช่น Cram Hotel และ Pension Éos โดยทั้งสองโรงแรมนี้ไม่ได้จำกัดผู้พักว่าต้องเป็นผู้ใหญ่เท่านั้นเช่นโรงแรมในเครือ Axel Hotels (Arestis, 2020) และในความเป็นจริงแล้ว แหล่งที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถพบได้อยู่ทั่วไปในเมืองบาร์เซโลนา โดยเฉพาะบริเวณเกซมีเปลา



ภาพที่ 4.25 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณา Axel Hotels ในนิตยสารที่แจกในงาน Pride Barcelona 2019

ที่มา: Pride BCN (2562)

5) กิจกรรมต่าง ๆ (Activities)

แผ่นพับ gay map ที่จัดทำโดยสมาคมผู้ประกอบการเพื่อเกย์และเลสเบียนแห่งกาตาลูญญา (ACEGAL) ร่วมกับสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา (Turisme de Barcelona) ไม่เพียงรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกายภาพสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เท่านั้น แต่ยังรวบรวมรายชื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ นอกเหนือไปจากเทศกาลใหญ่ที่เป็นที่รู้จักกันดี นั่นคือ Pride Barcelona และ Circuit Festival Barcelona ที่จัดระหว่างเดือนมิถุนายนและสิงหาคมตามลำดับแล้ว ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจอีกหลายกิจกรรม เช่น กิจกรรม Snow Gay Weekend ซึ่งเป็นกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่จัดท่ามกลางหิมะในเดือนมีนาคม มีกิจกรรมสกี คาราโอเกะ และคอนเสิร์ต กิจกรรม Panteresport ซึ่งเป็นกิจกรรมการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้นสำหรับผู้เข้าร่วมที่มีความหลากหลายทางเพศในเดือนกันยายน กิจกรรม Memorial International del Sida Barcelona ซึ่งเป็นกิจกรรมรำลึกผู้ติดเชื้อโรคเอดส์นานาชาติ กิจกรรม Festival Internacional de Cinema Gai i Lésbic de Barcelona หรือเทศกาลหนังเกย์และเลสเบียนแห่งบาร์เซโลนา เป็นต้น จะเห็นได้ว่ากิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในเมืองบาร์เซโลนาไม่ได้จำกัดอยู่ที่กิจกรรมประเภทงานรื่นเริงหรือคอนเสิร์ตเท่านั้น เมืองบาร์เซโลนามีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความ

หลากหลายทางเพศอย่างหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล และกิจกรรมที่กล่าวมาส่วนใหญ่ก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยรัฐของเมืองบาร์เซโลนา โดยเฉพาะสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา (Turisme de Barcelona) จะเห็นได้ว่าหน่วยงานรัฐของเมืองบาร์เซโลนาเล็งเห็นถึงประสิทธิภาพของตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จึงสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยเฉพาะ และเป็นการสนับสนุนอย่างเปิดเผย ข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางอินเทอร์เน็ตและทางแหล่งบริการข้อมูลการท่องเที่ยวในเมืองบาร์เซโลนา



ภาพที่ 4.26 ภาพที่ใช้สำหรับโฆษณางาน Snow Gay Weekend 2020
ที่มา: Snow Gay Weekend (2019)

4.3.3.3 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์

ภาครัฐของเมืองบาร์เซโลนาและแคว้นกาตาลุญญาให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่กับการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนา (Turisme de Barcelona) ที่ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สิ่งหนึ่งที่น่าสังเกตคือ การจัดทำเว็บไซต์ หรือเอกสารให้ข้อมูลต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ของสมาคมการท่องเที่ยวแห่งบาร์เซโลนาที่มีความแตกต่างกันระหว่างแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป และสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์แบบหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ นั่นคือการเสนอตัวเลือกให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพิ่มเติมไปจากแหล่งท่องเที่ยวปกติสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ โดยสามารถศึกษาข้อมูลจากแผ่นพับที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป หรือเลือกท่องเที่ยวใน

สถานที่ที่เป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ก็เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวทั่วไปด้วย เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้การมีตัวตนของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นทางการ เพราะเป็นการสนับสนุนโดยตรงจากรัฐบาล อีกทั้งยังทำให้แหล่งข้อมูลเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ของแคว้นกาตาลุญญาให้ความสำคัญอย่างมากกับนโยบายการท่องเที่ยว สังเกตได้จากการให้ความรู้กับผู้นำทัวร์ และหน่วยงานท้องถิ่นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำหรับบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศได้อย่างคล่องแคล่วและชัดเจน

และจากการสังเกตการณ์พื้นที่เป้าหมายเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อยในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทาง รวมทั้งจากการสังเกตและสัมภาษณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถานบันเทิงแบบหลากหลายจุดมุ่งหมาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเกย์ไม่จำกัดจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามเวลา และสถานที่ เช่น นักท่องเที่ยวใช้บริการคลับ Punto BCN และมีการใช้จ่ายภายในร้าน นักท่องเที่ยวจะได้ตัวเข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาเซโลนาได้ ถือเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาคประชาสังคมและภาคเอกชนรายใหญ่รายย่อยในพื้นที่โดยเน้นการเสนอขายแบบกลุ่ม และประสบผลสำเร็จอย่างมาก ในย่านเก็ซเมเปิล เมืองบาร์เซโลนา

แหล่งข้อมูลหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศคือ Spartacus Gay Travel Index ที่จัดทำข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิทางกฎหมายของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทุก ๆ ปี จากข้อมูลในบทที่ 2 ข้อ 2.1.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ พบว่าประเทศสเปนมีความก้าวหน้าในทางกฎหมายทั้งด้านความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ คุชีวิต การรับบุตรบุญธรรม สิทธิของคนข้ามเพศ และอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นานาชาติตัดสินใจเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในประเทศสเปนและเมืองบาร์เซโลนา เพราะสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นกังวลคือความปลอดภัยของพวกเขาในฐานะที่เป็นคนกลุ่มน้อยของสังคม การให้สิทธิคุ้มครองบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์อีกวิธีหนึ่งที่สามารถร่นเวลาในการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นก่อนการเดินทาง และการมีข้อมูลกฎหมายที่คุ้มครองบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นทางการก็อาจส่งผลทางอ้อมในเชิงวัฒนธรรมที่จะสร้างการตระหนักรู้ให้กับคนท้องถิ่นถึงความเป็นปกติของความหลากหลายทางเพศ ซึ่งจะเป็นผลให้คนในท้องถิ่นแสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตัดสินใจกลับมาเที่ยวใหม่ต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

5.1.1 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยรวมทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ถึงจะไม่มีจำนวนระบุชัดเจนในปัจจุบัน ด้วยข้อจำกัดทางประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศในการเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว แต่พบเห็นได้จากการเตรียมความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในแต่ละประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1.1.1 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบันของประเทศไทยยังเติบโตได้ดี ทศนคติต่อยกนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันมาก จากอดีตที่มีการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไปในเชิงเหมารวมเป็นไปในลักษณะที่ผิดศีลธรรม แต่ปัจจุบันการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์มีการเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีจำนวนมากขึ้นสังเกตได้จากการมีธุรกิจเฉพาะเพื่อกลุ่มเกย์ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสนับสนุนนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น แคมเปญรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่พูดถึงการสนับสนุนและประกาศตัวว่าประเทศไทยเปิดรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย (safe sex) ธุรกิจการค้าบริการทางเพศ (Sex Tour) ยังเป็นข้อกังวลของหลายหน่วยงานในประเทศไทย ซึ่งแนวโน้มการท่องเที่ยวของกลุ่มนี้จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะด้านธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ (Gay Party) ในประเทศไทย จึงอยากให้ทางภาครัฐเข้ามาให้การดูแลเรื่องความปลอดภัย เรื่องสุขภาวะทางเพศ และผลักดันการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์อย่างเปิดเผย ให้เป็นเหมือนกับต่างประเทศ เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก

ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย หลายหน่วยงานในประเทศไทยยังไม่มีนโยบายหรือมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ ซึ่งจะเน้นไปที่การให้บริการและดูแลปฏิบัติอย่างเท่าเทียมเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป ไม่มีการเลือกปฏิบัติและไม่มีมาตรการที่ดูแล

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานด้านการคมนาคม ด้านความความมั่นคง ด้านการท่องเที่ยว หรือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว

การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต แม้ว่าหน่วยงานต่าง ๆ จะไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ แต่ก็มีมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่งคาดการณ์ว่ามีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งหน่วยงานด้านการคมนาคม ด้านความความมั่นคง ด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ และสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ยังไม่มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้เป็นพิเศษกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ก็เริ่มให้ความสนใจและเปิดรับมากขึ้น ดังเช่น ททท.ก็เริ่มให้ความสำคัญมากขึ้น เห็นได้จากการทำเว็บไซต์ที่ชื่อว่า “Go Thai Be Free” ของททท.ไว้สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ หน่วยงานที่ทำงานด้านการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศพยายามจัดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้าประเทศและผลักดันประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศในกิจกรรมเดียวกัน เช่น การประกวด Mister Gay World หรือหน่วยงานที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์พยายามจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ด้วยธุรกิจความบันเทิง เช่น Drag queen show ในร้าน Maggie Choo’s และกิจกรรมเกย์อีเวนต์ระดับโลกอย่าง gCircuit และ White Party ที่จัดขึ้นที่ประเทศไทยในทุกปี

ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ส่วนใหญ่จะเป็นประเด็นการยอมรับทางสังคม นโยบาย และกฎหมายที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยพบเจอปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานที่คล้ายคลึงกัน คือในเรื่องของทัศนคติ ค่านิยม และการยอมรับทางสังคม รวมไปถึงการมีผู้บริหารที่ขาดวิสัยทัศน์ในการยอมรับและเข้าใจกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ การที่จะมีนโยบายหรือสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก รวมไปถึงเรื่องของนโยบายและกฎหมายที่ยังไม่เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร และประเทศไทยควรมีการแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น พ.ร.บ.คู่ชีวิต และการสร้างความยอมรับเรื่องความหลากหลายทางเพศในสังคมไทยจะต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวมากขึ้น

5.1.1.2 สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นอกประเทศ

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

ปัจจุบันเมืองบาห์ลี มีนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามาท่องเที่ยวในบาห์ลีเยอะมากและมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นในทุกปี สามารถรับรู้ได้จากการสังเกตด้วยตาเปล่าของพนักงานประจำสนามบินและการเพิ่มขึ้นของสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีจำนวนมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะบริเวณ Seminyak แถบแนวชายหาดจะมีเกย์คลับ

เกย์บาร์เรียงรายติดกันให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้เลือกใช้บริการมากมายและหลากหลายรูปแบบ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นิยม ได้แก่ บริเวณชายหาด Kuta ชายหาด Seminyak และ Bali Joe Bar บาร์เกย์ที่มีชื่อเสียงที่สุดของบาหลี พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก่อนการเดินทาง แบ่งได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ (1) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ได้มีการวางแผนการเดินทางมาก่อน (2) นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการเตรียมตัวมาอย่างดี โดยสำรวจบาหลียืนยันว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ส่วนมากมีความกังวลในเรื่องของการยอมรับความหลากหลายทางเพศของคนท้องถิ่นบาหลี เพราะบาหลีเป็นเมืองหนึ่งในประเทศอินโดนีเซียที่มีกฎหมายที่ไม่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยจึงมีการเตรียมตัวมาอย่างดี

หน่วยงานภาครัฐยืนยันว่า เมืองบาหลีเปิดกว้างสำหรับคนทุกคน ทุกเพศ ทุกเชื้อชาติ คนท้องถิ่นปฏิบัติตามนักท่องเที่ยวทุกคนเท่าเทียมกัน หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเชิงรุก เน้นการเข้าถึงนักท่องเที่ยว เจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ไม่ได้มีแผนเน้นแค่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น แต่มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน โดยกิจกรรมหลักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาที่บาหลี ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืน คลับ บาร์ ชายหาดที่สวยงาม และกิจกรรมผจญภัย กิจกรรมผจญภัย เช่น การดำน้ำ เป็นต้น

หน่วยงานภาคประชาสังคมมองว่า สถานการณ์เกย์ในเมืองบาหลีคือการละเลยของรัฐบาล รัฐบาลบาหลีไม่ได้ระบุว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เข้ามาในพื้นที่เป็นปัญหาของเมืองบาหลี แต่ก็ไม่ได้ให้การสนับสนุนในเชิงนโยบายต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ถึงแม้ว่าการเป็นเกย์ไม่ใช่เรื่องผิดกฎหมายในบาหลีแต่ผิดหลักศาสนาฮินดู ซึ่งฮินดูเป็นศาสนาท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น เนื่องจากการรักเพศเดียวกันในประเทศอินโดนีเซียมีความผิดทางกฎหมาย รวมทั้งกฎหมายรักเพศเดียวกันไม่ได้รับการยอมรับอย่างรุนแรง ถึงแม้กฎหมายเหล่านี้จะไม่บังคับใช้ในพื้นที่เมืองบาหลี แต่การสนับสนุนกลุ่มเกย์อย่างเปิดเผยจากภาครัฐก็ไม่สามารถทำได้ และไม่ได้เป็นที่ยอมรับมากนัก

ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมืองบาหลี สามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้ 1) ไม่มีนโยบายเฉพาะในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เน้นการพัฒนาโดยรวมให้เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม 2) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยผ่านการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์ที่เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว 3) การขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีเพิ่มขึ้นในทุกปี

การเตรียมความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของเมืองบาหลี แบ่งได้ 2 ประเด็น ดังนี้ 1) การเตรียมพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของสถานประกอบการทั่วไปในเมืองบาหลี นักวิชาการการท่องเที่ยว กล่าวว่า ไม่มีแผนงานในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตที่เป็นรูปธรรมชัดเจน เพราะธุรกิจหรือสถานประกอบการในเมืองบาหลี ไม่ได้มีความสนใจเป็นพิเศษว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในอนาคตจะมีอัตลักษณ์ทางเพศอะไร กลุ่มผู้ประกอบการจะปฏิบัติตามลูกค้าคนนั้นอย่างไรให้เขามีความประทับใจในการบริการที่ได้รับมากที่สุด เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและ

นำมาสู่การท่องเที่ยวซ้ำ 2) การเตรียมความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของสถานประกอบการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของสถานประกอบการตนเอง

ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานในการสร้างความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่พบเจอในเมืองบาห์ลิมีอยู่ประเด็นเดียวและเป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ การสนับสนุนการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ขัดกับหลักทางศาสนาอันดูที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น การสนับสนุนกลุ่มเกย์จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดีขององค์กร ทำให้ธุรกิจกลุ่มเกย์ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานอื่น ๆ เท่าที่ควร

2) สถานการณ์การท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เป็นจำนวนมาก หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยวกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า สัมผัสได้ถึงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดการรองรับอุปทานทางการตลาดต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และมีท่าทีที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางที่เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน นอกเหนือจากศักยภาพเมืองท่องเที่ยวระดับโลกคือ เมืองบาร์เซโลนามีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสูงมาก ทั้งกฎหมายและนโยบายที่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศต่อคนท้องถิ่น ทำให้คนท้องถิ่นมีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญองประเด็นความเท่าเทียมในสังคม ส่งผลให้คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเกย์มีหลากหลายให้เลือกใช้บริการตามความต้องการ และกิจกรรมเฉพาะกลุ่มเกย์ที่เป็นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังเมืองบาร์เซโลนา เช่น บาร์ดี gCircuit ที่จัดขึ้นที่เมืองซีทเจส เมืองริมชายฝั่งทะเลที่ถูกขนานนามว่าเป็น Gay Town ที่เป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลก

ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

(1) ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ โดยพื้นที่ท่องเที่ยวเฉพาะของกลุ่มเกย์ในตัวเมือง Barcelona จะกระจุกตัวอยู่ในย่านเกซมีเปเล ในการจัดทำพื้นที่พาณิชยกรรมเพื่อธุรกิจกลุ่มเกย์และผู้มีความหลากหลายทางเพศ ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานการท่องเที่ยวเมืองบาร์เซโลนา ร่วมกับหน่วยงานภาคประชาสังคม องค์กร ACEGAL Association Cataluna d'Empress per a Gais l Lesbian การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคประชาสังคมทำให้การทำงานเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวประสบความสำเร็จและพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้รับการฝึกฝนในการสื่อสารกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

(2) ความพร้อมของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐกิจเอกชนยินดีสนับสนุนและต้อนรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการตกแต่งธงสีรุ้งที่เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และมีการทำงานขององค์กรท้องถิ่นที่แข็งแกร่งในประเด็นเรื่องการสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกย์

ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคตของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน (1) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ใช้วิธีการสื่อสารกับคนท้องถิ่น เน้นทำงานอย่างใกล้ชิดกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีความใกล้ชิดกับคนท้องถิ่น สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ เลือกองค์กรที่ทำงานกับชุมชนจริง และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคนท้องถิ่น (2) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการ Pride BCN มีการวางแผนการทำงาน Pride ที่ใหญ่ขึ้นทุกปี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี BCN เน้นการประสานงานผ่าน Barcelona Turisme และรัฐบาลกาตาลัน (City Hall) เพื่อช่วยประสานงานเรื่องการคมนาคม

ปัญหาในการทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เมืองบาร์เซโลนา พบว่า Barcelona Turisme อยากทำให้ทุกพื้นที่ของบาร์เซโลนาเป็นพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ ไม่ใช่เป็นมิตรแค่ในตัวเมืองบาร์เซโลนาและเมืองซิกเจสเท่านั้น แต่อยากให้ทุกพื้นที่ของเมืองบาร์เซโลนาเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะย่าน Gothic เมืองเก่าของบาร์เซโลนา ที่ไม่ค่อยเปิดรับการจัดกิจกรรมผู้มีความหลากหลายทางเพศมากนัก เพราะเป็นย่านที่มีความเก่าแก่ของศาสนสถาน และเมืองรอบนอกบาร์เซโลนาที่เป็นเมืองเกษตรกรรม

5.1.2 การเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งในและนอกประเทศ

การจัดทำดัชนีชี้วัดในการจัดอันดับความนิยมของประเทศที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจะมีการกำหนดแยกเป็น 3 หมวดหมู่ของกฎหมาย ได้แก่ (1) สิทธิพลเมือง (2) การเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว และ (3) การถูกคุกคาม โดยรายละเอียดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิพลเมือง แบ่งเป็น 5 ข้อกฎหมาย 1) กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) 2) กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) 3) กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) 4) กฎหมายความเท่าเทียมต่อกลุ่มคนข้ามเพศ (Transgender Rights) และ 5) กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent)

จากการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของ 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีกฎหมายครอบคลุมด้านสิทธิพลเมืองเท่าเทียมในทุกประเด็น โดยมีจุดแข็งของข้อกฎหมายคือ การเขียนกฎหมายที่เขียนครอบคลุมไว้อย่างกว้างขวาง ไม่มี

ข้อยกเว้นที่เป็นรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ดังที่รัฐธรรมนูญสเปน พ.ศ. 2538 มาตราที่ 14 ระบุว่า ประชาชนสเปนทุกคนมีความเท่าเทียมกันและห้ามมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา ความเชื่อทางศาสนา หรือเงื่อนไขใด ๆ หรือเหตุส่วนบุคคลหรือทางสังคม ซึ่งหมายความว่า การเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายเพศทั้งกลุ่มเกย์และกลุ่มคนข้ามเพศเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย และการใช้วิธีการปรับกฎหมายเดิมแทนการเขียนกฎหมายขึ้นมาใหม่ทั้งหมด ดังที่มีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยระบุอย่างกว้างขวางว่า การสมรสจะมีข้อกำหนดและมีผลทางกฎหมายแบบเดียวกันเมื่อบุคคลสองคนจดทะเบียนร่วมกัน ไม่ว่าบุคคลทั้งสองจะมีเพศเดียวกันหรือต่างกัน ซึ่งหมายความว่ากลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจะได้รับสิทธิแบบเดียวกับคู่รักต่างเพศทุกประการ รวมทั้งการรับบุตรบุญธรรมด้วย อีกทั้งยังมีกฎหมายที่มอบสิทธิในการเปลี่ยนเพศสภาพตนเองให้กับกลุ่มคนข้ามเพศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ส่วนกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ของประเทศสเปนนั้น มีการปรับข้อกำหนดจากเดิมอายุ 13 ปีเป็นอายุ 16 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่า ประเทศสเปนแทบจะไม่มีจุดอ่อนในด้านกฎหมายเลย จึงถือว่ามี ความในด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดใน 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย

รองลงมาคือประเทศไทย ซึ่งมีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติหรือพ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558 ร่างกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันหรือพ.ร.บ.คู่ชีวิต และกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไปถ้าได้รับการยินยอมจากผู้ปกครอง และอายุ 18 ปีโดยไม่ต้องได้รับการยินยอมจากผู้ปกครอง แต่ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับความเท่าเทียมเพศในเรื่องของรายละเอียดและที่มาของกฎหมายแต่ละฉบับ พ.ร.บ.ความเท่าเทียมทางเพศ พ.ศ. 2558 มีการเขียนข้อยกเว้นบางประการที่เปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดสามารถใช้เป็นข้ออ้างได้ คือการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุผลทางวิชาการ ทางศาสนา หรือเพื่อประโยชน์สาธารณะ อีกทั้งที่มาของ พ.ร.บ.ฉบับนี้ยังมีปัญหา เนื่องจากเป็นพ.ร.บ.ที่ร่างขึ้นระหว่างที่ประเทศไทยประสบกับสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่มั่นคง ทำให้ประชาชนไม่มีส่วนร่วมทางกฎหมาย จึงไม่อาจจะระบุได้ว่า กฎหมายฉบับนี้ได้รับความเห็นชอบจากประชาชน ร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต พ.ศ. 2561 ก็มีปัญหาในเรื่องคำจำกัดความ การใช้คำจำกัดความว่า “คู่ชีวิต” แทน “คู่สมรส” และ “ชาย-หญิง” ทำให้คู่รักเพศเดียวกันไม่ได้สิทธิเสรีภาพเท่าเทียมทุกประการกับคู่รักต่างเพศ เนื่องจากกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับที่คุ้มครองสิทธิของ “คู่สมรส” เท่านั้น ทำให้ “คู่ชีวิต” ยังไม่สามารถรับบุตรบุญธรรมได้ นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2563 มีการร่างพ.ร.บ.การรับรองอัตลักษณ์เพศภาวะของบุคคล พ.ศ.... ซึ่งเป็นความพยายามของหน่วยงานต่าง ๆ แต่ ณ ปัจจุบัน กลุ่มคนข้ามเพศยังไม่ได้สิทธิในการเปลี่ยนคำนำหน้านาม เพศ หรือเพศสถานะของตนในเอกสารราชการได้

ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่มีกฎหมายรองรับที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมเลย มีเพียงกฎหมายว่าด้วยอายุ ความยินยอมในการมีเพศสัมพันธ์ของประเทศอินโดนีเซียซึ่งอยู่ที่อายุ 16 แต่เมืองบาห์ลีไม่มีการบังคับใช้

กฎหมายชารีอะห์ ประมวลกฎหมายที่มาจากคำสอนและหลักนิติศาสตร์พื้นฐานของศาสนาอิสลามที่มีบทลงโทษรุนแรงสำหรับพฤติกรรมารรักเพศเดียวกัน จึงยังถือว่ามีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากกว่าบางพื้นที่ในประเทศอินโดนีเซีย แต่ก็ยังถือว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับนานาประเทศ จึงถือว่าเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียมีความพร้อมด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์น้อยที่สุดใน 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย

5.1.3 ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ประเทศไทย มีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ ไม่พบผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกคน แต่มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวคือร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สำหรับผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทยยังไม่พบเจอบ่อยนัก โดยเป็นโรงแรมที่เป็นส่วนต่อขยายของชานาเฉพาะกลุ่มเกย์ และโรงแรมที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 2) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเดินทางได้สะดวกสบาย ไม่ต้องการผู้นำเที่ยว 3) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง 4) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสถานบันเทิงยามค่ำคิน

เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย มีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ ไม่พบผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกคน แต่มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวคือร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สำหรับผลลัพธ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ยังพบเจอได้ไม่มากนัก มีโรงแรมที่เป็นส่วนขยายของชานาเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีต้นแบบเป็นโรงแรมแบบเดียวกันของประเทศไทย 2) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีเพียงหนึ่งเดียวในเมืองบาห์ลี 3) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง 4) ผลลัพธ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ สถานบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลีไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล แต่ก็พอมีอยู่บ้าง

เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ ไม่พบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อจำพวกอาหารและเครื่องดื่มเฉพาะสำหรับกลุ่มเกย์ เพราะอาหารและเครื่องดื่มเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกคน แต่มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวคือร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายแห่งในบริเวณเกซมีเปส สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้น สามารถพบได้ทั่วไปบริเวณเกซมีเปส มีโรงแรมที่ประกาศตนว่าเป็นโรงแรม heterofriendly ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ และเป็นต้นแบบให้กับโรงแรมแบบเดียวกันในหลาย ๆ ประเทศ และยังมีผลิตภัณฑ์ประเทศร้านหนังสือที่คัดเลือกหนังสือเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาขายโดยเฉพาะอีกด้วย 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลาย และมีจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไปยังเมืองใกล้เคียงอีกด้วย 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตั๋วเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง แต่ก็มีบางสายการบินที่โฆษณาต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ สถานบันเทิงเฉพาะกลุ่มเกย์มีให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายประเภทและให้บริการหลากหลายช่วงเวลา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เปิดบริเวณเกซมีเปส อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่จัดขึ้นเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งละครเวที เทศกาลที่สนับสนุนสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ การบรรยายในหัวข้อเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะดำเนินการอภิปรายตามสมมติฐานงานวิจัย คือ (1) ปัจจัยผลักดันมีผลต่อการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (2) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวมีผลต่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) ผลกระทบทางบวกและทางลบของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ดังนี้

5.2.1 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว 4) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น 5) บทบาทผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ 6) บทบาทของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ล้วนมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การ

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งสิ้น โดยคณะผู้วิจัยอภิปรายความพร้อมของอุปทานแต่ละด้านมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

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

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเดินทางในจุดมุ่งหมายนั้นและการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ หากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคมกล่าวว่า กิจกรรมประเภทปาร์ตี้เวิลด์ได้รับความนิยมสูงมากจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น งาน gCircuit เทศกาลสงกรานต์ ประเทศไทย งานปาร์ตี้รวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย และรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ยิ่งใหญ่ระดับโลก จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันมากที่สุดประมาณ 8,000 คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเลือกตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำในช่วงเทศกาลสงกรานต์เพื่อเข้าร่วมงานปาร์ตี้ gCircuit เช่นเดียวกับงาน Pride BCN ที่มีนักท่องเที่ยวหลายคนเลือกเดินทางยังเมืองบาร์เซโลนาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม Pride BCN งานไพรด์ใหญ่อันดับต้น ๆ ของยุโรป

3) ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว

ระบบโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยหากประเทศไหนมีการวางแผนระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเอื้อต่อคนทุกกลุ่ม ทุกประเภท จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับระบบโครงสร้างพื้นฐานจะทำให้ นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำ หรือใช้เวลานานในการท่องเที่ยวที่จะส่งผลไปยังการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน หากนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจกับระบบโครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยว มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาการท่องเที่ยว รวมไปถึงการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ภาครัฐพยายามพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวมากที่สุด

และนำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยวซ้ำ โดยไม่ได้มีแผนนโยบายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ แต่เน้นการพัฒนานักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไปพร้อมกัน

4) อัยาศัยไมตรีท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น

อัยาศัยไมตรีท้องถิ่นส่งผลต่อการอุปสงค์การท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกเดินทางยังจุดหมายปลายทาง หากประเทศไหนคนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จะเป็นหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ตัดสินใจเลือกเดินทาง เช่น ประเทศไทย ที่ชาวไทยเรียกตนเองว่าเป็นสยามเมืองยิ้ม เพราะผู้คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรสูง และประเทศสเปน ที่พลเมืองท้องถิ่นมีความตระหนักเรื่องสิทธิและความหลากหลายทางเพศ เห็นได้ชัดจากอัตราการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศต่ำจนแทบไม่เกิดขึ้น เช่นเดียวกันหากประเทศไหนคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีความไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อาจมีผลต่อการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว หรือนักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังตัวเองสูงระหว่างการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์เชิงลึกตำรวจท่องเที่ยวเมืองบาห์ลี กล่าวว่า เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย นับถือศาสนาฮินดูและศาสนาฮินดูไม่สนับสนุนกลุ่มบุคคลที่รักเพศเดียวกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการระวังตัวสูงระหว่างการท่องเที่ยวบาห์ลี

5) บทบาทผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาคเอกชน พบว่า การทำงานหลักของผู้ประกอบการคือการทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและเลือกเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงพยายามให้บริการนักท่องเที่ยวให้พึงพอใจในการบริการมากที่สุด และหากธุรกิจไหนมีการสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ อาจด้วยการตกแต่งร้านในเชิงสัญลักษณ์ หรือนโยบายที่เอื้อต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และอาจนำไปสู่การใช้จ่ายและการท่องเที่ยวซ้ำในที่สุด

6) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง มีผลเป็นอย่างยิ่งในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ หากประเทศไหนมีกฎหมายสนับสนุนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแก่คนท้องถิ่น ถือเป็นการยืนยันอย่างหนึ่งว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวยังจุดหมายนั้น ๆ จะปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวเพราะมีกฎหมายต่อต้านการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ และคนท้องถิ่นที่ได้รับสิทธิตามพลเมืองจะมีความตระหนักรู้ในสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายทางเพศ เห็นได้จากการจัดอันดับของ Spartacus Gay Travel Index ในการจัดอันดับประเทศที่มีความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ มีตัวชี้วัดในการจัดอันดับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 3 ปัจจัย ดังนี้ 1) กฎหมายสิทธิพลเมือง 2) การเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 3) การคุกคามกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ พบว่า ประเทศที่ได้รับอันดับต้นในการจัดอันดับดังกล่าว มีคะแนนด้านสิทธิพลเมืองสูง แปรผกผันกับคะแนนการด้านการเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และการคุกคามกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ กล่าวคือ ประเทศไทยมีกฎหมายสิทธิพลเมืองสูง จะ

ทำให้อัตราการเลือกปฏิบัติและการคุกคามด้วยเหตุทางเพศลดลงมาก เพราะประชากรในประเทศตระหนักและเคารพต่อความหลากหลายทางเพศ

5.2.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่า นโยบายหรือกฎหมายดังกล่าวจะไม่ได้เอื้อประโยชน์โดยตรงต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้นถือว่า การที่ประเทศหนึ่งจะสร้างนโยบายหรือกฎหมายที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ได้นั้นจะต้องเป็นประเทศที่เปิดรับและยอมรับความหลากหลายทางเพศ จึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความรู้สึกสบายใจที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวและสังเกตการณ์คุณภาพชีวิตของกลุ่มเกย์ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทำการเปรียบเทียบกับประเทศของตนอยู่เสมอ และเป็นปัจจัยหลักในการกระตุ้นจากภายในในการต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.2.3 ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนั้นมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องนั้น มีผลเป็นอย่างยิ่งต่อระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยพบว่า หากนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ว่ามีรัฐบาล ณ แหล่งท่องเที่ยวที่ตนไป มีวิสัยทัศน์ในการยอมรับและเข้าใจกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ผ่านการจัดให้มีนโยบายและกฎหมายที่ส่งเสริมการใช้สิทธิของกลุ่มเกย์ หรือ จัดให้มีกิจกรรมระดับประเทศที่ภาครัฐเป็นผู้ร่วมจัดการ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีลักษณะของความคาดหวังที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่ตนไป

รวมถึงนโยบายการเสนอขายของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจการเดินทางในขั้นต้น นักท่องเที่ยวจะจดจำข้อมูลแล้วนำมาเปรียบเทียบกับประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากจะทำให้ความคาดหวังต่อนักท่องเที่ยวที่ตนไปอยู่ในระดับสูง ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวจึงต้องทำงานในการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวและบริการให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ดี จะทำให้ความคาดหวังพบเจอกับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ เช่น การเสนอขายการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของเมืองบาร์เซโลนาผ่าน Visit Gay Barcelona ที่เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างรัฐบาลและภาคประชาสังคม ในการหาข้อมูลเชิงลึกสถานที่ท่องเที่ยวและจัดทำวิธีการเผยแพร่ข้อมูลให้นักท่องเที่ยว ทำให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ผ่านรูปแบบออนไลน์มีความเป็นจริง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นจริง

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมมีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมีความหลากหลายและหลากหลายราคาให้ใช้บริการ ผู้คนเป็นมิตร และมีวัฒนธรรมที่มีมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ และเกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานนั้น ๆ อย่างสะดวกสบาย เช่น การเข้าถึงระบบสาธารณสุขในประเทศไทย การเข้าถึงยาเพร็บบและยาเป็บของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในราคาที่ไม่สูงและจับต้องได้ และที่สำคัญความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว รัฐบาลต้องมีการดูแลแหล่งท่องเที่ยวไม่ให้เสื่อมโทรม ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความสะอาดของเมืองที่เป็นภาพจำสำคัญของนักท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้จัดทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของความพร้อมอุปทานการท่องเที่ยว วิเคราะห์จากการสังเกตการณ์ในการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน รายละเอียดดังตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางเปรียบเทียบความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
ประเทศไทย	1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย งดงาม มีเสน่ห์และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเว็บไซต์ Go Thai Be Free ระบุประเภทการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ดังนี้ ทะเล ภูเขา น้ำตก เมือง แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โดยครอบคลุมอยู่ใน 8 จังหวัดที่มีความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยว เพราะขาดการดูแลจากภาครัฐในเรื่องความสะอาด	ผลจากแบบสอบถามพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและมีความศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหลักอันดับต้น ๆ ในการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สกปรก เสื่อมโทรม และไม่ได้รับการดูแลจากภาครัฐ เช่น ขยะตามแนวชายหาด เป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังประเทศไทย
	2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นศูนย์รวมปาร์ตี้ (Gay event party) ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย เช่น ปาร์ตี้ gCircuit ช่วงสงกรานต์ ปาร์ตี้	การท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นพบแต่ประเภทความบันเทิง ปาร์ตี้ บาร์คลับ ไม่มีการท่องเที่ยวที่เพิ่มคุณค่าของกลุ่มบุคคล	ปาร์ตี้อีเวนต์ที่จัดขึ้นสม่ำเสมอ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมได้มาก เช่น งาน gCircuit	ภัยพิบัติ โรคระบาด เช่น การแพร่ระบาดของโรคโควิด 2019 ทำให้ผู้จัดการยกเลิกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงปาร์ตี้

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
		White party ช่วงปีใหม่ อีกทั้งยังมีการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ที่เป็นเทศกาลระดับโลก โดยเฉพาะถนนสีลม จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายคนในการเข้าร่วมเทศกาลสงกรานต์ที่เมืองไทย	ที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น พิพิธภัณฑสถานสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	ปี 2019 มีผู้เข้าร่วมเฉลี่ย 3000 คน/คืน และมากที่สุดถึง 8,000 คน/คืน ทำให้สร้างเม็ดเงินมหาศาลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องบริเวณงานที่จัด เช่น รถแท็กซี่ ตุ๊กตักุ๊ก โรงแรม เป็นต้น	เกือบทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในเดือนเมษายนปี ค.ศ. 2020
	3. ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว	ระบบสาธารณสุขของประเทศไทยโดดเด่น โดยเฉพาะเรื่องการเข้าถึงยา เบ้า/เพิร์พที่หลากหลายสถานที่ ในราคาที่จับต้องได้ และกระบวนการคัดกรองที่มีคุณภาพ ใช้เวลาไม่นาน	การสื่อสารสัญลักษณ์ในขนส่งมวลชนไม่ชัดเจน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น ซอยสีลม ป้ายสถานี BTS และป้ายสถานี MRT ไม่เหมือนกัน ใช้ชื่อสถานีคนละชื่อทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่รู้ภาษาไทยเกิดความสับสน	การเข้าถึงสาธารณสุขที่ง่ายในการเข้าถึง และราคาไม่สูงมาก ทำให้นักท่องเที่ยวหลายคนตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า หมอจากเมืองบาหลี ดัดสินใจเดินทาง	ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ดี เช่น การคมนาคมที่ติดขัดในกรุงเทพ ระบบขนส่งมวลชนที่มีราคาสูง และป้ายสัญลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวซ้ำที่ประเทศไทย

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
				มายังประเทศไทยเพื่อซื้อ ยาเสพติด	
	4. อัยาศัยไมตรีท้องถิ่น และ วัฒนธรรมท้องถิ่น	ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น เช่น รอยยิ้ม การไม่แสดงท่าที ต่อต้านในการพบเจอกลุ่มบุคคล ที่มีความหลากหลายทางเพศ	การยอมรับนักท่องเที่ยว ในฐานะคนนำเงินมาให้ หรือยอมรับว่ามีตัวตน แต่ไม่ได้รับการยอมรับ อย่างเท่าเทียม และคน ท้องถิ่นไทยยังพบเจอ ปัญหาการเลือกปฏิบัติ ด้วยเหตุทางเพศ	- สยามเมืองยิ้ม เป็นวาท กรรมหลักในการดึงดูด นักท่องเที่ยวเข้ามาใน ประเทศ - เทศกาลสงกรานต์ ส า ม า ร ถ ดึง ดู ด นักท่องเที่ยวได้จำนวน มากและสร้างเม็ดเงินสู่ อุตสาหกรรม การ ท่องเที่ยวเป็นจำนวน มหาศาล	เกิดความคาดหวังสูงกว่า ปกติ หากเจอคนท้องถิ่น ที่ไม่เป็นมิตรมีผลในการ ตัดสินใจเลือกกลับมา ท่องเที่ยวอีกครั้ง
	5. บทบาทของผู้ประกอบการ ในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง	ธุรกิจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม เกย์หลากหลาย รัฐบาลมีการ เปิดกว้างในการทำธุรกิจเพื่อ ธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	มีธุรกิจที่ไม่ใช่เชิงสถาน บันเทิงน้อย ส่วนมากพบ แต่คลับ บาร์ ชวนำที่ เป็นพื้นที่ของ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	ความพร้อมของอุปทาน ในการสร้างธุรกิจการท่องเที่ยว กลุ่มเกย์ดึงดูด นักท่องเที่ยวได้มาก	เนื่องจากธุรกิจเพื่อกลุ่ม เกย์ที่พบในประเทศไทย คือธุรกิจประเภทความ บันเทิง ชวนำ บาร์เกย์ สร้างภาพจำให้คนทั่วไป

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
					มองนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มุมเดียว
	6. บทบาทของหน่วยงาน รัฐบาลที่เกี่ยวข้อง	มีการทำงานเรื่องการเสนอขาย การท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ Go Thai Be Free และการเคลื่อนไหวใน การสร้างความปลอดภัยในเชิง กฎหมาย เช่น กฎหมายสิทธิ พลเมืองด้านการสมรสเพศ เดียวกัน (พ.ร.บ.คู่ชีวิต)	ยังไม่มี การสนับสนุนการ ท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มี ความหลากหลายทางเพศ ที่มีประสิทธิภาพ เท่าที่ควร Go Thai Be Free สะท้อนภาพการ ท่องเที่ยวในอุดมคติของ ชนชั้นกลางมากเกินไป ไม่โอ้อวดรับ ความ หลากหลายทางกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับเพศวิถี เท่าที่ควร และข้อมูลไม่ ครบถ้วน ไม่ลึกหากเทียบ กับคู่มือการท่องเที่ยว กลุ่มเกย์ที่จัดทำโดยเอก ชน	การมีกฎหมายสิทธิ พลเมืองที่รองรับกลุ่ม บุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศ ถือ เป็นการยืนยันการ ยอมรับกลุ่มบุคคลที่มี ความหลากหลายทางเพศ	นักท่องเที่ยวเกิดความ คาดหวังสูงกว่าปกติ หาก เจอความที่ไม่เป็นมิตร ของหน่วยงานภาครัฐจะมี ผลในการตัดสินใจเลือก กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
เมืองบาหลี ประเทศ อินโดนีเซีย	1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ	บาหลีมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลายภายในหนึ่งเมือง มีทั้งภูเขา ทะเล ชนบท จึงบาหลีเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก	ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติ เพราะขาดการดูแลจากภาครัฐในเรื่องความสะอาด	สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหลักอันดับต้น ๆ ในการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	ไม่มีกฎหมายที่เป็นมิตรต่อคนรักเพศเดียวกันเลย ด้วยเหตุความเชื่อของศาสนาฮินดู ทำให้ปัจจัยที่ทำให้คนเลือกเดินทางมายังประเทศบาหลีคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเดียว ไม่มีเรื่องการเสนอขายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
	2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	ธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์กระจุกตัวอยู่ที่หาด Seminyak และหาด Kuta ในรูปแบบคลับเกย์และชานว่า การท่องเที่ยวยอดนิยมของเมืองบาหลี คือ Bali Swing และการท่องเที่ยวเชิงชุมชน เข้าไปเรียนรู้การใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น	ธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์มีน้อย ไม่หลากหลาย มีประเภทเดียว แค่คลับและชานว่าเท่านั้น	ถึงจะมีน้อย แต่ธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ในบาหลีก็มีความพร้อมในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	รัฐบาลมีการประกาศปิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเกย์ ด้วยเหตุว่าการเป็นเกย์เป็นมลทินต่อการท่องเที่ยวเมืองบาหลี

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
	3. ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว	มีการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะทางกายภาพชัดเจน เมืองชายหาดอยู่ฝั่งเมือง Seminyak, Huta เมืองภูเขา น้ำตก อยู่ฝั่ง Ubud	การคมนาคมบาหลิ ไม่ดี ไม่สามารถตัดถนนได้ด้วยเหตุทางศาสนา รถติด ถนนขนาดเล็ก ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในบาหลิ และไม่มีขนส่งมวลชนให้ใช้บริการ	การไม่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการคมนาคม ทำให้เกิดธุรกิจกระจายรายได้สู่คนท้องถิ่น เช่น Go-Jek หรือ Grab car	เมืองไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร ใช้ระยะเวลานานในการเดินทาง
	4. อัยาศัยไมตรีท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น	วัฒนธรรมท้องถิ่นทรงคุณค่า ยังมิให้เห็นในบาหลิ คนท้องถิ่นเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว และปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างลูกค้าคนหนึ่ง ไม่มีการเลือกปฏิบัติ	ความเชื่อของศาสนาฮินดูส่งผลต่อการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น รวมไปถึงการห้ามเข้าศาสนสถานของบางเพศ เช่น เพศหญิงที่มีรอบเดือน	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	ศาสนาฮินดูไม่ยอมรับคนรักเพศเดียวกัน ทำให้คนท้องถิ่นไม่ได้รับสิทธิพลเมือง ถึงจะไม่มีกฎหมายห้าม แต่ก็ไม่มี การป้องกัน ไม่มีการส่งเสริม
	5. บทบาทของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง	การทำงานร่วมกันระหว่างภาคประชาสังคม กลุ่ม NGO และผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ในการ	ลักษณะของกิจกรรมไม่หลากหลาย ธุรกิจเพื่อ	การทำงานร่วมกันระหว่างภาคประชาสังคม และภาคธุรกิจนำไปสู่การ	รัฐบาลมีการประกาศปิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเกย์ ด้วยเหตุว่าเป็นเกย์

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
		สื่อสารประเด็นเรื่องการป้องกัน HIV	กลุ่มเกย์มีเพียงประเภทเดียวคือ การท่องเที่ยว	ขายสินค้าการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม กล่าวคือ การท่องเที่ยวแห่งหนึ่งเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง	เป็นมลทินต่อการท่องเที่ยวเมืองบาห์ลี
	6. บทบาทของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง	เมืองมีการพยายามสื่อสารประเด็นสากลที่สามารถจับต้องได้จริง เช่น การประกาศไม่ใช้ถุงพลาสติก เป็นต้น	ไม่มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ อีกทั้งยังมีการปิดรีสอร์ทเกย์ด้วยเหตุผลว่าเป็นมลทินต่อเมืองบาห์ลี	รัฐบาลได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว รวมทั้งเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ	การสื่อสารประเด็นรักเพศเดียวกันยังเป็นเรื่องที่ไม่ได้รับการยอมรับในเมืองบาห์ลี ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่บาห์ลี
เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน	1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ	รัฐบาลเมืองบาร์เซโลนาใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลสนับสนุนเมือง Sitges เมืองริมชายหาดในเมืองบาร์เซโลนา เป็นเมืองชายหาดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ระดับต้น	สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติสามารถท่องเที่ยวได้ในช่วงฤดูร้อนเท่านั้น เช่น เมือง Sitges ที่เป็นเกย์ทาวของบาร์เซโลนา มีกิจกรรมที่	สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหลักอันดับต้น ๆ ในการตัดสินใจเลือก	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สกปรกเสื่อมโทรม และไม่ได้รับการดูแลจากภาครัฐ เป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
		ของโลก และเป็นสถานที่จัด Pride Sitges รวมทั้งปาร์ตี้เกย์อีเวนต์ระดับโลกอย่าง Circuit Barcelona	ไม่ครอบคลุม หากไปยังช่วงฤดูหนาว	เดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำยังประเทศไทย
	2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	เมืองบาร์เซโลนาความพร้อมของอุปทานในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงมาก มีการจัดย่านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ชื่อว่า Gaixample เกิดขึ้นโดยการทำงานร่วมกันของรัฐบาลและภาคประชาสังคม และงานปาร์ตี้อีเวนต์ระดับโลก Circuit Barcelona และ งาน Pride BCN	ไม่พบจุดอ่อนของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพราะเมืองบาร์เซโลนาความพร้อมของอุปทานในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงมาก	ปาร์ตี้อีเวนต์ที่จัดขึ้นสาธารณะถึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมได้มาก เช่น งาน gCircuit มากกว่าหนึ่งแสนคน ทำให้สร้างเม็ดเงินมหาศาลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และงาน Pride BCN ที่กระตุ้นเศรษฐกิจตามเส้นทางที่ขบวนเดินผ่านถือเป็นการสร้างการยอมรับของคนท้องถิ่นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มี	ภัยพิบัติ โรคระบาด เช่น การแพร่ระบาดของโรคโควิด ค.ศ. 2019 ทำให้ผู้จัดการยกเลิกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงปาร์ตี้เกือบทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น และกังวลไปสู่งาน Pride ในเดือนมิถุนายน

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
				กำลังซื้อ และมี ประสิทธิภาพ	
	3. ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว	เมืองบาร์เซโลนามีโครงสร้างพื้นฐานที่ครบถ้วนและเอื้อให้เกิดเชื่อมโยงจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว	ไม่พบจุดอ่อนของระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญต่ออุปทานการท่องเที่ยว	บาร์เซโลนามีความพร้อมด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีความสำคัญรองรับการท่องเที่ยวทุกกลุ่ม กล่าวได้ว่าเป็นเมืองศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก	รัฐบาลไม่มีแผนการทำงานด้านการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
	4. อัยยาศัยไมตรีท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น	คนท้องถิ่นมีความตระหนักถึงสิทธิพลเมือง เพราะรัฐบาลให้สิทธิพลเมืองแก่คนท้องถิ่น ท	คนท้องถิ่นเป็นมิตร แต่คนอพยพเยอะ คนไร้บ้านเยอะ ทำให้เกิดปัญหาขโมย และปัญหาด้านสังคม	เมืองบาร์เซโลนา เป็นเมืองที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ติดระดับต้น ๆ ของโลก ด้วยอัยยาศัยไมตรีท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความตระหนักถึงความเท่าเทียมทางเพศ	รัฐบาลยังไม่สามารถจัดการปัญหาเรื่องขโมยได้ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ที่ไม่ดี จะมีภาพจำ และไม่เลือกเดินทางซ้ำ
	5. บทบาทของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง	เมืองบาร์เซโลนามีความพร้อมของอุปทานในการรองรับ	ไม่พบจุดอ่อนของการทำงานของบทบาทของ	บาร์เซโลนามีความพร้อมของอุปทานในด้านธุรกิจ	ไม่พบภัยคุกคามของการทำงานของบทบาทของ

จุดมุ่งหมาย	ความพร้อมของ อุปทานการท่องเที่ยว	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)			
		S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
		นักท่องเที่ยวสูงมาก มีการจัด ย่านการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะ ชื่อว่า Gaixample เกิดขึ้นโดย การทำงานร่วมกันของรัฐบาล และภาคประชาสังคม	ผู้ประกอบการในธุรกิจ ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เพราะมีการทำงานที่ เข้มแข็งควบคู่กับรัฐบาล ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	และกิจกรรมที่รองรับการ ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ กล่าว ได้ว่า เป็นเมืองศักยภาพ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้มาก	ผู้ประกอบการในธุรกิจ ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เพราะมีการทำงานที่ เข้มแข็งควบคู่กับรัฐบาล ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์
	6. บทบาทของหน่วยงาน รัฐบาลที่เกี่ยวข้อง	หน่วยงานที่ทำงานด้านการ สนับสนุนการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในบาร์เซโลนาให้การสนับสนุน การท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เต็มที่ เมืองบาร์เซโลนามีความโดดเด่น ตรงที่เน้นการทำงานกับภาค ประชาสังคมที่ทำงานจริง ทำให้ การทำงานเข้าถึงระดับชุมชน และประสบความสำเร็จ	รัฐบาลไม่มีนโยบายใน การสนับสนุนการ ท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะ เน้นการ พัฒนาโดยรวมไปพร้อม กัน และยังไม่สามารถทำ ให้เมืองบาร์เซโลนาเป็น เมืองที่เป็นมิตรต่อกลุ่ม เกย์ได้ทุกตารางพื้นที่ เป็นมิตรแค่ย่านเกย์เปล และเมืองซิทเจสเท่านั้น	การมีกฎหมายสิทธิ พลเมืองที่รองรับกลุ่ม บุคคลที่มีความ หลากหลายทางเพศ ถือ เป็นการยืนยันการ ยอมรับกลุ่มบุคคลที่มี ความหลากหลายทางเพศ	นักท่องเที่ยวเกิดความ คาดหวังสูงกว่าปกติ หาก เจอความที่ไม่เป็นมิตร ของหน่วยงานภาครัฐจะมี ผลในการตัดสินใจเลือก กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

5.2.4 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมักจะพิจารณาจากนโยบายและกฎหมายที่ส่งเสริมในเรื่องของสิทธิพลเมืองเป็นหลัก และนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ รองลงมา เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่ได้เฝ้ารอให้มีการส่งเสริมการขายเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่จะให้ความสำคัญกับกฎหมายที่ป้องกันการเหยียดเพศ สนับสนุนการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน หรือกฎหมายในการเปลี่ยนคำนำหน้าชื่อเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศถือเป็นคนกลุ่มน้อยในสังคม และถูกบรรทัดฐานรักต่างเพศทำให้กลายเป็นกลุ่มคนชายขอบของสังคม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากกว่านักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป การที่ประเทศที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวมีนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศจึงเป็นเครื่องยืนยันถึงสิทธิการคุ้มครองของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างเป็นทางการจากผู้มีอำนาจทางกฎหมาย นอกจากนี้ กฎหมายดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงการยอมรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของคนในท้องถิ่นของประเทศนั้น ๆ ในระดับหนึ่งด้วย เพราะสามารถอนุมานได้ว่า คนส่วนใหญ่ในประเทศนั้น ๆ เห็นด้วยกับการผ่านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ และการมีข้อบังคับทางกฎหมายก็จะส่งอิทธิพลในทางสังคมและวัฒนธรรมกับคนในท้องถิ่นให้ตระหนักรู้ถึงสิทธิความเท่าเทียมที่กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสมควรจะได้รับ เป็นผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความมั่นใจที่จะเดินทางไปยังประเทศนั้น ๆ โดยเชื่อว่าประเทศนั้น ๆ ความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ทั้งในทางกฎหมายและในทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่ง Spartacus Gay Travel Index แหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในการพิจารณาเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ก็แสดงให้เห็นอิทธิพลของนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่มีต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ประเทศใดมีความพร้อมทางด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาก อันดับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวก็จะสูง และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ก็จะมี ความคาดหวังต่อประเทศนั้น ๆ มากตามไปด้วย อีกทั้งนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องยังเอื้อให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อแต่งงาน หรือการท่องเที่ยวแบบฮันนีมูน เป็นต้น

5.3 (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นสามารถทำได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.3.1 การสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง

การสร้างความพร้อมที่ดีควรจะมาจากรากฐานของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานอย่างกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เกี่ยวข้องหรือส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์นั้น เช่น (1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต (3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม (4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ และ (5) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ อีกทั้งการบรรลุการออกกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในการเลือกเดินทางมายังประเทศจุดหมาย

5.3.2 การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่น และหน่วยงาน

การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแก่ประชากรคนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพียงแต่กลุ่มผู้ประกอบการในประเทศก็มีผลต่อการสร้างความเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้ ความเป็นมิตรของคนในประเทศนั้น เป็นปัจจัยหนึ่งสร้างอุปสงค์ในการท่องเที่ยวและกระตุ้นการเพิ่มความเป็นไปได้ในการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย โดยการสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควบคู่กับกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว หรือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด บูรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการอบรมที่เกิดขึ้นตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

5.3.3 การจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับกลุ่มเกย์ ไม่ใช่จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ผลิตแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และข้อมูลจำเป็นในการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเน้นที่ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ กรุงเทพฯ กระบี่ ภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย สุราษฎร์ธานี ชลบุรีและประจวบคีรีขันธ์

5.3.4 การกระตุ้นการเดินทางจุดหมาย

หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็ก รวมทั้งจากการสังเกตและสัมภาษณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถานบันเทิงแบบหลากหลายจุดหมาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำกัดจำนวนคลับในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามเวลาและสถานที่ เช่น นักท่องเที่ยวใช้บริการคลับ Punto BCN และมีการใช้จ่ายภายในร้าน นักท่องเที่ยวจะได้ตัวเข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ คณะผู้วิจัยเสนอให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ในการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่มโดย Go Thai Be Free เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน เช่น การสนับสนุนทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่กับผู้ประกอบการรายย่อยในธุรกิจประเภทความบันเทิง เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้มีการใช้จ่ายในร้านของธุรกิจรายย่อยแล้วสามารถแลกตัวเข้างานปาร์ตี้ของคลับยอดนิยมได้ เป็นการกระตุ้นการขายแบบกลุ่มอย่างหนึ่ง

5.4 การรับฟังความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับข้อมูลด้านอุปทานของนักท่องเที่ยว

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 เพื่อนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษา ขอทราบข้อมูลเพิ่มเติม รับฟังเสียงสะท้อนจากหน่วยงานต่าง ๆ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากงานเสวนามาวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อเสนอเป็นนโยบายแก่ทางผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป

เนื่องด้วยสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ตามคำสั่งของ พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ฉบับที่ 1 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2563 ประกาศยกเลิกการจัดประชุมที่มีการรวมตัวคนจำนวนมาก ทำให้คณะผู้วิจัยปรึกษาร่วมกับสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการและผู้ทรงคุณวุฒิ ปรับแผนการทำงานจากการจัดประชุมเวทีและการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการเป็นการส่งจดหมายตามตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร่าง ดังนี้

ประเด็นการออกกฎหมายด้านสิทธิพลเมือง เป็นประเด็นละเอียดอ่อน อ้างอิงหลักการสากลทั้งด้านสาธารณสุขและสิทธิพลเมือง แต่ต้องชัดเจนกับกฎหมายและช่องโหว่อื่น ๆ ของระบบประเทศไทยด้วย ที่อาจเป็นไปได้ทั้งอุปสรรคและโอกาส แต่ต้องมุ่งเป้าหมายเดียวกันคือยืดหยุ่นเพื่อสร้างโอกาสให้การท่องเที่ยวการเสนอขาย นักสิทธิมนุษยชนมีความกังวลในเรื่องของการเข้าถึงการใช้บริการของเพศอื่นในพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รวมทั้งสังคมไทยค่อนข้างละเอียดอ่อนและมีกฎเกณฑ์ในการยึดถือปฏิบัติมานาน การยอมรับหรือการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างต้องใช้ระยะเวลาและต้องอาศัยการให้ข้อมูลเพื่อการสื่อสารให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ประเด็นการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศ ประเทศไทยขาดองค์ความรู้เรื่องนี้และหน่วยงานที่จะทำเรื่องนี้อย่างจริงจัง ทำให้ที่ผ่านมา ไม่เกิดขึ้น ต่างประเทศได้ทำเรื่องนี้มานานแล้วจนเคยชิน ต้องเริ่มจากเอกชนก่อน ภาคบริการสำคัญที่สุดที่ควรเริ่มให้ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศต่อสาธารณชน

ประเด็นการจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รัฐบาลควรเร่งรัดสนับสนุนโดยประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนในการขอข้อมูลแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศเพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างครบวงจร อาทิ ผับ โรงแรม โรงพยาบาลผ่าตัดแปลงเพศ ซาวน่า สถานบริการทางเพศ ร้านขายสินค้าทางเพศ เป็นต้น

ประเด็นการกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดมุ่งหมายใน 8 จังหวัดนำร่อง ควรปรับใครก็สามารถใช้บริการได้และทำเป็นแคมเปญเสรีเพศ อาจเน้นกลุ่มเกย์ แต่เปิดให้ทุกคนเข้าถึงได้ ไม่ว่าคุณจะเป็นเพศไหนก็เที่ยวไทยได้ทุกที่ ซึ่งจะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวได้ดี มากกว่าเมืองหลักๆ พร้อมทั้งยังทำให้การลงทุมนับได้มากขึ้น

5.5 แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์นั้นสามารถทำได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.5.1 การสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในโครงการย่อยที่ 2 ยืนยันว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะพิจารณาให้ความสำคัญกับจุดหมายปลายทางที่แสดงความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยพิจารณาจากการที่ประเทศไทยนั้นแสดงภาพลักษณ์เชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศก่อน กล่าวคือ การมีกฎหมายสิทธิพลเมืองที่จะช่วยส่งเสริมการใช้สิทธิอย่างเท่าเทียมกันของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จะได้รับการดูแลภายใต้บริบทเดียวกันอย่างเท่าเทียม โดยการแก้ไขกฎหมายหรือการส่งเสริมกฎหมายสิทธิพลเมืองของบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น (1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต (3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม (4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ และ (5) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ ที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์สำคัญของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศนั้นเป็นนโยบายที่ต้องอาศัยการวางแผนมาตรการระยะยาวที่การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทยกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการผลักดันกฎหมายสิทธิพลเมืองอาจทำงานช่วยร่วมกันในการผลักดันกฎหมายให้สำเร็จและสามารถประกาศใช้ได้ในประเทศไทย

การสร้างความพร้อมที่ดีควรจะมาจากรากฐานของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานอย่างกฎหมายสิทธิพลเมืองที่เกี่ยวข้องหรือส่งเสริมความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์นั้น อีกทั้งการบรรลุการออกกฎหมายสิทธิพลเมืองที่ส่งเสริมความเท่าเทียมของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในการเลือกเดินทางมายังประเทศจุดหมายอีกด้วย

5.5.2 การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

การสร้างความรู้เข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแก่ประชากรคนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพียงแต่กลุ่มผู้ประกอบการในประเทศ มีผลอย่างมากต่อการสร้างความเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะความเป็นมิตรของคนในประเทศนั้น เป็นปัจจัยหนึ่งสร้างอุปสงค์ในการท่องเที่ยวและกระตุ้นการเพิ่มความเป็นไปได้ในการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย โดยการสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควบคู่กับกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว หรือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และหน่วยงานท้องถิ่น บูรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการอบรมที่เกิดขึ้นตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับ ความละเอียดอ่อนทางเพศสถานะ (Gender Sensitivity) ต่อการสื่อสารกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะการขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องนี้ ทำให้เกิดการมุ่งจุดเน้นเพื่อสร้างความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่คาดเคลื่อนไป เช่นการพยายามมากไปที่จะสร้างการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ซึ่งไม่ได้ช่วยกระตุ้นความต้องการจ่ายแต่เป็นการสร้างความอึดอัดให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์บางกลุ่มอีกด้วย

5.5.3 การจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลจากการศึกษาโครงการย่อยที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตแผนที่การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับกลุ่มเกย์ ไม่ใช่จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ดังนั้น คณะผู้วิจัยเสนอให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ผลิตแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และแสดงข้อมูลจำเป็นในการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยการแจกแผนที่การท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในการท่องเที่ยว อาทิ สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และธุรกิจเอกชนที่เป็นมิตรต่อกลุ่มผู้มีความ

หลากหลายทางเพศใน 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ กรุงเทพฯ กระบี่ ภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย สุราษฎร์ธานี ชลบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ระบุข้อมูลที่เป็นในการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างละเอียด ดังนี้ ข้อมูลทางกายภาพของประเทศไทย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสแนมบินแต่ละแห่งในประเทศไทย ข้อมูลการคมนาคมในประเทศไทย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปของประเทศไทย ข้อมูลภูมิอากาศ ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งตัวในการใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวประเทศไทย ข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรระวังระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม การไม่ลบหลู่ความเชื่อของคนไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่น ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่นิยมในประเทศไทย บาร์ คลับ ชวนน่า โดยระบุสถานที่ตั้ง รายละเอียดธุรกิจสถานประกอบการ เวลาเปิดปิด กลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ ข้อมูลโรงแรมที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลเบอร์โทรฉุกเฉิน ข้อห้ามผิดกฎหมายในประเทศไทย (กฎหมายว่าด้วยอายุที่สามารถร่วมประเวณีได้ 18 ปี และกฎหมายเรื่องการพกพายาเสพติด) รายละเอียดสิ่งอำนวยความสะดวกสถานพยาบาลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ คลินิกสำหรับการขอรับยา Pep และ PreP สถานีตำรวจที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ข้อมูลหน่วยงานภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านความหลากหลายทางเพศ และคำพูดทักทายภาษาไทยเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวให้หลากหลายภาษา เริ่มต้นด้วยภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่นิยมในการท่องเที่ยวประเทศไทย

5.5.4 การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายใน 8 จังหวัดนำร่องที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุใน Go Thai Be Free

หน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อม รวมทั้งจากการสังเกตและสัมภาษณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ มีการท่องเที่ยวสถาบันเชิงแบบหลากหลายจุดหมาย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไม่จำกัดจำนวนคลับในการท่องเที่ยวต่อหนึ่งคืน สามารถท่องเที่ยวต่อไปได้เรื่อย ๆ ตามเวลาและสถานที่ เช่น นักท่องเที่ยวใช้บริการคลับ Punto BCN และมีการใช้จ่ายภายในร้าน นักท่องเที่ยวจะได้ตัวเข้าใช้บริการคลับ Arena คลับเกย์ชื่อดังของเมืองบาร์เซโลนาได้ คณะผู้วิจัยเสนอให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำงานผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกย์ในการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่มโดย Go Thai Be Free เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจเกย์ทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน เช่น การสนับสนุนทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่กับผู้ประกอบการรายย่อยในธุรกิจประเภทความบันเทิง เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้มีการใช้จ่ายในร้านของธุรกิจรายย่อยแล้วสามารถแลกตัวเข้างานปาร์ตี้ของคลับยอดนิยมได้ เป็นการกระตุ้นการขายแบบกลุ่มอย่างนี้

ดังนั้น คณะผู้วิจัยเสนอให้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธนาคารแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ทำงานร่วมกันในการส่งเสริมให้มีการ

รวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกี่ยวกับการสนับสนุนการส่งเสริมการขายเป็นกลุ่ม โดยหน่วยงานดังกล่าวเป็นตัวกลางในการเชื่อมการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจทุกขนาดให้ทำงานร่วมกัน ให้นักท่องเที่ยวทุกคนไม่จำกัดเพศที่ใช้บริการสินค้าและบริการในสถานประกอบการที่เข้าร่วมการเสนอขายแบบกลุ่ม ได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าบางรายการตามโปรโมชั่นการเสนอขายแบบกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้มีความหลากหลายทางเพศ อาจเริ่มในพื้นที่นำร่องที่มีการกระจุกตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในบริเวณย่านสีลม และค่อยขยายผลไปตามย่านการค้าที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เช่น ย่านพัฒนาพงษ์ ซอยบอยทาวด์ พัทยา และซอยบางลา จังหวัดภูเก็ต

5.6 ข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

อุปสรรคในการสื่อสารประเด็นเรื่องเพศในประเทศที่มีความเปราะบางสูงคือ ประเทศอินโดนีเซียที่เป็นหนึ่งในพื้นที่ศึกษาของโครงการย่อยที่ 2 ทำให้การสื่อสารประเด็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในเมืองบาห์ลีเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก องค์กรภาครัฐและภาคประชาสังคมหลายแห่งปฏิเสธที่จะให้ข้อมูลและพูดถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ เพราะกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศขัดกับหลักทางศาสนาฮินดูที่เป็นศาสนาหลักของเมืองบาห์ลี อีกทั้งกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศถือมีความผิดทางกฎหมายในบางเมืองของประเทศอินโดนีเซีย การกลั่นกรองกระบวนการวิเคราะห์เครื่องมือ SWOT ยังมีข้อจำกัด และเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้มีการปรับเปลี่ยนการรับฟังเสียงสะท้อนในรูปแบบการส่งจดหมายแทนการจัดประชุมแสดงผลงานโครงการ ทำให้มีข้อจำกัดในการรับฟังเสียงสะท้อนอย่างมีส่วนร่วม

5.7 ข้อเสนอเพิ่มเติมสำหรับงานวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนมีความสำคัญต่อการสร้างความพร้อมด้านอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย ประเด็นที่น่าสนใจสำหรับศึกษาต่อจึงควรเป็นเกี่ยวข้องกับความเชี่ยวชาญของแต่ละภาคส่วนโดยละเอียด ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้ได้มาซึ่งนโยบายส่งเสริมการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *Home. Go Thai Be Free*. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.gothaibefree.com/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปีงบประมาณ 2562*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กฤษณะกันต์ เนตรเชม. (ม.ป.ป.). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: บทที่ 3 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว*. Google Sites. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://sites.google.com/site/pmttechtravel/bth-thi-3>
- กองบรรณาธิการวอยซ์ไทยแลนด์. (14 มกราคม 2563). *เสวนา 'กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ' ผลักดัน สมรสเพศเดียวกันจ่อยื่นสภาฯ แก่ พ.ร.บ.คู่ชีวิต*. Voice Online. <http://www.voicetv.co.th/read/d7FAALFRD>
- กองวิจัยการตลาด ททท. (2562). *Who? Where? What? When? Why? นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Review), 5(1)*. <https://www.tatreviewmagazine.com/e-magazine/no1-2019/>
- ข่าวสด. (30 ตุลาคม 2561). *ททท.ลุยโปรโมตตึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ क्रम.พิจารณากรม.แต่งงานเพศเดียวกัน พ.ย.นี้!* https://www.khaosod.co.th/economics/news_1758556
- คา ทท นิกสัน เซน, และธิดิพล บุญปลูก. (2561). *แรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวกลุ่มรักเพศเดียวกันที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Review), 4(3), 38-41*. <https://www.tatreviewmagazine.com/e-magazine/vol-4-no-3-july-september-2018/>
- โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.). (2556). *ตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง: แนวโน้ม อุปสงค์ และนโยบายต่อ* นโยบายการท่องเที่ยวไทย. *TRF Policy Brief, 3(2)*.
- โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw). (2 พฤศจิกายน 2557). *ร่างพ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ 'ชุดของเก่ามาเน้นใหม่'*. <http://ilaw.or.th/node/3314>
- โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw). (16 กันยายน 2558). *พ.ร.บ.ความเท่าเทียมฉบับ "ลักทั้งคืน"*. <https://www.ilaw.or.th/node/3848>
- จิรดา เดชเกลี้ยง, และศศิณา สิริวัฒน์. (2559). *ชุดการเรียนรู้ออนไลน์เรื่องส่วนประสมทางการตลาด: ความหมายของผลิตภัณฑ์*. Sites Google. <https://sites.google.com/site/onlinelearningseries/hnwy-thi-1-phlitphanth/khwamhmaykhxngphlitphanth-1>

- จีเอ็มไลฟ์. (2018). ญี่ปุ่นวางแผนโปรโมตพื้นที่ประสบภัยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อชาว ผู้มีความหลากหลายทางเพศ. GMLive เข้าถึงเมื่อ 10 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.gmlive.com/japan-promotes-LGBT-tourism>
- ฉันทิชา วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. วิรัตน์เอ็ดดูเคชั่น.
- ชญาณิน วังซ้าย. (2561). ผู้มีความหลากหลายทางเพศ LGBTQ inside out สรุปประเด็นจากการสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง ผู้มีความหลากหลายทางเพศ. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Review)*, 4(3). <https://www.tatreviewmagazine.com/e-magazine/vol-4-no-3-july-september-2018/>
- ชานันท์ ยอดหงส์. (ม.ป.ป.). LGBT Tourism: Thailand as a vagaytion. *TAT Review*. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/vagaytion/>
- จิตติศักดิ์ เวชกามา. (2557). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 9(1), 64-77. <https://www.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/19777/17315>
- ดีเอ็น บรอดคราสท์. (2561). สาดแม่...เลย!! "ไชนอน" เพลิดเพลินสงกรานต์ไทยแลนด์ [ภาพถ่าย]. NEW18. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.newtv.co.th/news/14304>
- โตมร ศุขปรีชา. (2561). “ผู้มีความหลากหลายทางเพศ Welcome”. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Review)*, 4(3), 4-10.
- ทศพล เดชะ. (2553). ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตตอนภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม].
- ธัญพร บัวทอง. (25 ธันวาคม 2561). พ.ร.บ. คู่ชีวิต : ครม. เห็นชอบ ร่าง พ.ร.บ. คู่ชีวิต แต่ยังไม่ได้เปิดให้รับบุตรบุญธรรมร่วมกัน. บีบีซี ไทย. <https://www.bbc.com/thai/thailand-46151187>
- นิศดา ศิลปเศรษฐ. (2560). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะฉัตร ปวงนิม, จิราทัศน์ รัตนมณฉัตร, และนิติบดี ศุขเจริญ. (2560). แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับธุรกิจโรงแรม. *Veridian E-Journal*, สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(3), 2455 – 2471. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/111367>.
- ประชาชาติธุรกิจ. (22 กันยายน 2561). พลดล็อก “รักเพศเดียวกัน” อินเดีย ปันยุทธศาสตร์ “Pink Economy”. <https://www.prachachat.net/world-news/news-223656>
- ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พ.ศ. 2535. (2535).
- ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. 2499. (2499).

พระราชบัญญัติความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558. (2558).

พิรภัทร์ เกื้อวงศ์. (11 กุมภาพันธ์ 2563). เมื่อความรักยังไม่เท่าเทียมกัน : กฎหมายป้องกันการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเพศ. The Momentum. <https://themomentum.co/recognition-of-same-sex-relationships-in-thailand/>

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. (2560).

ร่างพระราชบัญญัติการจดทะเบียนคู่ชีวิต พ.ศ. 2560. (2560).

ราชกิจจานุเบกษา. (2558). พระราชบัญญัติความเท่าเทียมทางเพศ พ.ศ. 2558. <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2558/A/018/17.PDF>

เรื่องเล่าเช้านี้. (31 ตุลาคม 2560). ททท.ลุยโปรโมท ดึงคู่รักเพศเดียวกันเที่ยวไทย ชี้ไปรษณิก-เที่ยวบ่อย-ไม่มีภาระครอบครัว. ข่าวช่อง 3. <https://morning-news.bectero.com/economy/31-Oct-2018/132478>

วรรณมน ไตรยศักดา. (15 เมษายน 2562). gCircuit: ส่งท้ายสงกรานต์ด้วยปาร์ตี้เกย์ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย. The Standard. <https://thestandard.co/gCircuit2019/>

วอยซ์ทีวี. (7 สิงหาคม 2560). สื่อนอกยกไทยเข้าข่ายเมืองหลวง ผู้มีความหลากหลายทางเพศ แห่งเอเชีย. Voice TV. <https://www.voicetv.co.th/read/513574>

วีรพล สุขศรีพานิช. (7 กรกฎาคม 2557). กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกับการท่องเที่ยวไทยในเวทีการท่องเที่ยวโลก งาน ITB 2014. *E-TAT Journal*. <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2014/menu-2014-jul-sep/599-32557-itb2014>

ศรัณยา พรหมจิโน, ชูเกียรติ ชัยบุญศรี, และอนุภาค เสาร์เสาวภาคย์. (2558). ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. https://www.econ.cmu.ac.th/econ_paper/admin/files/paper/561632043/006 นางสาวศรัณยา พรหมจิโน 561632043.pdf

ศิริกร เอื้อไพจิตร. (23 มิถุนายน 2562). ผู้มีความหลากหลายทางเพศ: มองมุมต่าง "เดือนแห่งความหลากหลายทางเพศ". บีบีซี. <https://www.bbc.com/thai/48715711>

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). เตรียมพร้อมท่องเที่ยวไทยก้าวไกลสู่ AEC. *E-TAT Journal*. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-read-web-etatjournal/menu-2014/menu-2014-jan-mar/563-12557-aec>

สุภาพร พิศาลบุตร, และนาริรัตน์ หวังสุนทรพร. (2546). ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์. วี.เจ. พรินติ้ง.

สุภาพร พิศาลบุตร. (2546). การสรรหาและบรรจุพนักงาน. โครงการศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

สถาบันนิติธรรมมาลัย. (2562). ลักษณะ 9 ความผิดเกี่ยวกับเพศ (มาตรา 276 – 287/2). เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.drthawip.com/criminalcode/1-40>

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สร้างสมดุลกับการท่องเที่ยว. *จดหมายข่าวสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TCT News)*, 1(1), 1-4. http://www.thailandtourismcouncil.org/wp-content/uploads/2017/07/TCT_newsletter_file_en_2013-08-03_14-46-00.pdf

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย. (2562). *ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไตรมาส 1/2562*. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย. http://www.thailandtourismcouncil.org/wp-content/uploads/2019/03/AW_TTCI_2019-01_20190327-single.pdf

สมาคมฟ้าสีรุ้ง. (2561). *แผนกิจกรรมประจำปี 2561*. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2563, จาก <https://www.rsat.info/16893912/กรุงเทพมหานคร>

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. *Tourism Economic Review*, 7. http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404

อนันต์ เชื้อชาญกิจการ. (2553). *หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

แอลจีบีที ไทย ทีม. (8 กันยายน 2561). เปิดหลักสูตร 'ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ศึกษา' หลักสูตรใหม่สุด *คู่มือในอเมริกา ที่ไม่ได้มีแค่เรื่อง 'เพศ'*. LGBT Thai Team. <http://lgbtthai.com/news-ข่าวสาร/เปิดหลักสูตร-lgbt-ศึกษา-หล/>

2 Travel Dads. (n.d.). *Home* [Image]. Retrieved April 10, 2020, from <https://2traveldads.com/>

Adams, S. (2016). Global LGBT travel market worth US\$211bn per year. *RCI Ventures*. <https://rciventures.com/news/global/global-LGBT-travel-market-worth-us211bn-per-year/>

Agència Catalana de Turisme. (n.d.). *Rainbow Barcelona Tour*. Catalunya. Retrieved February 12, 2020, from <http://www.catalunya.com/rainbow-barcelona-tours-16-25007-499792?language=en>

Aizura, A. Z. (2010). Feminine Transformations: Gender Reassignment Surgical Tourism in Thailand. *Medical Anthropology*, 29(4), 424-443. <https://doi.org/10.1080/01459740.2010.501314>

Alonso, V. L. (2019, July 6). *Chueca neighborhood in Madrid, decorated during gay pride day celebrations* [Image]. Shutterstock. Retrieved April 9, 2020, from <https://www.shutterstock.com/image-photo/madrid-spain-july-06-2019-chueca-1460211161>

- Anderson, J. E. (2010). *Public Policymaking: An Introduction*. Cengage Learning.
- Arestis, S. (2020, April 8). *Gay Argentina travel: a complete gay guide for LGBTQ travellers*. Nomadic Boys. <https://nomadicboys.com/argentina-gay-guide/>
- Arestis, S. (2020, February 9). *Gay Barcelona: guide to the best bars, clubs, beaches, hotels and more*. Nomadic Boys. https://nomadicboys.com/barcelona-gay-travel-guide/#Gay_hotels_in_Barcelona
- Arestis, S. (2020, March 10). *10 largest Gay Prides in the world*. Nomadic Boys. <https://nomadicboys.com/10-best-gay-pride-events-in-the-world/>
- 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>
- Axel Hotels. (n.d.). *home page*. Retrieved February 12, 2020, from <https://www.axelhotels.com/es/home.html>
- Babylon Bangkok. (n.d.). *Accommodations* [Image]. The Babylon Bangkok. Retrieved February 28, 2020, from <http://www.babylonbangkok.com/th/accommodations/garden-suite>
- 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>
- Bali Gay Guide. (n.d.). *HOME*. Retrieved March 8, 2020, from <http://www.baligayguide.com/>
- Balioebar.com. (n.d.). *LGBT + nightlife in Bali: drag shows & pride nights* [Image]. The Colony Hotel, Seminyak, Bali. Retrieved June 10, 2019, from <https://www.thecolonyhotelbali.com/lgbt-nightlife-in-bali-drag-shows-pride-nights/>
- Bali Rainbow Community. (n.d.). *Home* [Facebook page]. Facebook. Retrieved June 10, 2019, from <https://www.facebook.com/balirainbow/>
- Bathgate, R. (2017, November 15). *The first European community center dedicated to the HIV/AIDS prevention pill opens in Barcelona*. Catalan News. <https://www.catalannews.com/society-science/item/the-first-european-community-center-dedicated-to-the-hiv-aids-prevention-pill-opens-in-barcelona>

- Bellwood, O. (2019, June 7). *Smirnoff Welcome Home campaign celebrates Pride*. The Spirits Business. <https://www.thespiritsbusiness.com/2019/06/smirnoff-welcome-home-campaign-celebrates-lgbt/>
- 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
- Blue Cabin Ari Stylish Poshtel. (n.d.). *Blue Cabin Ari* [Image]. VCL Cool Space. Retrieved 28 February, 2020, from <https://www.vckcoolspace.com/blu-cabin-ari>
- BOI. (n.d.). *Full steam ahead for Thai infrastructure development in tandem with fast-progressing Thailand 4.0 initiatives: The way forward to becoming a regional economic hub*. Retrieved July 18, 2019, from https://www.boi.go.th/upload/content/BOI%20-%20Thailand%20Infrastructure%20Development_14976.pdf
- Booking.com. (n.d.). *Elysium Hotel* [Image]. Retrieved April 9, 2020, from https://www.booking.com/hotel/gr/elysium.html?aid=1380490&no_rooms=1&group_adults=2&room1=A%2CA
- 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.
- BRIGHT Marketing Solutions. (n.d.). *Case study: Absolut*. Retrieved April 9, 2020, from <https://marketingtherainbow.info/case%20studies/cs%20fmcg/absolut.html>
- Brookfield, J. (n.d.). *Welcome to Palm Springs. The fun is just around the corner* [Image]. Flight Centre. Retrieved April 10, 2020 from <https://www.flightcentre.com.au/travel-news/destinations/palm-springs-things-to-do>
- Brown, V. (n.d.). *LGBT Holidays in Japan, Cultural Tradition to Political Transition*. Responsible Travel. Retrieved July 18, 2019, from <https://www.responsibletravel.com/holidays/japan/travel-guide/LGBT-holidays-in-japan>
- Business-Marketing. (2018). *Types of Tourism Products*. Blogger. Retrieved July 18, 2019, from <https://marketinglord.blogspot.com/2012/10/types-of-tourism-products.html>
- Cànoves, G., & Prat Forga, J. M. (2015). Cultural Development Strategies and Urban Gay Tourism Revitalization. *AlmaTourism*, 6(12), 137-157. <https://www.doi.org/10.6092/issn.2036-5195/3927>

- Casarolli. (n.d.). *Lisbon's* [Image]. Alamy Stock Photo. Retrieved April 9, 2020, from <https://img.theculturetrip.com/1440x807/smart/wp-content/uploads/2019/08/r9dj5d.jpg>
- Chen, T. (2017, May 24). *Taiwan Sets Path to First Gay Marriage Law in Asia*. The Wall Street Journal. <https://www.wsj.com/articles/taiwan-sets-path-to-first-gay-marriage-law-in-asia-1495621735>.
- Circuit Festival. (n.d.). *ABOUT US*. Retrieved February 16, 2020, from <https://circuitfestival.net/barcelona/about-us/>
- Clayton-Lea, Sarah. (2019). *50 Of The Most LGBTQ-Friendly Cities In The World*. Big Seven Travel. Retrieved April 10, 2020, from <https://bigseventravel.com/2019/09/50-of-the-most-lgbtq-friendly-cities-in-the-world/>
- Co., B. H. (2019). *Wedding Tourism Insights: Key market trends and analysis of wedding tourism*. BUSINESS WIRE.
- Cómplices. (n.d.). *Acerca de Cómplices*. Retrieved February 12, 2020, from http://www.libreriacomplices.com/quienes_somos/
- Da Conceicao, V. F. G., Roque Aguas, P. M. (1997). The Concept of Life Cycle: An Application to the Tourist Product. *Journal of Travel Research*, 36(2), 12-22.
- De Luca, P., Singerman, P., Makón, C. (2017). Case study 12: Argentina World Friendly, The International Promotion of LGBT Tourism products. In World Tourism Organization, *"Affiliate Members Report, Volume fifteen - Second Global Report on LGBT Tourism"*. (Pages 94-95). The World Tourism Organization (UNWTO).
- 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>
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. Channel View Publications.
- Echtner, C., M., & Ritchie, J. R. B. (2003). "The meaning and measurement of destination image". *The Journal of Tourism Studies*, 37-48.
- Ersoy, G. K., Ozer, S. U., & Tuzunkan, D. (2012). GAY MEN AND TOURISM: Gay Men's Tourism Perspectives and Expectations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41, 394-401. doi:10.1016/j.sbspro.2012.04.046

- Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. (1991). Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2), 10–16. doi:10.1177/004728759103000202
- FunGanga S.L. (2000). *Urbanloop: GAYMAP* (Version 1.0.6). iNMovens Solutions S.L. <https://www.urbanloopapp.com/>
- Gallagher, M., & Symington, A. (2004). *Footprint Spain* (2nd edition). Footprint.
- Gay Bali Tours [@GaYBaLiTravel]. (n.d.). *Tweets* [Twitter profile]. Retrieved June 10, 2019 from <https://twitter.com/GaYBaLiTravel>
- Gay Games. (n.d.). *Home* [Image]. Retrieved April 10, 2020, from <https://gaygames.org/Gay-Games-X>
- Gay Travel. (2020, January 16). *The Top 20 LGBT Destinations for 2020*. <https://www.gaytravel.com/gay-blog/the-top-20-destinations-for-2020/>
- Giorgi, G. (2002). Madrid en Transito: Travelers, Visibility, and Gay Identity. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*. 8(1/2), 57-79.
- Grattan, S. (2019, January 23). *Which is the world's most LGBT-friendly city?* The Guardian. <https://www.theguardian.com/cities/2019/jan/23/which-is-the-worlds-most-lgbt-friendly-city>.
- Grossman, A. H., & D'Augelli, A. R. (2006). Transgender Youth. *Journal of Homosexuality*, 51(1), 111-128. doi:10.1300/J082v51n01_06
- Guest House Barcelona. (n.d.). *Rainbow Barcelona Tours*. Retrieved February 19, 2020, from <https://www.guesthousecasamaca.com/rainbow-barcelona-2/>
- Hansen, N. M. (1965). Unbalanced Growth and Regional Development. *Western Economic Journal*, 4, 3-14.
- Hansen, S. B. (1983). PUBLIC POLICY ANALYSIS: SOME RECENT DEVELOPMENTS AND CURRENT PROBLEMS. *Policy Studies Journal*, 12(1), 14–42. doi:10.1111/j.1541-0072.1983.tb00458.x
- Hermann, P. (1977). *Marketing für Fremdenverkehr: Leitlinien für die Dienstleistungs- und Absatzpolitik im Herstellerbereich der Fremdenverkehrswirtschaft*. Rationalisierungs-Kuratorium der Deutschen Wirtschaft.

- ILoveGay Barcelona [@ILoveGayBCN]. (2019, October 17). "Gaixample" is Barcelona's gay district that doesn't cater solely to the LGBTBI community but epitomises the city's inclusive spirit. The [Tweet; Images attached]. Twitter. <https://twitter.com/ILoveGayBCN/status/1184592370047827969>
- Island House. (n.d.). Rooms [Image]. Retrieved April 10, 2020, from <https://islandhousekeywest.com/rooms/>
- Jordan, P. & Gen C Traveller (2018). *HANDBOOK ON THE LESBIAN, GAY, BISEXUAL, TRANSGENDER AND QUEER (LGBTQ) TRAVEL SEGMENT*. European Travel Commission.
- Jovanović, V. (2016). The application of GIS and its components in tourism. *Yugoslav Journal of Operations Research*, 18(2).
- Kelso, A. (2019, June 11). *Chasing The Rainbow: Restaurant Brands Make The Case For LGBTQ Pride Campaigns*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/aliciakelso/2019/06/11/chasing-the-rainbow-restaurant-brands-make-the-case-for-lgbtq-pride-campaigns/#3d40b98d6c90>
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1021–1032. doi:10.1016/j.annals.2007.05.010
- Khan, R. M. (2013). *TRAVEL MOTIVATIONS OF GAY AND LESBIAN TOURISTS: A QUALITATIVE INQUIRY* [Master's thesis, University of Delaware].
- Kim, S., & Argusa, J. (2005). The positioning of overseas honeymoon destinations. *Annals of tourism research*, 32(4), 887-904.
- Koutoulas, D. (2001). *The Theoretical Determination of the Tourist as a Presupposition for Tourism Marketing*. [Doctoral dissertation, University of Aegean].
- Kovari, I., & Zimanyi, K. (2011). SAFETY AND SECURITY IN THE AGE OF GLOBAL TOURISM (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism). *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 05(3-4), 104-672.
- La Dolce Vita. (n.d.). Gallery [Image]. Retrieved April 10, 2020, from <https://www.ladolcevitaresort.com/gallery>
- Law 13/2005, of 1 July, amending the Spanish Civil Code in terms of right to marry (2005).
- LAW OF THE REPUBLIC OF INDONESIA No.24 (2013).
- Librería Antinous. (n.d.). catalog. Retrieved February 12, 2020, from <https://www.antinouslibros.com/catalog/>

- Librería Antinous: literatura LGTBQ+ para todos.* (n.d.). Qué hacer en Barcelona. Retrieved February 19, 2020, from <https://www.quehacerenbcn.com/es/otros/shopping/libreria-antinous-literatura-lgtbiq-para-todos>
- Major, B., McLeay, F., & Waine, D. (2010). Perfect weddings abroad. *Journal of vacation marketing*, 16(3), 249-246.
- MAN Resorts. (n.d.) *Home* [Facebook page]. Facebook. Retrieved June 10, 2019, from <https://www.facebook.com/manresorts/>
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018). TOURISM INFRASTRUCTURE, RECREATIONAL FACILITIES AND TOURISM DEVELOPMENT. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41-62.
- Mariano, K. (2018, June 1). *How Thailand's rising infrastructure is reshaping tourism*. Travel Daily. Retrieved July 18, 2019, from <https://www.traveldailymedia.com/how-thailands-rising-infrastructure-is-reshaping-tourism/>
- Marriage Law No. 1 of 197 (1974).
- Martinez, O., & Dodge, B. (2010). el barrio de La Chueca of Madrid, Spain: An Emerging Epicenter of the Global LGBT Civil Rights Movement. *Journal of Homosexuality*, 57(2), 226-248. DOI: 10.1080/00918360903488913
- McLean, Renwick. (2005, July 1). *Spain Legalizes Gay Marriage; Law Is Among the Most Liberal.* *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2005/07/01/world/europe/spain-legalizes-gay-marriage-law-is-among-the-most-liberal.html>
- Mera, K. (1973). Regional Production functions and Social Overhead capital: An analysis of the Japanese case. *Regional and Urban Economics*, 3, 157-186.
- Miller, M. J. (2014, June 2). *Marriott Renews Vows to LGBT Community with #LoveTravels Campaign*. BrandChannel. <https://www.brandchannel.com/2014/06/02/marriott-renews-vows-to-lgbt-community-with-lovetravels-campaign/>
- Millos Castro, J. (2017, March 8). *Descubre las playas de Sitges*. Vacaciones-España. <https://www.vacaciones-espana.es/Sitges/articulos/descubre-las-playas-de-sitges>
- MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN. (2014). *LGBT GOOD PRACTICE*. https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Discrimination/LGBT/Res_27_32/Spain.pdf
- Moharan, C. (2018, May 29). *The History of Sydney Mardi Gras*. Culture Trip. <https://theculturetrip.com/pacific/australia/articles/the-history-of-sydney-mardi-gras/>

- Moraleda, Alba. (2017, July 5). *More than 2,000 Spaniards have changed sex on ID cards since 2007*. El País.
https://english.elpais.com/elpais/2017/07/04/inenglish/1499190280_976300.html
- Mr Gay World Thailand. (2018, February 15). *หน้าปก GB Guide เล่มใหม่ล่าสุด Cover Page of the latest issue GBGuide* [รูปแนบ] [อัปเดตสถานะ]. Facebook.
<https://www.facebook.com/mrgaythailand/photos/a.206791259752472/449456745485921/?type=3&theater>
- Netherlands Embassy in Bangkok (n.d.). *Tourism industry in Thailand*. Retrieved July 18, 2019, from <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/factsheet-toerisme-in-thailand.pdf>
- Nomadic Matt. (2020, April 1). *Great LGBT Events to Visit (Other than Pride)*.
<https://www.nomadicmatt.com/travel-blogs/great-lgbt-events-around-the-world/>
- Open for Business (2017). *The Economic Case for LGBT+ Inclusion in Kenya*.
<https://www.equalityjusticealliance.org/wp-content/uploads/2019/05/463-The-Economimc-Case-for-LGBT-Inclusion-in-Kenya.pdf>
- Pacific Asia Travel Association. (2019, October 30). *Sponsorship to attend the IGLTA Annual Global Convention in Milan* [Image]. <https://www.pata.org/sponsorship-to-attend-the-iglta-annual-global-convention-in-milan/#sthash.vi6zAe66.dpuf>
- Pichardo Galan, J. I. (2004). Same-sex couples in Spain. Historical, contextual and symbolic factors. Retrieved July 18, 2019, from <http://www-same-sex.ined.fr/WWW04Doc124Ignacio.pdf>
- Pollock, A. (2013, August 22). *How indigenous communities are driving sustainable tourism*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/sustainable-business/sustainable-tourism-indigenous-communities>
- Pride in London. (2019, July 5). *Pride in our planet: Pride in London declares climate emergency*. <https://prideinlondon.org/news-and-views/pride-in-our-planet-pride-in-london-declares-climate-emergency/>
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism management*, 21, 53-63
- Queer in the World. (n.d.a). *LGBT Rights in Indonesia: What Travellers Should Know Before Going*. Retrieved July 18, 2019, from <https://queerintheworld.com/LGBT-rights-in-indonesia/>

- Queer in the World. (n.d.b). *Gay Bali | The Essential LGBT Travel Guide!*. Retrieved March 8, 2020, from <https://queerintheworld.com/gay-bali-indonesia-travel-guide/>
- 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/>
- Schuurman, D. (2019). *Canada continues to be a leader as one of the world's most inclusive destinations*. Cision in Canada. Retrieved July 18, 2019 from, <https://www.newswire.ca/news-releases/canada-continues-to-be-a-leader-as-one-of-the-world-s-most-inclusive-destinations-837574996.html>
- Seetanah, B., Juwaheer, T. D., Lamport, M. J., Rojid, S., Sannassee, R. V., Subadar, A. U. (2011). Does infrastructure Matter in Tourism Destination? *University of Mauritius Research Journal*, 17.
- Simpson, D. (2012). *Benchmark report on gay and lesbian travel released*.
- Southall, C., & Fallon, P. (2011). LGBT Tourism. In P. Robinson (Ed.), *Research Themes for Tourism*. CABI.
- SPANISH CONSTITUTION (1978).
- Spartacus. (2019). *SPARTACUS Gay Travel Index 2019*. <https://spartacus.gayguide.travel/gaytravelindex-2019.pdf>
- Steps of 2 Foreigners. (n.d.). *Home* [Image]. Retrieved April 10, 2020, from <https://www.stepsof2foreigners.com/>
- Tang, C. S. J., & Rochananond, N. (1990). Attractiveness as a tourist destination; a comparative study of Thailand and selected countries. *Socio-Econ Planning*, (24)3.
- Thaireform. (15 มกราคม 2563). ร่าง พ.ร.บ.คู่ชีวิต ผ่านกฤษฎีกาแล้ว ให้สิทธิจัดรับรองผ่านทะเบียนครอบครัว. สำนักข่าวอิศรา. <https://www.isranews.org/isranews-news/84498-news-84498.html>
- The Academic Network of European Disability Experts (ANED). (2019, May 16). *DOTCOM: the Disability Online Tool of the Commission Spain B1. Anti-discrimination legislation*. <https://www.disability-europe.net/dotcom/text/spain/b1-anti-discrimination-legislation>
- The Gay Passport. (n.d.). *The Ultimate Gay Bangkok Guide*. Retrieved 2020, March 8, from <https://www.thegaypassport.com/gay-thailand/gay-bangkok/>

Tourism Authority Thailand. (n.d.). *Go Thai. Be Free*. Retrieved 2020, February 25, from <http://gothaibefree.com/>

TourRadar. (n.d.a). *Pride Sailing in Greece (Mykonos)* [Image]. Retrieved April 9, 2020, from <https://www.tourradar.com/t/137988>

TourRadar. (n.d.b). *Gay Italy, from Caesar to Michelangelo and Beyond* [Image]. Retrieved April 9, 2020, from <https://www.tourradar.com/t/112139>

TourRadar. (n.d.c). *Annapurna Gay Hiking - LGBT trek to Annapurna* [Image]. Retrieved April 9, 2020, from <https://www.tourradar.com/t/108355>

Tourism & Transport Forum (TTF). (2012). Tourism Infrastructure Policy. <http://www.ttf.org.au/content/infprio201112.aspx>

Travel Gay. (n.d.). *Barcelona Gay Cafés & Restaurants*. Retrieved February 12, 2020, from www.travelgay.com/barcelona-gay-cafes-restaurants/

Travel Gay. (2019, October 17). *Libreria Cómplices*. Retrieved February 19, 2020, from <https://www.travelgay.com/venue/libreria-complices/>

Travel Industry Wire (2015). LGBT Leisure Travelers Identified As High Value Tourism Opportunity.

Travel Industry Wire. (2016). Global LGBT Travel Market Now Valued at USD\$211 Billion Annually.

Travel Industry Wire (2017). 2nd UNWTO LGBT Report Examines Outlook for Gay and Lesbian Travel.

Travel Pulse. (n.d.). *International Gay & Lesbian Travel Association*. Retrieved April 9, 2020, from <https://www.travelpulse.com/suppliers/travalliancemedial/international-gay-lesbian-travel-association.html>

Turisme de Barcelona. (n.d.). “Gaixample”. Retrieved February 12, 2020, from <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/en/page/393/gaixample.html>

Snow Gay Weekend. (2019, November 26). ¿Cómo vas a perderte un festival en la montaña con esta fantasía de invitados? Snowgay Weekend es el plan que [Image attached] [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/snowgayweekend/photos/a.1228545033833199/2735356666485354/?type=3&theater>

- UNDP, and APTN. (2560). การรับรองเพศสถานะตามกฎหมายในประเทศไทย: การทบทวนกฎหมายและนโยบาย.
- UNDP, and USAID. (2014a). *Being LGBT in Asia: Indonesia Country Report*. https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1861/Being_LGBT_in_Asia_Indonesia_Country_Report.pdf
- UNDP, and USAID. (2014b). *Being LGBT in Asia: The Thailand Country Report: การศึกษาทบทวนและวิเคราะห์กฎหมายและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรภาคประชาสังคมและบุคคลที่เป็น Lesbian Gay Bisexual Transgender (กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ) โดยกระบวนการมีส่วนร่วม*. https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1861/Being_LGBT_in_Asia_Thailand_Country_Report_Thai_Language.pdf
- Utopia. (n.d.). *Home*. Retrieved March 8, 2020, from <https://www.utopia-asia.com/>
- Virgin Holidays. (n.d.). *Pride Flight* [Image]. VirginHolidays.com. Retrieved February 28, 2020, from <https://www.virginholidays.co.uk/pride-flight>
- Vorobjovas-Pinta, O., & Hardy, A. (2016). The Evolution of Gay Travel Research. *Int. J. Tourism Res.*, 18, 409-416. <https://www.doi.org/10.1002/jtr.2059>
- World Population Review. (2019). *Age of Consent by Country 2019*. Retrieved June 10, 2019, <http://worldpopulationreview.com/countries/countries-by-age-of-consent/>
- World Tourism Organization. (2017). *Affiliate Members Report, Volume fifteen-Second Global Report on LGBT Tourism*. UNWTO.
- World Travel & Tourism Council. (n.d.). *Economic Impact*. Retrieved June 10, 2019, from <https://www.wttc.org/economic-impact/>
- WOW Travel. (2019, October 6). *11 Most Gay Friendly Cities In The World*. <https://wowtravel.me/11-most-gay-friendly-cities-in-the-world/>
- Zivodin, J. (1971). Defining the Tourist Product - and its Importance in Tourism Marketing. *Revue deTourisme*. 1, 2-5.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามภาษาถิ่นเชิงลึกภาษาไทย

โครงสร้างแบบสัมภาษณ์

1. Introduction

วิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษาโดยห้วงหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซีเอส ภายใต้โครงการวิจัยการศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ศึกษานโยบาย กฎหมาย และ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การสัมภาษณ์นี้จะทำการสอบถามหน่วยงานจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย ในประเทศอินโดนีเซีย และ ประเทศสเปน โดยสัมภาษณ์ในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์จะไม่เปิดเผยข้อมูลรายบุคคล และใช้เวลาประมาณ 30 นาที ในการสัมภาษณ์

2. The warm – up: บทบาทและหน้าที่ขององค์กร และ สถานการณ์การท่องเที่ยว

- 2.1 บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานของท่านในการรองรับนักท่องเที่ยวคืออะไร
- 2.2 หน่วยงานของท่านมีการตื่นตัวเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หรือไม่
- 2.3 การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีความจำเพาะใดที่ทางหน่วยงานของท่านต้องดำเนินการแตกต่างไปจากเดิมหรือไม่
- 2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในปัจจุบันเป็นเช่นไร แนวโน้มที่ผ่านมามีการเติบโตหรือไม่ อย่างไร
- 2.5 ผลกระทบทางด้านต่าง ๆ ของการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีหรือไม่ อย่างไร

3. Explore discussion points: ความพร้อมของการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

- 3.1 แนวทางในการลดผลกระทบทางลบและส่งเสริมผลกระทบทางบวกที่หน่วยงานของท่านกำลังดำเนินการคืออะไร
- 3.2 ท่านมีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการลดผลกระทบและส่งเสริมผลกระทบทางบวกที่หน่วยงานของท่านยังไม่ได้ดำเนินการหรือไม่ คืออะไร

วันที่:

สถานที่:

สัมภาษณ์โดย:

3.3 ในปัจจุบันหน่วยงานของท่านมีส่วนต่อการสร้างความพร้อมของการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์อย่างไร

3.4 ปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานของท่านในการสร้างความพร้อมของการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คืออะไร

3.5 ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่ท่านมีความเห็นว่าจะต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมหรือปรับปรุงเพื่อสร้างการเตรียมพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คืออะไร

4. Core discussion: นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

4.1 นโยบายที่ท่านมีความเห็นว่าจะต้องมีการสนับสนุนหรือปรับปรุงเพื่อสร้างการเตรียมพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คืออะไร

4.2 กฎหมายที่ท่านมีความเห็นว่าจะต้องมีการสนับสนุนหรือปรับปรุงเพื่อสร้างการเตรียมพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์คืออะไร

5. Summarizing

5.1 ข้อเสนอแนะต่อแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของท่านคืออะไร

6. Closing

ขอขอบคุณอย่างสูงในความกรุณาของท่าน หากท่านมีคำถามที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ท่านสามารถสอบถามได้ เมื่อการศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ทางคณะวิจัยจะทำการส่งผลการวิจัยให้แก่ท่าน คณะวิจัยจึงใคร่ขอช่องทางการติดต่อที่ท่านสะดวกไว้ด้วย

ภาคผนวก ข

แบบสอบสัมภาษณ์เชิงลึกภาษาอังกฤษ

Date:

Location:

Interviewed by:

Interview outline

1. Introduction

This research is being conducted by The TSIS Limited Partnership, Thailand as a part of the research project entitled **“A study of tourism supply promptness in welcoming LGBT tourists: A case study of Gay tourists”**. This interview is to understand gay tourism situation and to analyze roles of various tourism sectors; government/ private and civil society, which are involved in supporting gay tourists in Thailand. The objective of this research is to analyze the situation of various sector organizations related to supporting gay tourists both in and outside the country and study policies, laws and tourism products related to creating the availability of tourism supply for gay tourists. This interview will be conducted with the government agencies, private sector and civil society, which are involved in supporting gay tourists in Thailand, Indonesia and Spain. The interview will take place during August and September of 2019. Information obtained from this interview will be completely anonymous. It will take you around 30 minutes.

2. The warm – up: Roles and responsibility of organization and gay tourism situation

- 2.1 What is the role and function of your organization in supporting tourism?
- 2.2 Does your organization have the awareness of supporting gay tourism?
- 2.3 Is there a specific requirement that your organization must concern and perform differently in order to enhance promptness of supporting gay tourism?
- 2.4 What is the current gay tourism situation? Is the number of gay tourists rising?
What changed? And How?
- 2.5 What are the impacts (consider all dimensions) of welcoming gay tourism?

3. Explore discussion points: Promptness of welcoming gay tourism

- 3.1 What are the guideline for reducing negative impact and promoting positive impact that your organization is currently implementing?

Date:

Location:

Interviewed by:

3.2 What are your opinions to reduce negative impact and promoting positive impact that your organization has not yet implemented?

3.3 At present, how does your organization contribute to enhance promptness of welcoming gay tourism?

3.4 What are the problems and obstacles of your organization in enhancing promptness of welcoming gay tourism?

3.5 In your opinion, what tourism products will be required for further development or improvement in order to enhance promptness of welcoming gay tourism?

4. Core discussion: Policy and regulation involved in welcoming gay tourism

4.1 What could be the policy that you can support or improve the promptness of welcoming gay tourism?

4.2 What could be the regulation that you can support or improve the promptness of welcoming gay tourism?

5. Summarizing

5.1 Do you have suggestions on how to create promptness of tourism supply in welcoming gay tourism?

6. Closing

Thank you very much for your kind contribution. Please let us know if you have any questions related to this interview. After the study is done we would like to share the result with you first, therefore it would be very helpful you can provide your contact with us.

ภาคผนวก ค

ประมวลภาพ

การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเทศไทย



การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเทศไทย



การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญในประเทศไทย



การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมืองบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย



การสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมืองบาร์เซโลนา
ประเทศสเปน



ภาคผนวก ง

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่
วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่
ได้รับตลอดโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

โครงการย่อยที่ 2 การศึกษาความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

A study of tourism supply promptness in welcoming LGBT tourists: A case study of Gay tourists

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
1) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์องค์กรภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ	- ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว สถานการณ์ บทบาทองค์กรนโยบาย กฎหมายต่าง ๆ ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ - สร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งกำหนดกลุ่มตัวอย่าง - รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวแทนทางการท่องเที่ยว เช่น 1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย 2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในกลุ่มประเทศทวีปเอเชียที่ไม่ใช่ประเทศไทย	- ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว สถานการณ์ บทบาทองค์กรนโยบาย กฎหมายต่าง ๆ ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ - สร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประเทศไทย เมืองบาห์ลี และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน - รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวแทนทางการท่องเที่ยว เช่น 1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย 2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย	- เครื่องมือสำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง - - ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว 2) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง 3) บทบาทองค์กร - ข้อมูลสถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับ			- ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ประเด็นนโยบายและกฎหมาย

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย 4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศในประเทศไทย 5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศทวีปเอเชียที่ไม่ใช่ประเทศไทย 6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย เกี่ยวกับสถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ นโยบาย กฎหมาย การยอมรับ และสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ - วิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมของอุปทาน รวมทั้งนโยบาย กฎหมายต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ และความพร้อมของอุปทานของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศในประเทศไทย 5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 6) ตัวแทนจากผู้ประกอบการเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เกี่ยวกับสถานการณ์ องค์กร ภาคส่วนต่าง ๆ นโยบาย กฎหมาย การยอมรับ และสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกู้กลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ - วิเคราะห์เปรียบเทียบความพร้อมของอุปทาน รวมทั้งนโยบาย กฎหมายต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ และความพร้อมของอุปทานของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกู้กลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	ต่างที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกู้กลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ - ผลการเปรียบเทียบความพร้อมของอุปทาน รวมทั้งนโยบาย กฎหมายต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - ข้อมูลนโยบาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกู้กลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	- จัดทำ (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- จัดทำ (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	
3) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์จากการท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ	- จัดการประชุม Focus group กับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจและรับฟังเสียงสะท้อนเกี่ยวกับ (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์	- วางแผนการจัดการประชุม Focus group กับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจและรับฟังเสียงสะท้อนเกี่ยวกับ (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในงานเสวนาแสดงผลงานวิจัยการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ในวันที่ 4 เมษายน 2563 ณ โรงแรม อมารี ดอนเมือง แอร์พอร์ต กรุงเทพฯ (เนื่องจากสถานการณ์โควิดจึงเปลี่ยนจากการจัดเวทีเป็นการส่งจดหมายรับฟังเสียงสะท้อนทางจดหมาย)	- ข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์			- (ร่าง) แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ - แนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยหน่วยงานที่สามารถนำผลงานไปใช้ประโยชน์คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว