

ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์*

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

วีรบูรณ์ วิจารณ์กุล¹

ชญญา ปัญญาอำพล²

ศัญญาณี หิรัญสาลี³

ธีรวิศว์ ลินธรรส⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์องค์กรด้านการท่องเที่ยว การเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมาย พร้อมด้วยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ เพื่อเสนอแนวทางการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของประเทศไทย โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความโดดเด่นในการเป็นเมืองท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ประเทศไทย 2) เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และ 3) เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่ม และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยรวมทั้งโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความพร้อมมากที่สุดทั้งด้านนโยบายและกฎหมาย ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ รองลงมา คือ ประเทศไทย และเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย สำหรับแนวทางการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของประเทศไทย ได้แก่ 1) การสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง 2) การเผยแพร่องค์

* โครงการวิจัยนี้อยู่ภายใต้ ชุดโครงการ การพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์” ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สัญญาเลขที่ RDG62T0064

¹ วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, weerabo@staff.tu.ac.th

² ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส, chanya@thetisis.com

³ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส, siyane@thetisis.com

⁴ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะ ทีซิส, teerawit@thesis.com



ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่นและหน่วยงาน 3) การจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยโครงการ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ 4) การกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

คำสำคัญ: อุปทานการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์, นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย

Abstract

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, with samples from 3 destinations, including (1) Thailand (2) Bali, Indonesia and (3) Barcelona, Spain. SWOT analysis is used for comparing policies and laws. 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.

Keyword: tourism supply, Gay tourists, LGBTs Tourist



ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเพิ่มขึ้นกว่า 1.3 ล้านคน และมีการวิเคราะห์การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า “กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศรายคนมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปร้อยละ 15 ของการใช้จ่ายทั้งหมด” (Travel Industry Wire, 2015) จะเห็นได้ว่าการพัฒนากลยุทธ์การตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายที่สูง และพร้อมต่อการรับบริการการท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ (Travel Industry Wire, 2017)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ จนหลายคนยกให้เป็น “เมืองหลวงของผู้มีความหลากหลายทางเพศแห่งเอเชีย” (Ragavan, 2017) เป็นเมืองที่มีการยอมรับและสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ส่งผลกระทบเชิงบวกโดยตรงการสร้างสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับ การผลักดันร่างกฎหมายเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในปี พ.ศ. 2560 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (ข้าวสด, 2561) อย่างไรก็ตามรูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่พัฒนาไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังอยู่ในวงแคบ จำกัดอยู่เพียงด้านสถานบันเทิงยามค่ำคืน (Nightlife) และความสะดวกในการแสวงหาความหฤหรรษ์ทางเพศ (ชานันท์ ยอดหงษ์, ม.ป.ป.) อีกทั้งการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวนั้น ไม่สามารถดำเนินการได้เพียงแค่การปรับปรุงและพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งใหม่เท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาความต้องการเฉพาะในเรื่องของความเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย

ปี พ.ศ. 2562 มีการจัด Gay Travel Index โดย Spartacus World มีเกณฑ์พิจารณา 3 หมวดหลัก ได้แก่ 1) ด้านสิทธิพลเมือง 2) ด้านการเลือกปฏิบัติ และ 3) ด้านความอันตรายแก่บุคคล ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 47 โดยได้คะแนนติดลบในส่วนของสิทธิพลเมืองของกลุ่มคนข้ามเพศ และความเป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศของคนในประเทศ (Adams, 2016) ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ รวมถึงสถานที่ที่มีเจ้าของเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม จำเป็นต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขประเด็นที่ได้รับคะแนนติดลบข้างต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพของตลาดที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นช่องว่างของการศึกษาความพร้อมของหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ โดยจะทำการศึกษาศาสนาการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ พร้อมทั้งทำการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ รวมถึงการศึกษาลิทธิพันธ์การท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและ



นอกประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้กับประเทศไทย

การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวของไทยกับต่างประเทศนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ในสองเมืองที่มีจุดเด่นในการเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของโลก ที่มีความแตกต่างกันในวิธีการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ คือ 1) เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เป็นเมืองที่มีโดดเด่นในเรื่องของเป็นเมืองที่เป็นมิตร และมีผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่หลากหลาย น่าสนใจ โดยไม่ขัดต่อการใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่น และ 2) เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของทวีปเอเชีย มีความโดดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และอิทธิพลของศาสนาที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์องค์กรภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในและนอกประเทศ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
3. เพื่อศึกษา Tourist Product Facility ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

การทบทวนวรรณกรรม

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยในปี ค.ศ.2015 เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกาออกกฎหมายอนุญาตให้เพศเดียวกันสามารถแต่งงานกันได้ มีการคาดการณ์ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศกว่า 1.3 ล้านคน และจะมีการใช้จ่ายถึง 4.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปีเดียวกันก็ได้มีการวิเคราะห์ถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า มีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึงร้อยละ 15 ของการใช้จ่ายทั้งหมด (Travel Industry Wire, 2015)

ชานันท์ ยอดหงส์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า “ประเทศไทยเป็นสวรรค์ของกลุ่มเกย์” เป็นประเทศเสรีนิยมทางเพศ มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม ภูเขา น้ำตก ทะเล และนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์สามารถกลับ



นอนกับเกย์ท้องถิ่นได้โดยไม่ผิดกฎหมาย และหลังจากนั้นประเทศไทยก็เป็นที่รู้จักในนามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นต้นมา ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ความเป็นมิตรและการยอมรับความแตกต่างทางเพศของคนในพื้นที่ และ 2) เจ้าของสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเช่นกัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์จึงได้จัดทำแคมเปญ Go Thai Be Free เพื่อสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศผ่านทางช่องทางออนไลน์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจและนิยมไป มักจะเป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของประเทศไทย โดยแคมเปญ Go Thai Be Free ได้ระบุ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ เกาะสมุย (สุราษฎร์ธานี) หัวหิน (ประจวบคีรีขันธ์) และพัทยา โครงการวิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ทั้ง 8 จังหวัดดังกล่าว เป็นพื้นที่ในการศึกษาความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

2. ความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1) ความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวจะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดีกับจุดหมายปลายทาง (Khadaroo & Seetanah, 2007) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว (Mandić et al., 2016) สอดคล้องกับแนวคิดจากการประชุม Tourism & Transport Forum (TTF) (2012) ที่เห็นว่าโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวคือห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งด้านกายภาพ ด้านกฎหมาย ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านจิตใจ ล้วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและมีบทบาทสำคัญต่อประสบการณ์และความประทับใจในภาพรวมต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และยังเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวอีกด้วย (Jovanović, 2016; Tang & Rochananond, 1990)

2) ความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง ประเทศไทยมีความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมที่เตรียมพร้อมตอบสนองต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ เนื่องจากปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์คือสภาพสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางให้การยอมรับและให้ความสำคัญกับเรื่องของความเท่าเทียมกันทางเพศ (World Tourism Organization, 2017) นั่นมีส่วนทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกย์ (Jordan & GenC Traveller, 2018)

3) ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า ตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวเกย์มีศักยภาพมาก ทำให้เป็นกลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจ จึงมีการจัดทำกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเฉพาะลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น (Virgin Holidays, n.d.)

3. บทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ



1) ประเทศไทย : สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเข้ามากำกับดูแลเกี่ยวกับการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบไปด้วย (1) หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว (2) หน่วยงานด้านการต่างประเทศ (3) หน่วยงานด้านความมั่นคง (4) หน่วยงานด้านเศรษฐกิจ และ (5) หน่วยงานด้านการคมนาคม (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นอาจมีเพิ่มตามสถานการณ์ของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันยังมีการทำงานของเครือข่ายภาคประชาสังคมที่มีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดความเคลื่อนไหวทางสังคมต่อการให้ความสำคัญกับการเปิดรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้นทั้งในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจกระแสหลัก (กองการวิจัยการตลาด ททท., 2562) จนกล่าวได้ว่าการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชน และองค์กรภาคประชาสังคม ประกอบกับบรรยากาศที่เป็นมิตรของคนท้องถิ่นมีส่วนอย่างมากที่ผลักดันให้ประเทศไทยถูกเลือกเป็นสถานที่จัดกิจกรรมเพื่อนกลุ่มเกย์ ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพิ่มมากขึ้น

2) ประเทศอินโดนีเซีย : แม้ว่าประเทศอินโดนีเซียจะรับรองกิจกรรมของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันในหลายจังหวัด แต่ประเทศอินโดนีเซียยังคงมีความเปราะบางด้านการคุ้มครองสิทธิของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ บาทลีเองถือได้ว่าเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เนื่องจากมีการผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงมีระบบการจัดการที่ซับซ้อน หลายรูปแบบเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นบาทลีจึงกลายเป็นเมืองที่มีการจัดระเบียบทางสังคมอยู่บนพื้นฐานความคิดสมัยใหม่มากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศอินโดนีเซีย (Bali Gay Guide, n.d.)

ทั้งนี้แม้บาทลีจะเป็นเมืองที่อยู่ในประเทศอินโดนีเซียที่มีตัวบทกฎหมายต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเคร่งครัด แต่บาทลีก็สามารถผลักดันการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศให้มีความเท่าเทียมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นได้ โดยทุกพื้นที่ของบาทลีได้จัดสัดส่วนอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไว้อย่างมากมาย และเป็นที่ยอมรับต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวทุกรูปแบบ จะเห็นได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเกย์ ไม่ว่าจะเป็นส่งเสริมด้านตัวเงิน สถานที่ รวมถึงแนวทางนโยบายและการปฏิบัติ ล้วนดำเนินไปภายใต้สภาวะการณ์แบบ “อนุโลม” ซึ่งพิจารณาได้จากการที่ภาครัฐ ให้อภัยโทษแก่คนในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยไม่ได้มีการขัดขวางหรือจับกุม ซึ่งเป็นการอนุโลมของรัฐภายใต้บริบทสังคมที่ยังคงมีความไม่ลงรอยของมุมมองที่มีต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

3) ประเทศสเปน : สเปน เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญด้านการท่องเที่ยวของผู้มีความหลากหลายทางเพศ นอกเหนือจากการสนับสนุนเรื่องคุณค่าทางเสรีภาพ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความเท่าเทียมทางกฎหมายและการมีส่วนร่วมที่ได้ประกาศไว้ในรัฐธรรมนูญ (Pichardo Galan, 2004) ที่ให้การรับรองสิทธิอันเท่าเทียมของชายและหญิงต่อเรื่องการจัดงาน และการรับบุตรบุญธรรม (Martinez & Dodge, 2010) สเปนยังมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งในการขับเคลื่อนประเด็นความหลากหลายทางเพศ เพื่อเป็นการ



พิกซ์สิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งในประเด็นการปรับแก้กฎหมาย การทำงานตลอดจนประเด็นการศึกษา และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐทั่วประเทศซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ (Martinez & Dodge, 2010)

เมืองสำคัญที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ บาร์เซโลนา ถือเป็นเมืองแรกของสเปนที่ลุกขึ้นต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมกันให้กับบุคคลกลุ่มนี้ โดยสภาพสังคมเป็นชุมชนของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่ผสมผสานกลมกลืนอยู่ร่วมกันกับชุมชนคนในเมืองทั่วไปอย่างปกติ เป็นเมืองที่มีวิถีชุมชน วัฒนธรรม ประเพณีผสมผสานกันอย่างหลากหลาย มีย่านชุมชนอาคารสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสถาบันบันเทิงแหล่งการค้า และแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากมาย ด้วยปัจจัยที่กล่าวมาหลายประการนี้ ทำให้บาร์เซโลนาเป็นเมืองที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จำนวนมากให้เข้ามาเที่ยวเป็นประจำทุกปี

4. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้สำหรับนักท่องเที่ยวงานศึกษาของ Kovari และ Zimanyi (2011) ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวทั่วไปให้ความสำคัญกับด้านความปลอดภัยและความมั่นคงในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนโยบายจากภาครัฐและกฎหมายนับเป็นทั้งเครื่องมือและตัวชี้วัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาด้านความมั่นคงและความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว (IGLTA, 2012) โดยปัจจัยทางนโยบายและกฎหมายที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ได้แก่ 1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ 2) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคู่ชีวิต 3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับบุตรบุญธรรม 4) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนข้ามเพศ และ 5) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอายุที่ยอมให้ร่วมประเวณีได้ (Spartacus, 2019)

5. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง วิธีการที่จะตอบสนองทั้งความต้องการหลักและความต้องการรองของนักท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์สูงสุด เป็นได้ทั้ง ผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว โดยความต้องการนั้นเป็นธุรกรรมระหว่างภาคธุรกิจและนักท่องเที่ยว (Koutoulas, 2001)

Business-Marketing (2018) ได้แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไว้ 6 ประเภท ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ (Convenience tourism products) เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต้องซื้อ 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism products) เป็นผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ เน้นคุณภาพและราคาที่เหมาะสมตามความพึงพอใจของตน 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ (Specialty tourism products) เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีราคาสูง 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวงซื้อ (Unsought tourism products) เป็นองค์ประกอบของความบันเทิง หรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อความสนุก 5) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Industrial tourism products) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบริการจากภาครัฐ หรือได้รับความสะดวกสบายจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อตอบสนองความต้องการของ



นักท่องเที่ยวให้ได้ประโยชน์สูงสุด และ 6) ผลผลิตและสินค้านอื่น ๆ (Capital items) หรือผลผลิตที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมักจะเป็นการพัฒนาคุณค่าให้กับการท่องเที่ยว เพิ่มภาพลักษณ์ ค่านิยมและมาตรฐานบริการเชิงพาณิชย์ให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

6. การสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว

การเตรียมความพร้อมนั้นมีใช้เพียงการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานหรือการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่รวมถึงการเตรียมความพร้อมของบุคลากร ระบบการคมนาคมเพื่อขนส่งคน สินค้า และบริการ ตลอดจนการประสานงานเพื่อความร่วมมือจากทุกภาคส่วนให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของความพร้อมของอุปทาน มากกว่าการพัฒนาแบบชั่วคราวเพียงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในแต่ละปี (ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2557)

ปัจจัยทางด้านความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) นั้นประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ซึ่งการเตรียมความพร้อมในองค์ประกอบเหล่านี้จะก่อให้เกิดอุปทานและความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 3) ระบบโครงสร้างพื้นฐาน 4) ไมตรีของท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น 5) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และ 6) หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง (สุภาพร พิศาลบุตร, 2546; ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2557; ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, ม.ป.ป.)

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากร โดยดำเนินการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) มีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 60 ตัวอย่าง โดยจะคัดเลือกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้

1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐภายในประเทศไทย 6 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2) กองบัญชาการสอบสวนกลาง (3) กระทรวงคมนาคม (4) บริษัทท่าอากาศยานไทย และ (5) คลินิกนิรนาม สภาอากาศไทย

2) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 8 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) Ministry of Tourism of Indonesia (2) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประจำสนามบิน Ngurah Rai Airport (TIC) จากหน่วยงาน Bali Government Tourism Office (3) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เรื่องการคมนาคมของสนามบิน Ngurah Rai Airport (4) พนักงานตำรวจท่องเที่ยวจากสถานีตำรวจท่องเที่ยวบาห์ลี และ (5) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวจาก Tourism Institute of TriatmaJaya

3) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐในเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน 6 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน Madrid (2) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวประจำสนามบิน



Barcelona (3) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว จากหน่วยงาน Barcelona Turisme (4) Head Institutional Cooperation หน่วยงาน Barcelona Turisme (5) LGBTI Centre of Barcelona และ (6) ล่ามประจำสถานีตำรวจ Comissaria Mossos d'Esquadra distrito de Ciutat Vella

4) ตัวแทนจากผู้ประกอบการภาคเอกชนและภาคประชาสังคมในประเทศไทย 15 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (2) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (3) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย (4) สมาคมสปาไทย (5) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (6) สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย (7) องค์กร Bangkok Rainbow Organization (8) มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยไทย (9) นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และเพศสภาวะ (10) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการผังเมือง (11) นักวิชาการด้านสิทธิมนุษยชน (12) นักวิชาการด้านเพศสภาวะ (13) นักวิชาการด้านกฎหมายพ.ร.บ. คู่ชีวิต (14) G-SPOT Entertainment และ (15) LGBT SMEs and Professional Thailand

5) ตัวแทนจากผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมในเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย 13 ตัวอย่าง ประกอบด้วย (1) องค์กร Yayasan Gaya Dewata (2) คลินิก Bali Medika (3) Bali Rainbow Organization (4) Gay Bali Travel (5) Association of the Indonesia Tours and Travel Agencies (ASITA) Bali Province (6) Bali Joe และ (7) M.A.N. resort

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

มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1) การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เกี่ยวข้องกับการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ โดยการวิเคราะห์จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแสดงประเด็นสำคัญ การเปลี่ยนแปลง และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสถานการณ์ที่ต้องการอธิบาย

2) การวิเคราะห์ผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จะใช้การวิเคราะห์ผลผลิต (output) หรือประสิทธิผล (effectiveness) ของนโยบายต่าง ๆ ต่อสังคม (Hansen, 1983, 15) โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ ได้แก่ (1) บทบาทและหน้าที่ขององค์กร และสถานการณ์การท่องเที่ยว (2) ความพร้อมของการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (3) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ (4) ข้อเสนอแนะต่อแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุทยานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ คือ อะไร ทั้งนี้สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายนั้นคณะผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) โดยการวิเคราะห์ผลผลิตและผลกระทบของนโยบายนั้น ๆ



3) การจัดประชุมกลุ่มและการสังเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการจัดประชุมกลุ่มกับกลุ่มผู้ประกอบการ 3-7 คน ตามพื้นที่ที่ระบุไว้ว่าเป็นพื้นที่เป้าหมาย 8 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) และ ชลบุรี (พัทยา) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการจากหลากหลายรูปแบบ อาทิ ธุรกิจสถานพักแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น โดยมีวาระการประชุมกลุ่ม ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อพัฒนาแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และสามารถสร้างอุปสงค์ในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (2) การสังเคราะห์ข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งจากทางด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อหาความสอดคล้องและแนวทางในการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ นอกจากนี้ยังต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมต่อกับความพร้อมของฝั่งอุปทานการท่องเที่ยวอีกด้วย

ผลการวิจัย

5.1 สถานการณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ บทบาทของหน่วยงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

5.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ประเทศไทย

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวและแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการเคลื่อนไหวในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ ผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ที่ออกมาสนับสนุนวาทกรรม “ประเทศไทยคือสวรรค์ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ” และมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความหลากหลายทางเพศอย่างเต็มที่ในฐานะที่เป็นนักท่องเที่ยวคนหนึ่งที่น่าเม็ดเงินมาให้ประเทศไทย แต่หากกล่าวถึงนโยบายในการผลักดันเรื่องสิทธิพลเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า ประเทศไทยไม่มีการสนับสนุนนโยบายหรือกฎหมายการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ขณะเดียวกัน ก็ไม่เคยมีนโยบายหรือการปฏิบัติที่กีดกันนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเช่นกัน

นอกจากนี้ในสถานการณ์ของหน่วยงานภาคประชาสังคมเอกชน พบว่า ทศนคติของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันมาก จากอดีตที่มีการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ไปในเชิงเหมารวมเป็นไปในลักษณะที่ผิดศีลธรรม แต่ปัจจุบันทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวสูง เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีศักยภาพในการจ่ายสูง



จากการวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ สามารถสรุปประเด็นสถานการณ์สำคัญได้ดังนี้ 1) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้มากขึ้นเพื่อเป็นที่รับรู้ของสังคม 2) การมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย (Safe Sex) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้การดูแลอย่างจริงจัง พร้อมทั้งผลักดันการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์อย่างเปิดเผย 3) ธุรกิจการค้าบริการทางเพศ (Sex Tour) ควรใช้อยู่เป็นเกณฑ์ในการกำหนดโทษ หากผู้ให้บริการเป็นเด็ก อายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ว่าจะยินยอมหรือไม่ ต้องถือว่าผิดกฎหมายการค้าประเวณี 4) ธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเกย์ (Gay Party) ที่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นั้น ทั้งผู้ประกอบการ และผู้จัดงานปาร์ตี้เกย์ มีความเห็นว่า เป็นเพราะเมืองไทยไม่ค่อยมีปัญหาการแสดงออกเรื่องการเหยียดเพศกับนักท่องเที่ยว

2. ความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นประเด็นตามความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ ดังนี้ 1) หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการเตรียมความพร้อมการรองรับมีการทำเว็บไซต์ Go Thai Be Free สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศโดยเฉพาะ 2) หน่วยงานด้านการคมนาคม ดูแลเรื่องของความสะดวกในการเดินทางทั้งทางบกและทางอากาศ 3) ผู้ประกอบการในรูปแบบสมาคม ทางสมาคมมีคฤหะที่ได้มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เป็นการเฉพาะ ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป 4) หน่วยงานด้านความมั่นคง ทางกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีมาตรการรองรับปัญหาที่จะเกิด

3. การเตรียมความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต สามารถสรุปข้อมูลการเตรียมความพร้อม ดังประเด็นต่อไปนี้ 1) ความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างทางคมนาคม (Transportation infrastructure) เชื่อมต่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจากภายนอกสู่ภายในประเทศ 2) ความพร้อมของสังคมและวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทาง ทางกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีมาตรการลดอัตราการเกิดความเสี่ยงในพื้นที่ 3) ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ทางสมาคมมีคฤหะ และสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ไม่มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้เป็นพิเศษกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

4. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่าประเทศไทย 1) มีการแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 2) มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว 3) มีการเคลื่อนไหว การสื่อสารเพื่อสร้างความยอมรับเรื่องความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย และ 4) มีกฎหมายเรื่องการท่องเที่ยวทางเพศ

5.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวและแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่าเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย มีนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เข้ามาท่องเที่ยวในบาห์ลีเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มสูงขึ้นในทุกปี ขณะที่หน่วยงานภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุนหรือมีมาตรการพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ แต่มีแผนการพัฒนากการ



ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกคน ส่วนผู้ประกอบการและภาคประชาสังคมนั้นได้มีทำงานร่วมกันในการผลักดันประเด็นกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ

2. การเตรียมความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ดังนี้ 1) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของหน่วยงานภาครัฐคือ ไม่มีนโยบายเฉพาะในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ตำรวจบาทลียึดมั่นว่านักท่องเที่ยวทุกคนต้องได้รับความช่วยเหลืออย่างเท่าเทียมกันในฐานมนุษย์หนึ่งคน ไม่มีการเลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศ 2) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของสนามบิน Ngurah Rai Airport ที่เป็นด่านแรกในการรองรับนักท่องเที่ยว มีการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว 3) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ของผู้ประกอบการ พบว่า มีการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่เพิ่มขึ้นในทุกปี

3. การเตรียมความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต พบว่า สำหรับ สถานประกอบการทั่วไป ไม่มีแผนงานในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต ซึ่งตรงกันข้ามกับสถานประกอบการที่เปิดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยเฉพาะนั้น มีแผนงานขยายธุรกิจที่ชัดเจน ตามแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

4. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า 1) หน่วยงานภาคสังคม ผู้ประกอบการภาคธุรกิจ สนับสนุนการยกเลิกกฎหมายที่ไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 2) หน่วยงานภาครัฐไม่เห็นความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกย์ และนักท่องเที่ยวทุกคนควรปฏิบัติตามวัฒนธรรมของบาห์ลี เพื่อลดการเกิดปัญหากับคนท้องถิ่นและกฎหมายของบาห์ลี

5.1.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เมืองบาเซโลนา ประเทศสเปน

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า เมืองบาร์เซโลนา มีนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก หน่วยงานภาครัฐที่ทำงานด้านการสนับสนุนการท่องเที่ยวกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า “สัมผัสได้ถึงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดการรองรับอุปทานทางการตลาดต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และมีท่าทีที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง” โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาที่เมืองบาร์เซโลนา คือ หน่วยงานภาครัฐเดินทางทำงานเต็มที่ในการผลักดันสร้างเมืองบาร์เซโลนาให้เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยทำงานอย่างมีส่วนร่วมไปกับองค์กรภาคประชาสังคม

2. การเตรียมความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า 1) แม้ว่า หน่วยงานภาครัฐจะมีความพยายามในการพัฒนาเรื่องการทำงานเพื่อสนับสนุนส่งเสริมนักท่องเที่ยวเกย์ แต่ดูเหมือน ยังคงมีประเด็นที่ต้องพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ 2) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการธุรกิจ มีร้านอาหารละมุน เป็น



ร้านอาหารไทยในเมืองบาร์เซโลนา ซึ่งเป็นสถานที่ยอดนิยมของกลุ่มเกย์เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้ย่านเกซมีเปล และรสชาติอาหารที่ถูกปากชาวต่างชาติ

3. การเตรียมความพร้อมเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในอนาคต สรุปข้อมูลได้ดังนี้ 1) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ โดย Barcelona Tourism ส่งเสริมการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT destination) ได้สำเร็จ โดยใช้วิธีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว 2) การทำงานเรื่องความพร้อมของหน่วยงานประชาสังคมและผู้ประกอบการ ได้แก่ Pride BCN ที่ทำงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม มีแผนการทำงาน Pride ที่ใหญ่ขึ้นทุกปี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีแผนการทำงานที่ครอบคลุมทั้งสถานที่ ความปลอดภัย ความสะอาด โดยจะวางแผนการทำงานล่วงหน้าและมีการเตรียมการข้ามปี เพื่อให้งานออกมาประสบความสำเร็จมากที่สุด

4. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พบว่า เมืองบาร์เซโลนา มีกฎหมายความเท่าเทียมทางเพศในปี ค.ศ. 2005 โดยการออกกฎหมายของรัฐบาล ที่ครอบคลุมกฎหมายสมรสเพศเดียวกัน กฎหมายอัมบุญ และสิทธิสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมกับคนทุกกลุ่ม ซึ่งส่งผลให้ เมืองบาร์เซโลนามีความพร้อมอย่างเต็มที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

5.2 เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

5.2.1 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม

จากการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของ 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย คือ 1) ประเทศไทย 2) เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และ 3) เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีกฎหมายครอบคลุมด้านสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมในทุกประเด็น รองลงมา ได้แก่ ประเทศไทยที่มีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) ร่างกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันหรือ พ.ร.บ.คู่ชีวิต (Same-sex Marriage) และกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่มีกฎหมายรองรับที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียมเลย ซึ่งจากการศึกษาสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบ ได้ดังนี้

1. กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติ (Antidiscrimination Legislation) หลังจากประกาศใช้กฎหมาย รัฐบาลประเทศสเปนมีความเข้มงวดในการใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของประชาชนกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศอย่างเข้มแข็ง มีรายละเอียดที่ระบุชัดเจนถึงการห้ามมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคล ทำให้ปัญหาการเลือกปฏิบัติและไม่ได้ได้รับความเสมอภาคเกิดขึ้นน้อยมากในประเทศสเปน ต่างจากประเทศไทยที่มีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติแต่มีช่องโหว่ทางกฎหมาย เพราะขาดการทำประชาพิจารณ์ในวงกว้างจากประชาชน อีกทั้งมีข้อยกเว้นความผิดเรื่องการเลือกปฏิบัติด้วย ซึ่งอาจเป็นข้ออ้างในการทำผิดได้ และไม่สามารถสร้างความเท่า



เทียมให้กับสังคมไทยได้อย่างแท้จริง ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่พบกฎหมายที่ว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุทางเพศวิถีและอัตลักษณ์ทางเพศ

2. กฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน (Same-sex Marriage) ประเทศสเปนที่ประกาศใช้เป็นอันดับแรก ๆ ของโลกและออกกฎหมายครอบคลุมทุกประเด็นให้สิทธิบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศเท่าเทียมกับกลุ่มหญิงชาย ทำให้ประเทศสเปนมีนโยบายจากภาครัฐที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในการเป็นมิตรต่อบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ ในขณะที่ประเทศไทยกำลังขับเคลื่อนการประกาศใช้กฎหมาย พ.ร.บ.คู่ชีวิต เป็นการแสดงให้เห็นถึงการคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศในทางกฎหมาย ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียไม่พบการส่งเสริมกฎหมายการแต่งงานเพศเดียวกันจากภาครัฐ เพราะขัดกับหลักทางศาสนา ซึ่งศาสนามีอิทธิพลกับวิถีชีวิตคนท้องถิ่นบาห์ลีเป็นอย่างมาก

3. กฎหมายการรับบุตรบุญธรรม (Adoption allowed) ประเทศสเปนมีการประกาศใช้กฎหมายรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 และผลจากการประกาศใช้กฎหมายรับบุตรบุญธรรมทำให้ประเทศสเปนเป็นที่จับตาเรื่องการให้สิทธิความเท่าเทียมทางเพศต่อบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศเท่าเทียมคนรักต่างเพศในสังคม ต่างจากประเทศไทยและเมืองบาห์ลี ยังไม่มีกฎหมายการรับบุตรบุญธรรมของกลุ่มคนผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Adoption allowed) มีเพียงคู่รักต่างเพศเท่านั้นที่สามารถรับบุตรธรรมได้ถูกต้องตามกฎหมาย

4. กฎหมายความเท่าเทียมต่อบุคคลข้ามเพศ (Transgender Rights) ประเทศสเปนเป็นมิตรต่อบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยประเทศสเปนสามารถยินยอมให้คนข้ามเพศเปลี่ยนคำนำหน้าได้โดยไม่ต้องใช้อำนาจทางชั้นศาล ทำให้สิทธิของคนข้ามเพศที่สเปนเท่าเทียมเพศอื่นในสังคมอย่างแท้จริง สำหรับประเทศไทยกำลังอยู่ในการเคลื่อนไหวกฎหมายที่รับรองอัตลักษณ์ทางเพศของกลุ่มคนข้ามเพศแต่ยังพบปัญหาการต่อต้านจากกลุ่มอนุรักษ์นิยมและการแสดงข้อกังวลจากหลายภาคส่วน ส่วนที่บาห์ลี อินโดนีเซีย ไม่มีการเคลื่อนไหวในการผลักดันกฎหมายความเท่าเทียมต่อบุคคลข้ามเพศ

5. กฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป (Equal Age of Consent) ประเทศสเปนมีการใช้กฎหมายอยู่ที่อายุ 16 ปีที่สอดคล้องกับประเทศในทวีปยุโรป ส่วนประเทศไทยอยู่ที่อายุ 18 ปี และประเทศอินโดนีเซียคืออายุ 18 ปีสำหรับคนรักเพศเดียวกัน จะเห็นได้ว่า ลักษณะสังคมของแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ประเทศในทวีปยุโรปจะมีจำนวนอายุน้อยกว่าประเทศในทวีปเอเชีย เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านวัฒนธรรมและการมีเพศสัมพันธ์ในช่วงอายุน้อย ถือว่าขัดกับหลักขนบสังคมของคนแถบทวีปเอเชีย

ทั้งนี้หากเปรียบเทียบทางด้านกฎหมายของทั้ง 3 ประเทศพบว่า ประเทศสเปน มีกฎหมายที่เป็นมิตรต่อบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศในทุกด้าน รองลงมาคือ ประเทศไทย ที่มีการประกาศใช้กฎหมายสิทธิพลเมืองและอยู่ในการเคลื่อนไหวกฎหมายอีกบางประการ ถึงจะใช้เวลานานในการขับเคลื่อนด้านกฎหมายบางด้าน เพราะมีผู้มาส่วนได้ส่วนเสียกับกฎหมายนั้นอยู่หลายส่วน แต่อย่างน้อย



ประเทศไทยก็มีการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศและมีแนวโน้มที่จะได้รับสนับสนุนจากภาครัฐต่อไป และ เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ไม่พบการสนับสนุนกฎหมายสิทธิพลเมืองเพื่อความเท่าเทียมทางเพศ เพราะการสนับสนุนกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศขัดกับหลักทางศาสนาซึ่งมีอิทธิพลสูงมากต่อการออกนโยบายของรัฐบาลและการใช้ชีวิตของคนท้องถิ่น

5.2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยใช้ SWOT Analysis

Table 1 สรุปการวิเคราะห์นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประเทศไทย

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

Table 2 สรุปการวิเคราะห์นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายและนโยบาย SWOT Analysis			
S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
- กฎหมายไม่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาที่ต่อต้านกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	- ไม่มีกฎหมายคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศเลย - คนในท้องถิ่นยังได้รับอิทธิพลทางศาสนาที่ไม่เปิดกว้างต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ	- นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางไปยังประเทศที่กฎหมายมีความเท่าเทียมและคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - ความเท่าเทียมทางเพศเป็นประเด็นระดับโลกที่คน	- คนท้องถิ่นที่ไม่เปิดรับและผู้มีอำนาจที่อนุรักษ์นิยมอาจออกมาต่อต้าน - อาจเกิดความแตกแยกภายในสังคมหากมีการ



การวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายและนโยบาย SWOT Analysis			
S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
	- การเคลื่อนไหวด้านสิทธิ ความเท่าเทียมไม่ได้รับการ สนับสนุน	ให้ความสำคัญและคอยจับ ตามอง	ผ่านกฎหมาย ซึ่งได้รับ อิทธิพลมาจากความเชื่อทาง ศาสนา

Table 3 สรุปการวิเคราะห์นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายและนโยบาย SWOT Analysis			
S (Strength)	W (Weakness)	O (Opportunity)	T (Treats)
- มีกฎหมายว่าด้วยความเท่าเทียมทางเพศครอบคลุมในทุก ๆ มิติ - กฎหมายว่าด้วยความเท่าเทียมมีการบังคับใช้มาเป็นระยะเวลานาน - ภาครัฐเคร่งครัดกับการปฏิบัติตามกฎหมายลงโทษผู้กระทำความผิดจริง	- กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิของคนข้ามเพศยังมีรายละเอียดที่ทำให้กระบวนการเปลี่ยนชื่อและคำนำหน้านามมีความยุ่งยากอยู่บ้าง	- นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เลือกเดินทางไปยังประเทศที่กฎหมายมีความเท่าเทียมและคุ้มครองกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ - คู่รักที่เป็นคนเพศเดียวกันหลายคู่ไม่สามารถแต่งงานในประเทศของตนเองได้ จึงอาจมีเป้าหมายเดินทางไปยังประเทศที่อนุญาตให้คนเพศเดียวกัน	- คนท้องถิ่นอาจไม่เปิดรับด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ - กระแสข่าวที่กำลังเกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศในทวีปยุโรป รวมทั้งในประเทศสเปน

5.3 ผลลัพธ์การท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ

1. ประเทศไทยมีประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ พบว่า มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย โดยจะเป็นโรงแรมที่เป็นส่วนขยายของชานาเฉพาะกลุ่มเกย์และโรงแรมที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยว พบว่า ไม่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสะดวกในการเดินทาง 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตั๋วเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง และ 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสวง



ข้อ พบว่า ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และสถานบันเทิงยามค่ำคิน

2. เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย มีประเพณีของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ พบว่า มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว คือ ร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และมีโรงแรมที่เป็นส่วนขยายของชาวนำเฉพาะกลุ่มเกย์ที่มีต้นแบบเป็นโรงแรมแบบเดียวกันของประเทศไทย 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีเพียงหนึ่งเดียวในเมืองบาห์ลี 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสงสี พบว่า สถานบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลี ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

3. เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีประเพณีของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อ พบว่า มีร้านอาหารที่ปรากฏในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว คือ ร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์หลายแห่งในบริเวณเกซมีเปล พร้อมกับมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสะดวกซื้อประเภทโรงแรมหรือที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่สามารถพบได้ทั่วไปบริเวณเกซมีเปล และยังมีผลิตภัณฑ์ประเภทร้านหนังสือที่คัดเลือกหนังสือเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาขายโดยเฉพาะอีกด้วย 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์การท่องเที่ยว พบว่า มีให้เลือกหลากหลายและมีจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไปยังเมืองใกล้เคียงอีกด้วย 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตัวเครื่องบินไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง 4) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสงสี พบว่า สถานบันเทิงเฉพาะกลุ่มเกย์มีให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายประเภทและให้บริการหลากหลายช่วงเวลา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เปิดบริการในบริเวณเกซมีเปล อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่จัดขึ้นเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ทั้งละครเวที เทศกาลที่สนับสนุนสิทธิความเท่าเทียมทางเพศ การบรรยายในหัวข้อเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผล

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยรวมทั่วโลก มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การเตรียมความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์เชิงนโยบายในประเทศที่ปรากฏเด่นชัด ได้แก่ ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน โดยเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย เป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้นของทวีปเอเชียด้านวัฒนธรรมและ



ธรรมชาติ ส่วนเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน จัดเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของโลก ในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ สำหรับประเทศไทยก็นับได้ว่าเป็นประเทศที่มีการยอมรับและเป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ จนกล่าวได้ว่า “ประเทศไทยคือสวรรค์ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ”

จากการเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมของ 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน พบว่า เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปนมีกฎหมายครอบคลุมด้านสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียมในทุกประเด็น โดยมีจุดแข็งของข้อกฎหมายคือ การเขียนกฎหมายที่เขียนครอบคลุมไว้อย่างกว้างขวาง ไม่มีข้อยกเว้นที่เป็นรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ดังที่รัฐธรรมนูญสเปน พ.ศ. 2538 มาตราที่ 14 ระบุว่า ประชาชนสเปนทุกคนมีความเท่าเทียมกันและห้ามมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา ความเชื่อทางศาสนา หรือเงื่อนไขใด ๆ หรือเหตุส่วนบุคคลหรือทางสังคม ซึ่งหมายความว่า การเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายเพศทั้งกลุ่มเกย์และกลุ่มคนข้ามเพศเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย 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 จึงถือว่ามีความในดำนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มากที่สุดใน 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย

รองลงมา คือ ประเทศไทย มีการประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยความเสมอภาคและการไม่เลือกปฏิบัติหรือพ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ พ.ศ. 2558 มีการร่างกฎหมายว่าด้วยการแต่งงานของคนเพศเดียวกันหรือพ.ร.บ.คู่ชีวิต และกฎหมายว่าด้วยการยอมให้มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป ถ้าได้รับการยินยอมจากผู้ปกครองและอายุ 18 ปีโดยไม่ต้องได้รับการยินยอมจากผู้ปกครอง แต่ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับความเท่าเทียมเพศในเรื่องของรายละเอียดและที่มาของกฎหมายแต่ละฉบับ พ.ร.บ.ความเท่าเทียมทางเพศ พ.ศ. 2558 คือ มีการเขียนข้อยกเว้นบางประการที่เปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดสามารถใช้เป็นข้ออ้าง นอกจากนี้ร่างพ.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 แต่ ณ ปัจจุบันกลุ่มคนข้ามเพศยังไม่ได้รับสิทธิในการเปลี่ยนคำนำหน้านาม เพศ หรือเพศสถานะของตนในเอกสารราชการได้

ส่วนเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ยังไม่มีกฎหมายรองรับที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศที่เท่าเทียม มีเพียงกฎหมายว่าด้วยอายุความยินยอมในการมีเพศสัมพันธ์ของประเทศอินโดนีเซียซึ่งอยู่ที่อายุ 16 ปี แต่เมืองบาห์ลีไม่มีการบังคับใช้กฎหมายจารีตคือ ประมวลกฎหมายที่มาจากคำสอนและหลักนิติศาสตร์พื้นฐานของศาสนาอิสลามที่มีบทลงโทษรุนแรงสำหรับพฤติกรรมความรักเพศเดียวกัน จึงยังถือว่ามีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมากกว่าเมืองอื่น ๆ ในประเทศอินโดนีเซีย แต่ก็ยังถือว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน และประเทศไทย จึงถือว่าเมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซียมีความพร้อมด้านนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์น้อยที่สุดใน 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ จะเห็นได้ว่า ประเทศไทย เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย และเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีการผลิตผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวสะดวกซื้อคือ มีร้านอาหารที่เป็นที่นิยมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ พร้อมกับมีโรงแรมสำหรับการชานาเฉพาะกลุ่มเกย์และโรงแรมที่เป็นมิตรกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลาย แต่สำหรับเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน สามารถพบโรงแรมหรือที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ได้ทั่วไปบริเวณเกซิมเปิล นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยประเภททัวร์พบว่า ประเทศไทยไม่เป็นที่นิยมแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ ส่วนบาห์ลีก็มีเพียงหนึ่งเดียวในเมืองบาห์ลี ซึ่งแตกต่างจากเมืองบาร์เซโลนา ที่มีให้เลือกหลากหลายและมีจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวไปยังเมืองใกล้เคียงอีกด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบพิเศษ พบว่า ทั้ง 3 ประเทศกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อตั๋วเครื่องบินไม่ต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ที่คำนึงถึงราคาและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของตนเอง และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่แสงซื้อ พบว่า ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานปาร์ตี้เวิลด์ระดับโลกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และสถานบันเทิงยามค่ำคืน แต่สำหรับบาห์ลี พบว่าสถานบันเทิงสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในเมืองบาห์ลีไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ซึ่งมีความแตกต่างจากเมืองบาร์เซโลนา ที่สถานบันเทิงเฉพาะกลุ่มเกย์มีให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายประเภทและให้บริการหลายช่วงเวลา พร้อมกับได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เปิดในบริเวณเกซิมเปิล อีกทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่จัดขึ้นเพื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

2. อภิปรายผล

ผลการศึกษาได้ประเด็นการอภิปรายเพิ่มเติมในประเด็นกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมากของประเทศที่ศึกษา ในขณะที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและไมตรีของคนในท้องถิ่นแทบไม่ได้มีความแตกต่างกันเลย

ประเด็นกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย คงปฏิเสธได้ยากว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่มีความสำคัญ เพราะกฎหมาย คือ เครื่องมือที่จะช่วยสร้างข้อตกลง



และบรรยากาศทางสังคมที่เอื้อต่อการมีอยู่ของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่น หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีปัจจัยเอื้อสำคัญที่ทำให้การออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิพลเมืองของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศดำเนินไปได้อย่างเต็มรูปแบบและรวดเร็ว คือ ความเชื่อ ทศนคติของประชาชนในสังคมนั้นๆ ต่อเรื่อง สิทธิมนุษยชน (Human Rights)⁵ หรือ สิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์ในประเทศโลกตะวันตกอย่าง สเปน ซึ่งเป็นความคิดที่วางอยู่บนพื้นฐานการมองความเหมือนกันของมนุษย์ และด้วยเหตุที่เป็นมนุษย์เหมือนกันนี้ ทำให้ทุกคนที่กำเนิดมาเป็นมนุษย์ และ/หรือกำเนิดจากมนุษย์ย่อมมีสิทธิเท่าเทียมกันทั้งสิ้น และสิทธิดังกล่าวเมื่อถูกบังคับใช้ในทางการเมืองภายใน และระหว่างประเทศ ทำให้สิทธิมนุษยชนอยู่ทั้งในสถานะที่เป็นกฎเกณฑ์ทางจริยธรรม หรือทางการเมืองที่ควรจะเป็น พร้อมกันนั้นสิทธิมนุษยชนยังอยู่ในสถานะของการเป็นข้อตกลงของมนุษย์ที่มาร่วมกันภายใต้สิ่งที่เรียกกฎหมาย ซึ่งมีความแตกต่างจากพื้นฐานการมองมนุษย์ของสังคมประเทศในแถบเอเชียอย่างประเทศไทย แม้ว่าจะมีการนำเข้า “คำความหมายและความคิดในเรื่องมนุษยชน” เข้ามาในสังคมไทยนานแล้วก็ตาม ดังปรากฏให้เห็นอยู่ในกฎหมายรวมถึงรัฐธรรมนูญแล้วก็ตาม แต่การรับเอาจริยธรรมพื้นฐานในการมองมนุษย์ที่เท่ากันตามธรรมชาติยังเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาอีกนาน ดังจะเห็นได้จากปัญหาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ยังมีบทกวน มีการใช้คำที่จำกัดความหมาย ซึ่งก่อให้เกิดการกีดกันบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ตามมา

อย่างไรก็ตาม ควรต้องกล่าวไว้ว่า เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย แม้ว่าจะไม่มีกฎหมายส่งเสริมสิทธิพลเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศก็ตาม แต่รัฐก็มีการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมทั้งกับกลไกของหน่วยงานรัฐที่ใช้การจัดการ / การจัดระเบียบทางสังคมที่เข้มข้นเพื่อรองรับความหลากหลายของการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ขณะเดียวกันก็ผ่อนปรน หรือ อนุโลมเพื่อให้ ผู้ประกอบการภาคเอกชนสามารถจัดการบริการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยไม่ขัดแย้งกับ กฎหมายชารีอะห์ และมุมมองของสังคมที่มีต่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อมูลจากการศึกษาที่ครอบคลุมทั้งเรื่องสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การเตรียมความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ การเปรียบเทียบนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิพลเมืองที่เท่าเทียม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product Facility) ที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ทั้งในและนอกประเทศ คณะผู้ศึกษาจึงมี

⁵ มีข้อสังเกตว่า ‘สิทธิมนุษยชน’ ที่ใช้คำว่า ‘Human Rights’ นั้น รูป ‘s’ แสดงถึงความเป็นพหุพจน์ สิทธิมนุษยชนจึงไม่ใช่เป็น สิทธิเพียงสิทธิเดียวแต่เป็นของกลุ่มสิทธิที่ถูกร้อยรัดเข้าไว้กับความเป็นมนุษย์แล้วจึงกลายเป็น ‘สิทธิมนุษยชน’ ซึ่งแตกต่าง ความคิดเรื่อง สิทธิมนุษยชนในประเทศไทย ที่บัญญัติคำว่า ‘สิทธิมนุษยชน’ ในศัพท์รัฐศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2529 จะใช้ “Human Right สิทธิมนุษยชน” โดย ‘right’ เป็นรูปเอกพจน์ซึ่งแสดงถึง การมีหนึ่งเดียวไม่ได้มีหลายสิทธิ และที่น่าสนใจคือ การแปลดังกล่าวไม่ได้ทำให้พจนานุกรม ฉบับ พ.ศ. 2542 ที่ตามมาภายหลังบรรจุคำ และความหมายลง ไปแต่อย่างใด



ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ให้กับประเทศไทย ดังนี้

1. การสร้างความพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ผ่านการออกกฎหมายสิทธิพลเมือง โดยพิจารณาจากการที่ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เชิงประจักษ์ของความเป็นมิตรกับกลุ่มเกย์ในประเทศ โดยการแก้ไขกฎหมายหรือการส่งเสริมกฎหมายสิทธิพลเมืองของบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศที่ระบุใน Spartacus Gay Index

ปัจจุบันแม้ว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องจะมีการพัฒนาไปพอสมควรแล้ว แต่ในเนื้อหาของกฎหมายเองก็มีข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจาก การมีบทยกเว้น รวมไปถึงการใช้คำทางกฎหมายที่มีความหมายไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งส่งผลให้บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศไม่ได้รับสิทธิเสรีภาพที่เท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป เช่น การรับบุตรบุญธรรม เป็นต้น ข้อจำกัดเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขโดยร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในส่วนของภาครัฐนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีนโยบายและมาตรการระยะยาวที่ชัดเจนที่จะต้องคลี่คลายข้อจำกัดเหล่านี้ เพื่อให้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่แล้วเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างอุปทานการท่องเที่ยวของไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์

2. การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านความหลากหลายทางเพศให้แก่คนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ

เป็นการสร้างความเข้าใจต่อบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศแก่ประชากรคนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการสร้างความเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ เพราะความเป็นมิตรของคนในประเทศนั้นเป็นความพร้อมด้านอุปทานที่สำคัญ ที่จะส่งผลต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยวและกระตุ้นการเพิ่มความเป็นไปได้ในการกลับมาเที่ยวซ้ำของกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยการสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศผ่านแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควบคู่กับกองการท่องเที่ยวสำนักวัฒนธรรมกีฬา และการท่องเที่ยว หรือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และหน่วยงานท้องถิ่น บุคลากรองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศร่วมกับการอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

3. การจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์โดยแคมเปญ Go Thai Be Free ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเป็นแผนที่การท่องเที่ยวฉบับพกพาที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ และข้อมูลจำเป็นในการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเน้นที่ 8 จังหวัดที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

4. การกระตุ้นการเดินทางระหว่างจุดหมายใน 8 จังหวัดนาร่องที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ที่ระบุใน Go Thai Be Free โดยหน่วยงานภาคประชาสังคมและหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลุ่มเกย์มีการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นการท่องเที่ยวระหว่างจุดหมายปลายทางของธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อย ทั้งนี้เนื่องจากการสร้างความพร้อมด้านอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์ในประเทศไทย ที่ผ่านมามีแนวโน้มขึ้นจากความร่วมมือในการผลักดันและทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ



ผู้ประกอบการภาคเอกชน และองค์กรภาคประชาสังคม ดังนั้นเงื่อนไขนี้จะยังคงเป็นเงื่อนไขสำคัญเงื่อนไขเดียวที่จะช่วยให้ข้อเสนอแนะข้างต้นประสบความสำเร็จและกลายเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเกย์และกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศในอนาคต

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*. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://sites.google.com/site/pmttechtravel/bth-thi-3>
- กองบรรณาธิการรอยซ์ไทยแลนด์. (14 มกราคม 2563). *เสวนา ‘กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ’ ผลักดันสมรสเพศเดียวกันจ่อยื่นสภาฯ แก่ พ.ร.บ.คู่ชีวิต*. Voice Online. จาก <http://www.voicetv.co.th/read/d7FAALFRD>.
- กองวิจัยการตลาด ททท. (2562). *Who? Where? What? When? Why? นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ*. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Review), 5(1). จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/e-magazine/no1-2019/>.
- โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.). (2556). *ตลาดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง: แนวโน้ม อุปสงค์ และนโยบายต่อนโยบายการท่องเที่ยวไทย*. TRF Policy Brief, 3(2).
- โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw). (2 พฤศจิกายน 2557). *ร่าง พ.ร.บ.ความเท่าเทียมระหว่างเพศ ‘ชุดของเก๋ามาเน่าใหม่’*. จาก <http://ilaw.or.th/node/3314>.
- โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw). (16 กันยายน 2558). *พ.ร.บ.ความเท่าเทียมฉบับ “ลัทธิตื่น”*. จาก <https://www.ilaw.or.th/node/3848>
- จิรดา เดชเกลี้ยง, และศศิณา สิริวัฒน์. (2559). *ชุดการเรียนรู้ออนไลน์เรื่องส่วนประสมทางการตลาด: ความหมายของผลิตภัณฑ์*. จาก <https://sites.google.com/site/onlinelearningseries/hnwy-thi-1->
- ฉันทิช วรรณธนม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. วีรตันเอดิเคชัน.



ชญานิน วัชชัย. (2561). *ผู้มีความหลากหลายทางเพศ LGBTQ inside out สรุปรประเด็นจากการสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูง ผู้มีความหลากหลายทางเพศ*. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Review), 4(3).

จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/emagazine/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/>.

นิศศา ศิลปเศรษฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะฉัตร ปวงนิยม, จิราทัศน์ รัตนมณฉัตร, และนิติบดี ศุขเจริญ. (2560). *แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดจากนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศสำหรับธุรกิจโรงแรม*.

Veridian EJournal, สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(3), 2455 – 2471.

จาก <https://he02.tcithaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/111367>.

สถาบันนิติธรรมาลัย. (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.

จาก [http://www.thailandtourismcouncil.org/imgadmins/newsletter_file/](http://www.thailandtourismcouncil.org/imgadmins/newsletter_file/TCT_newsletter_file_en_2013-08-08_10-04-36.pdf)

TCT_newsletter_file_en_2013-08-08_10-04-36.pdf

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย. (2562). *ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไตรมาส 1/2562*. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย.

จาก http://www.thailandtourismcouncil.org/wpcontent/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. จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8404.

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

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-peryear/>.

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>.



- Arestis, S. (2020). *Gay Argentina travel: a complete gay guide for LGBTQ travellers*. Nomadic Boys. <https://nomadicboys.com/argentina-gay-guide/>.
- 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.
- 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 Travelers Should Know Before Going*. Retrieved July 18, 2019, from <https://queerintheworld.com/LGBT-rights-inindonesia>.
- Ragavan, S. (2017, August 7). *'Pink tourism': Does Thailand deserve to be Asia's LGBT capital?* Retrieved July 18, 2019, From <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., Sannasse, 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.

