

## LGBTQ+ Tourism ... กระตุ้นการท่องเที่ยวไทยให้เกิดความหลากหลาย

**LGBTQ+ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender and Queer)** หรือกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ นับเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูงและเป็นลูกค้าเป้าหมายของหลายธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องด้วยประชากรกลุ่มนี้มีจำนวนรวมกันถึงเกือบ 400 ล้านคน หรือราว 5% ของจำนวนประชากรโลก และมีกำลังซื้อรวมกัน 4.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณการโดย LGBT Capital บริษัทที่ปรึกษาด้านการเงินซึ่งให้บริการกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นหลัก) อีกทั้งผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ไม่มีภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลและเก็บออมเพื่อบุตร ส่งผลให้ชาว LGBTQ+ มีโอกาสที่จะใช้จ่ายใช้สอยสูงกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

จำนวนและกำลังซื้อของกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ

ประเทศ	จำนวน (ล้านคน)	มูลค่า GDP (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)
ทั่วโลก	388.0	4,700
จีน	75.2	872
อินเดีย	66.1	168
สหรัฐฯ	17.6	1,400
อินโดนีเซีย	13.2	49
บราซิล	10.4	108
อื่นๆ	205.5	2,103

ที่มา : LGBT Capital 2023

### นักท่องเที่ยว LGBTQ+ ... กลุ่มลูกค้าที่ไม่ควรละสายตา

นักท่องเที่ยว LGBTQ+ มีกำลังซื้อสูงและพร้อมจะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานทั่วไปในตลาด จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ควรละเลย โดยเฉพาะหลังจากที่สังคมเปิดกว้างและยอมรับกลุ่ม LGBTQ+ มากขึ้น ส่งผลให้บุคคลและคู่รัก LGBTQ+ ออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะรู้สึกสบายใจและปลอดภัยขึ้นในการเดินทางท่องเที่ยวไปสถานที่ต่างๆ ประกอบกับความก้าวหน้าของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และที่พัก ที่เป็นมิตรกับ LGBTQ+ และจองตัวเลือกที่เหมาะสมได้ง่ายขึ้นมากขึ้น ขณะเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จัดกิจกรรม เช่น งานไพรด์ รวมถึงงานเฉลิมฉลองต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว LGBTQ+ สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ตลาดท่องเที่ยวของกลุ่ม LGBTQ+ เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีการประมาณการว่า ตลาดนักท่องเที่ยวชาว LGBTQ+ ของโลกจะมีมูลค่า 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2575 หรือเติบโตเฉลี่ยปีละ 12.1% ในช่วงปี 2567-2575

ประเทศไทยนับเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยว LGBTQ+ เพราะมีสถานที่สวยงาม อาหารอร่อย และยังเป็นมิตรกับกลุ่ม LGBTQ+ โดย Spartacus Gay Travel Index ซึ่งเป็นดัชนีที่สะท้อนความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม LGBTQ+ ของไทยในปัจจุบันสูงเป็นลำดับต้นๆ ในอาเซียน และคาดว่าหลังจากไทยมีการบังคับใช้กฎหมายสมรสเท่าเทียมแล้ว ดัชนีดังกล่าวของไทยจะถูกปรับขึ้นมากเทียบเท่ากับไต้หวัน ซึ่งมีอันดับสูงที่สุดในเอเชีย ทั้งนี้ ในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อน COVID-19 ระบาด ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศถึง 6,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วน 1.23% ของ GDP ประเทศ) โดยมูลค่าดังกล่าวสูงเป็นอันดับ 1 ในเอเชียและเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากสหรัฐฯ สเปน และฝรั่งเศส ตามลำดับ และล่าสุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดกิจกรรมมากมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว LGBTQ+ จากทั่วโลกและผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top LGBTQ+ Friendly Destination ระดับโลก หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เนื่องจากเล็งเห็นว่ากลุ่ม LGBTQ+ เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย เดินทางบ่อยและมีระยะเวลาพำนักยาวกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป สองเทรนด์โลกฉบับนี้ จึงขอเสนอแนะบางแง่มุมของผู้บริโภคกลุ่ม LGBTQ+ ที่อาจนำไปเป็นไอเดียปรับธุรกิจท่องเที่ยวให้ตอบโจทย์ตรงใจมากขึ้น



### เริ่มต้นชีวิตคู่ด้วยการแต่งงานกันมากขึ้น

การที่หลายประเทศรับรองการสมรสของเพศเดียวกัน มีผลให้กลุ่ม LGBTQ+ มีแนวโน้มตัดสินใจแต่งงานกันมากขึ้น ซึ่งทำให้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแต่งงานและใช้ชีวิตคู่ อาทิ ของขวัญของขวัญ ของตกแต่งบ้าน และเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงสถานที่จัดงานแต่งงานและทริปฮันนีมูนที่เป็นมิตรกับ LGBTQ+ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสของไทยในการประชาสัมพันธ์การเดินทางเข้ามาจดทะเบียนสมรสและจัดงานแต่งงานที่ประเทศไทย หากกฎหมายสมรสเท่าเทียมมีผลบังคับใช้

และเปิดให้ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาจดทะเบียนสมรสได้ เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยม 5 อันดับแรก สำหรับทริปฮันนีมูนของชาว LGBTQ+ (TOP 5 DESTINATIONS FOR A GAY HONEYMOON) จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ worldrainbowhotels.com และเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำหรับทริปฮันนีมูนที่ดีที่สุดในปี 2567-2568 ของเว็บไซต์ Outoffice.com ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทริปท่องเที่ยวให้แก่ชาว LGBTQ+

กิจกรรมที่ตอบรับกระแสการท่องเที่ยวของคู่สมรส LGBTQ+ นั้น ทำให้ตั้งแต่การบริการจัดงานแต่งงาน จัดกิจกรรมพิเศษสำหรับคู่ฮันนีมูน ตลอดจนบริการจัดงานครบรอบแต่งงาน รวมไปถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในสาขาต่างๆ เช่น ผู้ให้บริการที่พักพร้อมม็อกับร้านค้าและร้านอาหารที่เป็นมิตรกับ LGBTQ+ บริเวณใกล้เคียง เปิดพื้นที่จัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ สำหรับคู่แต่งงาน หรือธุรกิจที่พักร่วมกับสตูดิโอถ่ายภาพ ธุรกิจเช่าชุดแต่งงาน และบริษัทวางแผนท่องเที่ยว ออกแบบ Package แต่งงานและทริปฮันนีมูนแบบครบวงจรและตรงใจชาว LGBTQ+ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรเริ่มวางแผนการจัดบริการการท่องเที่ยวแบบครบครันของชาว LGBTQ+ เช่น บริการเตียงเสริมสำหรับเด็กเล็ก และเมนูอาหารสำหรับเด็ก เนื่องจากมีแนวโน้มที่คู่รัก LGBTQ+ จะรับบุตรบุญธรรมมาดูแลหลังแต่งงาน

## Gen Z มีสัดส่วนชาว LGBTQ+ สูงที่สุด

ผู้บริโภค Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ขณะเดียวกันก็เป็นผู้กำหนดเทรนด์ธุรกิจในระยะถัดไป รวมถึงเป็นกลุ่มอายุที่มีสัดส่วนชาว LGBTQ+ สูงที่สุด ทั้งนี้ จากรายงานของ Ipsos Generations Report 2024 บริษัทวิจัยการตลาดรายใหญ่ของโลก พบว่า Gen Z (เกิดปี 2539-2555) เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนผู้ที่ระบุตัวตนว่าเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศมากที่สุด สอดคล้องกับผลสำรวจของ Public Religion Research Institute (PRRI) ซึ่งพบว่าเกือบ 1 ใน 3 ของ Gen Z ชาวสหรัฐฯ ที่บรรลุนิติภาวะ (Gen Z adults) ระบุตัวตนว่าเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศขณะที่ Gen Y (Millennials) และ Gen X สัดส่วนมีเพียง 16% และ 7% ต่อจำนวนประชากรในกลุ่มอายุเดียวกัน

การเจาะตลาดกลุ่ม LGBTQ+ ของ Gen Z ให้สำเร็จอย่างต่อเนื่องในระยะยาวต้องใส่ใจกับความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม และสังคม รวมถึงการมีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีข้อมูลสินค้าครบถ้วน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ Gen Z ให้ความสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ต้องการตอบโจทย์นักท่องเที่ยว LGBTQ+ ในกลุ่ม Gen Z จึงไม่เพียงต้องปรับผลิตภัณฑ์และบริการให้เปิดกว้างต่อความหลากหลายทางเพศ แต่ควร ปรับปรุงบริการและผลิตภัณฑ์ให้ยั่งยืนควบคู่กันไปด้วย อาทิ ติดตั้งอุปกรณ์ประหยัดน้ำในห้องพัก และร่วมมือกับผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า (EV) เสนอ Package ที่พักร่วมบริการรับ-ส่งด้วย EV ในราคาพิเศษ และ ใช้ช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะเว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยวของกลุ่ม LGBTQ+ อาทิ [www.gothaibefree.com](http://www.gothaibefree.com) หรือร่วมมือกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกลุ่ม LGBTQ+ ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์

ท้ายนี้ นอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว กลุ่ม LGBTQ+ ยังเป็นผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูงสำหรับอีกหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง สินค้าเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ความงาม และการปรับปรุงที่พักอาศัย รวมถึงสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง สำหรับการครองใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างยิ่งยั้งนั้น ผู้ประกอบการควรมีความตั้งใจจริงที่จะทำความเข้าใจตัวตนกลุ่ม LGBTQ+ และเปิดใจยอมรับความแตกต่างอย่างแท้จริง ไม่ควรเน้นเพียงแค่ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นมิตรกับกลุ่ม LGBTQ+ เท่านั้น ในการดำเนินงานขององค์กรก็ควรปฏิบัติต่อลูกจ้างทุกเพศอย่างเสมอภาค รวมถึงการปรับทัศนคติพนักงานในองค์กรให้เปิดกว้างและยอมรับความหลากหลายด้วยเช่นกัน

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

Lgbt icons created by kosonicon, Freepik – Flaticon.com