

## จาก... เวลาว่างแบบ “ผู้หญิง”...หลากหลายมิติแห่งการท่องเที่ยว

### FROM....WOMEN'S LEISURE TO...DIVERSITY OF TOURISM

รัชนีกร แซ่วัง

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

#### บทคัดย่อ

การใช้เวลาว่างของผู้หญิงแตกต่างกับของผู้ชายเนื่องจากการประกอบสร้างทางสังคมและความไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศ ผู้หญิงมักถูกยึดโยงกับพื้นที่ส่วนตัวที่เชื่อมโยงกับบ้าน งานบ้านและการใช้เวลาว่างอย่างมีเงื่อนไข หากเมื่อใดที่ผู้หญิงต้องการมีส่วนร่วมในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นของผู้ชาย ผู้หญิงต้องประสบปัญหาการกีดกันและอคติทางเพศตามแนวคิดแบบปิตาธิปไตย ด้วยเหตุนี้ประเด็นเรื่องผู้หญิงและการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงมุ่งส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความเท่าเทียมกัน แต่แนวคิดสตรีนิยมสายวัฒนธรรมและมุมมองหลังสมัยใหม่ได้ให้ความหมายของความเป็นหญิงที่ตรงข้ามกับปิตาธิปไตย โดยมองว่าความเป็นหญิงมีอำนาจต่อรองมิได้อ่อนด้อย และมีความหลากหลาย ด้วยแนวคิดดังกล่าว ทำให้มุมมองด้านผู้หญิงและการท่องเที่ยวเปิดกว้างสู่บริบทอื่น ๆ และประยุกต์ให้เข้ากับความหลากหลายของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากความหลากหลายของผู้หญิง ซึ่งไม่ได้มีเพียงความหลากหลายเท่านั้น ผู้หญิงยังมีความเป็นปัจเจก ที่ทำให้เกิดตลาดเฉพาะกลุ่มเนื่องจากความต้องการเฉพาะบุคคลแตกต่างกันไป ทั้งนี้ต้องมีการศึกษาและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต

**คำสำคัญ:** การใช้เวลาว่างของผู้หญิง สตรีนิยมสายวัฒนธรรม หลังสมัยใหม่ ความหลากหลาย

#### ABSTRACT

Women leisure has differed from men due to social construction of gender inequity. Women space is formulated in private sphere linking to household, domestic tasks with a restricted leisure. Whenever women would join a public sphere dominated by men, they would face discrimination and gender bias because based on patriarchy concept. Accordingly, women and tourism issues have mostly focused on gender participation and inequity. However, cultural feminism and post modern have contrarily interpreted femininity as agency and plurality. Women and tourism could then be broaden to other concepts and applied to various targets due to diversity of women. This diversity has also driven to niche market as each person has the particular need, which study and development are essential to meet tourists requirement in the future.

**Keywords:** women leisure, cultural feminism, post modern, diversity

## ผู้หญิง : การผลิตซ้ำ “ความเป็นเพศ” และการใช้เวลาว่าง

เพศกับการใช้เวลาว่างจะเป็นหัวข้อใหม่ในแวดวงวิชาการในแถบตะวันออก หากแต่เป็นข้อวิพากษ์ และตั้งคำถามกันอย่างแพร่หลายในแวดวงวิชาการตะวันตกไม่ว่าจะเป็นผลงานของ Rojek (1995) ที่แสดงการวิพากษ์ด้วยแนวคิดหลังสมัยใหม่ (post modern) ต่อเวลาว่างว่าเป็นเรื่องของอำนาจเชิงโครงสร้างที่มีความซับซ้อน นับตั้งแต่สมัยกรีกโบราณจนถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ทำให้ปัจจัยของแต่ละคนมี “เวลาว่าง” ไม่เท่ากัน โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เศรษฐกิจแบบทุนนิยมเข้ามามีบทบาทในชีวิตนับตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างระบบทุนนิยมและเวลาว่างกลายเป็นรหัสหรือสัญลักษณ์ของชนชั้นที่ทำให้ความหมายของ “เวลาว่าง” แตกต่างกันและเป็นความจำเป็นทางวัฒนธรรมที่ต้องใช้ “เวลาว่าง” ตามกระบวนการทางสังคม รวมถึงความแตกต่างระหว่างเพศที่เป็นปัจจัยหลักทำให้หญิงและชายมีแนวคิดในการใช้เวลาว่างบนความเหลื่อมล้ำตลอดมา

ความเหลื่อมล้ำดังกล่าวมิได้มีที่มาจากความแตกต่างทางร่างกายแต่อย่างใด หากขึ้นอยู่กับความหมายทางสังคมที่มีให้แต่ละเพศไปในรูปแบบคู่ตรงข้ามที่แสดงถึงลักษณะเหนือกว่าของความเป็นชายและความด้อยกว่าของความเป็นหญิง ไม่ว่าจะเป็น ความมีเหตุผล/การใช้อารมณ์ ผู้นำ/ผู้ตาม พื้นที่สาธารณะ/ที่บ้าน (กาญจนา, 2544) คุณลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับการใช้เวลาว่างของหญิงชายว่าเวลาว่างส่วนใหญ่ของผู้ชายมักเป็นกิจกรรมกลางแจ้งหรือนอกบ้าน เน้นการใช้พลังกำลังซึ่งมักอยู่ในรูปของการเล่นกีฬาและมักเป็นกีฬาที่มีความเสี่ยง ผาดโผนและผจญภัยรวมถึงเทคนิคเฉพาะเช่น การปีนเขา โดครัม ในขณะที่ผู้หญิงส่วนใหญ่มักทำกิจกรรมที่บ้านและเกี่ยวข้องกับเรื่องครอบครัว ไม่ว่าจะเป็น การดูแลลูก การทำอาหาร การดูแลสามี หรือเป็นกิจกรรมที่อยู่กับที่ เช่น การวาดรูป เย็บปักถักร้อย เป็นต้น (Delamere and Shaw, 2002) นอกจากนี้ “เวลาว่าง” ของผู้หญิงไม่เคยได้เป็น “เวลาว่าง” จริง ๆ เนื่องจากทุนนิยมในโลกสมัยใหม่นำมาซึ่งบทบาททางเพศของหญิงยุคใหม่ที่ต้อง “เปลวไกว ดาบแกว่ง” ดังนั้นผู้หญิงสามารถมี “เวลาว่าง” ในการดูโทรทัศน์ได้แต่ในขณะเดียวกันต้องทำกิจกรรมในบ้านอย่างอื่นควบคู่ไปด้วย เช่น การรีดผ้า การเตรียมอาหาร ฯลฯ และต้องทำงานนอกบ้าน เช่น ผู้ชาย “เวลาว่าง” ของผู้หญิงในแบบผู้ชายจึงเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยาก (สมสุข, 2544)

ทว่าหากผู้หญิงปรารถนาจะใช้เวลาว่างในแบบผู้ชายโดยเฉพาะการเล่นกีฬาก็กลับต้องพบอุปสรรคมากมายตั้งแต่การเข้าสู่โลกของกีฬาซึ่งหากพิจารณาจากประวัติศาสตร์การกีฬาสมัยใหม่เช่น กีฬาโอลิมปิกพบว่าผู้หญิงต้องใช้เวลาในการต่อสู้ถึง 28 ปีในการมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ นับตั้งแต่ ปีแอร์ เดอ คูเบอร์แตง (Pierre de Coubertin) รื้อฟื้นแนวคิดการจัดการแข่งขันกีฬาแห่งมวลมนุษยชาติขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2439 โดยอนุญาตให้ผู้หญิงเล่นกีฬาได้ทุกประเภท “แต่อย่าอวดแสดง” ในขณะที่ผู้ชายมีสิทธิอันชอบธรรมโดยอัตโนมัติในการลงแข่งขัน (คณะกรรมการโอลิมปิกแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. ม.ป.ป. : 59) มีพักต้องกล่าวถึงโอลิมปิกสมัยโบราณที่ผู้หญิงเป็นเพียงผู้ชมเท่านั้น เนื่องจากหากผู้หญิงคนใดฝ่าฝืนและถูกจับได้ต้องถูกลงโทษประหารชีวิตเพราะถือเป็นพิธีทางศาสนาที่อนุญาตเฉพาะบุรุษเพศเท่านั้น (จรินทร์, 2527, : 34) ทั้งนี้รวมถึงการต่อสู้ในสถานศึกษาโดยแคเธอรีน เอสเธอร์ บีเชอร์ (Catherine Esther Beecher) ที่มุ่งผลักดันให้สถานศึกษาในสหรัฐอเมริกาเห็นความสำคัญของเด็กผู้หญิงและการออกกำลังกายโดยเดินทางปาฐาถาทั่ว

ประเทศจนประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับให้บรรจุเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรการเรียนการสอนในปี พ.ศ. 2443 (Gilmore, 1981, : 56)

นอกจากนี้ยังมีเงื่อนไขทางสังคมที่ขัดขวางการเล่นกีฬาหรือทำกิจกรรมของผู้หญิงมาก มายอาทิเช่น ความเชื่อแบบวิกตอเรียน (Victorian concept) กล่าวถึงการออกกำลังกายว่าเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์หรือพึงปฏิบัติสำหรับผู้หญิงเนื่องจากการออกกำลังกายหักโหมจะมีผลกระทบต่อระบบอนามัยเจริญพันธุ์อันเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในร่างกายและหน้าที่หลักของผู้หญิงในการให้กำเนิดบุตร นอกจากนี้ การออกกำลังกายยังมีผลต่อร่างกายผู้หญิงทำให้ผู้หญิงมีแต่กล้ามเนื้อแบบชาย ส่วนเว้า ส่วนโค้งที่แสดงถึงความเป็นหญิงจะหายไป ทำให้ไม่เหมือนผู้หญิง (Hargreaves, 1994, : 45-46)

นอกจากความเชื่อดังกล่าวแล้ว เงื่อนไขสำคัญที่ทำให้การใช้เวลาของผู้หญิงในที่สาธารณะแตกต่างจากผู้ชายคือ ผู้หญิงมีอัตราเสี่ยงในการถูกคุกคามทางเพศ (sexual harassment) สูงกว่าผู้ชาย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลอาชญากรรมของอังกฤษที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของผู้หญิงที่มีโอกาสถูกทำร้ายร่างกายในที่สาธารณะมากกว่าเพศชาย 2-3 เท่า และเพิ่มมากขึ้นเป็น 5 เท่าในการถูกคุกคามทางเพศ (Office for National Statistics, 2004) ดังนั้น

หากผู้หญิงออกกำลังกายกลางแจ้งไม่ว่าจะเป็นสระว่ายน้ำ สวนสาธารณะหรือตามงานเทศกาลต่าง ๆ จะมีความเสี่ยงสูงที่จะถูกทำร้ายร่างกายและคุกคามทางเพศเช่นกัน (McLean D.D et al., 2004. : 163)

### จากวิกฤตสู่โอกาส

ด้วยการต่อสู้อันยาวนานและเงื่อนไขการใช้เวลาว่างของผู้หญิงที่ถูกกำหนดโดยสังคมและความเชื่อดังที่กล่าวมาแล้ว ย่อมส่งผลต่อการใช้เวลาว่างในที่สาธารณะของผู้หญิงอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ เนื่องจากมุมมองดังกล่าวส่วนใหญ่มีแนวความคิดแบบชายเป็นใหญ่ (Patriarchy thinking) ที่มีมุมมองผู้หญิงแบบเหมารวม (stereotype) ว่าธรรมชาติของความเป็นหญิงเต็มไปด้วยความอ่อนด้อย ความไร้สมรรถภาพ อีกทั้งจำเป็นต้องพึ่งพาผู้ชายตลอดเวลา ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ (Birke, 2000)

ด้วยเหตุนี้เองการท่องเที่ยวของผู้หญิง ซึ่งจัดว่าเป็นการใช้เวลาว่างแบบหนึ่งจึงถูกจัดอยู่ภายใต้แนวคิดดังกล่าวเช่นกัน ทำให้ประเด็น “การท่องเที่ยวกับผู้หญิง” ส่วนใหญ่จึงเต็มไปด้วยการส่งเสริมความเท่าเทียมกันและการมีส่วนร่วมของผู้หญิง (United Nations Environment and Development UK Committee (UNED-UK), 2009) ซึ่งเป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศมากขึ้นไปอีก ทว่าแนวคิดสตรีนิยมซึ่งมีสตรีเป็นศูนย์กลางในการศึกษาและมีความหลากหลาย โดยเฉพาะสตรีนิยมสายวัฒนธรรม (cultural feminism) ได้นำเสนอมุมมองและตีความ “ความเป็นผู้หญิง” ในความหมายใหม่ว่าสารัตถะของผู้หญิงมิได้มีแต่ความอ่อนด้อย หากเต็มไปด้วยอำนาจในการต่อรอง (self agency) มีความเคลื่อนไหวเป็นได้ทั้งผู้นำและผู้ตาม มีความหลากหลาย ผู้หญิงแต่ละคนมีความเป็นปัจเจก อีกทั้งมีอำนาจในการตัดสินใจแต่ตัดสินใจช้า (Macdonald, 1995; 33-36) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีหลังสมัยใหม่ (Postmodern) ที่ใช้ผู้อ่อนด้อยหรือชนชายขอบ (marginality) เป็นศูนย์กลางในการศึกษา โดยเฉพาะผู้หญิงในสังคมปิตาธิปไตย ที่ได้รับความสำคัญในฐานะปัจเจกและมีความหลากหลาย การปฏิเสธอภิด้านาน (grand theory) และชนชั้น รวมถึงความแปลกใหม่ด้านวิชาการและวัฒนธรรม ทำให้มองเห็นความหลากหลายของผู้หญิงและกลายเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาสังคมสมัยใหม่

ที่ผลักดันให้ปัจเจกประเภทต่างๆ ต้องการพื้นที่ในการปฏิสังสรรค์และแสดงตัวตนแตกต่างกันรวมถึงเปิดโอกาสให้คิดนอกกรอบมากขึ้น (จันทน์, 2544)

ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบผู้หญิงในความหมายแบบสตรีนิยมและโพสต์โมเดิร์น จึงเปิดโอกาสให้ผู้หญิงและแนวคิดแบบผู้หญิงมีพื้นที่ทางสังคมในมิติต่าง ๆ หลากหลายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ความอ่อนด้อยของผู้หญิงเป็นจุดขาย จากความอันตรายในการเดินทางของผู้หญิงต่อการถูกคุกคามทางเพศกลายเป็นจุดแข็งให้สายการบินซิลเวอร์เจ็ต (Silver Jet) สายการบินสัญชาติอังกฤษนำมาผลิตโฆษณาส่งเสริมการขายเน้นความสำคัญของเที่ยวบินที่มีแต่ผู้หญิง ภายใต้แนวคิดที่เชื่อว่าเป็นหญิงและการคุกคามทางเพศเป็นของคู่กัน ไม่เว้นแม้แต่การเดินทางด้วยเครื่องบิน ดังนั้นเพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร เที่ยวบินดังกล่าวจึงมีแต่สตรีใช้บริการ ปัญหาเรื่องการคุกคามทางเพศจะหมดไป ภาพในโฆษณาดังกล่าวแสดงถึงห้องโดยสารและการใช้ห้องน้ำเครื่องบินที่มีแต่ผู้โดยสารสุภาพสตรีและเน้นย้ำความปลอดภัยของผู้โดยสารในตอนจบว่า “The first airline to have women only use” (Youtube, 2010)

ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผู้หญิงในมิติอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวของหญิงรักหญิงและเพศที่สาม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สังคมพิจารณาว่าแปลกแยกและแตกต่างจากการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ในสังคม คนกลุ่มนี้จึงถูกจัดว่าเป็น “ชนชายขอบ” ทว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ธุรกิจท่องเที่ยวจับตามองเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงประกอบกับแนวโน้มทางสังคมที่เปลี่ยนไปที่ทำให้คนกลุ่มนี้ได้รับการยอมรับมากขึ้น จากงานวิจัยของ Ballegaard (2009) พบว่าความต้องการการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่มของเพศที่สาม ชาวเดนมาร์กเกิดจากแรงกระตุ้นที่เห็นว่าตนเองมีความแตกต่างกับคนกลุ่มอื่น แต่แหล่งท่องเที่ยวที่ประสงค์จะไปเที่ยวนั้นไม่ได้มีความแตกต่างจากกลุ่มรักต่างเพศ (heterosexual) แต่อย่างใดกล่าวคือ ควรเป็นที่ที่ปลอดภัยซึ่งกลุ่มเพศที่สามสามารถร่วมทำกิจกรรมได้ นอกจากนี้สถานที่นั้น ๆ ไม่ควรมีนัยยะที่บ่งบอกความเป็นเพศวิถีอย่างโจ่งแจ้งเพื่อความเคลื่อนไหวของตัวตนที่ในบางครั้งประสงค์จะแสดงความเป็นเพศที่สามหรือบางครั้งอาจจะไม่ยอมแสดงออก

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ (Eco natural tourism) หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community based tourism) ถือว่ามีแนวคิดแบบผู้หญิงเช่นกัน กล่าวคือ ในการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก (Earth Summit) ปี 2535 ที่เมืองริโอ เดอ จานโร ประเทศบราซิล ได้กล่าวถึงกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกเป็นสำคัญ ซึ่งสาระในการประชุมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก ส่งผลให้เกิดกระแสพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ความต้องการของตลาดท่องเที่ยวในการศึกษาและเรียนรู้ และการพัฒนาคน (สินธุ์ สโรบล, 2550 ; 2) ซึ่งกระแสดังกล่าวมีผู้หญิงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน เนื่องจากมีความเชื่อว่า ความเป็นหญิงมาพร้อมกับธรรมชาติและ การสร้างโลก ก่อนที่ผู้ชายจะผลิตวัฒนธรรมและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นในภายหลัง ผู้หญิงจึงกลายเป็นกำลังสำคัญในการเป็นผู้ดูแล รักษา ธรรมชาติและชุมชนแบบดั้งเดิม อีกทั้งความเป็นธรรมชาติสอดคล้องกับความเป็นหญิงที่ผู้หญิงใช้สัญชาตญาณและธรรมชาติของความเป็นแม่เลี้ยงลูกบุตร ไม่ต่างจากกระบวนการทางธรรมชาติที่มิได้มีการปรุงแต่ง (ทิพย์สุดา, 2552 ; 112)

### ความหลากหลายแห่งตัวฉัน : กลุ่มฉัน

ความเป็นหญิงจึงมิได้มีแต่ความอ่อนด้อยหากเต็มไปด้วยความหลากหลาย พร้อมเปิดพื้นที่ให้ชนชายขอบ ทำให้ผู้หญิงแต่ละกลุ่มมีความต้องการต่างกัน ซึ่งไม่แตกต่างจากคนในสังคมที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย การสร้างตัวตนในพื้นที่ต่าง ๆ กัน รวมถึงความแปลกใหม่ เมื่อนำไปประยุกต์กับมุมมองการตลาด จะพบว่า ความหลากหลายดังกล่าวก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม อันเป็นแรงผลักดันสำคัญให้นักการตลาดสร้างสรรค์กลยุทธ์ในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการความหลากหลายเพื่อสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มคนในรูปแบบการตลาดแบบกลุ่มย่อย (Niche Marketing) ซึ่งเป็นการตลาดที่แคบ มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มองหาผลประโยชน์เฉพาะและมีความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นโดยสิ้นเชิงและเต็มใจที่จะจ่ายในราคาที่สูงให้แก่ธุรกิจหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการกลุ่มคนได้มากที่สุด (Kotler, 2000 : 364) การตลาดแบบกลุ่มย่อยในปัจจุบันจึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้เป็นอย่างดี

ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาโดยใช้สถานที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้าโดยเน้นเหตุการณ์สำคัญในขณะที่ยังมีชีวิตอยู่นับตั้งแต่การประสูติที่ลุมพินีวัน ตรัสรู้ภายใต้ต้นศรีมหาโพธิ์ เมืองพุทธคยา แสดงปฐมเทศนาเมืองสารนาถและดับขันธปรินิพพาน เมืองกุสินารา ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีแนวโน้มที่สูงขึ้น โดยเฉพาะคนไทยที่นับถือศาสนาพุทธมักจะหาโอกาสไปทำกิจกรรมทางศาสนาร่วมกันมากกว่าสนใจตัวแหล่งท่องเที่ยว (แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต, 2553) นอกจากนี้ยังเป็นการแสดงความเคารพสังเวชนียสถานทั้ง 3 แห่งเพื่อเป็นเกียรติประวัติให้แก่ตนเองว่าครั้งหนึ่งในชีวิตมีโอกาสได้มาเยือนประเทศของพระพุทธเจ้าและมีอิทธิพลต่อบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยจัดการท่องเที่ยวนี้มากขึ้นเนื่องจากการเดินทางระยะสั้น

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม ส่วนหนึ่งเกิดจากความหลากหลายของความเป็นหญิงในมิติต่างๆ กัน และความเป็นปัจเจกที่ต้องการแสดงตัวตนและความต้องการทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ กัน ดังนั้นหากผู้ออกแบบการท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความเข้าใจใน “ความหลากหลาย” มากขึ้นเท่าใด การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ จะเกิดขึ้นเป็นเงาตามตัวเช่นกัน

แต่ทั้งนี้ควรตระหนักว่า การท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่มหรือกลุ่มย่อยมักมีอัตลักษณ์เฉพาะและมักมีแนวโน้มวงจรชีวิตที่สั้น ส่วนหนึ่งมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อวิถีคิดและรูปแบบการใช้ชีวิตสมัยใหม่ที่เน้นความปัจจุบัน ให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยีและการมีตัวตนในพื้นที่ของโลกไซเบอร์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) เพื่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงเป้าหมายมากที่สุดและกระตุ้นการการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

### บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ (2544). “ผู้หญิง/ผู้ชาย : ที่บ้าน/ที่สาธารณะ.” สตรีศึกษา 2 : ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ.

บรรณาธิการ โดย กนกศักดิ์ แก้วเทพ. กรุงเทพมหานคร : อรุณการพิมพ์, น. 59-129.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2553). **ท่องเที่ยวทศวรรษใหม่ ไร้กรอบและขอบเขต (Tourism Unbound 2010)**. (สรุปสาระสำคัญจากการสัมมนาเปิดมุมมองท่องเที่ยวไทยในปี 2253 "ท่องเที่ยวไร้กรอบและขอบเขต (Tourism Unbound : The Road to Nowhere) วันอาทิตย์ที่ 13 มิถุนายน พ.ศ.2553 ณ ห้องจูปีเตอร์ 4-7 อาคารชาเลนเจอร์ อิมแพค เมืองทองธานี)คณะกรรมการโอลิมปิกแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). กีฬาสารโอลิมปิก. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์พลชัย.
- จันทน์ เจริญศรี. (2544). **โพสต์โมเดิร์นกับสังคมวิทยา**. กรุงเทพฯ ฯ : วิทยา.
- จรินทร์ ธานีรัตน์ (2527). **คู่มือกีฬา**. กรุงเทพมหานคร : อรุณการพิมพ์.
- ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์ (2552). **จิตวิทยา สถาปัตยกรรม มนุษย์ ปฏิสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
- สมสุข หินวิมาน. (2544). "ผู้หญิงกับการใช้เวลาว่าง." **สตรีศึกษา 2 : ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ**. บรรณาธิการโดย กนกศักดิ์ แก้วเทพ. กรุงเทพมหานคร : อรุณการพิมพ์, น. 2-58.
- Ballegaard, N. (2009). **Gay and Lesbian Tourism : Travel Motivations, Destination Choices and Holiday Experience of Gay and Lesbians**. Master Degree. International Tourism and Management. University of Southern Denmark
- Birke, L.,(2000). **Feminism and the Biological Body**. New Jersey : Rutgers University Press.
- Delamere, F.M. and Shaw, S.M. **Doing Leisure, Doing Gender : Childrens' Perspective on Leisure within Family Context**. Papers Presented at 10<sup>th</sup> Canadian Congress on Leisure Research. May 22-25, 2002. Canadian Association for Leisure Studies. University of Alberta.
- Gilmore, C.P (1981). **Exercising for Fitness**. Illinois : Time Life Books.
- Hargreaves, J. (1994). **Sporting Females : Critical Issue in the Theory and Sociology of Women's Sport**. London : Routledge.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**, 9<sup>th</sup> edition. แปลโดย ชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. กรุงเทพฯ : เอช เอ็น กรุ๊ป จำกัด.
- Macdonald, M.(1995). **Representing Women : Myths of Femininity in the Popular Media**. New York : St.Martin's Press.
- McLean, D.D, Hurd, A. and Rogers, N.B. (2004). "Gender and Racial/Ethnic Factors Affecting Leisure". **Kraus's Recreation and Leisure in Modern Society**. 7<sup>th</sup> Edition. Mississauga : Jones & Bartett Publisher. P.157-180.
- Rojek, C. (1995). **Decentring Leisure : Rethinking Leisure Theory**. London : Sage.
- Shilling, C. (1997). "Body and Difference." Woodward K.(ed.) **Identity and Difference**. London : Sage, P.65-107.

## ข้อมูลออนไลน์

แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต.(2553). available : [www.mt.buu.ac.th/th/download/course\\_teach/A/chapter8.ppt](http://www.mt.buu.ac.th/th/download/course_teach/A/chapter8.ppt)

สินธุ์ สโรบล (2550). **ชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : ข้อเสนอเพื่อการปรับตัวของชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย.** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. น.1-13

Commercial Silverjet Advertisement. (2010). available : <http://www.youtube.com/watch?v=tLNVvY5eB30>. access on December 6, 2010.

Lefty's Corner (2010). available : <http://www.callawaygolf.com/Global/es-ES/Productos/Palos/LeftysCorner.html>. access on December 6, 2010.

Office for National Statistics. (2004). **Criminal Statistics.** available :<http://www.statistics.gov.uk/cci/nugget.asp?id=442>. access on December 6, 2010

United Nations Environment and Development UK Committee (UNED-UK). (2009). **Gender & Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism.** available : [http://www.earthsummit2002.org/toolkits/women/current/gender\\_tourismrep.html](http://www.earthsummit2002.org/toolkits/women/current/gender_tourismrep.html). access on April 13, 2012

[www.silverjet.com](http://www.silverjet.com)



## นโยบายการจัดพิมพ์

วารสารการบริการและการท่องเที่ยว สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย) เป็นวารสารราย 6 เดือน (2 ฉบับต่อปี) ผลงานที่รับตีพิมพ์ อาจอยู่ในรูปแบบ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ บทความย่อผลงานวิชาการ และบทพินิจหนังสือ (Book review)

### เงื่อนไขการรับบทความ

1. การพิมพ์ต้นฉบับจะต้องพิมพ์ตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรตาม template ที่กำหนดไว้ ซึ่งสามารถดาวน์โหลดได้ที่ [www.tourismtaat.siam.edu](http://www.tourismtaat.siam.edu)
2. ผู้ส่งต้นฉบับผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ต้องรับรองว่าไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน (ยกเว้นรายงานการวิจัยวิทยานิพนธ์) และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์
3. ผลงานทางวิชาการที่รับพิจารณาตีพิมพ์พิมพ์เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ บทความวิจัยความยาวไม่น้อยกว่า 5 หน้า และไม่เกิน 15 หน้า (ระยะ double-spaced) พิมพ์ต้นฉบับด้วยกระดาษขนาดเอ 4 หน้าเดียว
4. เพื่อการกลั่นกรอง(double blind review) จากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอย่างน้อย 2 คน ขอให้ผู้ส่งต้นฉบับพิมพ์ชื่อ ตำแหน่งทางวิชาการและวุฒิการศึกษาสูงสุด สังกัด เมล์ติดต่อกับ โทรศัพท์ โทรสาร ที่อยู่ รหัสไปรษณีย์ของผู้แต่งทุกคนบนหน้าปกผลงานเท่านั้น ข้อความที่บ่งบอกถึงผู้แต่งต้องไม่ปรากฏในที่อื่นของผลงานแต่อย่างใด
5. โครงสร้างบทความผลงานประกอบด้วยบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษประมาณ 250 คำ พร้อมคำสำคัญ (keywords) บทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผล สรุป/ข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง
6. ตารางหรือรูปประกอบต้องระบุลำดับและหัวข้อ อาจเป็นภาพสไลด์ ภาพสี ภาพขาวดำก็ได้ แต่ควรมีความขาว-ดำชัดเจน (มี contrast สูง) แยกออกจากเนื้อเรื่องหน้าละ 1 รายการและระบุว่าจะอยู่ในหัวข้อใดของเนื้อหา
7. การอ้างอิงในเนื้อหาและการอ้างอิงส่วนท้ายเล่มและรูปแบบการเขียนผลงานเพื่อตีพิมพ์อย่างอื่นให้ใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง APA style([www.apa.org](http://www.apa.org)) ตีพิมพ์ล่าสุด (latest edition of the *Publication Manual of the American Psychological Association*) การอ้างอิงให้เป็นไปตามลำดับอักษร
8. ผลงานที่ได้รับตีพิมพ์แล้ว เจ้าของผลงานอย่างน้อย 1 คนต้องสมัครเป็นสมาชิกของสมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว (ประเทศไทย) สมัครและดูรายละเอียดได้ที่ [www.tourismtaat.siam.edu](http://www.tourismtaat.siam.edu)
9. ส่งต้นฉบับมาที่ กองบรรณาธิการ วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย มหาวิทยาลัยสยาม 38 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 โทร 02-457-0068 ต่อ 5211, 5376 หรือทาง e-mail ที่ [tourismtaat.info@gmail.com](mailto:tourismtaat.info@gmail.com) หากมีข้อสงสัยประการใด สามารถสอบถามได้ที่ รศ.มนัส ชัยสวัสดิ์ โทรศัพท์ 081-397-9336