

ความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม Social Responsibility of Consciousness Building for Cultural Tourism

พระสมุห์นพดล อตถยุตโต (สุทนต์), ภัณฑุยาพร สุทธิพันธ์, สุพัฒน์ ชัยวรรัตน์,
พระครูปฐมสุตากร สิทธิรัตน (รัตนะ ชุ่มนาค), พระมหาชุมพล สุทสสี (ตันวัฒนเสรี)
Noppadol Atthayutto (Suthon), Kunyaporn Suttipant¹, Phrasamu, Supat Chaiwan,
PhrakruPathomSutakorn Sidthiratano (Rattana Chumnag),
Phra Maha Chumphon Suthassi (Tanwatthanaseri)
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
Mahachulalongrajavidyalaya University
E-Mail: narongsag@gmail.com

(Received : 24 January 2024 ; Edit : 26 January 2024; accepted : 29 January 2024)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างการมีจิตสำนึก ต่อการดำรงอยู่ของสังคมภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากจิตสำนึกสาธารณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นภายใน คือ ความรู้สึกนึกคิด และจริยธรรม ซึ่งเป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการสร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวหรือคนในสังคมจะสังเกตได้ว่ามีการขาดจิตสำนึกอยู่เป็นจำนวนมากจึงต้องนักท่องเที่ยวหรือคนในแหล่งพื้นที่ควรมีการสร้างจิตสำนึก รู้จักการร่วมแรงร่วมใจกัน ปลูกสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม รู้จักการอนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่ทิ้งขยะและของเสีย ไม่สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า ความงดงาม สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผ่านการสะท้อนความเป็นอยู่และวิถีชีวิต แหล่งวัฒนธรรมและประเพณี เพื่อให้เป็นสิ่งที่เกิดความภาคภูมิใจอีกทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดมูลค่ามากขึ้น ส่วนสำคัญของนักท่องเที่ยวที่ต้องตระหนักถึงการรักษาวัฒนธรรม และการบูรณาการเชิงประวัติศาสตร์

คำสำคัญ: การสร้างจิตสำนึก, ความรับผิดชอบต่อสังคม, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The objective of social responsibility is to create awareness of cultural tourism. To strengthen awareness to the existence of society under the trend of change Because public consciousness is a responsibility that arises within, that is, feelings, thoughts and ethics, which is one of the basics for creating consciousness among tourists or people in society. It can be observed that there is a lack of consciousness for the most part. Therefore, tourists or people in society The ground source should be to create awareness. Know how to work together Cultivate awareness to create good conscience responsible Know about cultural conservation Do not leave garbage and waste. Does not create an impact on the ecosystem and environment Reflects the value, beauty, economic and social conditions. Through reflection on living conditions and ways of life Cultural and traditional sources To make it something to be proud of and also promote tourism to create more value. It is an important part of tourists to be aware of preserving culture. and historical integration.

Keywords: Consciousness Building, Social Responsibility, Cultural Tourism

บทนำ

ปัจจุบันสังคมโลกกลายเป็นสังคมแห่งความรู้ (Knowledge Society) หรือสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) ซึ่งประเด็นทางสังคมที่มีการ พูดถึงและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ จิตอาสา (Volunteer) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) มนุษย์ทุกคนควรมีจิตเมตตากรุณาต่อกัน และไม่ว่าจะคิดหรือทำอะไรก็ตาม ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมที่ควรปลูกฝังและพัฒนาจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคมนี้เป็นทักษะการเรียนรู้ที่มีความสำคัญใน หมวดของการใช้ชีวิตและการทำงาน (วิจารณ์ พานิช , 2555: 13) โดยการสร้างจิตสำนึกเพื่อการสร้างจิตสำนึก โดยสหประชาชาติเองก็เล็งเห็นว่า ปัจจัยสำคัญในกระบวนการพัฒนาที่ถูกละเลย ทั้งที่เป็นสิ่งที่สามารถใช้แก้ปัญหาได้ คือ “วัฒนธรรม” จึงมีมติกำหนดทศวรรษโลกเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมขึ้น การที่ทำให้มนุษย์รวมกันเป็นชุมชนเพื่อความอยู่รอด ต้องสร้างชุดความคิด ความเชื่ออันเป็นค่านิยมร่วม (Core value) ที่สังคมนั้นยอมรับร่วมกันว่าเป็นสิ่งดีงาม สามารถช่วยในการจัดระเบียบ และแก้ไขปัญหาพื้นฐานบางประการของกลุ่ม เพื่อความอยู่รอดของกลุ่มตนได้และอาศัยชุดความคิดเหล่านั้นเป็นตัวกำหนดแนวการปฏิบัติของคนในสังคม เมื่อถูกนำมาปฏิบัติจนกลายเป็นแบบแผน วิถีของคนในสังคม ค่านิยมร่วมนั้นจึงกลายเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ (วิษุวัต มหิทธิกร, 2550: 7) จะเห็นว่าในเรื่องของจิตอาสา เป็นการดำรงชีวิตแบบแสวงหาผลประโยชน์เข้าหาตน โดยไม่คำนึงถึงผลที่ตามมาเช่นนี้ จึงไม่ใช่ทางออกและทางรอดของสังคมอีกต่อไป ด้วยเหตุผลนี้จึงมีผู้คนจำนวนไม่น้อยที่ลุกขึ้นมาเดินสวนกระแส โดยเปลี่ยนวิถีชีวิตจากแบบผู้ ตักตวงผลประโยชน์เข้าหาตนมาใช้ชีวิตเป็นผู้ให้แบบไม่มีเงื่อนไขใด ๆ และวิถีชีวิตเช่นนี้เองนับว่าเป็น ทางออกให้สังคมโลก ทำให้เห็นว่าการให้หรือการแบ่งปันคือ ทางออกที่ใช้สำหรับโลกของเราทั้งใน วันนี้อย่างวันหน้า จิตอาสาจึงเป็นคุณธรรมที่สังคมไทยและสังคมนานาชาติคาดหวังให้สมาชิกในสังคม โลกยึดถือปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นบทบาทอยู่ในส่วนใดของสังคม ทั้งสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และองค์กรต่าง ๆ ที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ (พรธชา เอกพรประสิทธิ์, 2559: 67)

ประเด็นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างจิตสำนึกในเชิงวัฒนธรรมนั้น มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของสังคมภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากจิตสำนึกสาธารณะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นภายใน คือ ความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนคุณธรรม จริยธรรมที่อยู่ในจิต และส่งผลสู่การกระทำภายนอกของบุคคลปัญหาต่างๆ ในสังคมจะเห็นได้ว่ามีเหตุเกิดจากการขาดจิตสำนึกของคนส่วนใหญ่ การสร้างจิตสำนึกสาธารณะของคนในสังคม หรือไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นหรือมีคุณค่ายิ่ง สามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งจากการกระทำของตนเอง เช่น การรับผิดชอบต่อตนเองเพื่อมิให้เกิดผลกระทบและเกิดความเสียหายต่อส่วนรวม รวมถึงการกระทำโดยมีบทบาทช่วยสังคมในการรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม เพื่อแก้ปัญหาสังคมซึ่งถือเป็นความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม โดยปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งเป็นมาจากธุรกิจการท่องเที่ยว คือ จิตสำนึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ในการให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว มาตรฐานการให้บริการ และการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาในหลายด้านทั้งในด้านกายภาพ เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหาขยะและของเสีย ปัญหาภูมิทัศน์ที่สกปรกและบดบังทัศนียภาพที่สวยงาม ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สิน ร่างกาย และชีวิตของนักท่องเที่ยว และปัญหาในด้านจิตภาพ เช่น ปัญหาทางด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัญหาความรู้ ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ปัญหาเรื่องพฤติกรรมส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้จะเป็นปัญหาที่หนักหน่วงมากขึ้นในอนาคต หากการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังมิได้รับการแก้ไขไปปัญหาเหล่านี้ให้ทุเลาเบาบางลง ซึ่งการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในด้านวัฒนธรรม จึงเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของคนในสังคมอย่างกว้างขวางเนื่องจากสังคมจะพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน คนในสังคม หรือนักท่องเที่ยวต้องร่วมมือร่วมใจกัน เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน มีจิตสำนึกที่จะบำเพ็ญตน ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม รักและหวงแหนทรัพยากรท้องถิ่น และสาธารณสมบัติ ในปัจจุบันสังคมไทยกำลังประสบปัญหามากมาย โดยเฉพาะทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักของการท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นในอันที่จะดูแลรักษาไว้มิให้เสื่อมโทรม มีธรรมชาติที่สวยงาม มีวัฒนธรรมประจำชาติที่น่าภาคภูมิใจ เพื่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือน ก่อให้เกิดมูลค่ามหาศาลทางเศรษฐกิจ เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ได้แก่ท้องถิ่น เป็นผลกำไรรายได้ที่มากมายมหาศาล แต่ไม่ควรมองแค่ผลประโยชน์แค่นั้น เพราะรากฐานสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวม คือ การปลูกจิตสำนึก และชื่นชมในคุณค่าความงามแห่งมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สืบทอดมา เพื่อให้เกิดสำนึกแห่งความภาคภูมิใจ รับผิดชอบต่อและพร้อมที่จะดูแลรักษาสมบัติของแผ่นดินเหล่านั้น รวมทั้งการเฝ้าดูแลสอดส่องความปลอดภัยและความเป็นอยู่ของผู้เข้ามาท่องเที่ยว จึงควรมีการ

ปลูกจิตสำนึกสาธารณะให้คุณค่าของทรัพยากรให้ทรงคุณค่าและคงความสวยงามอย่างยั่งยืน (พระทิพย์พนารณ์ ขยาภินโน, 2559: 2-3)

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในระยะ 5 ปีข้างหน้ายังมีแนวโน้มขยายตัวช้าและมีความเสี่ยงจากความผันผวนในระบบเศรษฐกิจและการเงินโลกในเกณฑ์สูง ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงสำคัญ ได้แก่ ความไม่แน่นอนของการปรับเปลี่ยนทิศทางการดำเนินนโยบายการเงินของมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ อาทิ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาคการเงิน และการประกอบธุรกิจของไทย นอกจากนี้ การเปิดเสรีทางการค้าก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องมีการปรับตัวเพื่อสามารถแข่งขันได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2567: ออนไลน์) เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวนั้น เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่คงสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และทางสังคมที่ดี และประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวจะต้องเป็นไปอย่างรับผิดชอบ การท่องเที่ยวที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จะต้องเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ และป้องกันมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต กิจกรรมหรือกระบวนการที่ไม่กระทบกระเทือนต่อระบบนิเวศ หรือวัฒนธรรม หรือจะเป็นการต้ออย่างยิ่งหากการท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อการศึกษาเรียนรู้เพื่อพัฒนาหรือเพื่อสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เสมือนหนึ่งนักท่องเที่ยวเป็นเจ้าของทรัพยากรนั้นๆ ทั้งนี้จิตสำนึกในพื้นที่ รักในธรรมชาติของท้องถิ่นและรู้ถึงประโยชน์อันจะได้รับจากการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเองในระยะยาวสืบไป (สถาปนา กิตติกุล, 2567: ออนไลน์)

ความสำคัญในยุคปัจจุบันสังคมโลกนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันเมื่อเราเริ่มเชื่อว่าเป็นมนุษย์ ความรับผิดชอบต่อสังคมย่อมต้องมี ซึ่งเป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการสร้างจิตสำนึก เพื่อไว้เพื่อแก้ปัญหาในด้านกายภาพที่เกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัญหาขยะและของเสีย ปัญหามลพิษน้ำจืดและบดบังทัศนียภาพที่สวยงาม ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สิน ร่างกาย และชีวิตของนักท่องเที่ยว และปัญหาในด้านจิตภาพ

ดังนั้นส่วนของนักท่องเที่ยวหรือคนในสังคมจะสังเกตดูได้ว่าการขาดจิตสำนึกอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นนักท่องเที่ยวหรือคนในแหล่งพื่นควรมีการสร้างจิตสำนึก รู้จักการร่วมแรงร่วมใจกัน ปลูกสร้างจิตสำนึกเพื่อให้เกิดจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อ รู้จักการอนุรักษ์วัฒนธรรม ไม่ทิ้งขยะและของเสีย ไม่สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อม อันเป็นอันตรายในอนาคตอีกทั้งเป็นเพื่อการศึกษาและการพัฒนาในการปลูกสร้างจิตสำนึกในตนเองที่ดีไม่ว่าจะเป็นกับตัวเอง นักท่องเที่ยว หรือคนในสังคมนั้น สามารถสร้างจิตสำนึกที่ดีได้เช่นเดียวกัน

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในปัจจุบันความเจริญทางเทคโนโลยีได้ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และเสมือนหนึ่งว่าการพัฒนาด้านจิตใจหรือจริยธรรมไม่ได้ก้าวหน้าไปในสัดส่วนที่พอเหมาะ กับความเจริญทางเทคโนโลยีซึ่งเป็นการพัฒนาด้านวัตถุทั้ง ๆ ที่การพัฒนาทางด้านจริยธรรมนั้นมี ความจำเป็นไม่น้อยกว่าความเจริญทางวัตถุจึงเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาสังคมมากขึ้น (สุพัตรา สุภาพ, 2536: 4) ความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นคุณลักษณะทางจริยธรรมที่สำคัญ ผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ด้วยความสงบสุข เพราะบุคคลแต่ละบุคคลย่อมต้องมีบทบาทหน้าที่ ที่จะต้องกระทำมากมาย ถ้าทุกคนในสังคมมีความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตนเป็นอย่างดีแล้ว ก็ย่อมทำให้เกิดความสันติสุขและความเจริญก้าวหน้าในชีวิต (มงคล หวังสุขใจ และชมพู โกติรัมย์, 2540: 75) ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นคุณลักษณะทางจริยธรรมที่สำคัญ ผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ด้วยความสงบสุข เพราะบุคคลแต่ละบุคคลย่อมต้องมีบทบาทหน้าที่ที่จะต้องกระทำมากมาย (มงคล หวังสุขใจ และชมพู โกติรัมย์, 2540: 75) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมออกเป็น 4 ด้าน ที่รู้จักกันในชื่อพีระมิดความรับผิดชอบต่อสังคม (The Pyramid of Corporate Social Responsibility) ได้แก่

ด้านที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) ความรับผิดชอบต่อสังคมสร้างผลกำไรให้กับองค์กรถือเป็นความรับผิดชอบต่อพื้นฐานที่สำคัญ

ด้านที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) การปฏิบัติตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

ด้านที่ 3 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) การปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องทางด้านจริยธรรม และหลีกเลี่ยงการกระทำที่ขัดกับศีลธรรมอันดีของสังคม

ด้านที่ 4 ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกุศล (Philanthropic Responsibility) การปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดีขององค์กรโดยการพัฒนาชุมชน และคุณภาพของคนในสังคม (A.B.Carroll, 1991: 497-505) โดยความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมสอดคล้องกับ วิธีการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืนต้องมีความสัมพันธ์กับจิตอาสา เพราะจิตอาสาต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายในองค์กร ในลักษณะที่ชวนกันช่วยกันสร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร และจะให้เกิดความต่อเนื่องนั้นต้องพัฒนาบุคคลให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้สู่การปฏิบัติอย่างเป็นระบบ

แนวปฏิบัติที่ 1 วางรากฐานเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี มองอนาคตของสังคมไทยว่าจะเป็นอย่างไร ดูได้จากการใช้ชีวิตของคนในสังคม คือ ได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น การเรียนรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีขยายวงกว้าง เจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ คุณภาพสังคม ของประเทศไทยจะเป็นอย่างไร ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะความรับผิดชอบต่อตนเอง และ สังคม นับว่าเป็นสิ่งที่สังคมหนึ่งที่เราต้องสร้างความเข้าใจ และยอมรับให้ได้ ก็คือสังคมมีความแตกต่าง คนส นึกดีกับคนขาดจิตส นึกอยู่ร่วมกัน ฉะนั้นเป็นการยากที่จะหา ให้ทุกสิ่งทุกอย่างเกิดขึ้นได้พร้อมกัน

แนวปฏิบัติที่ 2 การพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน ที่ควรเกิดร่วมกับการปลูกฝังเรื่องจิตอาสา กับการทำความดีเพื่อพัฒนาสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การร่วมใจกันเพื่อสังคมคือการที่มนุษย์มีจิตสำนึก รู้จักการให้ การแบ่งปันเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นการให้ด้วยความเต็มใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนใดๆ ให้แล้วตนเองรู้สึกสุขใจ และไม่ทำให้ผู้อื่นเกิดความเดือดร้อน สังคมไทยมีการส่งเสริมโครงการจิตอาสาอย่างต่อเนื่อง มีการปลูกฝังเรื่องการมีจิตอาสา รู้จักการให้ช่วยเหลือกัน ตระหนักถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขทำให้เกิดเป็นค่านิยมที่ดี และทุกคนมีความสมัครใจ และเต็มใจพร้อมที่จะมีจิตอาสาเป็นการยกระดับจิตใจให้สูงขึ้นได้ด้วยตนเอง ความยั่งยืนของจิตอาสา มีแนวโน้มที่ดีขึ้นในสังคมไทย ด้วยค่านิยม การมีจิตสำนึกที่ดี มีความเมตตา กรุณา เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (G.A. Lundrall, 1995: 25)

นอกจากนี้การนำมาประยุกต์ใช้กับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น จะต้องสร้างคุณค่าและประโยชน์สุขแก่กิจการ ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติอย่างแท้จริงนอกจากนี้การประยุกต์ใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวสากลที่มีแล้ว ผู้ประกอบการควรบูรณาการองค์ความรู้และภูมิปัญญาไทย อาทิปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักธรรมของศาสนาตามความเชื่อถือ คุณลักษณะของคนไทย ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นอื่นๆ ประกอบด้วยเพื่อให้การดำเนินกิจการมีความเป็นอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะของคนไทย คือ การปลูกฝังพนักงานให้มีสำนึกของจิตอาสาผ่านทางปรัชญา ค่านิยม และวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้จะทำให้การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานและชีวิตประจำวันปฏิบัติ จนเป็นนิสัยที่ฝังามเปรียบเสมือนเป็นดีเอ็นเอของพนักงานและกิจการ ส่งผลให้ความรับผิดชอบต่อสังคมย้อนกลับมาเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ต่อสังคมและต่อสิ่งแวดล้อมสูงสุด การดำเนินกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพของสังคมไทยแล้ว ยังจะช่วยปลูกจิตสำนึกของมนุษย์ตั้งแต่ฐานรากอันจะเป็นผลดีต่อความยั่งยืนของประชาชน สังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติโดยรวม การประกอบกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถนำแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชเรื่อง “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ที่ได้พระราชทานแก่พสกนิกรชาวไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2517 มาประยุกต์ใช้อย่างเข้าใจและเข้าถึงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกิจการมากขึ้น เพราะปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะทำให้กิจการเจริญเติบโตอย่างสมดุล มั่นคง ยั่งยืน กล่าวคือ มีความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกและภายในทั้ง 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรม ส่งผลให้กิจการและพนักงานสามารถพึ่งพาตนเอง เป็นที่พึ่งให้แก่ผู้อื่นโดยมีการอยู่ร่วมกันอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต อดทน ขยันหมั่นเพียร รวมถึงใช้ความรู้รอบคอบ มีสติปัญญาและแบ่งปัน (คณะกรรมการกรกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอน และการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2555: 15-16)

สรุปความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เราจะเห็นว่าการเจริญทางด้านเทคโนโลยีนั้นมีความก้าวหน้ามากขึ้น แต่ทางด้านจิตใจควรต้องมีการยกระดับให้สูงขึ้นเช่นเดียวกัน การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นลักษณะอย่างหนึ่งที่ต้องมีรากฐานในการรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน โดยผ่านการปลูกฝังที่ดี

สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เกิดความสอดคล้องเฉพาะตัว ซึ่งถ้ากล่าวถึงในเชิงทฤษฎีเราสามารถนำไปหลักปรัชญาพอเพียงไปใช้ในการพัฒนาได้ ไม่ว่าจะเป็น ความพอประมาณ การมีเหตุผล การมีคุณธรรมจริยธรรม ถ้าเราสามารถนำไปใช้อย่างถูกวิธีการจะสามารถสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม และการสร้างจิตสำนึกที่ดี ยกระดับจิตใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความรู้ทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความรู้ทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถอธิบายเป็น ผังเมืองในอดีต ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณี และเทศกาลต่างๆ ดนตรีพื้นบ้าน การแสดงละคร และมหรสพ ภาษาและวรรณกรรม ประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และวัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย (Swarbrooke, J., 1999: 118) เมื่อกล่าวไปแล้วก็จะเห็นว่ามีค่ามาก แต่ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนเมื่อกล่าวถึงภูมิหลังจะมุ่งเน้นทั้งประโยชน์ ทางเศรษฐกิจที่ชุมชนจะได้รับจากการจ้างงานและรายได้ที่สูงขึ้น ควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมวิถีชีวิตแบบเดิม ที่สามารถสนองความต้องการของชุมชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวว่ามีผลต่อเศรษฐกิจในสังคมของตนเสียก่อน เพราะโดยธรรมชาติมนุษย์ย่อมคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเป็นที่ตั้งเสมอ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์จึงสำคัญยิ่ง เงินลงทุน แรงงาน รวมทั้งการบริหารทางการท่องเที่ยว ควรสนับสนุนให้คนในชุมชนเจ้าของ ถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น หากสามารถสร้างความเข้าใจแก่คนในชุมชนได้ว่า การท่องเที่ยวและการบริการเป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายได้แก่ท้องถิ่นมากที่สุด เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ทั้งในทางตรงและทางอ้อม การรักษาวรรณกรรมและทรัพยากรท้องถิ่นไว้จะเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยว ทำให้คนในท้องถิ่นมีความรู้สึกในความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกัน สิ่งเหล่านี้จะสามารถสร้างความตระหนักใน การอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรของแต่ละท้องถิ่นได้ (Ismail, R., 2008) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น สอดคล้องกับวัฒนธรรมเกิดจากความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญ และสิ่งที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมมี 4 ประการ คือ การปรับตัวของมนุษย์เพื่อให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติได้เหมาะสม การผสมผสานทางวัฒนธรรมเดิมกับวัฒนธรรมใหม่ การบูรณาการทางวัฒนธรรม และพหุวัฒนธรรม การปรับตัวจะเป็นด้านชีวภาพและด้านวัฒนธรรม มักเป็นเชิงประวัติศาสตร์ ว่าได้มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อจัดระบบความสัมพันธ์ให้สอดคล้องกัน การปรับตัวมนุษย์หรือสัตว์เพื่อให้ ความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมเป็นความสัมพันธ์ที่เหมาะสม และการปรับสภาพแวดล้อมเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพของมนุษย์หรือสัตว์ ถ้าพิจารณาการปรับตัวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

- 1) ด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น วรรณคดี และที่เป็นวิถีชีวิต
- 2) องค์ประกอบต่างๆ ของวัฒนธรรม เรียงร้อยประสานเข้าเป็นวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นองค์รวม และมีลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคมวัฒนธรรม
- 3) การปฏิสัมพันธ์กับสังคมข้างเคียง หรือค้นพบสิ่งใหม่ในสังคมตนเอง จึงทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเพื่อคงอยู่ของวัฒนธรรมนั้น
- 4) วัฒนธรรมคือระบบสัญลักษณ์ องค์ประกอบแต่ละส่วนความหมายและสื่อ ความหมายที่ลึกซึ้งกว้างขวางกว่าข้อเท็จจริง เช่น ธงชาติ
- 5) การดำเนินชีวิตมนุษย์ต้องดำเนินเป็นกลุ่ม การปรับเปลี่ยนสังคมและวัฒนธรรม เป็นการปรับเปลี่ยนกลุ่มมากกว่า ระดับปัจเจกชน การสืบทอดก็ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง จึงเป็นการปรับเปลี่ยนกลุ่ม
- 6) พฤติกรรมมนุษย์ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้
- 7) การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่นมีกระบวนการขั้นตอนการปรับเปลี่ยนดังกล่าวเป็นการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นเมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมหรือกลุ่มคนอื่นซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นและเรายอมรับได้ (ปริญญ์ เฉิดโณม, 2554)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่าน ทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดย สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความ สวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็น

ถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคน ในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2567: ออนไลน์) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีลักษณะที่พิเศษ เพราะนักท่องเที่ยวจะเน้นที่การศึกษา หาความรู้ในพื้นที่ หรือคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราว ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ในแต่ละยุคสมัย เช่น สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียม ประเพณี เทศกาลและงานฉลอง รวมไปถึงสินค้าพื้นเมืองในพื้นที่ต่างๆ เรื่องราว เหล่านั้นล้วนเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: 2) จากหนังสือคู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สำนัก พัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ

แบบที่ 1 แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทนี้ ผู้มาเยี่ยมชม สามารถสังเกตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนนั้น โดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนของ ชนเผ่า ศูนย์วัฒนธรรม คุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การช่วยรักษาความหลากหลายของเชื้อชาติ คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้ วิสัยทัศน์ ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่างๆและภูมิปัญญาของ ชนเผ่า ตัวอย่าง เช่น บ้านกะเหรี่ยงทิโพจิ จังหวัดตาก บ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่ เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท ซึ่ง หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา พื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการ จัดการการท่องเที่ยว

แบบที่ 2 แหล่งวัฒนธรรมประเพณี และหัตถกรรมพื้นเมือง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเภทนี้ ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี และซื้อสินค้าของที่ระลึกจากผู้ประกอบการ หัตถกรรมคุณค่าต่อส่วนรวมอยู่ที่การรักษามรดก ความหลากหลายของ วัฒนธรรม คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี และ การได้ซื้อของที่ระลึกที่พอใจ ตัวอย่างเช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557: 3)

จะเห็นได้ว่า การอนุรักษ์และการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปนั้นเป็นเรื่องสำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นความภาคภูมิใจของประเทศแล้ว ยังมีคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษา ทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติพันธุ์วิทยาและมานุษยวิทยา อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศผ่านทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่ากังวลว่าผลจากการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นจะนำไปสู่ความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยว และการ สูญเสียมูลค่าทางวัฒนธรรม จึงอาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนดาบสองคม ถ้าไม่มีการ วางแผนอย่างเหมาะสม การจัดการเพื่อรักษาสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์มรดก ทางวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญเพื่อนำไปสู่การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567: ออนไลน์)

สรุปความรู้ทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการอธิบายในแง่ของเศรษฐกิจ ผังเมือง ศิลปะ ประเพณี และเทศกาลต่างๆ เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นส่วนสำคัญของนักท่องเที่ยวที่ต้องตระหนักถึงการรักษามรดก และการบูรณาการเชิงประวัติศาสตร์ รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อันสืบเนื่องจากองค์ความรู้สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า ความงดงาม สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผ่านการสะท้อนความเป็นอยู่และวิถีชีวิต แหล่งวัฒนธรรมและประเพณี เพื่อให้เป็นสิ่งที่เกิดความภาคภูมิใจอีกทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดมูลค่ามากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญกับนักท่องเที่ยวสืบต่อไป

แนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว

แนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว เป็นการอธิบายเรื่องของ จิตสำนึกของนักท่องเที่ยว โดยเริ่มจากให้สร้างความเข้าใจกับคำว่า การสร้างจิตสำนึกเสียก่อน จิตสำนึกเป็นเรื่องของจิตใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดภายใน บุคคลที่เกิดขึ้นได้และเกิดขึ้นด้วยการเรียนรู้ จิตสำนึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วยากที่จะหยุดหรือหมดหายไป คนที่มีจิตสำนึก ซึ่ง

มักจะเป็นจิตสำนึกที่ดีจะประพฤติปฏิบัติอย่างเหมาะสมกับจิตสำนึก และการใช้จิตสำนึกของตนเพื่อประโยชน์ต่อสิ่งต่างๆ จิตสำนึกที่ควรจะต้องสร้างขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวจะต้องมี 3 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 จิตสำนึกเกี่ยวกับตนเอง (Self-Consciousness) เป็นจิตสำนึกเพื่อการพัฒนาตนเอง ทำให้ตนเองเป็นบุคคลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น ความขยันหมั่นเพียร ความอดทน รับผิดชอบ ความสนใจใฝ่รู้ และในแง่ของจรรยาบรรณ รวมไปถึงคุณธรรมและจริยธรรมด้วย

ด้านที่ 2 จิตสำนึกเกี่ยวกับผู้อื่น (Other Oriented Consciousness) เป็นจิตสำนึก ของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มหนึ่ง สังคมหนึ่ง เช่น ความรัก ความเห็นอกเห็นใจ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

ด้านที่ 3 จิตสำนึกเกี่ยวกับสังคม หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Social or Public Consciousness) เป็นจิตสำนึกที่ตระหนักถึงความสำคัญในการร่วมมือกันหรือคำนึงถึงผู้อื่นที่อยู่ร่วมสัมพันธ์เดียวกัน เช่น จิตสำนึกด้านเศรษฐกิจ จิตสำนึกด้านการเมือง จิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม จิตสำนึกด้านสุขภาพ จิตสำนึกด้านวัฒนธรรม เป็นต้น (สมพงษ์ สิงห์พล, 2542: 15-16) ในแนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว จากการข้อมูลเจาะลึกได้ค้นพบว่า จิตสำนึก (Consciousness) นั้นมีมาเจาะลึกแล้วเป็นลักษณะเด่นที่ช่วยสังเกตได้ของจิตใจ (Mental life) มีความความต่างๆ ประกอบด้วย

- 1) ลักษณะอารมณ์ที่มีความรู้สึกตัว
- 2) เป็นผลหลักจากการแสดงความรู้สึก
- 3) เป็นความสามารถในการเข้าใจที่เกิดจากการมีประสบการณ์
- 4) เป็นผลจากการกระทำของสมอง
- 5) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสิ่งแวดล้อม
- 6) เป็นลักษณะแสดงออกที่เกิดจากประสบการณ์ในแต่ละคนในช่วงเวลาที่เกิดขึ้น (Raymond. J, 1999: 2)

แนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยวเป็น จิตสำนึก ยังเป็นส่วนหนึ่งในสมองของมนุษย์เราที่เราตระหนัก โดยจะรับรู้ประสบการณ์ภายนอกที่ส่งเข้าไปใน ความคิด โดยความคิดที่มีอยู่ในจิตสำนึกก็จะสื่อสารออกมาด้วยเสียงผ่าน คำพูดเป็นหลัก จิตสำนึกจะเป็นส่วนที่มีความสามารถในการคิด โดยคิดอย่างมีเหตุมีผล วิพากษ์วิจารณ์ วิเคราะห์ ตัดสิน เลือก คัดสรร แยกแยะ วางแผน ประดิษฐ์ และประพันธ์ ใช้ความรู้จากประสบการณ์และสิ่งเห็นอนาคต ใช้ วิธีการให้เหตุผลแบบอุปนัย (Deductive Reasoning) และแบบนิรนัย (Inductive Reasoning) จิตสำนึกจะเริ่มมีการพัฒนาเมื่อมนุษย์มีอายุ 3 ปี และพัฒนาเต็มที่เมื่ออายุ 20 ปี โดยบุคคลที่มี จิตสำนึก คือ บุคคลที่มีความตระหนักรู้ มีความตั้งใจซึ่งเป็นความสามารถของจิตสำนึกที่จะริเริ่ม และสั่งการความคิดหรือการกระทำใดๆ ทำให้เกิดทิศทางในการคิด ทั้งนี้บุคคลที่มีจิตสำนึกขัดแย้งกับ จิตใต้สำนึกจะมีลักษณะที่เรียกว่าเป็นคนสองจิตสองใจ แต่เมื่อใดก็ตามจิตสำนึกกับจิตใต้สำนึกมีความ สัมผัสกัน ก็จะกลายเป็นผู้ที่มีความตั้งใจที่มีพลังอำนาจ เรียกว่า มี “จิตเดียว” ทั้งนี้เพราะจิตสำนึกมี ความตั้งใจ และจิตใต้สำนึกมีพลังอำนาจ อย่างไรก็ตาม หากมนุษย์เรียนรู้วิธีควบคุมจิตใต้สำนึก ก็จะ ทำให้จิตสำนึกสามารถกระตุ้นให้จิตใต้สำนึกลงมือทำ ปรับเปลี่ยนนิสัย เปลี่ยนรูปแบบความคิดเชิงลบ สร้างเสริมสุขภาพกายและใจได้ (พระมหาประกาศิต สิริเมโธ, 2560: 12)

แนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว ผู้จัดทำบทความจะยกตัวอย่างเกี่ยวกับ การปลูกกระแสท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกบรรณรักษ์ “เก็บเมืองไทย ให้สวยงาม โดยมีเนื้อหา ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการบรรณรักษ์ “เก็บเมืองไทย ให้สวยงาม” เพื่อส่งเสริมและสร้างกระแสความนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ พร้อมกับสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว ต้องการให้ทุกคนตระหนักร่วมมือร่วมใจพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยยั่งยืน โดยโครงการ “เก็บเมืองไทย ให้สวยงาม” ถือว่าเป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อต่อยอดความสำเร็จจากแคมเปญ Amazing Thailand และกิจกรรมส่งเสริมการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ที่ ททท. ได้จัดขึ้นตลอด ทั้งปี ซึ่งแต่ละกิจกรรมสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

ด้านการรณรงค์อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวขึ้น ททท. ก็ให้ความสำคัญและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดย ททท.ได้ริเริ่มผ่านมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว ที่เริ่มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2535 การจัดโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ที่ได้เริ่มจัดมาตั้งแต่ปี 2539 โครงการใบไม้เขียว ที่เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2540 และโครงการเยาวชนคนรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม (Young Creative Traveller) ที่เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2546 โดยทุกโครงการต่างอยู่บนนโยบายสำคัญก็คือ การส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวของ

ไทย อย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการดูแลรักษานูรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดย “เก็บเมืองไทย ให้สวยงาม” ว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งโครงการนี้ขึ้น เพื่อส่งเสริมและสร้างกระแสความนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศ พร้อมๆ ไปกับการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว และต้องการให้ทุกคนตระหนักว่าไม่ได้เป็นเพียงหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเท่านั้น แต่เป็นความร่วมมือร่วมใจของประชาชนทุกๆ คน ในฐานะเจ้าบ้านที่ดี และในฐานะนักท่องเที่ยวคุณภาพ ได้มีส่วนร่วมกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของไทยอย่างยั่งยืน สู้กันรื้อต่อๆ ไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567: ออนไลน์)

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างของแนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยวโดยมีเนื้อหา ดังนี้ *เที่ยวยังงี้ให้ดีต่อธรรมชาติ! “The One For Nature” แคมเปญปลูกจิตสำนึกนักท่องเที่ยว เพราะทุกคนต้องลงมือทำ* ประกอบด้วย

เริ่มจากกระตุก “จิตสำนึก” ท่องเที่ยว = รักษาธรรมชาติ ซึ่งโครงการดังกล่าว ททท. ร่วมกับ กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (DMCR) หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี นอกจากเป้าหมายในการปลูกฝังจิตสำนึกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็ยังมุ่งหวังให้เกิดการประชาสัมพันธ์ว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยวทั่วโลก ส่วนแนวทางการดำเนินงานเริ่มต้นจะมี 3 แนวทาง

สอดแทรกแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้อยู่ในใจของนักท่องเที่ยว และใช้กลยุทธ์สื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อผลักดันให้เป็นกระแสทั่วโลกในวงกว้างด้วยช่องทางออนไลน์

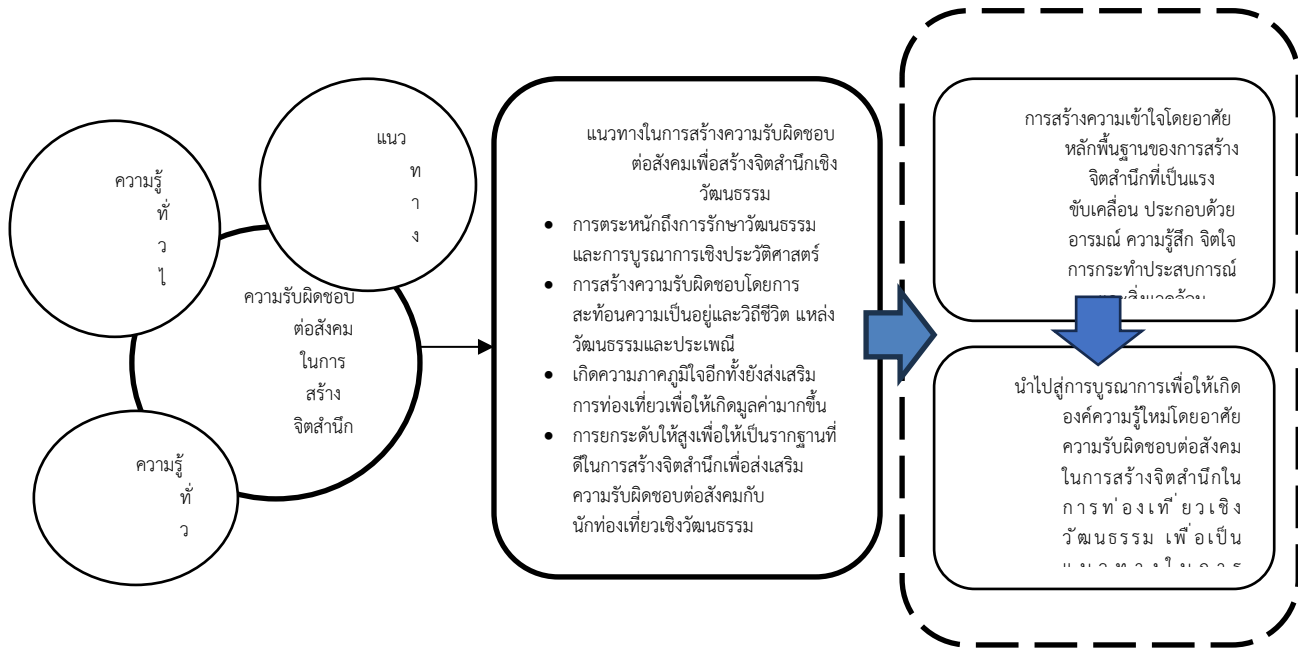
จัดกิจกรรมรณรงค์ภาคสนามใน 3 พื้นที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ณ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยการสแกน QR Code ให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิญาณตนถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมเลือกติด Tattoo หรือสกรีนลงบนเสื้อที่ใส่อยู่เพื่อเป็นสื่อเคลื่อนที่ สามารถบอกต่อระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกัน รวมทั้งเพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ว่านักท่องเที่ยวคนนั้นตระหนักถึงการรักษาสีเขียวคราม ขณะเดียวกันก็ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การเชิญชวนให้บริจาคขวดพลาสติกเพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นประโยชน์ต่อไป เช่น การนำขวดพลาสติกมาทำจิ๋วพระ เป็นต้น

จัดกิจกรรมจัดวางวัสดุจำลองปะการังธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับให้ตัวอ่อนปะการังเกาะบริเวณแนวปะการัง ณ เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อช่วยฟื้นฟูระบบนิเวศใต้ท้องทะเล ร่วมกับกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง หน่วยงานท้องถิ่น และผู้ประกอบการในพื้นที่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567: ออนไลน์)

สรุปได้ว่า แนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการอธิบายถึงเรื่องการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว โดยต้องเข้าใจหลักพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ 3 อย่าง คือ ด้านสำนึกเกี่ยวกับตนเอง ด้านสำนึกของผู้อื่น และด้านสำนึกทางสังคม โดยนัยทั้ง 3 อย่างนี้ หมายรวมถึง การสร้างจิตสำนึกที่เป็นแรงขับเคลื่อนทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก จิตใจ การกระทำ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลพวงที่สำคัญ โดยยกตัวอย่างประกอบเนื้อหาในเรื่องของการปลูกกระแสท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแหล่งประเทศไทย (ททท.) ในเรื่องของการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวรวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นยังเป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการจัดกิจกรรมที่สุด และการรักษาสีเขียวครามอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง

องค์ความรู้ใหม่

การสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นี้ได้ข้อค้นพบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ความรู้ทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวทางการสร้างจิตสำนึกกับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ตามแผนภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 องค์ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สรุป

ความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันนั้น เป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการสร้างจิตสำนึกเพื่อไม่ให้กระทบถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบในอนาคต อาทิเช่น ปัญหาขยะ ปัญหาของเสีย และปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นปัญหาที่ประสบ จึงต้องมีหลักในการสร้างรากฐานในการรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี พัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน โดยผ่านการปลูกฝังที่ดี สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้เกิดความสอดคล้องเฉพาะตัว เพื่อให้ตระหนักถึงการรักษาวรรณธรรม และการบูรณาการเชิงประวัติศาสตร์ รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อันสืบเนื่องจากองค์ความรู้สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า ความงดงาม สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การสร้างจิตสำนึกที่เป็นแรงขับเคลื่อนทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก จิตใจ การกระทำ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลพวงที่สำคัญ

เอกสารอ้างอิง: References

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2567). รายงานประจำปี 2552. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://thai.tourismthailand.org>.
- _____ (2567). เที่ยวยังไงให้ดีต่อธรรมชาติ! “The One For Nature” แคมเปญปลูกจิตสำนึกนักท่องเที่ยว เพราะทุกคนต้องลงมือทำ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/campaigns/local-campaigns/the-one-for-nature/>
- _____ (2567). ปลูกกระแสท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกภรณ์รงค์ “เก็บเมืองไทย ให้สวยงาม”. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://mgronline.com/travel/detail/9500000078471>
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2567). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://tourism.dan1.blogspot.com/2013/06/blog-post.html>.
- คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐาน การเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย (2555). แนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เมจิกรุ๊ป จำกัด.
- ปริญญา เฉิดโฉม, ผศ (2554). แนวคิดและทฤษฎีทางมานุษยวิทยา. (เอกสารอัดสำเนา).
- พรรษา เอกพรประสิทธิ์ (2559). “ผลการใช้รูปแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมจิตอาสาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี”. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา. ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน): 67.
- พระพิพัฒน์ภรณ์ ขยาลินนโท (2559). “รูปแบบและกระบวนการสร้างจิตสำนึกสาธารณะเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในล้านนา”. รายงานการวิจัย. วิทยาเขตเชียงใหม่: มหาวิทยาลัยกรรราชวิทยาลัย.
- พระมหาประกาศิต สิริเมโธ (2560). การสร้างเครือข่ายจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดีในการพัฒนาชุมชน และความเป็นเมืองเชิงพุทธ ในจังหวัดนครปฐม. “รายงานการวิจัย”. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มงคล หวังสุขใจ และชมพู โกติรัมย์ (2540). สังคมวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา ฝ่ายเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิจารณ์ พานิช (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสดศรีสฤษดิ์วงศ์.
- วิษุวัต มหิทธิกร (2550). “การศึกษาความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์การของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557). คู่มือการตรวจ ประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สถาปนา กิตติกุล (2567). เส้นทางท่องเที่ยวภูมิทัศน์เชิงนิเวศน์ กรณีศึกษาทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1096 จังหวัดเชียงใหม่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG4650021
- สมพงษ์ สิงห์พล (2542). ต้องสอนให้เกิดจิตสำนึกใหม่. สัมภาษณ์. ปีที่ 13, ฉบับที่ 27.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี (2567). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?
- สุพัตรา สุภาพ (2536). สังคมและวัฒนธรรมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- A.B.Carroll (1991). “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. *Academy of Management Review*. Vol. 4 No. 4: 497-505.
- G.A. Lundrall (1995). *National systems of Innovators*. London: Printer.
- Ismail, R (2008). Development of a Normative Model for Cultural Tourism on The Cape Flat. *Master's dissertation*. Cape Peninsula University of Technology.
- Raymond. J (1999). *The dictionary of psychology*. Philadelphia: Taylor & Francis.
- Swarbrooke, J (1999). *Sustainable Tourism Management*. London: CABI.