

# ภาวะคุกคามสิทธิมนุษยชนจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

## Human Rights Threats from the Tourism and Service Sector

ภูชงค์กร จินดาพล\*

Phuchongkorn Jindapol

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Faculty of Humanities and Social Science,

Nakhon Pathom Rajabhat University

\*phuchongkorn.tour@gmail.com

### บทคัดย่อ

ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เป็นภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความเกี่ยวข้องกันในหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนที่จะต้องประสานความร่วมมือและดำเนินงานไปพร้อมกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดีในภาพรวม การหลั่งไหลเข้ามาของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างส่งผลกระทบในด้านเศรษฐกิจที่ดีทำให้ผู้ประกอบการทางภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทั้งหลายมีรายรับที่เพิ่มขึ้น เกิดการเจริญเติบโตในฐานเศรษฐกิจซึ่งนับเป็นรายได้ต่อประเทศชาติอย่างมหาศาล โดยในขณะเดียวกันนั้นเกิดการแข่งขันเชิงธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั้งหลายแย่งชิงความเป็นใหญ่ทางการแข่งขันและต้องการครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เป็นระบบผูกขาดทางการค้า จึงทำให้เกิดภาวะคุกคามสิทธิมนุษยชนต่อนักท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่รับรู้และไม่รับรู้ก็ตาม สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในทางที่ไม่ดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพราะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกังวล หวาดกลัว หวาดระแวง รู้สึกไม่มีความปลอดภัยในร่างกายและทรัพย์สิน สิ่งทั้งหลายเหล่านี้หลายภาคส่วนยังไม่มีการพูดถึงหรือสนับสนุนให้เกิดหนทางป้องกันและคุ้มครองนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ส่วนมากจะเป็นการแก้ไขที่ปลายเหตุ โดยไม่ศึกษาและทำความเข้าใจกับปัญหาอย่างลึกซึ้งเพื่อหาหนทางป้องกันและแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม

บทความนี้จึงมุ่งศึกษาถึงภาวะคุกคามสิทธิมนุษยชนจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่เป็นสาเหตุหลักในการสร้างทัศนคติในแง่ลบของนักท่องเที่ยว ซึ่งให้ความสำคัญต่อสถานการณ์ที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงต่อนักท่องเที่ยวในการซื้อขายสินค้าและบริการเป็นหลัก เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันและนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบหรือกฎระเบียบอย่างเป็นรูปธรรมในอนาคตต่อไป

**คำสำคัญ :** ภาวะคุกคาม สิทธิมนุษยชน ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

## Abstract

The tourism and service sector is a large industrial sector that is involved in many sectors, whether public or private, that must coordinate and work together to achieve efficiency and good results as a whole. The influx of tourists will surely positively affect the economy, causing the tourism and service industry entrepreneurs to have increased revenues. There was growth in the economy, which was considered a huge income per country. At the same time, business competition arose in which entrepreneurs competed for dominance and wanted to gain market share as a monopoly. This causes human rights threats to tourists, both directly and indirectly. Both knowing and not knowing are all causes of a negative image of the tourism and hospitality industries because they cause tourists to worry, fear, suspicion, and feel insecure about their bodies and property. All of these things have not been mentioned or encouraged to create ways to prevent and protect tourists as they should be. Most of them will be fixed at the end of the cause. Without studying and getting to know the problem in depth, find a concrete way to prevent and solve it.

This article, therefore, focuses on human rights threats from the tourism and service sectors that are the main causes of the negative attitude of tourists. It focuses mainly on situations where service providers interact directly with tourists in the purchase of goods and services. To be a guideline for prevention and to be developed as a concrete form of regulation in the future.

**Keywords :** threats, human rights, tourism and service sector

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงดูดรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นอันดับต้น ๆ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยกระจายรายได้ให้กับสังคมได้อย่างดีเยี่ยม ส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมของคนในสังคมในด้านการประกอบอาชีพ แต่เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจที่ยังคงเป็นปัญหาของคนในสังคมทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าในหลายรูปแบบทั้งดีและไม่ดี โดยรูปแบบทางการค้าที่ไม่ดีนั้น แน่นอนว่าจะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเป็นอย่างมาก เพราะสิ่งเหล่านี้จะเกิดเป็นภาพจำต่อนักท่องเที่ยวและสร้างกำแพงทางความคิดทำให้เป็นอุปสรรคต่อระบบเศรษฐกิจต่อไปในอนาคต ผู้ประกอบการหลายรายที่ได้ให้การบริการในรูปแบบที่ไม่ดีนั้น เหตุผลมาจากหลายสาเหตุด้วยกัน อันได้แก่ สภาวะความตกต่ำทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สภาวะโรคระบาด และสภาวะสุขภาพของตนเอง เป็นต้น ซึ่งสภาวะทั้งหลายเหล่านี้เป็นสิ่งที่กระตุ้นสำคัญที่ทำให้เกิดความเครียด เกิดสภาพอารมณ์ที่แปรปรวน เกิดบุคลิกภาพและการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมทั้งทางกาย วาจา และใจ ที่อยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ตึงเครียดด้านการหารายได้ ซึ่งเหตุทั้งหลายเหล่านี้เราสามารถพบเห็นได้ตามข่าวทั้งทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ โดยทั่วไปว่าเกิดปัญหาระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการในหลายระดับความรุนแรงและบางครั้งอาจทำร้ายร่างกายกันจนถึงขั้นเสียชีวิต

จะเห็นได้ว่าการละเมิดสิทธิมนุษยชนนั้นไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ดี ล้วนนำมาซึ่งปัญหาและความรุนแรงในสังคม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้ความสนใจและใส่ใจในปัญหาที่เกิดขึ้น โดยออกกฎหรือข้อปฏิบัติในมนุษย์ทุกคนตระหนักถึงการเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน โดยข้อบังคับทั้งหลายอาจจะเป็นการดัดแปลงตามวัฒนธรรม ประเพณี อันติงามของแต่ละภูมิภาคเพื่อเป็นบรรทัดฐานของคนในท้องถิ่น การปฏิบัติและบอกกล่าวสื่อสารกันให้เกิดความเข้าใจโดยง่ายและไม่สับสน จะเป็นสิ่งที่ดีที่เกิดขึ้นในสังคม และต่อประเทศชาติในการอำนวยความสะดวกแก่การพัฒนาประเทศชาติด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อไปอีกด้วย

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีของสิทธิมนุษยชน

“สิทธิมนุษยชน” (Human Rights) ในแนวคิดสมัยใหม่ ไม่ใช่สิทธิที่มีมาโดยธรรมชาติของมนุษย์ แต่เกิดจากการกระทำหรือสร้างสรรค์ของมนุษย์ภายหลังที่เกิดสังคมการเมืองที่เรียกว่า “รัฐ” แล้ว และเห็นว่าสิทธิมนุษยชนเป็นเรื่องของอุดมการณ์ที่มนุษย์กล่าวอ้างเพื่อให้ได้รับการคุ้มครองจากผู้ปกครอง โดยอ้างความชอบธรรมว่าเป็นสิ่งจำเป็น และไม่หยุดนิ่ง

สำนักงานข้าหลวงใหญ่เพื่อสิทธิมนุษยชนแห่งองค์การสหประชาชาติ (UNOHCHR) เห็นว่า สิทธิมนุษยชนเป็นสิทธิที่ติดตัวมนุษย์ทุกคน โดยไม่คำนึงถึงสัญชาติ ถิ่นที่อยู่ เพศ ชาติพันธุ์ สีผิว ศาสนา ภาษา หรือสถานะอื่นใด เราทุกคนได้รับสิทธิมนุษยชนโดยเท่าเทียมกัน โดยปราศจากการเลือกปฏิบัติ สิทธิเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงและสัมพันธ์กันและแบ่งแยกไม่ได้

ส่วนสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายไทยหมายถึง คัดดีศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของบุคคลที่ได้รับการรับรองหรือคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญไทย กฎหมายไทย หรือตามสนธิสัญญาที่ไทยมีพันธกรณีที่จะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ พ.ศ. 2560

เมื่อกล่าวถึงภาคธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน เป็นที่ยอมรับกันมายาวนานว่าการทำธุรกิจนั้นมีผลต่อสิทธิมนุษยชนทั้งด้านบวกและด้านลบ ทางด้านบวกนั้นภาคธุรกิจก่อให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ในสังคมที่ช่วยปรับปรุงพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนทั้งหลายในโลก อาทิ เทคโนโลยีการสื่อสารที่ช่วยเชื่อมโยงโลกใบนี้เข้าด้วยกัน การคิดค้นยารักษาโรคและเทคโนโลยีการแพทย์ที่ช่วยรักษาความเจ็บป่วย และช่วยรักษาชีวิต หรือแม้กระทั่งเทคโนโลยีการเกษตรและอาหารที่ช่วยขจัดความหิวโหย ส่วนในด้านลบภาคธุรกิจก็อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำรงชีพของมนุษย์ได้เช่นกัน (AIT, 2020)

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) ได้กำหนดเรื่องสิทธิและหน้าที่ทั้งสิ้น 30 มาตรา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่หนึ่ง สิทธิของพลเมืองและการเมือง (Civil and Political Rights) โดย Professor Rene Cassin ผู้มีบทบาทในการร่างปฏิญญาสากลและได้รับยกย่องว่าเป็นบิดาของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Father of the Declaration) และได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพอธิบายว่า “ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนตั้งอยู่บนเสาหลักพื้นฐาน 4 ต้น คือ

**ประการแรก** สิทธิส่วนบุคคล (Personal Rights) หมายถึง สิทธิแห่งความเสมอภาค สิทธิในชีวิต อิสระภาพและความมั่นคง ฯลฯ ปรากฏในมาตรา 3-11

**ประการที่สอง** สิทธิผู้เป็นเจ้าของปัจเจกบุคคลในความสัมพันธ์ของเขากับกลุ่มสังคมซึ่งตนได้เข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่ สิทธิในความเป็นส่วนตัวในชีวิตครอบครัวและการแต่งงาน สิทธิในการมีเสรีภาพในการเคลื่อนไหวภายในรัฐชาติ หรือออกนอกรัฐ สิทธิในการมีสัญชาติ ในการลี้ภัยในกรณีที่ถูกประหาร สิทธิในทรัพย์สินและการปฏิบัติกิจของศาสนา ปรากฏในมาตรา 12-17

**ประการที่สาม** เป็นเรื่องอิสรภาพของพลเมืองและสิทธิทางการเมือง ซึ่งมีการใช้เพื่อให้เกิดการก่อตั้งองค์กรแห่งรัฐบาล หรือเข้าไปมีส่วนในกระบวนการกำหนดตัดสินใจได้แก่ เสรีภาพในมโนธรรม ความคิด และการแสดงออก เสรีภาพในการสมาคมและการรวมกัน สิทธิในการลงคะแนนและรับสมัครเลือกตั้ง สิทธิในการเข้าถึงรัฐบาลและการบริการสาธารณะ ปรากฏในมาตรา 18-21

**ประการที่สี่** สิทธิซึ่งมีการใช้ในด้านที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจและสังคมคือ สิทธิที่แสดงออกในเรื่องที่เกี่ยวกับแรงงานและความสัมพันธ์ในการผลิตและในด้านที่เกี่ยวกับการศึกษา สิทธิในการทำงานและการประกันทางสังคมและการมีอิสระในการเลือกการทำงาน มีเงื่อนไขการทำงานที่เป็นธรรมในการได้รับค่าจ้างอันเท่าเทียมกันสำหรับงานที่เสมอกัน สิทธิในการก่อตั้งและเข้าร่วมในสหภาพแรงงาน ในการพักผ่อน และมีเวลาว่างในการได้รับการรักษาสุขภาพ ในการศึกษาและสิทธิในการเข้ามีส่วนร่วมอย่างอิสระในชีวิตทางวัฒนธรรมของชุมชน ปรากฏในมาตรา 22-27 สำหรับมาตรา 28-30 เป็นสิทธิในการมีระเบียบทางสังคมและระเบียบระหว่างประเทศ (Social and International Order) ที่เกื้อกูลให้สิทธิและเสรีภาพในมาตราก่อน ๆ สามารถบรรลุผลได้” (Kosananan, 2016)

จะเห็นได้ว่าการละเมิดสิทธิมนุษยชนนั้นไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจดี ล้วนนำมาซึ่งปัญหาและความรุนแรงในสังคม หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้ความสนใจและใส่ใจในปัญหาที่เกิดขึ้น โดยออกกฎหมายหรือข้อปฏิบัติในมนุษย์ทุกคนตระหนักถึงการเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน โดยข้อบังคับทั้งหลายอาจจะเป็นการดัดแปลงตามวัฒนธรรม ประเพณี อันที่งามของแต่ละภูมิภาคเพื่อเป็นบรรทัดฐานของคนในท้องถิ่นในการปฏิบัติและบอกกล่าวสื่อสารกันให้เกิดความเข้าใจโดยง่ายและไม่สับสน จะเป็นสิ่งที่ดีที่เกิดขึ้นในสังคมและต่อประเทศชาติในการอำนวยความสะดวกแก่การพัฒนาประเทศชาติด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อไปอีกด้วย

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ในปณิญาสากล่าวด้วยสิทธิมนุษยชนนั้นได้กำหนดเกณฑ์การแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักคือ

**1. สิทธิของพลเมืองและการเมือง** หมายถึง มนุษย์ทุกคนล้วนมีสิทธิในการตัดสินใจด้วยตนเอง โดยไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการหรือคล้อยตามความคิด การตัดสินใจของผู้อื่น กล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวทุกคนล้วนเป็นมนุษย์ จึงมีสิทธิในการตัดสินใจโดยไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการหรือคล้อยตามความคิด การตัดสินใจของผู้อื่น เช่นกัน ดังนั้นในการประกอบธุรกิจการค้าหรือการบริการใด ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิในการก้าวล่วงแทรกแซงหรือกระทำการโดยบังคับขู่เข็ญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2. สิทธิผู้เป็นเจ้าของปัจเจกบุคคลในความสัมพันธ์ของเขากับกลุ่มสังคม ซึ่งตนได้เข้าไปมีส่วนร่วม หมายถึง มนุษย์ทุกคนต่างมีขอบเขตส่วนบุคคลที่บุคคลอื่นไม่สามารถก้าวล่วงหรือกระทำการใด ๆ ได้ตามอำเภอใจ มนุษย์ทุกคนมีเสรีภาพในการเดินทางไปมาในสถานที่ต่าง ๆ ได้ตามความสนใจโดยคำนึงถึงเหมาะสมเป็นสำคัญ ดังนั้นนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลล้วนมีความสนใจและความชอบส่วนบุคคล ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิ์บีบบังคับหรือยึดเยียด สินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยวในทุกสถานการณ์ มิเช่นนั้นจะถือได้ว่าเป็นการก้าวล่วงในเสรีภาพของมนุษย์ชน

ในปัจจุบันนี้ ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ มีการผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายในหลายรูปแบบ เป็นตัวเลือกให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากในการเลือกซื้อตามความชอบส่วนบุคคล แต่เนื่องจากการแข่งขันเชิงธุรกิจที่ต้องเน้นยอดขาย สร้างกำไรให้กับบริษัทและร้านค้า จึงทำให้เกิดรูปแบบการนำเสนอสินค้าในแง่ลบ เช่น ยัดเยียดสินค้าให้นักท่องเที่ยวซื้อด้วยความไม่เต็มใจ หน่วงเหนี่ยวร่างกายของนักท่องเที่ยว กีดกัน และสร้างอุปสรรคในการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงเวลาที่สูญเสียไป ใช้คำพูดและน้ำเสียงที่แสดงถึงความแข็งกร้าว กรรโชก สร้างสภาวะทางอารมณ์ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหวาดกลัวและต้องจำยอมซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นต้น ทุกสิ่งอย่างที่ได้กล่าวมานั้นคือภาวะคุกคามสิทธิมนุษยชนทั้งสิ้น ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศอย่างมาก

#### ความหมายและลักษณะของภาวะคุกคาม

นายปิยวัฒน์ สุนทร หัวหน้าเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาพระแหว ในฐานะหัวหน้าสายตรวจปราบปรามพิเศษ ด้านสัตว์ป่า กล่าวกับชาวภูเก็ตว่าเมื่อวันที่ 28 ต.ค. 62 ที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่ได้ร่วมกันเดินตรวจสอบตามแหล่งท่องเที่ยวบริเวณหาดกะตะ หาดกะรน และบริเวณด้านหน้าโรงแรมกะตะปาล์ม รีสอร์ท แอนด์ สปา ตามหนังสือร้องเรียนของมูลนิธิเพื่อนสัตว์ป่า ลงวันที่ 21 ต.ค. 62 เรื่องการนำสัตว์ป่ามาใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในหนังสือร้องเรียนระบุว่า มีชายมิจฉาชีพนำลิงลมมายัดใส่มีอนักท่องเที่ยว และบอกว่าค่าถ่ายรูป 200 บาท จากนั้นชายคนเดิมก็จะจับลิงลมวางบนบ่าของนักท่องเที่ยวอีกคน พร้อมกล่าวเช่นเดิมคือค่าถ่ายรูป 200 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวยืนยันว่าพบเห็นชายมิจฉาชีพคนเดิมใช้ลิงลมถ่ายรูปกับนักท่องเที่ยวในสถานที่เดิม เวลาเดิม ซึ่งการกระทำนี้เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย ทั้งยังถือเป็นการบังคับบริดไถเงินจากนักท่องเที่ยวอีกด้วย (Khaophuket, 2019)

สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงกัวลาลัมเปอร์ของมาเลเซียเต็มไปด้วย “ช่างภาพ” ที่ไล่ตามต้อนนักท่องเที่ยวถ่ายรูปให้แลกเงิน และหนึ่งในจุดที่พวกเขาใช้ปักหลักหากินก็คือหน้าตึกแฝด “เปโตรนาส” (Petronas Twin Towers) ซึ่งเป็นตึกระฟ้าสูง 88 ชั้น และเป็นหนึ่งในสถานที่และทิวทัศน์ที่มีมูลค่ามากที่สุดของประเทศในช่วงที่การท่องเที่ยวเริ่มกลับมาบูม หลังพวกเขาไปเพราะการระบาดของโควิด-19 ก็มีคนที่มาหากินในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการตื้อขอถ่ายรูปให้นักท่องเที่ยว โดยมีอุปกรณ์ติดตัวก็คือโทรศัพท์มือถือไม้กันสั่น (Gimbals) และอุปกรณ์ให้แสงสว่าง โดยคิดค่าจ้างจำนวนระหว่าง 5-20 ริงกิต (ราว 40-150 บาท) ต่อรูป นอกจากตื้อแล้วพวกเขายังถือวิสาสะถ่ายรูปให้เลยแล้วเอาให้นักท่องเที่ยวดู ซึ่งถ้านักท่องเที่ยวชอบใจก็จะส่งรูปผ่านแอปพลิเคชันในโซเชียลมีเดีย รวมทั้ง WhatsApp และเรียกเก็บเงิน และนอกจากรูปนักท่องเที่ยวแล้ว ยังยัดเยียดรูปในมุมอื่น ๆ เพื่อเรียกเงินเพิ่มอีก มีหลายกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่ยอมให้ความร่วมมือ และต้องการถ่ายรูปกันเอง พวกช่างภาพเหล่านี้ก็จะแก้งด้วยการแทรกตัวเข้าไปยืนอยู่

ด้านหลังบดบังทัศนียภาพ ทำให้ภาพของนักท่องเที่ยวเสีย พวกช่างภาพเหล่านี้จะไปปักหลักกันอยู่ตามจุดท่องเที่ยวยอดนิยมแถว Kuala Lumpur City Centre (KLCC) และพกความมั่นใจไปเต็ม 100 ด้วยว่า จะไม่มีนักท่องเที่ยวคนไหนรอดพ้นมือพวกเขาไปด้วย (Nation TV, 2023)

การได้ไปเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศน่าจะเป็นอีกหนึ่งความฝันของใครหลาย ๆ คน ไม่ว่าจะเป็นแถบยุโรป อเมริกา หรือแม้แต่ในเอเชียก็ตาม นักท่องเที่ยวบางคนมีการเตรียมตัวหาข้อมูลเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพื่อให้การเดินทางครั้งนั้นเป็นสิ่งที่น่าจดจำ แต่บางครั้งระหว่างที่เรากำลังประทับใจกับสถานที่นั้น ๆ ก็มีมิชฉาชีพเข้ามาาร่วมขึ้น จนเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้ทริปนั้นกลายเป็นฝันร้ายได้

**1. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบแก๊งบังคับซื้อ** ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมจะมีกลุ่มคนที่คอยมองนักท่องเที่ยวที่ไม่ทันระวังตัว และเดินตรงปรีเข้ามาแบบไม่ให้ตั้งตัว พร้อมกับยื่นของหรือยัดเยียดใส่มือ เช่น อาหารนกพิราบ ผ้า สิ่งของต่าง ๆ ถ้าหากเผลอรับไปจะโดนเรียกให้จ่ายเงินทันที หากไม่จ่ายพวกเขาก็จะเริ่มโวยวาย และพยายามกันไม่ให้เดินหนี และอาจจะล้วงกระเป๋าเอาสิ่งของมีค่าไป ในจังหวะที่นักท่องเที่ยวมัวแต่สนใจคนที่โวยวายอยู่ข้างหน้า ฉะนั้นหากเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนเยอะ ควรมีความระมัดระวัง และมองซ้ายมองขวา ถ้าเห็นใครเดินเข้ามายื่นของให้ ควรรีบเดินหนีในทันทีที่ดีที่สุด

**2. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบตำรวจปลอม** จะทำเป็นเข้ามาขอตรวจสอบเอกสารประจำตัวของนักท่องเที่ยว เช่น พาสปอร์ต ซึ่งหากเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างถิ่น ก็อาจรู้สึกตกใจกลัวจนไม่ทันระวังตัว ตำรวจปลอมเหล่านี้ก็จะชิงกระเป๋าหนีไปทันที หรืออาจเข้ามาบอกว่ามีการแพร่ระบาดของธนบัตรปลอม และขอตรวจเงินที่พกอยู่ ถ้าหากนักท่องเที่ยวหยิบกระเป๋าขึ้นมาก็อาจจะโดนฉกชิงไป ดังนั้นหากพบเจอตำรวจเดินเข้ามาหา นักท่องเที่ยวควรตรวจสอบบัตรประจำตัวของเจ้าหน้าที่นั้น ๆ หรือสอบถามความผิดของตนเองให้ชัดเจนเสียก่อน

**3. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบการแก่งัดทำของหล่น** หากกำลังเดินท่องเที่ยวอยู่ แล้วมีคนทำของตก กระจัดกระจาย ให้ทำการเดินผ่านไปเพราะหากเข้าไปช่วยเหลือ มิฉฉาชีพจะสามารถเอาของมีค่าไปในระหว่างที่ผู้ช่วยเหลือไม่ได้สนใจสิ่งรอบข้าง

**4. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบโจรในคราบนักบุญ** หากนักท่องเที่ยวถือของมากมาย ถือกระเป๋าใบใหญ่ หรือแะซื้อตั๋วรถไฟตามตู้กดอัตโนมัติ ก็อาจมีมิฉฉาชีพเข้ามาแสดงตัวให้ความช่วยเหลือ หากยอมให้ช่วยยกของหรือซื้อตั๋วให้อาจมีการขอค่าตอบแทนทันที หากไม่ให้มิฉฉาชีพจะมีการส่งเสียงโวยวาย ดังนั้นควรปฏิเสธความช่วยเหลือจากคนที่ไม่รู้จัก

**5. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบการสอบถามทาง** มิฉฉาชีพบางคนมาในรูปแบบถือแผนที่แผ่นใหญ่ ๆ แสดงตนเป็นนักท่องเที่ยวและเข้ามาสอบถามทาง หากให้ความช่วยเหลือ มิฉฉาชีพจะมีโอกาสล้วงกระเป๋า ระหว่างที่ใช้สมาธิไปกับการดูแผนที่ ซึ่งหากพบเจอควรเดินหนีไปจะดีที่สุด

**6. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบการขอให้ช่วยถ่ายรูป** มิฉฉาชีพในคราบนักท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่ง จะเดินเข้ามาในช่วยถ่ายรูป หากมีคนรับกล้องมาเพื่อที่จะถ่ายรูปให้ เมื่อถ่ายเสร็จมิฉฉาชีพจะแก่งัดทำกล้องตกเพื่อเรียกร้องค่าเสียหาย

**7. มิชฉาชีพที่มาในรูปแบบอาสาสมัครถ่ายรูป** มิฉฉาชีพบางคนจะแกล้งเป็นคนมีน้ำใจ เมื่อเห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการจะถ่ายรูปก็อาจเดินเข้ามาอาสาถ่ายรูปให้ และเมื่อถ่ายรูปเสร็จ มิฉฉาชีพก็จะขอเงินค่าอาสาถ่ายรูป หรือในบางกรณีเลวร้ายอาจมีการขโมยกล้องไปด้วย



ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า เกมการตัดสินใจตามหัวข้อทั้ง 6 ข้อที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นนี้เป็นพื้นฐานของการตัดสินใจสำหรับนักท่องเที่ยวว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ โดยไม่จำเป็นว่านักท่องเที่ยวจะใช้ทั้ง 6 ข้อนี้ในการตัดสินใจ บางรายอาจจะใช้เพียงแค่ 1-2 หรือ 3-4 ข้อก็ได้ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานและความพอใจของแต่ละบุคคล ดังนั้นถ้ามองในมุมมองของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการให้รองรับต่อการตัดสินใจทั้ง 6 ข้อ โดยไม่สามารถที่จะเลือกได้ว่าอยากทำด้านใดเพียงด้านเดียว เพราะผู้ประกอบการไม่สามารถคาดเดาภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวได้ว่าใช้เกณฑ์ใดในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยทั้ง 6 ข้อนี้ถือว่าเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายและอีกนัยหนึ่งถ้าผู้ประกอบการสามารถดำเนินการทั้ง 6 ข้อนี้ให้สำเร็จและมีคุณภาพนั้น จะถือว่าผู้ประกอบการมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจต่อนักท่องเที่ยวเป็นอันมาก

การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นให้นักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในสถานะผู้ซื้อทราบอย่างครบถ้วน นำเสนอถึงคุณภาพที่ได้การรับรองมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ผู้ประกอบการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่จัดจำหน่ายต่อนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นแบบคล้อยตาม โดยการแสดงออกมานั้นจะต้องสุภาพ อ่อนโยน และเป็นมิตร นักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกสบายและไม่กังวลตลอดเวลาที่รับทราบข้อมูลของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้น ๆ นักท่องเที่ยวเมื่อเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าแล้วก็จะเกิดความมุ่งมั่นในการซื้อสินค้านั้น ๆ ตามมาโดยลำดับ และมีความพยายามที่จะหาช่องทางในการซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้นด้วยความกระตือรือร้น ซึ่งจุดนี้เป็นจุดสำคัญที่จะการันตีได้ว่านักท่องเที่ยวดำเนินการเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของเราแล้ว ท้ายที่สุดผู้ประกอบการก็สามารถทำการปิดการขายได้อย่างง่ายดายนั่นเอง

### **แนวคิดและทฤษฎีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล**

ความต้องการของบุคคลที่จะมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นนั้นมี 3 ลักษณะคือ

1. **ความต้องการได้รับการยอมรับ (Inclusion)** หมายถึง ความต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่น ต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น บุคคลจะแสดงพฤติกรรมให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจ โดยมีความพยายามสร้างชื่อเสียง ทำตนให้เป็นที่ยอมรับนับถือและมีเกียรติ เป็นต้น
2. **ความต้องการในการควบคุม (Control)** หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่ต้องการมีอิทธิพล มีอำนาจเหนือผู้อื่น บุคคลที่ต้องการควบคุมผู้อื่นจะแสดงการต่อต้านและปฏิเสธการถูกควบคุม
3. **ความต้องการเป็นที่รักใคร่ของผู้อื่น (Affection)** หมายถึง ความรู้สึกและอารมณ์ส่วนตัวที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 คน โดยจะแสดงออกด้วยความรัก ความเป็นมิตร การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การสร้างความผูกพันทางอารมณ์ เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนม (Schutz, 1955)

**หลักในการพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ประกอบด้วย**

1. **การสร้างสัมพันธ์** เป็นความรู้สึกที่ทำให้บุคคลอื่นสบายใจ การสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีนำไปสู่การปฏิสัมพันธ์ที่ดีในครั้งต่อไป ในขณะที่พัฒนาสายสัมพันธ์บุคคลจะรู้สึกสบายใจ ไม่กีดกันตนเองแต่จะเปิดเผยตนเองมากขึ้น
2. **การเล่าเกี่ยวกับตนเอง** เมื่อบุคคลมีสัมพันธภาพต่อกัน บุคคลมักจะชอบเล่าถึงความรู้สึก ประสบการณ์และทัศนคติของตนเอง ทำให้รู้จักตนเองและรู้จักผู้อื่นมากขึ้น

3. การรู้จักพึ่งพาซึ่งกันและกัน บุคคลจะได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทราบว่าผู้อื่นชอบอะไรหรือไม่ชอบอะไร เพื่อจะตอบสนองได้อย่างถูกต้อง และทราบว่าจะช่วยเหลือกันอย่างไร

4. ความต้องการความสัมพันธ์ที่มั่นคง บุคคลจะเริ่มเคารพซึ่งกันและกัน มีความเชื่อมั่นในตนเอง และผู้อื่น และมีความรักในสัมพันธภาพที่เกิดขึ้น เพื่อให้สัมพันธภาพนั้นมั่นคงต่อไป (Sasse, 1978)

การส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างบุคคล มีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมดังนี้

1. ความพอใจร่วมกัน (Mutuality) หมายถึง การที่บุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์กันจะต้องคำนึงถึงความคิด ความรู้สึก ความพอใจของทั้งสองฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเห็นอกเห็นใจต่อกัน

2. การรู้จักไว้วางใจกัน (Knowledge and Trust) เมื่อบุคคลคบหาสมาคมกันจะต้องทำความรู้จักกัน ศึกษาประวัติส่วนตัว มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อวิเคราะห์ว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติรสนิยมตรงกับตนหรือไม่ การที่จะทำให้ผู้อื่นไว้วางใจตนเอง อาจใช้วิธีเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure) เพื่อให้ฝ่ายตรงข้ามรู้สึกคุ้นเคย และช่วยให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

3. ปทัสถานส่วนบุคคล (Personal Norms) เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ปทัสถานส่วนบุคคลคือ สิ่งแต่ละบุคคลยึดมั่นและแสดงออก จะมีผลกระทบต่อผู้อื่น เช่น กิริยามารยาท อุปนิสัย เป็นต้น ถ้าบุคคลมีปทัสถานส่วนบุคคลดี จะทำให้บุคคลนั้นเป็นที่รักใคร่และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลอื่นได้

4. การลงทุนส่วนตัว (Self-investment) เมื่อบุคคลคบหาสมาคมกับใครนั้น บางเวลาจะต้องยอมเสียบางส่วน เช่น ทรัพย์สิน ชื่อเสียง โอกาส และเวลา เพื่อแลกกับบางอย่างที่พอใจ บุคคลจะคำนึงถึงกำไรและขาดทุนไว้อย่างไร กำไรหมายถึง ความพอใจ ความสำเร็จ ส่วนขาดทุนนั้นหมายถึง ความไม่สบายใจ ความกระวนกระวายใจ (Schneider, 1976)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างบุคคลนั้นจะต้องอาศัยหลักการทางความคิดเป็นแนวทางให้ปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งสัมพันธภาพอันดี แสดงออกถึงความรู้สึกที่ดีออกมาให้บุคคลอื่นสัมผัสได้โดยตรง เช่น สนิหน้า ท่าทาง น้ำเสียง ฯลฯ เมื่อบุคคลอื่นเห็นก็จะรู้สึกมีความสุขทั้งกายและใจ พร้อมทั้งจะรับทราบข้อมูลด้านอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งก่อนที่จะทราบถึงความนึกคิดและความรู้สึกของบุคคลอื่นนั้น เราจะต้องเปิดเผยซึ่งความรู้สึก และความนึกคิดของเราออกมาเพื่อให้บุคคลอื่นทราบถึง ประสบการณ์ ทัศนคติของตัวเราเองก่อนเบื้องต้น ดังนั้นผู้ประกอบการทั้งหลายจะต้องกล้าหาญและแสดงออกถึงความจริงใจอย่างตรงไปตรงมา เปิดเผยข้อมูลของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการอย่างถูกต้องชัดเจน เพื่อที่จะทราบถึงความคิดที่อยู่ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวว่ามีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของตนเองอย่างไร เช่น นักท่องเที่ยวอาจจะแสดงความคิดเห็นว่าสิ่งนี้ชอบหรือสิ่งนี้ไม่ชอบ อยากให้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นหรือมีผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการอื่นที่ใกล้เคียงกับความต้องการหรือไม่ ซึ่งผู้ประกอบการต้องเคารพสิทธิ์ในการตัดสินใจ และแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้วยใจจริง

การส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างบุคคลนั้น ไม่จำเป็นที่จะต้องรอคอยโอกาสหรือการสนับสนุนใด ๆ ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง โดยเริ่มจากทัศนคติ มุมมองที่ดีในการให้บริการ การไว้วางใจและความเชื่อใจต่อนักท่องเที่ยวเสมอ คิดในทางที่ดีว่านักท่องเที่ยวทุกคนล้วนสนใจในผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทั้งสิ้น ผลลัพธ์ที่ออกมาไม่ว่าจะเกิดการตกลงซื้อหรือไม่ก็นั่นขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอสินค้าว่าสามารถชักจูงความสนใจนักท่องเที่ยวได้มากน้อย

เพียงใด บางครั้งการยึดมั่นถือมั่นมากเกินไปของผู้ประกอบการก็เป็นอุปสรรคที่ยากแก่การเข้าถึงในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ ปิดหูปิดตาไม่รับฟังความคิดเห็นหรือเหตุผลจากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่ควรกระทำ บางสถานการณ์ผู้ประกอบการจะต้องยอมถอยสักร้าวเพื่อเปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าที่ปกติแล้วมักจะมองไม่เห็นถึงความสำคัญในจุดนี้

### **แนวคิดและทฤษฎีการบริการ**

การบริการ คือกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจ จากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเองไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมเสมอภาค

1. **ความเชื่อถือได้ (Reliability)** ประกอบด้วยความสม่ำเสมอ (Consistency) และความพึ่งพาได้ (Dependability)
2. **การตอบสนอง (Response)** ประกอบด้วยความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และการปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี
3. **ความสามารถ (Competency)** ประกอบด้วยความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในการบริการ และความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. **การเข้าถึงการบริการ (Access)** ประกอบด้วยผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมีมากและมีความซับซ้อนเกินไป ผู้รับบริการใช้เวลาไม่นาน เวลาที่ให้บริการเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ และอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าติดต่อได้สะดวก
5. **ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy)** ประกอบด้วยการแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ การให้การต้อนรับที่เหมาะสม และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. **การสื่อสาร (Communication)** ประกอบด้วยการมีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะของงานบริการ และมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. **ความซื่อสัตย์ (Credibility)** คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. **ความปลอดภัย (Security)** ความปลอดภัยทางกายภาพ
9. **ความเข้าใจ (Understanding)** ประกอบด้วยการเรียนรู้ผู้ใช้บริการ และการแนะนำและการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
10. **การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility)** ประกอบด้วยการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และการจัดเตรียมสถานที่ให้บริการอย่างสวยงาม (Srisen, 2001)

การให้บริการคือ การกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานหรืออีกคนหนึ่งซึ่งเป็นที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็นผลให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ทางกายภาพ และสามารถสรุปลักษณะงานบริการที่สำคัญได้ดังนี้

**ารบริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)** กิจกรรมต้องหาหลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพ และประโยชน์จากบริการ ได้แก่ (1) สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการ (2) บุคคล (People) พนักงานบริการต้องแต่งตัวให้เหมาะสม บุคลิกดี พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการจะดีด้วย (3) เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการต้องมีประสิทธิภาพ ให้บริการรวดเร็วและให้ลูกค้าพอใจ (4) วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า (5) สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการบริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกได้ถูกต้อง และสื่อความหมายได้ (6) ราคา (Price) การกำหนดราคาควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่าง (Kotler, 2000)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความเชื่อถือที่จะได้รับจากนักท่องเที่ยวนั้น ต้องอาศัยความสม่ำเสมอในการให้ความช่วยเหลือและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกกิจกรรมที่ทางผู้ประกอบการจัดขึ้น โดยทั้งนี้จะต้องมีความพร้อม ความเต็มใจที่จะให้บริการต่อนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีและสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการจะต้องแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นถึงความสามารถในการให้บริการ แสดงประสิทธิภาพหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้น ๆ ซึ่งต้องใช้ความสามารถและทักษะในการสื่อสารที่ดี เพื่อส่งสารหรือข้อมูลที่สำคัญของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้น ๆ อย่างเข้าถึงได้ง่าย ในการนำส่งข้อมูลนั้นควรที่จะใช้เวลาอย่างจำกัด กล่าวคือเป็นการสื่อสารที่สั้น กระชับ ได้ใจความสำคัญ เนื่องจากด้วยสถานการณ์และบริบทของนักท่องเที่ยวในขณะนั้นจะมีเวลาไม่มากนักที่จะมีสมาธิสนใจในสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการสื่อสารขณะนั้น

#### **แนวคิดและทฤษฎีสภาพจิตตามหลักจิตวิทยา**

พฤติกรรมของมนุษย์ทุกคนต้องมีเป้าประสงค์ มนุษย์จึงมีแรงขับเคลื่อนซึ่งผลักดันให้มนุษย์มีแรงจูงใจที่จะแสดงพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ตัวเองวางไว้ และทำให้จิตใจมีความสุข แต่ในทางตรงข้ามเมื่อใดก็ตามถ้ามนุษย์ไม่สามารถไปสู่จุดมุ่งหมายหรือเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้ มนุษย์จะเกิดความคับข้องใจ (Frustration) เมื่อเกิดความคับข้องใจ ความแปรปรวนทางจิตใจก็จะเกิดขึ้นตามมา คือ ความวิตกกังวล ความกดดันทางใจ (Psychological Stress) เมื่อเกิดความคับข้องใจซึ่งอาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ในลักษณะที่เป็นอุปสรรคหรือสิ่งกีดขวาง หรือจากในตัวบุคคลในลักษณะที่เป็นความบกพร่อง เช่น รูปร่างหน้าตาไม่สวย สติปัญญาไม่ดี ร่างกายพิการ เป็นต้น ในบางรายอาจเกิดจากความขัดแย้งของแรงจูงใจ (Conflict of Motive) ซึ่งนำไปสู่ความไม่สบายใจหรือความวิตกกังวล ซึ่งมีผลต่อสุขภาพจิต ความขัดแย้งดังกล่าวแบ่งออกเป็น 4 แบบคือ

**1. ความขัดแย้งแบบเข้าหา (Approach-Approach Conflict)** เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องจากมีเป้าประสงค์ที่พอใจทั้ง 2 อย่าง แต่ต้องเลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่งเข้าทำนองรักพี่เสียดายน้อง

**2. ความขัดแย้งแบบหลีกเลี่ยง-หลีกเลี่ยง (Avoidance-Avoidance Conflict)** เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องจากมีเป้าประสงค์ที่ไม่พอใจทั้ง 2 อย่างแต่ต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง เข้าทำนองหนีเสือปะจระเข้

**3. ความขัดแย้งแบบเข้าหา-หลีกเลี่ยง (Approach-Avoidance Conflict)** เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเผชิญเป้าประสงค์ซึ่งมีลักษณะพึงพอใจและไม่พึงพอใจในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกสองฝักสองฝ่ายเข้าทำนองหวานอมขมกลืน

#### 4. ความขัดแย้งแบบเข้าหา-หลีกเลี่ยง (Double Approach Avoidance Conflict)

เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเผชิญกับการเลือกระหว่างเป้าประสงค์ 2 อย่างซึ่งแต่ละอย่างก็มีส่วนพึงพอใจและไม่พึงพอใจในขณะเดียวกัน เข้าทำนองกลืนไม่เข้าคายไม่ออก สรุปได้ว่าคนที่มีสุขภาพจิตไม่ดีนั้นคือ คนที่เกิดความคับข้องใจและคนที่เกิดความขัดแย้งในใจนั่นเอง (Dissayawanich, 1979)

โรคจิตเวชเกิดขึ้นเนื่องจากการทำงานอย่างผิดปกติในการพัฒนาของ Psychic Apparatus โดยสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งและอาการที่เกิดขึ้นจะมากหรือน้อยแล้วแต่การทำงานอย่างผิดปกตินั้นมากหรือน้อย ถ้ามองดูในแง่ของแรงผลักดันของจิตใจพบว่า แรงผลักดันของจิตใจต้องถูกควบคุมไว้ตามสมควรแต่ไม่ใช่มากเกินไป ถ้าแรงผลักดันถูกควบคุมน้อยเกินไปจะทำให้บุคคลนั้นไม่เหมาะสมหรือไม่สามารถอยู่ในสังคมของคนปกติได้ เพราะจะทำอะไรเอาแต่ใจตนเองโดยไม่คิดถึงผู้อื่น และถ้าแรงผลักดันนี้ถูกควบคุมมากเกินไปก็จะเกิดผลเสียหาได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่นถ้าแรงขับทางเพศถูกควบคุมอย่างเข้มงวดกดขี่และเร็วเกินไปคือเด็กยังเล็กเกินไปจะทำให้บุคคลผู้นั้นเสียความสามารถที่จะมีความสุขทางเพศตามที่สมควรเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่แล้ว ถ้าแรงผลักดันทางจิตใจในการก้าวร้าว (Aggressive Drive) ถูกควบคุมมากเกินไปจะทำให้บุคคลผู้นั้นเป็นคนขี้ลาดไม่เป็นตัวของตัวเอง และไม่กล้าแข่งขันกับผู้อื่น (ซึ่งในชีวิตประจำวันของผู้ใหญ่นั้นย่อมจะต้องมีการแข่งขันกันเป็นธรรมดา) นอกจากนี้แรงผลักดันทางจิตใจในการก้าวร้าวที่ถูกควบคุมอย่างเข้มงวดกดขี่นี้ ย่อมไม่มีการแสดงออกกับบุคคลภายนอกหรือมีทางระบายออกน้อยเกินไปก็จะกลับหันมาทำร้ายตนเอง ทำให้เกิดพฤติกรรมทำร้ายตนเองที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Self-destruction (Cheawsilp, 1983)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า สภาพการแปรปรวนทางจิตใจที่มาจากผู้ประกอบการนั้นมีหลายสาเหตุมาจากแรงขับเคลื่อนซึ่งผลักดันให้ผู้ประกอบการนั้นบรรลุตามประสงค์ที่ตั้งใจไว้ เช่น ความกระตือรือร้นในการขายหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของตนเอง โดยมีสิ่งจูงใจคือผลลัพธ์ความสำเร็จที่มากในรูปแบบของเงิน ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีแรงผลักดันมากก็อาจจะทำให้เกิดปฏิกิริยาในทางที่ไม่ดีแก่นักท่องเที่ยวได้โดยไม่รู้ตัว สิ่งต่อมาคือความวิตกกังวลของผู้ประกอบการ การทำยอดขายหรือการสร้างกำไรซึ่งไปจุดสูงสุดของความต้องการของผู้ประกอบการ โดยในแต่ละวันผู้ประกอบการก็จะคิดและกังวลในด้านนี้เป็นพิเศษทำให้ส่งผลต่ออารมณ์และอาจนำไปสู่ความเครียด และอาจจะแสดงออกมาให้นักท่องเที่ยวเห็นโดยขาดสติยังคิดชั่วขณะ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหวาดกลัวและไม่ปลอดภัย เป็นต้น

มีเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ที่ผ่านมาที่เป็นปัญหาระหว่างผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยวให้เห็นในข่าวบ่อย ๆ ว่าระหว่างบุคคลสองคนนี้ แต่ละคนก็ย่อมต้องการการได้เปรียบเชิงการค้า ผู้ประกอบการต้องการได้กำไรในการขายเยอะ ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวก็ต้องการจ่ายเงินจำนวนน้อยในการซื้อสินค้าให้ได้มากที่สุด การตกลงกันระหว่างสองบุคคลนั้นสามารถเป็นไปได้ 2 ทางคือ การตกลงได้ด้วยดีกับการตกลงกันไม่ได้ ในกระบวนการทั้งสองนี้จะดีหรือไม่ดีนั้นขึ้นอยู่กับ การควบคุมอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ การใช้เหตุผลในการสื่อสารที่มักจะเข้าข้างตนเองและใช้เวลานานในการตกลงกัน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดสภาวะหงุดหงิดใจและเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกันได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการไม่ควรสร้างความกดดันให้กับตนเองมากเกินไป ความกดดันต้องอยู่ในระดับที่พอดีและสามารถควบคุมได้ เพื่อไม่ให้เกิดการสร้างพฤติกรรมและคำพูดที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยว

## แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายการคุ้มครองนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก กล่าวว่าความปลอดภัยและความมั่นคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะมีชื่อเสียงและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวได้ ต้องมีรากฐานที่สำคัญที่มาจากจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้เกิดขึ้นในภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนการเดินทางและความพึงพอใจระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพราะจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวคือ ได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน เมื่อวางแผนเดินทางท่องเที่ยวแล้วจึงต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าประสบการณ์ที่จะได้รับราคาและความเสี่ยงจากความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่มีความคุ้นเคย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องการความมั่นคงในชีวิตและความปลอดภัยในทรัพย์สิน หากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านนี้ให้กับนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวย่อมไม่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่ประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังนั้นความปลอดภัยและความมั่นคงในการท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ (Panyarak, 2019)

ปัญหาเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมีผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งการจ้างงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยง โดยอาจส่งผลกระทบต่อขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงได้จัดตั้ง “กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา” มีภารกิจหลักในการเฝ้าระวังติดตามสถานการณ์ และตรวจสอบสิ่งบอกร่องเหตุที่มีผลกระทบหรืออาจเกิดผลกระทบต่อความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน และสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการให้ความช่วยเหลือ การอำนวยความสะดวก การแก้ไขปัญหาการหลอกลวง การดูแลความปลอดภัย และการบรรเทาทุกข์ต่อนักท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อร่วมกันดำเนินงานให้เกิดเครือข่าย และความเข้มแข็งทั้งระบบ (MOTS, 2017)

ตัวอย่างเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวถูกโกงราคาอาหารตักบาตรที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน โดยตอนเช้าได้ไปตักบาตรที่ตลาดเช้า และได้อุดหนุนชุดกับข้าวตักบาตรพระกับแม่ค้าที่คอยให้บริการอยู่บริเวณนั้น แต่ทราบภายหลังว่ามีการโกงราคาและยึดเหนี่ยวสินค้าจนทำให้เกิดความเสียหายต่ออำเภอเชียงคาน หลายฝ่ายจึงต้องออกมาตรวจสอบเรื่องนี้เป็นการด่วน (MGR Online, 2023)

2. ผู้สื่อข่าวรายงานว่า คลิปวิดีโอที่นักท่องเที่ยวถ่ายและนำไปลงไว้ในแอปพลิเคชัน Tiktok จะเห็นว่าคนขายข้าวโพดที่หาดพัทยา ก้มกราบเท้าขอให้อยู่ซื้อข้าวโพดต้ม เมื่อไม่ซื้อคนขายก็เดินหนีออกไปและไปทำแบบเดิมกับลูกค้ากลุ่มอื่นที่นั่งอยู่ริมหาดเดินไปสอบถามพ่อค้าแม่ค้าในละแวกนั้น ได้ข้อมูลว่า

พฤติกรรมก้มกราบเท้ามีอยู่จริง แต่พ่อค้าหาบเร่กลุ่มนั้นจะมาในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ส่วนวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ จะมีกลุ่มหาบเร่เด็กขายลูกอม ใช้กลยุทธ์เรียกความน่าสงสารโดยพ่อค้าแม่ค้าในพื้นที่เล่าว่า 2 แก๊งนี้ทำเป็นประจำมาแล้ว กลุ่มขายข้าวโพดต้มวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นผู้ใหญ่อายุประมาณ 40-60 ปี จะมาเดินที่หาดครึ่งละ 4-5 คน แยกกันเดินขาย พฤติกรรมคือมักไปก้มกราบเท้านักท่องเที่ยว ขอให้ช่วยซื้อข้าวโพดต้ม ราคา 3 ฝัก 100 บาท ถือว่าเป็นราคาที่แพงกว่าปกติ จากการสังเกตของพ่อค้าแม่ค้าในพื้นที่ บอกว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่ซื้อแต่ก็จะให้เงินเพื่อตัดความรำคาญ จากนั้นกลุ่มหาบเร่ก็จะไปทำแบบเดิมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ส่วนอีกกลุ่มคือ กลุ่มเด็กอายุประมาณ 6-9 ขวบ กลุ่มนี้ขายลูกอมและขนม เวลามามีผู้ปกครองขับรถมาส่ง เน้นขายเฉพาะวันจันทร์-ศุกร์ พฤติการณ์จะเน้นความน่าสงสาร เช่น ขอร้องให้นักท่องเที่ยวซื้อทีละเยอะ ๆ เพราะจะได้ขายหมดไว ๆ โดยบอกว่า “ถ้าขายไม่หมดจะถูกแม่ตีแม่จะไม่ให้กินข้าว” (PPTV Online, 2021)

3. จังหวัดนครพนม เร่งจัดระเบียบพร้อมดำเนินคดีกลุ่มผู้ค้าดอกไม้ธูปเทียน บริเวณหน้าวัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร หลังมีนักท่องเที่ยวร้องเรียน ถูกยึดเยียดให้ซื้อสินค้าในราคาแพง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม พุดเป็นเสียงเดียวกันว่า ผู้ค้าเร่ขายดอกไม้ธูปเทียนหน้าวัด ขู่บังคับยึดเยียดให้ซื้อสินค้าราคาชุดละ 80 บาท จนมีผู้นำภาพถ่ายและคลิปวิดีโอไปเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมนี้สร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก กลุ่มผู้ค้าดอกไม้ธูปเทียนบอกราคากับลูกค้าก่อนทุกครั้ง พร้อมปฏิเสธยึดเยียดขายสินค้า แต่ยอมรับว่ามีผู้ค้าเร่บางคนทำพฤติกรรมดังกล่าวจริง ที่ผ่านมามีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเคยเรียกผู้ค้าดอกไม้ธูปเทียนหน้าวัด มาทำข้อตกลงห้ามเดินเร่ขายเด็ดขาด หากฝ่าฝืนถือว่ามีความผิดฐานสร้างความเดือดร้อนรำคาญ ขณะที่คณะกรรมการวัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่มานมัสการพระธาตุพนม ทราบว่าทางวัดมีดอกไม้ธูปเทียนไว้บริการ โดยทำบุญได้ตามกำลังศรัทธา (Ch7HD News, 2021)

## บทสรุป

จากการศึกษาทางแนวคิดและทฤษฎีในด้านภาวะคุกคามที่อาจจะเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยวในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการนั้นพบว่า มีแนวทางที่สามารถแก้ไขปัญหาหรือลดอัตราการเกิดภาวะคุกคามได้ในหลายด้าน ดังนี้

### แนวทางการป้องกันสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดภาวะคุกคามต่อสิทธิมนุษยชนภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการนั้น กล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ปฏิบัติงานต้องมาความเข้มแข็งทางจิตใจสูง ต้องเป็นผู้ที่มีความมานะอดทนต่อสภาวะบั่นทอนภายนอกที่เข้ามากระทบต่อสภาพจิตใจและสุขภาพ เนื่องจากต้องให้บริการต่อนักท่องเที่ยว ผู้ที่มีความหลากหลายทางความคิดและหลากหลายสภาวะจิต ณ ขณะนั้น ขึ้นอยู่กับสิ่งที่เคยพบเจอมาในอดีตและปัจจุบัน ผู้ที่ให้บริการจึงต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกายและด้านจิตใจ เพื่อเป็นผลดีต่อการให้บริการและพร้อมที่จะรับมือกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่จะต้องเจอหรือเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้นเป็นจำนวนมากที่ผู้ประกอบการอาจจะเกิดสภาวะจิตที่ไม่สมบูรณ์ในการให้บริการ เช่น ยังคงมีความวิตกกังวลกับเรื่องราวการให้บริการในด้านลบที่ผ่านมา

ยังจำภาพเหตุการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับการให้บริการ เกิดความรู้สึกผิดในจิตใจที่เคยกระทำผิดมาก่อน เป็นต้น  
สิ่งทั้งหลายเหล่านี้คือ อุปสรรคในการให้บริการและยังสามารถขยายผลไปสู่เหตุการณ์ใหม่ที่อาจจะรุนแรง  
มากกว่าเดิมก็เป็นได้

ดังนั้น ประการแรกที่ผู้ประกอบการทุกคนจะต้องให้ความสนใจและตระหนักอยู่ตลอดเวลาคือ  
การมีสติ คือ การกระทำทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นทางกาย วาจา หรือทางใจ ต้องอยู่บนพื้นฐานแห่งความถูกต้อง  
และมีสติรู้ในสิ่งที่กระทำอยู่ตลอดเวลา

ประการที่สองคือ ต้องมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการอยู่เสมอ เนื่องจากเราสามารถรู้ล่วงหน้าแล้วว่า  
ในการให้บริการนั้นจะต้องเจออุปสรรคนานาประการจากนักท่องเที่ยวที่มีสภาวะทางจิตที่หลากหลาย  
ถ้าหากเราไม่สามารถปรับแนวความคิดในการให้บริการที่ดีได้ ก็เหมือนกับเป็นการเติมเชื้อไฟให้กับปัญหา  
และอุปสรรคภายนอกที่มากกระทบ ส่งผลทวีความรุนแรงในปัญหานั้น ๆ มากยิ่งขึ้น

ประการที่สามคือ ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการต้องให้บริการอยู่บนพื้นฐานแห่งความเท่าเทียม  
เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จากการกระทำของเราว่ามีการแบ่งแยกชนชั้นในการให้บริการ  
หรือไม่ ทุกอย่างต้องดำเนินในวิถีเดียวกันจะเลือกที่รักมักที่ชังไม่ได้

ทั้งสามประการนี้คือ สิ่งที่สามารถก่อให้เกิดภาวะคุกคามที่ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการสามารถ  
แสดงออกต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างไม่รู้ตัว ซึ่งจะส่งผลเสียอย่างมากในการแสดงภาพลักษณ์ออกมาในทาง  
ที่ไม่ดี และสร้างภาวะคุกคามหรือละเมิดสิทธิทั้งทางร่างกายและจิตใจต่อนักท่องเที่ยวได้ สิ่งทั้งหลาย  
เหล่านี้ไม่จำเป็นที่จะต้องออกเป็นกฎหมายในทางปฏิบัติ หรือกำหนดบทลงโทษผู้ที่กระทำแต่อย่างใด  
แต่จะต้องแก้ไขในส่วนที่เป็นจิตสำนึกของผู้ประกอบการทุกคน เพราะถ้าหากผู้ประกอบการไม่สามารถปรับ  
หรือแก้ไขได้ทั้งสามประการนี้ ก็จะเกิดผลเสียในเชิงธุรกิจของตนเปรียบเสมือนบทลงโทษโดยปริยายนั่นเอง

การซื้อขายผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น การตัดสินใจในการเลือก  
ซื้อสินค้าและบริการทั้งหมดเป็นสิทธิและความสมัครใจของนักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ  
นั้นไม่สามารถที่จะเข้าไปแทรกแซงหรือบีบบังคับให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ เนื่องจาก  
เป็นสิทธิมนุษยชนที่นักท่องเที่ยวได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ประกอบการ  
จะต้องเข้าใจในบริบทของตนเองว่าสามารถกระทำการได้มากน้อยเพียงใด สิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถ  
ทำได้คือ การให้ข้อมูลที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการนั้น ๆ แก่นักท่องเที่ยวด้วยความบริสุทธิ์ใจ  
โดยปราศจากความคิดที่จะพยายามหาช่องทางเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพ  
ในตัวสินค้าและบริการในแบบที่ไม่ลวงเกินหรือละเมิดนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะทางกาย วาจา หรือใจก็ตาม  
นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ซึ่งคิด ไตร่ตรอง และหาเหตุในการซื้อขายผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้วยตัวของ  
ตัวเองเท่านั้น ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้านั้น ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับ  
การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลคือ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวนั่นเอง อารมณ์ถือได้ว่าเป็นปัจจัย  
ที่สำคัญในการก่อเกิดทุกความสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นความรู้สึกแรกที่เกิดขึ้นระหว่างการสร้างปฏิสัมพันธ์  
ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ในระยะยาวในการเสนอขาย เพราะโดยส่วนมาก  
จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในระยะเวลาเพียงสั้น ๆ เท่านั้น นอกเหนือจากนั้นจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพ  
ของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการว่าจะเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด หากนักท่องเที่ยว  
มีความพึงพอใจมากนักท่องเที่ยวก็น่าจะเป็นผู้สานต่อความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ประกอบการเอง แต่ถ้านักท่องเที่ยว  
มีความพึงพอใจน้อยหรือไม่มีนั้น นักท่องเที่ยวก็จะเป็นคนตัดความสัมพันธ์นั่นเองเช่นกัน

ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และเกิดการสานสัมพันธ์ต่อนั้น ถือเป็นบทพิสูจน์การบริการของผู้ประกอบการอย่างหนึ่งที่ประจักษ์ว่าผู้ประกอบการนั้น ๆ ให้ความสำคัญต่อการบริการมากน้อยเพียงใด นักท่องเที่ยวจะสัมผัสได้ถึงบริการหลังการขายว่าผู้ประกอบการนั้นสามารถอำนวยความสะดวกได้มากเท่าไร จะเป็นการดีอย่างมากหากผู้ประกอบการหมั่นสนใจการสร้างสภาพจิตที่ดีให้แก่ตนเอง ถือเป็นการเตรียมความพร้อมตั้งแต่เริ่มต้นสำหรับการให้บริการ พื้นฐานสำคัญในการให้บริการนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน รู้หลักการบริการและเอาใจใส่ในการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาเวลาว่างเพื่ออบรมเกี่ยวกับการบริการอยู่เสมอ ๆ โดยเฉพาะการฝึกด้านจิตใจ ให้รู้จักอดทน อดกลั้น ไม่โกรธ รู้จักข่มใจและคิดเสมอว่านักท่องเที่ยวคือผู้ให้แก่เรา

### ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการตระหนักถึงการกระทำบางอย่างที่อาจจะไปกระทบหรือก้าวล่วงสิทธิของนักท่องเที่ยว อันเป็นสาเหตุมาจากความเครียดหรือแรงกดดันในการทำงานที่มีการแข่งขันสูง แต่ในทางกลับกันนั้น ผู้ประกอบการต้องนึกว่านักท่องเที่ยวทุกคนมาท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย พบเจอประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และสนุกสนานในทุก ๆ กิจกรรมที่ได้ทำ ดังนั้นจึงไม่ควรกระทำการใด ๆ ทั้งทางสีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง ที่เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกหวาดกลัว หวาดระแวง กัดดัน หรือเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพราะถ้าหากผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการไม่ใส่ใจต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เมื่อเกิดเป็นปัญหามากขึ้น อาจจะมีการร้องเรียนต่อภาครัฐให้ออกเป็นกฎหมายหรือกฎข้อบังคับขึ้นมา ซึ่งจะเป็นการยากลำบากต่อผู้ประกอบการเองที่ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างสะดวกสบายเหมือนเดิม

### References

- Allianz Travel. (2022). **Common Tourist Scams and How to Avoid Them.** <https://allianz-assistance.co.th/travel/common-tourist-scams-and-how-to-avoid-them/>
- Amnesty International Thailand (AIT). (2020). **Human Rights Work.** <https://www.amnesty.or.th/our-work/>
- Assmus, G., Farley, J. U. & Lehmann, D. R. (1984). How Advertising Affects Sales: Meta-Analysis of Econometric Results. *Journal of Marketing Research*, 21(1), 65-74.
- Ch7HD News. (2021). **Prosecute those who Forcefully Sell Flowers, Incense Sticks and Candles in Front of Temples in Nakhon Phanom Province.** <https://news.ch7.com/detail/474519>
- Cheawsilp, P. (1983). **Psychoanalytic Theory Handbooks.** Sahaprachapanich Press.
- Dissayawanich, J. (1979). **Psychiatry.** Prasingkanpim Press.
- Khaophuket. (2019). **Hunting for the Criminal who Forced a Slow Loris to Take Pictures with Tourists at Kata and Karon Beaches.** <https://t.ly/COoMl>

- Kosananan, J. (2016). **Human Rights without Frontiers: Philosophy, Law and Social Reality**. National Assembly Library of Thailand.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management: Analyzing Consumer Marketing and Buyer Behavior (The Millennium)**. Prentice–Hall.
- MGR Online. (2023). **Disgrace! Travelers Post about Encountering Vendors Taking Advantage at Chiang Khan**. <https://mgronline.com/local/detail/9660000087575>
- Ministry of Tourism and Sports (MOTS). (2017). **Tourism Safety Measures**. [https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament\\_parcy/ewt\\_dl\\_link.php?nid=56340&filename=index](https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=56340&filename=index)
- Nation TV. (2023). **Photographer Pestors Tourists at Petronas Twin Towers**. <https://www.nationtv.tv/foreign/378928338>
- Panyarak, B. (2019). **Safety Image, Perception of Safety Management and Loyalty of Chinese Free and Independent Travelers in Bangkok**. National Institute of Development Administration.
- PPTV Online. (2021). **Revealing the Pattaya Hawker Gang Prostrate to the Feet – Forcing Tourists to Buy**. <https://t.ly/DT1UR>
- Sasse, C. R. (1978). **Person to Person**. Benefit.
- Schneider, D. J. (1976). **Social Psychology**. Addison–Wesley.
- Schutz, A. (1955). **Correspondence with Adolph Lowe**. Beinecke Rare Book and Manuscript Library, Yale University, General Manuscripts 129, Box 27, Folder 664.
- Srisen, P. (2001). **Expectations of Service Recipients on Service Quality in Outpatient Work Siriraj Hospital: Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Mahidol University**. International Affairs for Research Section.