



# การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและจิตวิทยาการท่องเที่ยว: แนวทางขับเคลื่อนและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชน หลังวิกฤตการณ์ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19)

ธิปทัพนธ์ ยิ้มประเสริฐ \*

คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ประเทศไทย

## Application of Sufficiency Economy Philosophy and Tourism Psychology: Guidelines for Driving and Restoring Community Based Tourism after the Crisis of Coronavirus 2019 (Covid-19) Disease

*Thiaptapone Yimprasert \**

Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology, North Bangkok, Thailand

### Article Info

#### Academic Article

Article History:

Received 31 March 2020

Revised 3 September 2020

Accepted 9 September 2020

#### คำสำคัญ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง  
จิตวิทยาการท่องเที่ยว  
การท่องเที่ยวโดยชุมชน  
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา  
สายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19)

\* Corresponding author

E-mail address:

[Thiaptapone.yim@outlook.com](mailto:Thiaptapone.yim@outlook.com)

### บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งเน้นแนวคิดเชิงทฤษฎีในด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและจิตวิทยาการท่องเที่ยวอันเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) ซึ่งการนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น ประกอบด้วย 1) “ความพอประมาณ” คือ การวางแผนที่เข้าใจในศักยภาพและสิ่งที่ชุมชนมีผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่เรียกว่า “ทุนชุมชน” 2) “มีเหตุผล” คือ การขับเคลื่อนชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างความดึงดูดใจ เข้าถึงได้ง่าย มีที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และ 3) “ภูมิคุ้มกันที่ดี” คือ มีการวางแผนในด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และ 4) การปฏิบัติงานภายใต้เงื่อนไขด้านความรู้และคุณธรรมเพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนพัฒนาได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้การนำเอากระบวนการหรือปัจจัยทางจิตวิทยาประยุกต์ใช้จะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีต่อนักท่องเที่ยวให้เกิดความเชื่อมั่นต่อชุมชน รวมถึงประชากรของชุมชนให้สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**Keywords:**

Sufficiency economy  
philosophy  
tourism psychology  
community based tourism  
Coronavirus 2019 (Covid-19)

---

**Abstract**

---

This article focuses on the theoretical concepts in the field of tourism. It is related to issues involving sufficiency economy philosophy and tourism psychology that can be used as guidelines for driving and restoring community based tourism after the Coronavirus 2019 (Covid-19) crisis in the upper northern region. We suggest several ways to apply the sufficiency economy philosophy to the development of community based tourism as follows: (a) "Moderation" as the basis of planning, reflecting five aspects of community capital; (b) "reasonableness" as the criterion driving tourism development—this guides the creation of attractions, accommodation, amenities, and activities; (c) the use of "Self-immunity" to establish competent strategic management of human resources, material and product development, tool and machine maintenance, marketing, work practices, natural resource and environmental management, and budget planning; and (d) the population of the sufficiency economy villages must work together, combining professional skills with morality and justice, to ensure the sustainability of their tourism sector. We conclude by stating that the application of psychological processes or factors will not only create confidence for tourists to return and stay in the community, but also will enable the community to drive tourism development in accordance with the sufficiency economy philosophy with efficiency.

## 1. บทนำ

ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจของโลกรวมถึงประเทศไทยที่มีแนวโน้มของการขยายตัวชะลอตัวอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากเศรษฐกิจทั่วโลกได้รับผลกระทบจากการค้าระหว่างประเทศที่ชะลอตัว แต่ทว่าการท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งจากการรายงานของสมาพันธ์การท่องเที่ยวโลก (WTTC, 2019, p. 1) พบว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจโลกสูงถึง 8.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 10.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3.9 ซึ่งเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการเติบโตโดยรวมของเศรษฐกิจโลกร้อยละ 3.2 และเป็นรองเศรษฐกิจภาคการผลิตที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดเพียงร้อยละ 0.1 เท่านั้น เช่นเดียวกับประเทศไทยที่เศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวก็มีพัฒนาการของการเติบโตที่ต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบสถิติการเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลกในปี ค.ศ. 2018 ประเทศไทยมีการเติบโตของเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 14 สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยสูงถึง 110 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจร้อยละ 21.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ การเติบโตภาคการท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 6 ซึ่งมากที่สุดในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และต่ำกว่าการเติบโตรวมของภูมิภาคเพียงร้อยละ 0.2 ทั้งนี้ การท่องเที่ยวของไทยมีการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยร้อยละ 19.8 จากนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 80.2 โดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสูงถึงร้อยละ 90.6 เพื่อธุรกิจร้อยละ 9.4 และมีการคาดการณ์ของการเติบโตของเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวในระยะยาว 10 ปีข้างหน้าอยู่ที่ร้อยละ 5.0 ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยนั้น การท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่สามารถสร้างมูลค่าและยกระดับเศรษฐกิจในแต่ละประเทศได้เป็นอย่างดี

## 2. การท่องเที่ยวกับวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19)

ณ สถานการณ์ปัจจุบันที่สังคมโลกกำลังเผชิญกับวิกฤตในเชิงสาธารณสุขปรากฏเป็นโรคระบาดขนาดใหญ่ด้วยเกิดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ SARS-CoV-2019 ที่เรียกโดยย่อว่า โควิด-19 หรือ Covid-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลกในระยะเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งไวรัสดังกล่าวนั้นค้นพบครั้งแรกในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562 ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นกลุ่มเชื้อขนาดใหญ่ของไวรัสที่ก่อให้เกิดความเจ็บป่วยตั้งแต่ระดับโรคไข้หวัดธรรมดาไปจนถึงโรคไข้หวัดที่มีอาการรุนแรง เช่น โรคระบบทางเดินหายใจตะวันออกกลาง หรือ MERS-CoV และโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง หรือ SARS-CoV เป็นต้น

อาการทั่วไปของการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) นั้นจะมีผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ โดยเริ่มจากมีอาการไข้ ไอ หายใจถี่ และลำบาก ในกรณีที่รุนแรงมากขึ้น การติดเชื้ออาจทำให้เกิดภาวะของโรคแทรกซ้อนที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินหายใจ ได้แก่ โรคปอดบวม โรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ที่นำไปสู่ภาวะไตวายและการเสียชีวิตในที่สุด (WHO, 2020) ซึ่งจากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก ณ วันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2563 ปรากฏผู้ติดเชื้อทั่วโลกรวม 693,224 ราย เสียชีวิตรวม 33,106 ราย คิดเป็นอัตราการสูญเสียชีวิตร้อยละ 4.78 ของจำนวนผู้ติดเชื้อทั้งหมดทั่วโลก ครอบคลุม 203 ประเทศ และดินแดน การปกครองตนเองต่างๆ ทั่วโลก ขณะที่ประเทศไทยมีข้อมูลผู้ติดเชื้อรวม 1,524 ราย เสียชีวิต 9 ราย คิดเป็นอัตราการสูญเสียชีวิตร้อยละ 0.59 ของจำนวนผู้ติดเชื้อทั้งหมดในประเทศ (WHO, 2020) จากสถิติดังกล่าวหากนานาประเทศรวมถึงประเทศไทยไม่มีมาตรการในการป้องกันและให้ความรู้ด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับเชื้อโรคนี้ได้ดีพอก็อาจจะนำมาซึ่งการแพร่กระจายของโรคระบาดนี้ได้อย่างทวีคูณยิ่งขึ้น ด้วยเชื้อสามารถกระจายตัวในอากาศและยังสามารถมีชีวิตอยู่ได้ตามวัตถุต่างๆ ได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หากไม่ระมัดระวังให้ประชาชนตระหนักและให้ความสำคัญในการป้องกันตนเองก็เป็นไปได้ยากที่จะหยุดหรือชะลอการขยายตัวของการแพร่ระบาดได้ และเชื้อโรคอุบัติใหม่นี้ยังไม่มีวัคซีนที่มีประสิทธิภาพเพียงพอเพื่อใช้ในการป้องกันเชื้อโรคได้

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) แม้จะอยู่ในช่วงระยะเวลาเริ่มต้นของโรคแต่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจระดับโลกในวงกว้าง ซึ่งหน่วยงานวิเคราะห์เศรษฐกิจของนิตยสาร ดี อี โคโนมิสต์ (EIU, 2020) คาดการณ์ว่า การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 2.3 จะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในทุกภูมิภาคทั่วโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกจะได้รับผลกระทบราว 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อันเป็นผลสืบเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนหลายล้านคนซึ่งเป็นประเทศต้นกำเนิดของโรคระบาดในครั้งนี้ยกเลิกหรือชะลอแผนการเดินทางในอนาคตออกไปก่อน เพราะเกิดความวิตกกังวลในเรื่องมาตรการความปลอดภัยจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ทำให้จีนคาดการณ์การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศในปีนี้อาจจะต่ำเพียงร้อยละ 2.1 ลดลงจากร้อยละ 6.1 ตามที่เคยคาดการณ์เอาไว้ก่อนหน้าในปี พ.ศ. 2562 เช่นเดียวกับกับญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่ได้รับผลกระทบในวงกว้างต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งนี้ ในส่วนของตลาดการท่องเที่ยวนั้น เนื่องจากประชากรจีนคือฐานการเคลื่อนย้ายการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวที่สำคัญ เมื่อเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวนี้ขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยวในหลายประเทศที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นตลาดสำคัญ ได้แก่ ฮองกง ไต้หวัน ไทย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย และศรีลังกา

นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระบบห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมโดยเฉพาะฮ่องกง ไต้หวัน เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ และไทย ซึ่งประเทศเหล่านี้ล้วนแต่เป็นประเทศฐานการผลิตที่สำคัญของจีน

จากการคาดการณ์ข้างต้น ส่งผลกระทบเชิงลบอย่างเห็นได้ชัดเจตต่อตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการรายงานเกี่ยวกับสถิติการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2563 ในเดือนมกราคม เปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2562 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทยมีจำนวนลดลงร้อยละ 2.55 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศลดลงถึงร้อยละ 3.24 เมื่อจำแนกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงถึงร้อยละ 4.28 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงร้อยละ 3.48 ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.05 แต่กลับมีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติลดลงร้อยละ 3.12 นั่นสะท้อนให้เห็นว่าแม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น แต่กำลังการบริโภคของนักท่องเที่ยวลดลง อันเป็นผลมาจากสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวแบบประหยัดและมีระยะเวลาอยู่พำนักเพื่อการท่องเที่ยวลดลง ขณะเดียวกันข้อมูลสถิติข้างต้นนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อันบ่งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นก่อนช่วงพักจากสถานการณ์โรคระบาดที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีจำนวนผู้เข้าไปเยี่ยมชมเยือนลดลงเป็นอย่างมาก

### 3. การขับเคลื่อนและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ Community Based Tourism เป็นกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อสร้างเสริมให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีบุคลากรในชุมชนเป็นฐานสำคัญในการเป็นผู้บริหารจัดการ (ชุติกัญจน์ กันทะอุ, 2560, น. 6) กล่าวคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่บุคลากรภายในชุมชนเป็นผู้ริเริ่มจัดทำและบริหารจัดการด้วยตนเอง อันเป็นการสร้างสังคมแห่งความอยู่ดีมีสุขที่นำไปสู่การปลูกฝัง ถ่ายทอด ค่านิยม วัฒนธรรมอันดีงาม ตลอดจนสร้างความห่วงใยในทรัพยากรของชุมชนให้สืบต่อเป็นมรดกตกทอดและคงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน (ASEAN Secretariat, 2016, p. 189) จากรายงานของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ณ ปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีจำนวนชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 264 ชุมชน โดยเป็นชุมชนในเขตภาคเหนือมากที่สุด จำนวน 82 ชุมชน โดยมีสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นชาวไทยร้อยละ 25 และเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 75 รองลงมาตามลำดับ คือ ภาคใต้ จำนวน 63 ชุมชน มีสัดส่วนจำนวน

นักท่องเที่ยวที่เข้าไปพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นชาวไทยร้อยละ 82 และเป็นชาวต่างชาติถึงร้อยละ 18 ภาคกลาง จำนวน 62 ชุมชน มีสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นชาวไทยร้อยละ 78 และเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 22 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 57 ชุมชน มีสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นชาวไทยร้อยละ 82 และเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 18 (พจนานุกรม, 2560, น. 13) จากข้อมูลดังกล่าวนี้และเชื่อมโยงกับสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ระบุก่อนหน้านี้ที่นี่ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กระจายตัวอยู่ในทุกภาคของประเทศไทย หากประเทศไทยสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) การบริหารจัดการเพื่อฟื้นฟูพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหวนกลับมาท่องเที่ยวได้เป็นปกติอีกครั้งแม้ว่าจะต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟูแต่ในระยะสั้นก็อาจจะส่งผลกระทบในเชิงจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักที่สนใจจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่การท่องเที่ยวโดยในเขตภาคเหนือนั้นอาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อให้มีการหวนกลับไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ยาวนานกว่าเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักจะเป็นชาวต่างประเทศ ซึ่งหากสถานการณ์ในระดับนานาชาติยังไม่สามารถควบคุมการระบาดของโรคให้เป็นปกติได้การเดินทางออกนอกประเทศจึงอาจจะเป็นไปได้ยากในช่วงระยะเวลานี้ ดังนั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของคนในประเทศในภาพรวมในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มีการกระจายตัวอย่างทั่วถึงและเข้าถึงในทุกภูมิภาคของประเทศอย่างเท่าเทียม การขับเคลื่อนและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยหลังวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) ผ่านพ้นไปแล้วนั้นจึงเป็นวาระสำคัญเร่งด่วนที่จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมให้มีการบริหารจัดการได้อย่างทันท่วงทีเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากให้สามารถฟื้นฟูและรองรับความต้องการของการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างยาวนาน รวมถึงการประสานความคิดเห็นจากบุคคลหลากหลายสาขาในการดำเนินการเพื่อการวางแผนงานในด้านต่างๆ และทดสอบความพร้อมของชุมชนด้วยการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่นั่นจะต้องอาศัยการประสานงานและความร่วมมือของคนในชุมชนตลอดจนแรงงานและผู้ประกอบการในระดับท้องถิ่นในการกำหนดวิสัยทัศน์และการบริหารจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างความ เป็นเจ้าของในการบริหารจัดการที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนต่อไป นอกจากนี้การเร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังจะช่วยก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่า

ต่อชุมชนในมิติต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การศึกษา การเมือง และสุขภาพ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

### ตารางที่ 1

ประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีต่อชุมชน

พื้นที่การพัฒนา	ประโยชน์จากการพัฒนาศักยภาพ
เศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่วยสร้างแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมและเป็นอิสระต่อการพัฒนาชุมชน</li> <li>- เกิดการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยว</li> <li>- สร้างรายได้ให้กับประชากรในชุมชนและท้องถิ่น</li> </ul>
สังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยกระดับคุณภาพชีวิต</li> <li>- สร้างเสริมความภูมิใจให้แก่ชุมชน</li> <li>- สร้างเสริมความเท่าเทียมของประชากรทุกเพศทุกวัยในชุมชน</li> <li>- ช่วยสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการชุมชนให้มีความเข้มแข็ง</li> </ul>
วัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กระตุ้นให้เกิดความเคารพ ศรัทธา และยอมรับในวัฒนธรรมที่แตกต่าง</li> <li>- เกิดการถือฤกษ์เปลี่ยนแปลงระหว่างวัฒนธรรม</li> <li>- ปลุกฝังให้เกิดการพัฒนาและห่วงแหนในวัฒนธรรมท้องถิ่น</li> </ul>
สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างเสริมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>- เพิ่มความตระหนักในการอนุรักษ์</li> <li>- ส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการของเสียที่มีประสิทธิภาพ</li> </ul>
การศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทักษะในงานใหม่ๆ</li> <li>- สร้างสรรค์ให้เกิดผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ในด้านต่างๆ ที่หลากหลายในชุมชน</li> <li>- กระตุ้นให้มีการนำองค์ความรู้ใหม่ๆ มาใช้เพื่อพัฒนาชุมชน</li> <li>- ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์ความรู้ระหว่างวัฒนธรรม</li> <li>- สร้างเสริมให้เกิดการเคารพในสิทธิของความเป็นมนุษย์</li> </ul>
การเมือง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนและท้องถิ่น</li> <li>- เสริมสร้างพลังชุมชน</li> <li>- สร้างความมั่นใจในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน</li> </ul>
สุขภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการมีสุขภาพกายที่ดี</li> <li>- เกิดความหลากหลายของการผลิตอาหารและมีการปรับปรุงคุณค่าทางโภชนาการที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว</li> </ul>

ที่มา: REST, 2003, p. 22; Tuffin, 2005, p.182; Lama, 2014, pp. 12-13.

ณ สถานการณ์ปัจจุบันโรคระบาดจากเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) ได้สร้างความเสียหายทางระบบเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวไปทั่วโลก โดยมีการคาดการณ์ว่าโรคระบาดนี้อาจจะใช้ระยะเวลาในการคลี่คลายสถานการณ์ไปยาวนานถึงต้นปี พ.ศ. 2564

หรือ ค.ศ. 2021 เลยทีเดียว (EIU, 2020) ดังนั้น หากสถานการณ์กลับมาเป็นปกติอีกครั้ง สิ่งสำคัญที่จะต้องเร่งดำเนินการเพื่อกระตุ้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยสำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ก็คือ การขับเคลื่อนและฟื้นฟูศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้กลับมามีศักยภาพและสามารถรองรับความต้องการเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้อย่างประทับใจและรู้สึกปลอดภัย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในระดับชุมชนหรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism - CBT) ในที่นี้ผู้เขียนได้นำเสนอแนวทางเพื่อการขับเคลื่อนและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยการประยุกต์ใช้หลักการทางทฤษฎี 2 ประการคือ 1) ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาเป็นแนวทางหลักในการดำเนินงาน และ 2) จิตวิทยาการท่องเที่ยว มาใช้เป็นแนวทางสนับสนุนการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 3.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy) เป็นทางเลือกใหม่ที่ให้ความสำคัญแก่กับการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และการเสื่อมสลายทางด้านสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เศรษฐกิจพอเพียงยึดหลักการที่สำคัญ คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี ควบคู่กับเงื่อนไขของการมีคุณธรรมและความรู้ (อนุรัตน์ อนันทนาร, 2560, p. 299) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีใช้เพียงการนำเสนอเพื่อใช้ประโยชน์เพื่อการบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น (Kitbumrung, 2018, p. 72) แต่ยังให้ความสำคัญกับการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการขับเคลื่อนพัฒนาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Shone, 2014, p. 1) ที่จะนำมาซึ่งความอยู่ดีมีสุขทั้งทางร่างกายและจิตใจ ตลอดจนรายได้ที่มั่นคงของสมาชิกทุกคนในชุมชนอีกด้วย (Jitsuchon, 2018, p. 1) ซึ่งการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เพื่อการขับเคลื่อนและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย มีแนวทางตามหลักการสำคัญของทฤษฎี ดังนี้

**3.1.1 ความพอประมาณ (Moderation)** หมายถึง การดำรงชีพด้วยความพอดี ไม่เคร่งเครียดหรือเข้มงวดกับการใช้จ่ายใช้สอยของตนเองมากเกินไป ความปรารถนาในสิ่งของหรือวัตถุที่มีราคาแพงย่อมพึงกระทำได้แต่ต้องให้สอดคล้องกับระดับฐานะและรายได้ของตนเอง (อนุรัตน์ อนันทนาร, 2560, น. 308) เป็นการรักษาสสมดุลระหว่างความตระหน้อย่างเข้มงวดกับความฟุ่มเฟือย การปรับตัวให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุขมีความสมดุลอย่างไม่มีขีดมันถึงมันไปกับสภาวะในตนเองตลอดจนกระแสนสังคมทั้งในรูปแบบเก่าและสมัยใหม่ และมีสติในตนให้ดำเนินชีวิตได้ด้วยความพอเพียงภายใต้ขอบเขตของความมีอิสรภาพที่เหมาะสม (Barua & Tejavivaddhana, 2019, p. 196) อันจะเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืน (U-tantada, Mujtaba, Yolles & Shoosanuk, 2016, p. 3) ซึ่งการ



ประยุกต์ใช้หลักการด้าน “ความพอประมาณ” เพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น คือ การสร้างเสริมและกระตุ้นให้สมาชิกของชุมชนรู้จักและเข้าใจในศักยภาพของตนเอง ตลอดจนสิ่งที่ชุมชนมีอยู่ด้วยการศึกษาผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยหลักในชุมชนทั้ง 5 ด้านที่เรียกว่า “ทุนชุมชน” อันหมายถึง สรรพสิ่งใด ๆ ก็ตามที่มีอยู่ในชุมชนทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและเกิดขึ้นจากฝีมือหรือจากภูมิปัญญาที่มีมูลค่าหรือคุณค่าของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม คน วัฒนธรรม ประเพณี หรือปัจจัยบริการด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ รวมถึง “เงิน” ที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีมูลค่าต่อการดำเนินวิถีชีวิตของคนด้วย (กระทรวงมหาดไทย, 2557, อ้างใน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2558, น. 7) การที่สมาชิกของชุมชนรู้จักและเข้าใจในศักยภาพของตนเอง เข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่เรียกว่า “ทุนชุมชน” ที่อยู่แวดล้อมชุมชนและตนเองตามที่กล่าวมานั้น จะเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การสร้าง “ความพอประมาณ” ให้แก่สมาชิกทุกคนในชุมชนได้ กล่าวคือ การเข้าใจในทุนชุมชนเสมือนเป็นการกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ที่จะหลีกเลี่ยงความต้องการที่เกินพอดีของแต่ละบุคคล เป็นการสร้างวินัยในตัวเองให้เกิดขึ้นในระดับบุคคลเพื่อปกป้องตัวเองจากกระแสบริโภคนิยมหรือความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ต่าง ๆ เป็นกลไกการรองรับผลกระทบจากสถานการณ์ต่าง ๆ โดยดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ด้วยการกระบวนการคิด “ในมุมมองที่กว้าง” เพื่อจะได้นำไปสู่ “การแก้ไขปัญหาคู่จุดเล็ก” ได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2560, น. 7) อันจะเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความพอประมาณในระดับชุมชนที่สมาชิกทุกคนเกิดความตระหนัก และเข้าใจในสิ่งที่ชุมชนของตนเองมีอยู่ เกิดการเรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเองตามศักยภาพที่ชุมชนมี เข้าใจในบทบาทหน้าที่ในการดำรงอยู่เป็นสมาชิกร่วมกันในชุมชน ตลอดจนบริบทของสังคม วัฒนธรรม จุดแข็งและจุดอ่อนของชุมชน ที่นำไปสู่แนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง อยู่เย็นเป็นสุขได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, น. 2-3)

**3.1.2 มีเหตุผล (Reasonableness)** หมายถึง ความเชื่อมโยงระหว่างการกระทำและผลที่ตอบสนองตามมา (Barua & Tejavivaddhana, 2019, p. 198) เป็นความเข้าใจในผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุอันเป็นความคิดหรือการกระทำที่มีต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยความมีเหตุผลจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการสั่งสมความรู้และประสบการณ์มาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ และรู้วิธีประมวลปัจจัยที่ซับซ้อนมาประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจ เพื่อให้ความคิดหรือการกระทำอยู่ในกรอบที่ถูกต้องตามหลักเหตุผล (สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2560, น. 7) อันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่การมีบริหารจัดการที่ดีของชุมชน (U-tantada, Mujtaba, Yolles & Shoosanuk, 2016, p. 3) ซึ่งการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่าง “มีเหตุผล” นั้น เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนที่ตรง

เป้าหมายโดยมุ่งเน้นที่จะปรับเปลี่ยนปัจจัยต่างๆ ของชุมชนให้สามารถรองรับและรับรองนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมที่จะส่งมอบคุณค่าของตน (Value Proposition) ตามอัตลักษณ์สู่สายตานักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยว กล่าวคือสามารถสร้างความดึงดูดใจ เข้าถึงได้ง่าย มีสถานที่สำหรับพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชนพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ อันประกอบด้วย

- 1) Attraction คือ การสร้างความดึงดูดใจ ด้วยคุณสมบัติเฉพาะตัวที่มีความโดดเด่น แตกต่างกันออกไปตามช่วงของเวลา เช่น งานประเพณีตามช่วงฤดูกาลต่างๆ ภายในชุมชน การแสดงรื่นเริงในเทศกาลต่างๆ ของชุมชน
- 2) Accessibility คือ การเข้าถึงได้ง่าย มีช่องทางในการเดินทางที่หลากหลาย สะดวก ง่ายต่อการเข้าถึงได้ เช่น มีถนน ลานจอดรถ ที่พร้อมและเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางในจุดตัดเส้นทางที่สำคัญ
- 3) Accommodation คือ ที่พักผ่อนค้างแรมในชุมชน ซึ่งนอกจากที่พักที่ต้องจัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว อาหาร เครื่องดื่ม หรือบริการอื่นๆ ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวก และสร้างความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยวขณะมาพักผ่อนได้
- 4) Amenity คือ การอำนวยความสะดวกที่มีการบริการจัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างประทับใจ ไม่ว่าจะเป็น ที่พัก ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านค้า ของที่ระลึก เป็นต้น
- 5) Activity คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตให้แก่นักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสกับวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนในชุมชนและสังคมในลักษณะที่แตกต่างกัน (Papadoulis & Minns, 2018, pp. 30-34)

**3.1.3 ภูมิคุ้มกันที่ดี (Self-immunity)** หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการกับการดำเนินชีวิตให้มีการรองรับในปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ (U-tantada, Mujtaba, Yolles & Shoosanuk, 2016, p. 3) ไม่ประมาทต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว มีการดำเนินชีวิตอย่างมีสติ (อนุรัตน์ อนันทนาธร, 2560, น. 309) สามารถปกป้องตนเองจากปัจจัยชั่วร้ายหรือสิ่งกระตุ้นเร้าที่เหนื่อ การควบคุมและไม่อาจหยั่งรู้ได้จากภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Mongsawad, 2010, p. 128) เมื่อมีการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามหลักการของเหตุและผล เพื่อให้ได้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและสากลแล้วนั้น เพื่อเป็นการสร้าง “ภูมิคุ้มกันที่ดี” ชุมชนควรมีการวางแผนการบริหารจัดการต่อปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ต่างๆ ตลอดจนการบริหารของชุมชน เครื่องจักร อุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การตลาด กระบวนการทำงาน และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ให้มีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งประสิทธิผลที่ยั่งยืน โดยการดำเนินการทั้งหมดนี้จะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วยความไม่ประมาท ซึ่งต้องดำเนินไปพร้อมๆ กับความมีเหตุผลและความพอประมาณ

**3.1.4 เงื่อนไขด้านความรู้ ปัญหา (องค์ความรู้) และคุณธรรม จริยธรรม (Knowledge and Moral Conditions)** การดำเนินงานต่าง ๆ จะบรรลุผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืนนั้น สิ่งสำคัญที่สุด คือ สมาชิกทุกคนในชุมชนจะต้องร่วมมือ ร่วมแรง และร่วมใจกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยความเต็มใจ และมุ่งผลประโยชน์ของชุมชนเป็นสำคัญ โดยจะต้องมีความรู้ เข้าใจ ในทุกกระบวนการในเรื่องที่ปฏิบัติอย่างลึกซึ้ง อันมีความหมายครอบคลุมทั้งภูมิปัญญาที่เห็นเป็นเชิงประจักษ์ (U-tantada, Mujtaba, Yolles & Shoosanuk, 2016, p. 3) และองค์ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล (Mongsawad, 2010, p. 128) ที่จะต้องมีการถ่ายทอดออกมาเป็นข้อมูลที่เป็นลายลักษณ์อักษร หรือถ่ายทอดสู่สมาชิกในชุมชนผ่านกระบวนการฝึกอบรม การสอนงาน การกำกับดูแล หรือกระบวนการถ่ายทอดความรู้อื่นๆ ที่เหมาะสม (Barua & Tejavivaddhana, 2019, p. 198) ภายใต้อุณหภูมิที่ถูกต้องกระทำการต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เห็นแก่ประโยชน์ของส่วนรวม มีความมุ่งมั่นแน่วแน่ ไม่ทอดถอยต่อความท้าทาย มีความยุติธรรม คิดสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอยู่เสมอ (Bergsteiner & Dharmapiya, 2016, pp. 40-45; Barua & Tejavivaddhana, 2019, p. 198) ตลอดจนความขยันหมั่นเพียรและความมุ่งมั่นที่จะทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ (Mongsawad, 2010, p. 128) เพื่อให้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และความมีชื่อเสียงของชุมชนเพียงเท่านั้น รายได้ที่มีนัยของสมาชิกภายในชุมชนก็จะเป็นผลพลอยได้ที่เกิดจากการบริหารจัดการและการให้บริการนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนอย่างมีระบบ ระเบียบ และคุณธรรม ดังนั้น แนวทางในการขับเคลื่อนหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีศักยภาพและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจนเกิดเป็นประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อตนเองและชุมชนได้นั้นสมาชิกภายในชุมชนจะต้องปฏิบัติและเน้นย้ำตามแก่นคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่เสมอว่าในการที่จะกระทำการใดๆ เพื่อการพัฒนา ประยุกต์ใช้สิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต เราจะต้องกระทำภายใต้องค์ความรู้ที่เรามีต่อสิ่งนั้นๆ อย่างลึกซึ้ง ทั้งนี้จะต้องกระทำควบคู่ไปกับจริยธรรมในจิตใจมีความซื่อสัตย์ ฟังพาตนเองเป็นสำคัญ มีความรักที่จะแบ่งปัน และมีจิตสาธารณะ อันเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Jitsuchon, 2018, p. 2)

### **3.2 จิตวิทยาการท่องเที่ยว (Tourism Psychology)**

จากสถานการณ์โรคระบาดที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ตลอดจนไปถึงในระดับท้องถิ่น เมื่อสถานการณ์ที่รุนแรงนั้นกลับเข้าสู่สภาวะปกติอีกครั้ง นอกจากแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยจะต้องทำการวิเคราะห์และทบทวนตนเองโดยยึดถือเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงานแล้วนั้น การที่จะทำให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนประสบผลสำเร็จและสามารถ

สร้างขวัญและกำลังใจให้ทั้งกับสมาชิกของชุมชน และโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวให้หวนกลับมาพักผ่อนและท่องเที่ยวในชุมชนได้ด้วยเชื่อมั่นอย่างมีประสิทธิภาพนั้น การนำเอากระบวนการหรือปัจจัยทางจิตวิทยา มาประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ชุมชนควรให้ความสำคัญและศึกษาแนวทางการนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว อันจะทำให้เราเข้าใจในระบบและกลไกทางโครงสร้างของสังคมภายในชุมชนที่มีความซับซ้อนและมีความท้าทายเป็นอย่างมาก (Jason, Stevens, Ram, Miller, Beasley, Gleason & Franklin, 2016, p. 3) ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

การนำความรู้ทางจิตวิทยา มาประยุกต์ใช้ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น เริ่มปรากฏครั้งแรกในการศึกษาวิจัยของ Plog ในปี ค.ศ. 1974 (Leung & Law, 2010, p. 447; Qiu, Masiero & Li, 2018, p. 1) เพื่อการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล ภายใต้แนวคิดที่ว่า “บุคคลต่างประเภทกันจะมีการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวต่างกัน” (Lee & Crompton, 1992, pp. 747-748; Qiu, Masiero & Li, 2018, p. 1) ซึ่งปัจจุบันการนำจิตวิทยา มาประยุกต์ ใช้ในการศึกษาด้านพฤติกรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้นเป็นที่นิยมในการศึกษาด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว (Šimková, 2014, p. 321) โดยเฉพาะการศึกษาในด้านการท่องเที่ยวร่วมสมัย ปัจจัยเชิงจิตวิทยา ได้ถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาในมิติต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว ทศนคติและความพึงพอใจ ความทรงจำและพัฒนาการของบุคคล (Pearce & Packer, 2013, p. 386)

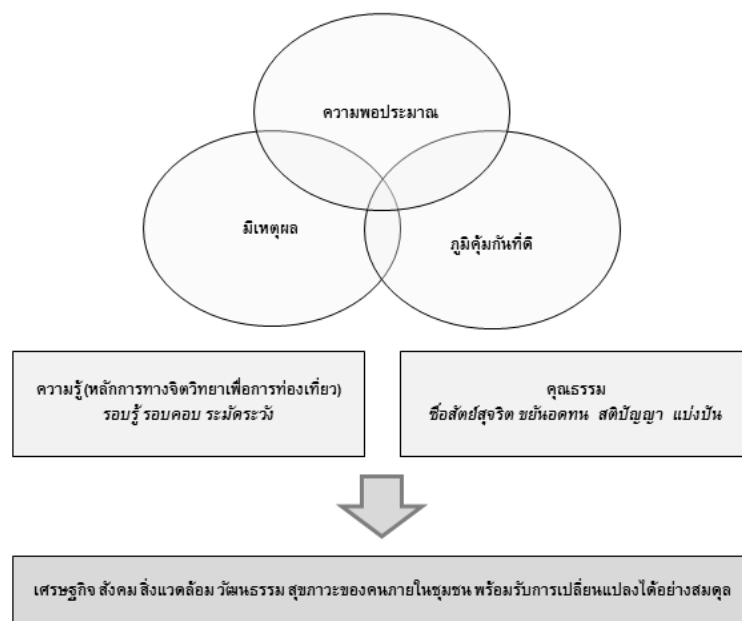
การมองภาพของการนำปัจจัยด้านจิตวิทยา มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว นั้นจะเด่นชัดขึ้น หากพิจารณาตามมุมมองของ Šimková (2014) ที่ได้นำเสนอทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Kotler, 2000, pp. 93-94; Šimková, 2014, p. 319) อันเป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาพื้นฐานมาทำการวิเคราะห์เพื่อศึกษาการพัฒนา กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยจะเริ่มจากการศึกษาเพื่อความเข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในชุมชน ตลอดจนเพื่อการศึกษาความต้องการในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ภายในชุมชนและพื้นที่ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยมีการนำเอาทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ มาประยุกต์ใช้ กล่าวคือ การประยุกต์ใช้ระดับความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ในระดับขั้นที่ 1 และ 2 เป็นการประยุกต์ใช้เพื่อนำมาสร้างความพึงพอใจในความต้องการด้านร่างกายและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยชุมชนต้องมีการจัดเตรียมสิ่งจำเป็นพื้นฐานให้พร้อมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและความรู้สึกปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

การประยุกต์ใช้ระดับความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ในระดับขั้นที่ 3 เป็นการตอบสนองต่อความต้องการทางสังคมของนักท่องเที่ยว ซึ่งในระดับขั้นนี้นั้นชุมชนสามารถจัดเตรียมให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาปฏิบัติและมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนที่ก่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจ อบอุ่น และมีความสุขต่อการได้ร่วมกิจกรรม การประยุกต์ใช้ระดับความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ในระดับขั้นที่ 4 และ 5 คือการให้เกิดความพึงพอใจต่อความต้องการเห็นคุณค่าในตนเองและการตระหนักในตนเอง การสร้างเสริมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ๆ ในเชิงบวก เช่น กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การถ่ายทอดความรู้สึกให้เห็นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความตระหนักและเห็นคุณค่าในตนเอง

นอกจากหลักการจิตวิทยาพื้นฐานข้างต้นที่นำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวแล้วนั้น ยังได้มีการนำเอาหลักการและทฤษฎีจิตวิทยาในเชิงบวกมาศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสมัยใหม่อีกด้วย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเรียนรู้และเข้าใจในศักยภาพทั้งของนักท่องเที่ยวและชุมชนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ให้เกิดการพัฒนาและเติบโตร่วมกันได้อย่างสมดุล (Garcès, Pocinho, Jesus & Rieber, 2018, p. 41) ซึ่งจิตวิทยาเชิงบวกจะเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความตระหนักและเรียนรู้ร่วมกันให้แก่นักท่องเที่ยวและสมาชิกภายในชุมชนการท่องเที่ยวในเรื่องของการปฏิบัติตนและการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่ช่วยสร้างเสริมให้เกิดความตระหนักในเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่สอดคล้องกับแนวทางในการขับเคลื่อนพลวัตโลกสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการสร้าง ความตระหนักในความใส่ใจและห่วงใย ตลอดจนการลดความเหลื่อมล้ำในการอุปโภคและบริโภคทรัพยากรของโลกที่ลดน้อยถอยลง อันจะนำมาซึ่งประสบการณ์ที่ช่วยสร้างเสริมความสุขและการมีสุขภาวะจากภายในของนักท่องเที่ยว (Filep & Laing, 2018, pp. 8-9) และสมาชิกในชุมชน ท้องถิ่น ได้อย่างยั่งยืน

อนึ่ง หลักการทางจิตวิทยานับได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในองค์ประกอบด้านที่ 4 ของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวคือ หลักการทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยหนึ่งภายใต้เงื่อนไขการมีองค์ความรู้ที่จำเป็นที่ผู้นำไปใช้นั้นจะต้องมีความรอบรู้ในหลักทางจิตวิทยาและนำไปประยุกต์ใช้อย่างรอบคอบและระมัดระวังเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกับ 3 ปัจจัยหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันประกอบไปด้วย ความพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันที่ดี และอีก 1 เงื่อนไข คือ คุณธรรม ที่เน้นการดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ขยันอดทน ด้วยสติปัญญา และพร้อมที่จะแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีให้กับผู้อื่น ดังแสดงในรูปภาพที่ 1 ที่นำไปสู่การสร้างเสริมเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ตลอดจนสุขภาวะของคนภายในชุมชน ให้มีความพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์การเป็นไปของกระแสสังคมโลกในทุกมิติได้อย่างสมดุล

ภาพที่ 1 องค์ความรู้ทางจิตวิทยากับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง



ที่มา: ดัดแปลงจากโมเดลปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

#### 4. สรุป

จากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของโลกตลอดจนการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างความเตรียมพร้อมในเชิงรุกเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลังวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (โควิด-19) จึงจำเป็นที่จะต้องนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปัจจัยหลักในการประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ดำเนินต่อไปและพัฒนาได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน อันประกอบไปด้วยหลักการสำคัญ คือ 1) “ความพอประมาณ” อันหมายถึง การวางแผนงานที่ดีที่มาจากการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่เรียกว่า “ทุนชุมชน” ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ มนุษย์ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเงิน อันจะนำมาซึ่งความเข้าใจ และเห็นคุณค่าที่สะท้อนจิตวิญญาณหรืออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน 2) “มีเหตุผล” ที่สามารถช่วยให้การขับเคลื่อนชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวสามารถสร้างความดึงดูดใจ เข้าถึงได้ง่าย มีที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ได้มาตรฐาน 3) “ภูมิคุ้มกันที่ดี” โดยมีการวางแผนงานในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนา

วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ การบำรุงรักษาเครื่องมือต่างๆ การตลาดท่องเที่ยว การพัฒนากระบวนการทำงาน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการเงิน ที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ และ 4) การปฏิบัติงานภายใต้เงื่อนไขความรู้คู่คุณธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวของชุมชนพัฒนาได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีต่อประชากรของชุมชนและนักท่องเที่ยวและเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อให้นักท่องเที่ยวหวนกลับมาพำนักและท่องเที่ยวในชุมชนได้ด้วยเชื่อมั่นและส่งเสริมการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น การนำเอากระบวนการหรือปัจจัยทางจิตวิทยามาประยุกต์ใช้จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ชุมชนควรให้ความสำคัญและศึกษาแนวทางการนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อชุมชนและนักท่องเที่ยวสืบไป

## เอกสารอ้างอิง/References

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พ.ศ. 2559 - 2563. สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7120](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7120)
- กระทรวงมหาดไทย. (2557). กระทรวงมหาดไทยกับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ภายใต้การดำเนินงานของศูนย์ปฏิบัติการร่วมกลุ่มจังหวัด. นนทบุรี: มติชนปากเกร็ด.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยรายจังหวัด ปี 2563. สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=594](https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=594)
- ชุตติกาญจน์ กัณฑ์อุ. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษาร้านอาหาร ตำบลร่องฟอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- พจนาน สุวรรณศรี. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. การประชุมเชิงวิชาการและการแถลงข่าว เรื่อง "รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7". สืบค้นจาก <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/TourismEconomicReview/1CBTByPotjana03042560.pdf>.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2558). คู่มือสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชน. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2560). การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติจนเป็นวิถีชีวิต. กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตปอเรชั่น.
- อนุรัตน์ อนันทนาธร. (2560). หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในประเทศไทย: แนวทางสำหรับการพัฒนาประเทศยากจน. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 9(ฉบับพิเศษ), 297-323.
- ASEAN Secretariat. (2016). *ASEAN Community Based Tourism Standard*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.
- Barua, P., & Tejavivaddhana, P. (2019). Impact of Application of Sufficiency Economy Philosophy on the Well-Being of Thai Population: A Systematic Review and Meta-Analysis of Relevant Studies. *Journal of Population and Social Studies*, 27(3), 195-219.



- Bergsteiner, H., & Dharmapiya, P. (2016). Sufficiency Economy Philosophy Process. In G. C. Avery & H. Bergsteiner (Eds.), *Sufficiency Thinking: Thailand's Gift to an Unsustainable World* (pp. 32-52). Sydney: Allen & Unwin.
- Blackstock, K. (2005). A Critical Look at Community Based Tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49.
- Cole, S. (1997). Anthropologists, Local Communities and Sustainable Tourism Development. In M. J. Stabler (Ed.), *Tourism and Sustainability: Principles to Practice* (pp. 219-229). UK: CAB International, Wallingford.
- Dann, G. (1996). People of Tourist Brochures. In T. Selwyn (Ed.), *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism* (pp. 61-81). New York: John Wiley and Sons.
- Economist Intelligence Unit. (2020). *From Outbound to Bed-Bound: The Coronavirus Shock on Tourism*. Retrieved from <http://country.eiu.com/China/ArticleList/Analysis/>
- Economist Intelligence Unit. (2020). *Coronavirus: What We Expect for Global Growth*. Retrieved from <http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=1849161968&Country=United%20States&topic=Economy&subtopic=Recent+developments>
- Filep, S., & Laing, J. (2018). Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology. *Journal of Travel Research*. 1-12.
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S. N., & Rieber, M. S. (2018). Positive Psychology and Tourism: A Systematic Literature Review. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 41-51.
- Hall, C. M. (1996). *Introduction to Tourism in Australia: Impacts, Planning and Development*, Melbourne: Addison, Wesley and Longman.
- Jason, L. A., Stevens, Ed., Ram, D., Miller, S., Beasley, C.R., Gleason, K., & Franklin, R. (2016). Theories in the Field of Community Psychology. *Global Journal of Community Psychology Practice*, 7, 1-27.
- Jitsuchon, S. (2018). Monitoring Development Sustainability through Sustainable Community Indicators. *Proceeding of the Economy, Sustainable Development and Energy International Conference (ESDEIC)*, Edinburgh, Scotland, UK, 2(1396), pp. 1-5.
- Kitbumrung, M. (2018). Understanding SEP and Applying to Self Development. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*. 2(5), 70-73.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. (10<sup>th</sup> ed.). Praha: Grada Publishing.

- Laws, E. (1995). *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*. Routledge Topics for Tourism. New York.
- Lama, R. (2014). *Community Based Tourism Development: A Case Study of Sikkim* (Doctoral dissertation). Kurukshetra University.
- Lee, T. H., & Crompton, J. L. (1992). Measuring Novelty Seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 732-751.
- Leung, R., & Law, R. (2010). A review of personality research in the tourism and hospitality context. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(5), 439-459.
- Mongsawad, P. (2010). The Philosophy of the Sufficiency Economy: A contribution to the Theory of Development. *Asia-Pacific Development Journal*, 17(1), 123-143.
- Papadoulis, M., & Minns, K. A. (2018). *Toodyay Tourism Strategy 2018 - 2021*. Perth, Australia: Icon Tourism Consulting.
- Pearce, P. L., & Packer, J. (2013). Minds on the Move: New Links from Psychology to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 40, 386-411
- Plog, S. C. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Qiu, R. T. R., Masiero, L., & Li, G. (2018). The psychological process of travel destination choice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-32.
- REST. (2003). Community Based Tourism: The Sustainability Challenge. Retrieved from <http://www.iadb.org/int/ipn/English/support-files/REST-ENG.pdf>.
- Shone, J. J. (2014). The Sufficiency Economy Philosophy (SEP) and Its International Role in Sustainable Development as seen in Application in the SEP Model Villages of the Lao P.D.R. and Timor-Leste. *The 3<sup>rd</sup> MSSRC International Conference on "Mekong Region and ASEAN in Transition: People and Transborder Issues"*, Ubon Ratchathani University, Thailand.
- Šimková, E. (2014). Psychology and Its Application in Tourism. *4<sup>th</sup> World Conference on Psychology, Counselling and Guidance WCPCG-2013, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114(2014), 317-321.
- Taylor, G., & Davis, D. (1997). The Community Show: A Mythology of Resident Responsive Tourism. In M. J. Stabler (Ed.), *Tourism and Sustainability: Principles to Practice* (pp. 323–324). UK: CAB International, Wallingford.

- Tuffin, B. (2005). Community-Based Tourism in the Lao PDR: An Overview. In NAFRI, NAFES & NUOL (Eds.), *Improving Livelihoods in the Uplands of the Lao PDR* (pp. 177-183). National University of Lao PDR.
- U-tantada, S., Mujtaba, B. G., Yolles, M., & Shoosanuk, A. (2016). Sufficiency Economy and Sustainability. *The 2<sup>nd</sup> Multidisciplinary Research and Innovation for Globally Sustainable Development (MRIGSD)*, Bangkok, Thailand.
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus*. Retrieved from <https://www.who.int/health-topics/coronavirus>
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Situation Report–70*. Retrieved from [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200330-sitrep-70-covid-19.pdf?sfvrsn=7e0fe3f8\\_2](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200330-sitrep-70-covid-19.pdf?sfvrsn=7e0fe3f8_2)
- World Travel and Tourism Council. (2019). *Global Economic Impact & Trends 2019*. Retrieved from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>