

จริยธรรมการท่องเที่ยว

รองศาสตราจารย์ ดร. ฉลองศรี พิมลสมพงศ์*

การศึกษาและพัฒนาจริยธรรมเป็นที่ต้องการของสังคมทุกระดับ เนื่องจากมนุษย์ต้องการอยู่ในสังคมที่มีความสงบสุข และความเจริญงอกงาม จนรู้สึกว่าการหากสังคมขาดจริยธรรม ผู้คนในสังคมนั้นจะไม่เข้าใจกัน คิดไม่เหมือนกัน ไม่เอื้ออาทรกัน และต้องการ กฎ ระเบียบ ที่ทุกคนต้องปฏิบัติตามมาเป็นเครื่องมือยุติปัญหาใดๆ ก็ได้ ที่อาจเกิดขึ้น สังคมจึงต้องการกฎหมายมาดูแลมากกว่าการอยู่ร่วมกันด้วยความมีคุณธรรม ซึ่งอันที่จริงแล้วสังคมที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำรงชีวิตประจำวันย่อมดำรงสถานะของความยั่งยืนไว้ได้

ความหมายของคุณธรรม และจริยธรรม

คำว่า “คุณธรรม” และ “จริยธรรม” มีความหมายใกล้เคียงกันมาก จนใช้แทนกัน หรือเขียนควบคู่กันอยู่เสมอ นักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดไว้หลายลักษณะ สรุปได้ว่า คุณธรรม (Morality) เป็นสภาพคุณงามความดีภายในจิตใจของมนุษย์ เป็นความเชื่อในสิ่งที่ดีงาม ซึ่งเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ และมีการส่งเสริมให้คนในสังคมทำสิ่งที่ดีนั้นด้วยความเชื่อและความตั้งใจของตนเอง เช่น การรักษาศีล ปฏิบัติตามคำสอนในศาสนา เป็นต้น ส่วนจริยธรรม (Ethics) เป็นหลักเกณฑ์ในการประพฤติปฏิบัติของมนุษย์

การตัดสินใจว่าดีงามถูกต้องหรือไม่จะดูที่พฤติกรรม การแสดงออกทั้งทางกายและวาจา และนำไปเทียบเคียงกับกฎเกณฑ์ทางสังคม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรักษาจริยธรรมและการแสดงออกทางการกระทำที่มีจริยธรรมในตัวบุคคล เมื่อนำความหมายของทั้งสองคำมาประยุกต์ใช้กับสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ และยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้พบว่าการอยู่ร่วมกันในสังคมขนาดใหญ่ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศยังต้องการคุณธรรมระดับปัจเจกบุคคล คือ ความรู้สึกผิดชอบชั่วดีภายในจิตใจ และประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรมในกรอบของความดีงาม ต้องการจริยธรรมในสังคมย่อย คือการปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยสำนึก เต็มใจ มุ่งความสำเร็จตามหน้าที่ ความรับผิดชอบ โดยไม่บกพร่อง และไม่หวังผลตอบแทน และต้องการจริยธรรมในระดับประเทศในกรอบมาตรฐานของจริยธรรมคือการคำนึงถึงประโยชน์นิยม (Utility) ของคนจำนวนมากที่สุด ประชากรของประเทศควรได้รับความสุขในการดำเนินชีวิตสูงสุด และในปริมาณมากที่สุด หลักธรรมาภิบาล (good governance) ของประเทศจึงควรมุ่งส่งเสริมการปรับปรุงสังคมให้มีอุดมคติในการบำเพ็ญประโยชน์แก่คนจำนวนมาก ให้ประชาชนมีลักษณะสุจริตทั้งปริมาณ และคุณภาพ มีการปฏิบัติตามหน้าที่ตาม

* อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กฎเกณฑ์ทางจริยธรรม และมีการสร้างความสุขในทางสายกลาง จึงจะทำให้ประเทศมีความเจริญก้าวหน้าด้วยหลักจริยธรรม อันเป็นความดีสูงสุดของมนุษย์

คุณประโยชน์ที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งของจริยธรรม คือ ช่วยสร้างสันติภาพในสังคมโลก ประโยชน์ข้อนี้ตรงกับคุณลักษณะของการท่องเที่ยวที่ใช้เป็นเครื่องมือในการนำพาผู้คนต่างสังคมได้มาพบปะติดต่อกันจนนำไปสู่การเกิดสันติภาพ ดังคำกล่าวของ De Kadt นักวิชาการการท่องเที่ยวที่ว่า “การท่องเที่ยว : การเดินทางผ่านที่นำไปสู่สันติภาพ (Tourism : Passport to Peace) แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวจะไม่เกิดประสิทธิผลทางสันติภาพได้ ถ้าผู้คนที่ทั้งในสังคมของผู้มาเยือน และในสังคมของผู้ต้อนรับการมาเยือนยังมีข้อขัดแย้งในเรื่องคุณธรรม และจริยธรรม

หลักจริยธรรมโลกสำหรับการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของโลก มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วโลกปีละประมาณ 1,500 ล้านคน (ข้อมูลพยากรณ์ประมาณการ ปี 2020 ขององค์การการท่องเที่ยวโลก) ประเทศต่างๆ ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่างก็ได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นของการมาเยือนอย่างต่อเนื่อง ผลกระทบหลักๆ เหล่านี้ ได้แก่ การทวีรายได้และการจ้างงานในท้องถิ่นที่ไปเยือน และอาจมีผลในการทำลายทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเมื่อต้อง

การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตบางอย่าง เพื่อตอบสนองอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการของตลาดเฉพาะ (niche market) ตามเป้าหมายการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศ ภาวะการแข่งขันนี้แผ่กระจายไปทั่วโลก โดยเฉพาะภายในภูมิภาคเดียวกัน เช่น การสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทย และพำนักอยู่นานวันกว่าประเทศอื่นในเขตอาเซียน เป็นต้น องค์การการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศจึงสร้างความร่วมมือที่จะทำให้การท่องเที่ยวนำไปสู่ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศ และเกิดสันติภาพในโลก โดยการประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดหลักจริยธรรมการท่องเที่ยวของโลก (The Global Code of Ethics for Tourism) กำหนดให้ประเทศสมาชิกถือปฏิบัติเพื่อปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของโลก รักษาสิทธิของนักท่องเที่ยวและบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้ประกาศใช้เมื่อเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2542 มีหลักจริยธรรม 10 ประการดังนี้ (ที่มา : องค์การการท่องเที่ยวโลก 1999)

1. การท่องเที่ยวสนับสนุนการสร้าง ความเข้าใจ และความนับถือร่วมกันระหว่างประชาชน และสังคม (Tourism's contribution to mutual understanding and respect between people and societies) ข้อนี้จะส่งผลให้แต่ละชนชาติมีความเข้าใจและเคารพซึ่งกันและกัน ทำให้สังคมน่าอยู่ เพราะผู้คนจะมุ่งประโยชน์ไปมีส่วนร่วม และมีไมตรีจิตต่อผู้มาเยือน
2. การท่องเที่ยวเป็นหนทางที่จะทำให้ความมุ่งหมายเฉพาะบุคคลและส่วนรวมบรรลุผล

สำเร็จ (Tourism as a vehicle for individual and collective fulfilment) ข้อนี้ส่งผลให้ปัจเจกบุคคลและสังคมได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางและท่องเที่ยว อันเป็นการตอบสนองมาตรฐานทางจริยธรรมประการหนึ่ง คือ การสร้างความสุขให้แก่ตนเองและสังคมอย่างมีเหตุผล

3. การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Tourism as a factor of sustainable development) ข้อนี้ส่งผลให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยยึดหลักความร่วมมือของชุมชน เพื่อให้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นยังคงมีคุณค่าและยั่งยืน

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทฐานะเป็นผู้ใช้และผู้ส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ (Tourism as a user of the cultural heritage of mankind and contributor to its enhancement) ข้อนี้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรมที่งดงามในอดีต และการเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อทางศาสนา รวมทั้งรูปแบบการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เพื่อให้มนุษย์ตระหนักในคุณค่าของความงามที่สืบทอดกันมาจนเป็นวัฒนธรรมของชาติ

5. การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและชุมชนเจ้าของบ้าน (Tourism as a beneficial activity for host countries and communities) ข้อนี้ส่งผลให้ประเทศ หรือชุมชนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มี

รายได้และการจ้างงานสูงขึ้น มีการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้รับประโยชน์เชิงสังคม คือความรัก และภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง โดยยังต้องร่วมมือกันในการแก้ไขผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นด้วย

6. พันธะภาระของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Obligations of stakeholders in tourism development) ข้อนี้มุ่งหมายให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันพิจารณาหาแนวทางป้องกันแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวแบบไร้ทิศทาง ให้ลดผลกระทบ และให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่คนจำนวนมาก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

6.1) ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ถือหุ้น เจ้าของ พนักงาน ลูกค้าผู้ซื้อสินค้าและบริการ ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่งขัน และเจ้าหนี้ บุคคลในกลุ่มนี้เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง จึงต้องมีภาระหน้าที่ในการประกอบธุรกิจร่วมกันอย่างมีจริยธรรม ซึ่งจะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญเติบโต และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงเป้าหมาย

6.2) สังคม ชุมชน ท้องถิ่น รัฐบาล หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง กลุ่มบุคคล และหน่วยงานในกลุ่มนี้เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงมีภาระหน้าที่ในการดูแลรักษาทรัพยากรการ

ท่องเที่ยวทุกประเภท และสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสร้างสังคมให้มีความสุข

6.3) สื่อมวลชน นักรณรงค์ กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ สมาคม องค์กรระดับประเทศ และระดับโลก กลุ่มบุคคลและหน่วยงานในกลุ่มนี้เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอ้อม แต่ก็มีการะหน้าที่ในการสอดส่องดูแล ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนในสังคม หรือร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในการพัฒนาธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และเป็นไปตามข้อบังคับทางกฎหมาย รวมทั้งการหาแนวทางป้องกัน การรณรงค์ในเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การละเมิดสตรี และชักนำให้เกิดโสเภณีเด็ก การอนุรักษ์สัตว์พื้นเมืองและพันธุ์พืช การคุ้มครองผู้บริโภค การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ และการเจรจาการเปิดเสรีภาคการค้า การบริการ เป็นต้น

7. สิทธิทางการท่องเที่ยว (Rights to Tourism) การเดินทางเป็นกิจกรรมปกติในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ และถือว่าเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่ง ที่ทุกคนสามารถใช้เวลาว่างแสวงหาที่พักผ่อน หรือสามารถเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในแต่ละประเทศได้ จึงมีผลให้มีสิทธิในการเดินทางท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์เฉพาะไปด้วย สิทธินี้ย่อมหมายถึงการให้การยอมรับในการเข้ามาเยือนของกลุ่มคนต่างๆ ที่มีลักษณะและเงื่อนไขในการเดินทางและท่องเที่ยวตามนิยามที่องค์การการท่องเที่ยวโลกกำหนดให้สมาชิกทุกประเทศได้ทราบทั่วกันดังนี้

7.1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติเป็นการชั่วคราว และกลับไปยังที่พำนักเดิม

7.2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ

7.3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ผู้เดินทางภายใต้เงื่อนไขนี้ถือว่าเป็นนักท่องเที่ยว (Tourist) ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourists) และเป็นผู้ที่มีสิทธิได้รับการอนุญาตให้เข้าเมือง และได้รับการดูแลตามกฎหมายของแต่ละประเทศ รวมทั้งสิทธิในการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

8. เสรีภาพในการเคลื่อนไหวก่อนหน้าของนักท่องเที่ยว (Liberty to tourist movements) ถือว่าเป็นเสรีภาพขั้นพื้นฐานของบุคคลทุกชั้น ทุกชนชาติในการมีเสรีภาพที่จะพบปะติดต่อกันโดยตรง นักท่องเที่ยวจึงมีเสรีภาพในการเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ เพื่อสร้างมิตรภาพและความเข้าใจระหว่างกัน มีโอกาสส่งเสริมและพัฒนาภารกิจต่างๆ ร่วมกัน เพื่อสร้างความรุ่งเรืองและสันติภาพของโลก

9. สิทธิของแรงงาน และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Rights of the workers and entrepreneurs in the tourism industry) ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกสามารถสร้างผลประโยชน์ให้แก่ชาวโลกอย่างมาก โดยเฉพาะความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การค้า การต่างประเทศ การตลาด การ

ประกอบการภาคเอกชน และการค้าเสรี เรื่องนี้ส่งผลให้เกิดการสร้างจริยธรรมด้านการจ้างงานให้แก่คนงาน และส่งเสริมการประกอบการในวิสาหกิจการท่องเที่ยวทุกประเภทให้เป็นไปตามเงื่อนไขข้อกำหนดของการเปิดเสรีทางการค้าของสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงภาคส่วนต่างๆ ของการท่องเที่ยวไว้ด้วย องค์การการท่องเที่ยวโลกมีความมุ่งหมายให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดมีความรับผิดชอบในบทบาทที่แตกต่างกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นการกำหนดสิทธิและหน้าที่ของบุคคลเหล่านี้จึงมีส่วนทำให้ความมุ่งหมายนี้บรรลุผล และเป็นการรักษาพันธะสัญญาต่อกัน เพื่อส่งเสริมความเป็นหุ้นส่วนที่แท้จริงอย่างมีจริยธรรมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมหลักของโลกตลอดไป

10. การนำหลักการของจริยธรรมโลกสำหรับการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ (Implementation of the principles of the Global Code of Ethics for Tourism) สมาชิกองค์การการท่องเที่ยวโลกได้มีการขยายผลหลักจริยธรรมโลกไปสู่การประชุม สัมมนา และการติดตามผลกิจกรรมความร่วมมือต่างๆ ที่ช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ เช่น การประกาศที่กรุงมะนิลา ปี ค.ศ. 1980 เรื่องการท่องเที่ยวโลก และ ปี ค.ศ. 1997 เรื่องผลกระทบทางสังคมจากการท่องเที่ยว ข้อตกลงในที่ประชุมสมัชชา ครั้งที่ 6 ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (กรุงโซเฟีย) ที่เห็นชอบในเรื่องสิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยว และกฎการท่องเที่ยว เมื่อ ปี ค.ศ. 1985

และข้อตกลงครั้งที่ 11 (กรุงโคโร) ว่าด้วยการป้องกันการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการประเวณี ในปี ค.ศ. 1995 เป็นต้น

หลักจริยธรรมสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจหลัก และธุรกิจรองหลายประเภท เช่น ธุรกิจนำเที่ยว และตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบริการอาหาร และเครื่องดื่ม ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจบันเทิงและนันทนาการ เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้มีการประกอบการทั้งในระดับนานาชาติ ระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ซึ่งมีภาวะการแข่งขันสูงจากรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมากมาย และยังเป็นผู้ผลิต ผู้จัดหา ผู้ให้บริการสินค้า ซึ่งกันและกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นในการสร้างความเข้มแข็งในด้านทักษะการจัดการ ท้ามกลางความแตกต่างทางวัฒนธรรมการดำรงชีวิต เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลให้ต้องมีการปรับตัวทางธุรกิจอย่างทันท่วงทีเมื่อสภาวะของโลกมีการเปลี่ยนแปลงภายใต้หลักการดำเนินธุรกิจ และกรอบแนวทางจริยธรรมที่ควรยึดถือร่วมกัน ดังนี้

1. ความตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม ของหน่วยงาน ลูกค้า คู่ค้า และคู่แข่งชั้นทุกระดับในทุกท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน นับถือกัน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของส่วนรวมเป็นหลัก

2. การคำนึงถึงข้อตกลงที่เป็นเอกฉันท์ หมายถึง ความเชี่ยวชาญในการเจรจาต่อรอง กับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

3. การเจรจาต่อรองทางธุรกิจควรให้คุณค่าของการแลกเปลี่ยน (Value of Exchange) ทรัพยากรต่าง ๆ ที่พึงมีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4. การปฏิบัติตามพันธะสัญญา (commitment) เปรียบเสมือน “คำศักดิ์สิทธิ์” ที่ต้องระลึกถึงอยู่เสมอในการดำเนินงานให้ตรงตามเวลา และกระบวนการที่กำหนด เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจกับบุคคลทุกระดับที่มีการติดต่อทางธุรกิจ

5. การให้ความสำคัญกับปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม และมีชื่อเสียง ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ การผลิตสินค้าและการบริการอย่างมีคุณภาพ มีการลงทุนในระยะยาวอย่างมีคุณค่า มีการใช้ทรัพย์สินของบริษัทอย่างคุ้มค่า มีฐานะทางการเงินที่ดี มีความสามารถในการดึงดูด พัฒนา และรักษานักลงทุนที่มีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในการตอบสนองอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ และมีความรับผิดชอบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม

6. การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวแบบ “จริยธรรมทั่วทั้งองค์กร” (Total Ethics) นับตั้งแต่การตอบสนองพันธะภาระต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด การสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันในผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และพนักงานทุกระดับในองค์กร จนถึง

ประเมินประสิทธิผลของการพัฒนาจริยธรรมทั้งในระดับบุคคล และระดับองค์กร

หลักจริยธรรมสำหรับบุคลากรการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

การปฏิบัติงานการท่องเที่ยวของพนักงาน และการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีจริยธรรมของนักท่องเที่ยวสามารถแสดงออกได้ด้วยการกระทำอย่างมีจรรยาบรรณ (Codes of Conduct) หลักจรรยาบรรณต่าง ๆ หรือการประมวลความประพฤติปฏิบัติที่ดี ได้กำหนดขึ้นจากความเห็นชอบร่วมกันของผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพนั้นๆ เพื่อให้สมาชิกปฏิบัติอย่างถูกต้องดีงาม รักษาชื่อเสียง เกียรติคุณ ละเว้นการปฏิบัติสิ่งที่ไม่ดี โดยอาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้ เช่น จรรยาบรรณครู จรรยาบรรณแพทย์ จรรยาบรรณมัคคุเทศก์ เป็นต้น และให้ผู้ประกอบวิชาชีพนำไปยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด หากมีการกระทำที่ผิดหลักจรรยาบรรณก็จะได้รับการตักเตือน ประท้วงจากกลุ่มวิชาชีพ หรือได้รับการลงโทษตามกฎหมาย จริยธรรมสำหรับผู้ปฏิบัติระดับปัจเจกบุคคลจึงเป็นการกำกับดูแล และเป็น การตัดสินใจจากจรรยาบรรณที่วางไว้ ตัวอย่างจรรยาบรรณของผู้ปฏิบัติงานมัคคุเทศก์ไทยตามประกาศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2539 มีดังนี้

1. อธิบายหรือบอกกล่าวเรื่องราวแก่นักท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งความไม่ถูกต้องหรือเสื่อมเสียแก่ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ รวมทั้งภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

2. ไม่รับผิดชอบงานในหน้าที่ของ
มัคคุเทศก์ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของ
นักท่องเที่ยว ตามข้อตกลงเกี่ยวกับรายการนำเที่ยว
เป็นสำคัญ หรือละทิ้งหน้าที่การงาน

3. ปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ซื่อสัตย์สุจริต
แสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ หรือกระทำการ
ใด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอยู่ในสภาพที่ต้องปฏิบัติ
ตามโดยไม่สมัครใจ

4. ปฏิบัติตนอันเป็นการฝ่าฝืนศีลธรรม
และ

5. ปฏิบัติตนขัดต่อขนบธรรมเนียม
ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น และกฎระเบียบ
ของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งและตัวอย่าง
จรรยาบรรณของนักท่องเที่ยวที่กำหนดโดย
สมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ
แคนาดา (Tourism Industry Association of Canada :
TIAC) เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีดังนี้

5.1) ให้ท่านเพลิดเพลินจาก
มรดกทางวัฒนธรรม และธรรมชาติที่หลากหลาย
ของเรา และช่วยเราปกป้องและรักษาไว้ด้วย

5.2) ช่วยเหลือเราในความ
พยายามเรื่องการอนุรักษ์โดยการใช้ทรัพยากร
พลังงานและน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

5.3) ได้รับประสบการณ์ความ
เป็นมิตรจากประชาชนและจิตใจแห่งการต้อนรับ
จากชุมชนของเรา

5.4) หลีกเลี่ยงกิจกรรมที่คุกคาม
ชีวิตสัตว์ป่า พืชพันธุ์ หรือสิ่งที่มีค่า
สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของเรา

5.5) เลือกสรรผลิตภัณฑ์และการ
บริการเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความ

ไวต่อความรู้สึกนึกคิดทางสังคม วัฒนธรรมและ
สิ่งแวดล้อม (แปลมาจาก Code of Ethics for
Tourism : Sustainable Tourism, TIAC 1991อ้าง
ถึงใน Fennell 2006 : 229) นอกจากนี้ TIAC ยังได้
ตระหนักถึงความสำคัญ และกำหนดจรรยาบรรณ
ของภาคอุตสาหกรรมด้วย โดยเน้นที่การผลิต
สินค้า และการให้บริการที่มีคุณภาพจากการ
ต้อนรับของพนักงาน ชุมชนท้องถิ่น และการ
คำนึงถึงการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และ
ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
วัฒนธรรมที่สะท้อนไปถึงการกำหนดนโยบาย
การตัดสินใจและแผนปฏิบัติการของประเทศเพื่อ
ตอบสนองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วย

สรุป การเสริมสร้างจริยธรรมทางการ
ท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินงาน
อย่างมีจริยธรรมทั้งในระดับมหภาค และระดับ
จุลภาค หมายถึงระดับระหว่างประเทศ ระดับ
ธุรกิจระหว่างประเทศและในประเทศ และระดับ
บุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยจำเป็นต้องมี
ความสัมพันธ์สอดคล้องกันในทุกระดับ ผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องจึงจะได้รับประโยชน์สูงสุด และจะทำ
ให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน การมีจริยธรรมการ
ท่องเที่ยวระดับ โลกเป็นการแสดงความ
รับผิดชอบต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน
ในการเพิ่มพูนผลประโยชน์และขจัดผลกระทบ
ทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนาอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวที่มีต่อสังคมในระดับนานาชาติ โดย
ใช้เวทีการประชุมองค์กรทางการท่องเที่ยวระดับ
โลกและระดับภูมิภาค เพื่อให้ได้แนวทางข้อตกลง
ในกรณีปัญหาสำคัญของโลกที่ส่งผลกระทบต่อ

การท่องเที่ยว และเพื่อรักษาความสมดุลของทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมต่างๆ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมนุษย์ ส่วนการมีจริยธรรมในระดับธุรกิจเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมควบคู่กันไปด้วย คือทำกำไรให้ได้มากที่สุด และทำกำไรที่เป็นความพอใจสูงสุดจากสังคมด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องมีการกำหนดนโยบายจริยธรรม วางแผน และมีการปฏิบัติเป็นขั้นตอนเพื่อการตัดสินใจในการทำผลกำไรในระยะยาว และให้ธุรกิจมีความมั่นคง ประสิทธิภาพของการมีจริยธรรมในธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และการเจรจาต่อรองอย่างยุติธรรมกับธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการในภาคส่วนต่างๆ พนักงานในธุรกิจมีความจงรักภักดี มีความมุ่งมั่นในการทำงาน เพราะมีความศรัทธาต่อบริษัท ส่งผลให้มีความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า และบุคคลทั่วไป บริษัทสามารถดึงดูดคนดีให้เข้ามาทำงานได้ เพราะมีการบริหารงานแบบจริยธรรมไว้คอยปกป้องดูแล และในที่สุดการร่วมมือกันพัฒนาจริยธรรมทางการท่องเที่ยวทั้งหมดจะทำให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้รับความพึงพอใจสูงสุดซึ่งตัวนักท่องเที่ยวเองก็ต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีตอบกลับด้วย คือ การมีคุณธรรมในใจ มีจริยธรรมและมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวที่เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคล มีทัศนคติที่ดี มีความรับผิดชอบในการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพดีงาม ไม่ประพฤติปฏิบัติในสิ่งขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมของสังคมที่ไปเยือน ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของกลุ่มและกฎหมายของ

ทุกประเทศ เพื่อให้การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความราบรื่น และเสริมสร้างประชาสังคมให้มีความรับผิดชอบต่อเกียรติภูมิของประเทศ ต่อสิ่งแวดล้อม ที่จะเพิ่มคุณค่าของชีวิตมนุษย์ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. จินดนา บุญบงการ. 2547. จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
2. พรนพ พุกกะพันธ์. 2546. จริยธรรมธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์.
3. Fennell, David A. 2006. Tourism Ethics. U.K. : Cromwell Press.
4. Shaw, William H. 2005. Business Ethics. Australia : Thomson/ Wadsworth.
5. Smith, Mick and Duffy, Rosaleen. 2003. The Ethics of Tourism Development. London : Routledge.
6. [http:// www.world tourism. org / pressrel / CODEOFE . htm](http://www.worldtourism.org/pressrel/CODEOFE.htm)