

# แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทางเลือกหรือทางรอดของเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## Responsible Tourism Concept: Alternatives or Salvation Towards Sustainable Development Goals

ปรีดารี ศิริรัตน์<sup>1</sup>

Preedaree Sirirat<sup>1</sup>

Received: 25 September 2022

Revised: 30 November 2022

Accepted: 13 December 2022

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีการนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการเพื่อความสมดุลของสามเสาหลักของมิติความยั่งยืน ทั้งนโยบายระดับชาติ นานาชาติ การออกแบบสินค้าและบริการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นหนึ่งในแนวคิดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นที่จิตสำนึกของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยสะท้อนความมีจิตสำนึกผ่านกระบวนการบริหารจัดการ การออกแบบสินค้าและบริการ เพื่อป้องกันพฤติกรรมของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมทั้งในการออกแบบสินค้าและบริการมีการอนุรักษ์ ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดการที่ยั่งยืน โดยในบทความวิชาการนี้ มีการยกตัวอย่างนโยบายของธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารที่มีการบูรณาการกระบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการนำแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการออกแบบสินค้าและบริการ โดยมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์จากนโยบายและแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติ ผลการสำรวจของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวระดับโลก บทความวิจัย และตัวอย่างจากภาคธุรกิจที่นำแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไปใช้จริงในช่วงกว่าสองทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไม่ใช่หน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกภาคส่วนเพื่อการไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม, จิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม, ธุรกิจท่องเที่ยว, เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาการโรงแรม ภัตตาคาร และอีเวนต์ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม โทรศัพท์ 081-8279656 Email address: preedaree@gmail.com

<sup>1</sup> Lecturer, Hotel Restaurant and Event Program, Tourism and Service Industry College, Nakhon Phanom University, Contact number: 081-827-9656, Email address: preedaree@gmail.com

## Abstract

The aim of this academic article was to present the concept of responsible tourism applied in management to balance the three pillars of sustainability in national and international policy, product and service design in hotels, restaurants, and travel businesses related areas. The concept of responsible tourism is one of the tourism concepts that focusses on the responsible concerns of service providers and travelers by reflecting their concerns through the management process of product and service design to prevent behaviors of both service providers and travelers that may affect the environment and local identity. The design of products and services that conserve tourism resources, reflect environmental management, and sustainable management.

The article shows examples of hotels' and restaurants' business policies that integrate environmental awareness processes with the design concept for the environment in the products and services design. The paper gathers information and analysis from national and international travel policies and trends, surveys and reports of global travel agencies, research papers, and industry examples that have implemented responsible tourism concept over the past two decades.

Responsible tourism is not the responsibility of any one person but it is the duty and responsibility of us all to achieve sustainable development goals together.

**Keywords:** Responsible tourism (RT), design for the environment (DfE), environmental concerns, tourism business, sustainable development goals (SDGs)

## บทนำ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเอเชียและแปซิฟิกในช่วงหลังโควิด-19 มีแนวโน้มการเดินทางมากขึ้น ถึงแม้จะมีความกังวลเรื่องสุขอนามัย แต่ความกังวลดังกล่าวกลับส่งผลดีต่อนักท่องเที่ยวและสถานที่ที่ไปเยี่ยมชม เนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคจะมีความระมัดระวัง มีสติ และมีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น (World Tourism Organization, 2020) นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิด-19 จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั่วโลก 5,500 ตัวอย่าง รายงาน Expedia Group's Traveler Value Index: 2022 Outlook ระบุว่า ตัวอย่าง

กว่าครึ่ง (ร้อยละ 54) วางแผนที่จะใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่าเมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดการระบาดใหญ่ และเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98) คำนึงถึงผลกระทบของ COVID-19 ต่อชุมชนท้องถิ่นและยินดีใช้จ่ายเพื่อกิจกรรมสันตนาการระหว่างการเดินทาง นอกจากนี้ 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างยินดีใช้จ่ายให้กับธุรกิจและร้านอาหารท้องถิ่น รวมทั้งยินดีสนับสนุนค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้นเพื่อให้การเดินทางยั่งยืน (TAT, 2021; Expedia, 2022)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสุขอนามัยประสบการณ์ที่มีความหมายและการเดินทาง

ที่สนับสนุนความยั่งยืน ซึ่งส่งผลดีต่อแนวโน้มเพื่อการวางแผนการพัฒนาคุณภาพและการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การรวมแนวคิดที่สามารถส่งผลให้ธุรกิจมีกำไร และเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมของโลกเป็นผลจากการขยายความรับผิดชอบของผู้ประกอบการธุรกิจออกไปให้เกิดสมดุลของโลกธุรกิจ ทั้งผลกำไร ผู้คน และโลกใบนี้ (Elkington, 1998; Goodwin, H., 2016; กฤษณ อร่ามศรีและคณะ, 2022)

ดังนั้น การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบร่วมกับแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดี ประกอบกับ การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก สินค้า และบริการเพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงไม่ใช่ทางเลือกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว แต่เป็นทางรอดเพื่อรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่ต้องรับรู้ พัฒนา และบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วน

### **องค์ประกอบและความหมายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism)**

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้รับการนิยามเป็นครั้งแรกในปี 2002 ในเวทีประชุม World Summit ว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เมืองเคปทาวน์ ประเทศแอฟริกาใต้ ต่อมาแนวคิด RT ถูกประยุกต์ใช้ใน World Tourism Market (WTM) 2007 กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกว้างๆ หมายถึง “การทำให้สถานที่นั้นอยู่ขึ้นทั้งเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน” โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ

ท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมที่พัก หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเดียวกันคือเพื่อให้เกิดความยั่งยืน (Goodwin, H., 2014)

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่องค์กรการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) กำหนดหลักการเบื้องต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น คำนี้ถึงขีดความสามารถของธรรมชาติในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และความต้องการของชุมชน การกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมให้กับคนในท้องถิ่น การส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวด้วยความเข้าใจและเรียนรู้สภาพเฉพาะของพื้นที่ ทรัพยากร ขนบธรรมเนียม/วัฒนธรรม/วิถีชีวิต มีการส่งเสริมการออกแบบที่เป็นกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุในท้องถิ่น ผสานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแผนพัฒนาทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) ได้อธิบายนิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรายละเอียดที่สอดคล้องกันกับ UNWTO ว่าเป็นการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวและการจัดการบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อสงวน รักษา และพัฒนาสำหรับคนรุ่นหลัง โดยที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นได้ ประกอบกับสร้างความตระหนักถึงขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต

ของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สนับสนุนความยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (eco tourism) ทั้งนี้รัฐบาลหรือหน่วยงานท้องถิ่นมีส่วนในการกำหนดนโยบายและมาตรการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวและการรักษาสีงแวดล้อมในพื้นที่

ในขณะที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ความสำคัญกับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ หน่วยงานของรัฐบาลที่ออกแบบนโยบายและกฎหมาย ที่มีส่วนร่วมสร้างประโยชน์สูงสุดจากมิติของความยั่งยืนการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีผลกระทบน้อยที่สุด ทั้งนี้ต้องให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่น มีการดำเนินการที่โปร่งใส เพื่อใช้การท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในระดับสากลในปฏิญญา Cape Town 2002 มีองค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่ 1) การลดผลกระทบทางลบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 2) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากร 3) ชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดสินใจต่อการพัฒนาที่อาจจะส่งผลกระทบและเกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิต 4) ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม และรักษาความหลากหลายของโลกไว้ได้ 5) สร้างประสบการณ์ที่สนุกสนานและเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น เคารพต่อวัฒนธรรมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน 6) ทำให้นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานภาพ เข้าถึงการท่องเที่ยวได้ และ 7) สร้างความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน โดยทำให้เกิดความภาคภูมิใจและมั่นใจในความเป็นท้องถิ่นตนเอง

จากความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นการดำเนินการใช้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ หน่วยงานของรัฐบาลที่ออกแบบนโยบายและกฎหมาย สามารถนำมาใช้ปลูกจิตสำนึกให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยว ใช้กระตุ้นให้จุดคิดระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและดำเนินถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชนชนบทธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยสามารถออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อปกป้อง สงวนรักษาและพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้คนรุ่นหลัง ดังนั้นการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการศึกษาแบบไม่เป็นทางการ (non-formal education) จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องปลูกจิตสำนึกให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงนักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แต่จากผลการสำรวจของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ด้านสถานะ SDGs เป้าหมายที่ 12 ของประเทศไทย จำเป็นต้องปรับปรุงในเรื่องการประเมินขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ รวมทั้งควรประเมินสถานการณ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริบทของการพลิกฟื้นจากวิกฤติโรคระบาดโควิด-19 เพิ่มเติม (สุพจน์ ชุณหะวัณ 2560) ประกอบกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบปรากฏอยู่ใน SDGs เป้าหมายที่ 12 การผลิตและบริโภคที่รับผิดชอบ (Rodríguez-Díaz & Pulido-Fernández, 2019) ดังนั้นในการพัฒนาและดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพื่อให้เห็นผลต่อสามสมดุของความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมจึง

ควรมีใช้เครื่องมือเพื่อติดตามตรวจสอบผลกระทบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น นโยบายเพื่อการลดการใช้พลาสติก นโยบายการใช้พลังงานสะอาด การสร้างงานและส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (The United Nations, 2015)

นอกจากนี้ งานวิจัยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา RT เป็นแนวคิดหลักที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กัมพูชา มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย) ใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนและการจัดการธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ (Mondal & Samaddar, 2021) เช่น การให้คุณค่าของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

### **แนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (design for the environment, DfE)**

การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก มีการตรวจสอบและทำการประเมินการออกแบบทางด้านสิ่งแวดล้อมในรูปแบบหรือเพื่อปรับปรุงให้มีความครอบคลุมต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น (Fuller, 2009) เพื่อให้ได้การออกแบบที่เหมาะสมและครอบคลุมทุกด้านช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นการออกแบบด้วยความมุ่งมั่น รวมถึงมียุ่งยากซับซ้อนต้องอาศัยความรู้ที่เป็นสหวิทยาการในการสรรค์สร้างงานออกแบบจากสิ่งแวดล้อมประจำวันที่เราอาศัยอยู่ร่วมกับระบบที่สลับซับซ้อนของความหมายทางวัฒนธรรม การสื่อสารด้วยภาพ การใช้เครื่องมือ เทคโนโลยี และวัสดุ การออกแบบสิ่งแวดล้อมถือเป็นศาสตร์ที่รวมสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของมนุษย์เข้าไว้ด้วยกัน มุ่งเน้นในการให้เกิดความเกี่ยวพันทางกายภาพและสังคมที่ดึงมาจากพฤติกรรมมนุษย์

และกระบวนการทางธรรมชาติ การออกแบบเป็นการตอบสนองขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในเรื่องการอาศัยอยู่บนโลกนี้ร่วมกับกับธรรมชาติให้ดีได้อย่างไร (Papanek & Fuller 1972 และ Fuller, 2009)

นักออกแบบสามารถสร้างอิทธิพลต่อการออกแบบอาคารและสถาปัตยกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การออกแบบสินค้าและบริการ ตัวอย่างนักออกแบบที่มีแนวคิดดังกล่าว คือ บัคมินสเตอร์ ฟูลเลอร์, Fuller (1969) สถาปนิกต้นแบบแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Edmondson, 2012) การออกแบบของฟูลเลอร์ส่งอิทธิพลต่อการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน คือ การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพพลังงาน (energy efficiency) เทคโนโลยีที่เหมาะสม (appropriate technology) เกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) การฟื้นฟูผืนดิน (land restoration) การออกแบบชุมชน (community design) และระบบพลังงานและการบำบัดของเสียอย่างยั่งยืนตามระบบนิเวศ แนวคิดดังกล่าวเป็นทางเลือกและนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบอาคารเพื่อการใช้งานในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และอาคารผู้โดยสารท่าอากาศยาน (Fuller, R., 1969) ผลของใช้แนวคิดการออกแบบดังกล่าวสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่นักเดินทางใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ กล่าวคือรูปแบบและการออกแบบของแหล่งท่องเที่ยวและที่พักที่มีจุดยืนด้านความยั่งยืนจะเติบโตและได้รับกระแสตอบรับที่ดี ผลจากการสำรวจ Expedia Group's Traveler Value Index: 2022 Outlook แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวกว่าครึ่งหรือร้อยละ 59 เติบโตใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อการ

เดินทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับความเห็นของนักท่องเที่ยวที่ว่าครึ่งหนึ่งที่จะใช้เกณฑ์ความยั่งยืนมาตัดสินใจเลือกสถานที่พักผ่อน ด้านโรงแรมและที่พัก สถานประกอบการที่มีมาตรฐานด้านความยั่งยืนจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมถูกกล่าวถึงเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในเดือนมกราคมปี 2565 นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่พักที่ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยอันดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า การใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ การรีไซเคิล การจัดการขยะพลาสติก และหลอดไฟ LED ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Expedia, 2022)

นอกจากนี้วิกฤติการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในรูปแบบต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรนานาชาติ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ตัวอย่างหนึ่งของความร่วมมือในประเทศไทยเมื่อปี 2562 คือ ปฏิญญายูเนสโกเพื่อการเดินทางอย่างยั่งยืน ซึ่งได้รับการขับเคลื่อนโดยความร่วมมือเป็นครั้งแรกระหว่างยูเนสโกและ Expedia Group นั้นมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการเดินทางอย่างยั่งยืน การฟื้นตัวของชุมชน และการอนุรักษ์มรดกทั่วโลก ผู้ลงนามสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจโรงแรมและด้วยความร่วมมือกัน การลงนามปฏิญญาดังกล่าวจะสามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกในอุตสาหกรรมการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวในอนาคต (UNESCO, 2022)

ปฏิญญาเป็นวิธีที่บริษัทท่องเที่ยวให้คำมั่นต่อสาธารณชนเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อปกป้องวัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ปฏิญญาได้รับการออกแบบมาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ริมชายฝั่ง และพื้นที่ที่เป็น

มรดกโลก เพื่อสนับสนุนการเดินทางอย่างยั่งยืนและปกป้องมรดกในชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับสากล (UNESCO, 2022)

ในประเทศไทย มีการลงนามปฏิญญายูเนสโกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยความร่วมมือของโรงแรมกว่า 500 แห่งและให้สัญญาว่าจะหยุดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยโรงแรมที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสุราษฎร์ธานี (UNESCO, 2022)

นอกจากนี้ผลการสำรวจด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประจำปี 2564 ของ Booking.com โดยรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกว่า 29,000 คนใน 30 ประเทศพบว่าผลจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 กระตุ้นให้นักเดินทางมุ่งมั่นที่จะเริ่มต้นการเดินทางท่องเที่ยวในวิถีที่ยั่งยืน เกือบทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 94) มีความเห็นว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นสำคัญอย่างมาก โดยกว่า 3 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้เหตุผลว่า ผลกระทบจากโควิด-19 มีส่วนกระตุ้นให้ตัดสินใจเลือกที่จะท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้นในอนาคต

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกใช้เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจมากกว่าสองทศวรรษในประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของร้านกาแฟสตาร์บัค (Starbucks) สาขาเมืองแฟรงค์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี ในปี 2542 สตาร์บัคเริ่มต้น “พื้นที่สำหรับสวนของคุณ” เพื่อการสร้างการรับรู้ของชุมชนต่อธุรกิจว่า สตาร์บัคเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างการลดขยะร่วมกับชุมชน เช่น ชุมชน

สามารถนำกากกาแฟที่เหลือจากการผลิตกาแฟของทางร้านไปทำปุ๋ยหมัก และนโยบายการใช้ถ้วยเครื่องดื่มที่ผลิตจากกระดาษรีไซเคิลซึ่งเป็นนวัตกรรมการใช้วัสดุรีไซเคิลในผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสกับอาหารหรือเครื่องดื่มโดยตรง รวมถึงใช้ปลูกถ้วยกระดาษลูกฟูกที่ทำจากเส้นใยรีไซเคิล

ในประเทศเม็กซิโกและอินโดนีเซีย สตาร์บัคเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับ Conservation International เพื่อช่วยปกป้องสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชนเกษตรกรที่ปลูกกาแฟ มีการรับรองการซื้อกาแฟจากชุมชนด้วยการรับซื้อกาแฟอย่างมีจริยธรรม (McFall *et al.*, 2017) แนวปฏิบัติดังกล่าวเรียกว่า Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices (Renard, 2010) มีการตั้งเป้าหมายการจัดซื้อกาแฟที่ใช้ในธุรกิจทั้งหมดผ่านระบบ C.A.F.E. โดยหลักการ Starbucks C.A.F.E. Practices เป็นแนวทางการรับซื้อเมล็ดกาแฟบนหลักเกณฑ์ 4 ข้อ คือ เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง ความโปร่งใสทางธุรกิจ รับผิดชอบต่อสังคม และการดูแลสิ่งแวดล้อม (Tsai *et al.*, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวย่างรับผิดชอบต่อสังคม ที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการแสดงออกพฤติกรรมและการออกแบบสินค้าและบริการที่รับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีอีกหลายตัวอย่างที่มีการรณรงค์ให้ถ้วยนำมาใช้ใหม่ในเวียดนามในปี 2563 และในประเทศเกาหลีในปี 2564 แผนการตลาดนี้ถูกติดแฮชแท็กที่กำหนดโดยสตาร์บัคถูกเขียนและอัปเดตด้วยที่ใช้ซ้ำได้แทนถ้วยที่ใช้แล้วทิ้ง และวางแผนไว้ว่าถ้วยแบบใช้แล้วทิ้งในเกาหลีจะถูกเลิกใช้ภายในปี 2568 (Behar, H., 2007) ในขณะที่สตาร์บัคมีรายงานผลกำไรไตรมาส 4/2565 ที่ 8.41 พันล้านดอลลาร์ สูงกว่าตัวเลขคาดการณ์ที่ 8.31 พันล้านดอลลาร์ และมียอดขายทั่วโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 (Starbucks, 2022) จากตัวอย่างข้างต้น

แสดงให้เห็นถึง ส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กรทางธุรกิจทั่วโลกที่ได้เริ่มดำเนินการผลิต การออกแบบ และการส่งเสริมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดสีเขียวทั่วโลก (Botero, *et al.*, 2011 และ Chang *et al.*, 2019)

## แนวทางการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดี

การปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในการเป็นพลโลกที่ดี สามารถออกแบบผ่านกระบวนการศึกษาทั้งการศึกษาในระบบ และการศึกษาอกระบบ มีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้ (Palmer, 2002 และ Gibson *et al.*, 2008)

1. แทรกการปลูกจิตสำนึกการเป็นพลโลกที่ดีกับนักเรียนในทุกโอกาสที่อยู่ภายในโรงเรียน ให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติรอบตัว จินตทัศน์และเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งผลกระทบจากการกระทำของตนที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม

2. ร่วมสร้างความรู้สึกรับผิดชอบ ต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในโรงเรียน ที่บ้านหรือชุมชนที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

3. แนะนำวิธีการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็นและหายาก สอนวิธีการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่ทดแทนได้ให้กลับมาเพิ่มขึ้น เท่ากับปริมาณที่ต้องการใช้ ใช้อย่างประหยัด และฟื้นฟูธรรมชาติที่เสียหายหรือเสื่อมโทรมให้ดีขึ้น

4. แนะนำแนวทางการปฏิบัติตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการลดการใช้พลังงานหรือใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า แสวงหาแหล่งพลังงานใหม่ๆ ลดการเกิดขยะมูลฝอยที่ไม่จำเป็น หรือจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

5. จัดเวลาให้มีการศึกษาประเภทของ  
ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศวิทยา และความ  
สัมพันธ์ความเชื่อมโยงความอยู่รอดระหว่างมนุษย์  
และสิ่งแวดล้อม

6. แนะนำแนวทางให้นักเรียน วางแผน  
การดำรงชีวิต อย่างเรียบง่าย ด้วยการไม่ทำลาย  
ชีวิตอื่นที่อยู่ในธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม

7. แนะนำขั้นตอนปฏิบัติให้นักเรียน  
ได้ทดลองการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติอย่าง  
สิ้นเปลืองน้อยที่สุด

8. โน้มน้าวให้นักเรียนเป็นนักรักษ์  
นิยม เพื่อช่วยเผยแพร่จิตสำนึกการอนุรักษ์  
สิ่งแวดล้อมไปยังครอบครัวและชุมชนที่ตนอาศัย  
อยู่ ให้เห็นคุณค่าและตระหนักถึงภัยพิบัติที่กำลัง  
เกิดขึ้นต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้ง  
แนวทางในการแก้ไข ให้ทรัพยากรธรรมชาติ  
สามารถคงอยู่

9. ชักชวนและร่วมกับนักเรียนในการ  
ทำกิจกรรมที่เอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ  
การดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตให้สอดคล้องกับ  
ธรรมชาติ

ทั้งนี้ การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก  
นี้เป็นวิธีการที่สันติและไม่มีการบีบบังคับใจแต่  
ประการใด (Sumangkalo, 2020) แนวทางการ  
สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในระยะต่างๆ ของ  
การเรียนรู้ เช่น การให้การศึกษาแก่ประชาชน  
อย่างเป็นทางการด้วยการบรรจุเรื่องสิ่งแวดล้อม  
และระบบนิเวศน์ไว้ในแบบเรียนและหลักสูตร  
ต่างๆ อันจะส่งผลในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อ  
ธรรมชาติ โดยเฉพาะในเยาวชน การให้การศึกษา  
อย่างเป็นทางการจึงได้ประโยชน์ในการสร้าง  
ทัศนคติ พฤติกรรม และวัฒนธรรม ทั้งยังได้ผล  
ที่แท้จริงอย่างรวดเร็วและยาวนาน นอกจากนี้  
การให้การศึกษาอย่างไม่เป็นทางการโดยผ่าน

ช่องทางการสื่อสารมวลชน อันจะเป็นประโยชน์  
ต่อประชาชนซึ่งพึงวัยเรียนไปแล้ว แนวทางนี้  
เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลที่จำเป็นและถูกต้องแก่  
ประชาชนทั่วไป และเป็นการเน้นย้ำสำหรับผู้  
ที่เคยศึกษาสิ่งเหล่านั้นในหลักสูตรของการศึกษา  
ระดับต่างๆ มาแล้ว โดยข้อมูลที่เผยแพร่  
สามารถสร้างความเข้าใจและความตระหนัก  
ให้แก่ประชาชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของ  
สิ่งแวดล้อมและความจำเป็นที่มนุษย์ต้อง  
พึงพาอาศัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ  
ทรัพยากรธรรมชาติ

จากกระบวนการสร้างจิตสำนึกด้าน  
สิ่งแวดล้อมโดยการใช้กระบวนการทางการ  
ศึกษา การใช้สื่อมวลชน และแนวคิดทางศาสนา  
และความเชื่อ การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม  
บูรณาาร่วมกันเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวอย่าง  
รับผิดชอบต่อ ธรรมชาติและวัฒนธรรมได้ สมควร  
อย่างยิ่งที่จะต้องมีการจัดการเพื่อให้เกิดความ  
ยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอัน  
เป็นอัตลักษณ์ในท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง  
หากมีการบูรณาการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ  
และการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกๆระดับที่เป็น  
กระบวนการเรียนรู้และการเผยแพร่ความรู้  
เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ  
และวัฒนธรรม ซึ่งเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์  
ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและ  
สังคมเข้าด้วยกัน ในที่สุดจะส่งผลให้เกิดการ  
ป้องกันและแก้ไขปัญหาความไม่แน่นอนของ  
เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม  
ของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน โดยมีกรอบของการ  
พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีการพัฒนา  
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

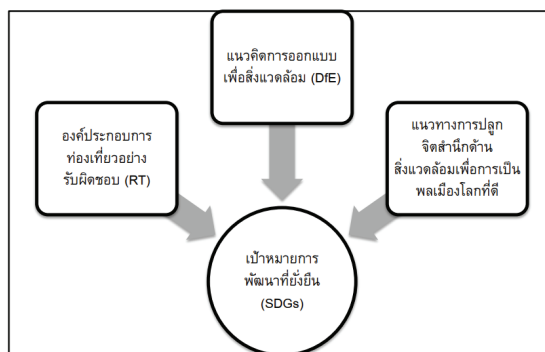


## สรุป

การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในระดับที่ใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหาการเสียดุลของเสาหลักเพื่อความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้จริงนั้น มีความจำเป็นที่ต้องมีการบูรณาการ (แผนภาพที่ 1) กระบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งในกระบวนการศึกษาอย่างเป็นทางการ การศึกษาอย่างไม่เป็นทางการ โดยการปรับใช้แนวทางการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดี ร่วมกับแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเหล่านี้เป็นแนวคิดที่สามารถนำมาปรับใช้ได้จริงจากหลักฐานการออกแบบดังที่กล่าวแล้วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลทางการตลาดในระยะยาว การลงทุนด้านการออกแบบเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่เป็นกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวโน้มของพฤติกรรมผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นฐานที่จะส่งผลต่อการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การสร้างรับรู้ตราสินค้าหากออกแบบให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดเพื่อ profit people planet และเกิดจากความเข้าใจและจริงจังตั้งแต่ฐานรากของการออกแบบสินค้าและบริการแล้วนั้น เป้าหมาย

ของการพัฒนาอย่างยั่งยืนก็ไม่ใช่นวัตกรรมที่อยู่ในรายงานหรือแผนการพัฒนาประเทศเท่านั้น แต่จะเป็นอนาคตที่ประชากรโลกมีส่วนร่วมในการสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงให้โลกเป็นโลกน่าอยู่เพื่อคุณภาพชีวิตของเราทุกคนที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่ว่าจะรูปแบบใด ภาครัฐซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศ กำหนดงบประมาณ มีบทบาทสำคัญมากในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักอย่างหนึ่งของโลกที่เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและการสร้างงานจำนวนมาก การขยายตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าวมักนำมาซึ่งความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ทั้งยังกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น โลกต้องปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเป็น “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ” โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน บนหลักการความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การสร้างอาชีพและการรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ความยั่งยืนทางด้านสังคม ขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากผลกระทบจากการกระทำของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมและแนวทางการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดีเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

จากตัวอย่างของการนำแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่มีกรอบการใช้ทั้งเชิงนโยบายภาครัฐและเอกชนในอดีตที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า ในระดับนโยบายทั้งภาครัฐและเอกชนนั้นหากไม่มีแรงจูงใจหรือการบังคับใช้ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องในระดับปัจเจกหรือเป็นเรื่องเฉพาะขององค์กรนั้นๆ เท่านั้น ดังนั้นในอนาคตหากภาครัฐมีความจริงจังในการจัดการปัญหาและเล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนของการเสียสมดุลของสามเสาหลักของมิติความยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) แล้วนั้น ควรเร่งกระบวนการกำหนดนโยบายเพื่อการสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวทั้งในเมืองหลักและเมืองรองได้รับผลประโยชน์จากการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เช่น แยกการจัดเก็บภาษีจากร้านอาหารหรือที่พักที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ โดยภาษีกลุ่มนี้จะถูกนำไปพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น เพื่อ

ตอบแทนผู้จ่ายภาษีอย่างเจ้าของโรงแรมและที่พักในพื้นที่นั้นๆ

การลดหย่อนภาษีให้ผู้ประกอบการที่พักร้านอาหาร สินค้าและบริการเพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภูมิภาคของประเทศ

ในส่วนของการศึกษา ภาครัฐสามารถให้การสนับสนุนหลักสูตรและทุนการศึกษาทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการสร้างจิตสำนึกเพื่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ในระบบสังคมโลกที่เราทุกคนพึ่งพากัน นับจากระดับปัจเจกบุคคล เป็นสังคม และเป็นรัฐ ผลกระทบจากการกระทำของเราทุกคนก่อร่างสร้างผลกระทบในระดับสังคมที่ใหญ่กว่าตัวเรา ดังนั้น เราทุกคนทุกภาคส่วนจึงมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อคุณภาพความเป็นอยู่มวลมนุษยชาติทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้

## เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ อร่ามศรี, อนาวิน สุวรรณะ, จิรัฎฐิตกาล มานะจรรยาพงศ์, กมลเกียรติ พงษ์, ทศพร ไชยประคอง, & ช่อทิพย์ นิमितกุล. (2022). แนวปฏิบัติของวิสาหกิจชุมชนบนฐานทุนทางสังคมสู่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในพื้นที่สงวนชีวมณฑลแม่สา-คอกม้า จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 10(1), 1-10.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *สรุปแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2564*. <https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan>
- สุพจน์ ชุณหวิฑูรย์ และริตา อ่อนอินท. (2560). *โครงการสำรวจสถานะของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทประเทศไทยและทางเลือกมาตรการทางเศรษฐกิจศาสตร์สังคม และกฎหมายเป้าหมายที่ 12*. ชุดโครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), Research Coordination for SDGs. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Behar, H. (2007). *It's not about the coffee: Leadership principles from a life at Starbucks*. Penguin.
- Botero, M. E., Díaz, A. M. A., Cadavid, C. M., & Muhss, M. (2011). CSR practices in the coffee industry: A preliminary review of Kraft Foods, Nestlé and Starbucks. *Negocios Internacionales*, 4(2), 30-44.

- Chang, K. C., Hsu, C. L., Hsu, Y. T., & Chen, M. C. (2019). How green marketing, perceived motives and incentives influence behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 336-345.
- Edmondson, A. C. (2012). *A fuller explanation: The synergetic geometry of R. Buckminster Fuller*. Springer Science & Business Media.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21<sup>st</sup> - century business. *Environmental quality management*, 8(1), 37-51.
- Expedia. (2022). *Group's Traveler Value Index: 2022 Outlook*. Expedia, Inc.
- Fuller, R. B. (2009). *Ideas and integrities: A spontaneous autobiographical disclosure*. Estate of R. Buckminster Fuller.
- Fuller, B. R. (1969). *Operating manual for spaceship earth*. EP Dutton & Co.
- Gibson, K. L., Rimmington, G. M., & Landwehr-Brown, M. (2008). Developing global awareness and responsible world citizenship with global learning. *Roeper Review*, 30(1), 11-23.
- Goodwin, H. (2014). *Cape town declaration on responsible tourism*. <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism (2<sup>nd</sup> ed)*. <https://www.goodfellowpublishers.com/>
- McFall, M., Rodehau, C., & Wofford, D. (2017). *Starbucks and conservation international: How a sustained NGO-company partnership led to the coffee industry's first sustainability standard*. Population Council.
- Mondal, S., & Samaddar, K. (2021). Responsible tourism towards sustainable development: Literature review and research agenda. *Asia Pacific Business Review*, 27(2), 229-266.
- Palmer, J. (2002). *Environmental education in the 21<sup>st</sup> century: Theory, practice, progress and promise*. Routledge.
- Papanek, V. & Fuller, R.B. (1972). *Design for the real world*. Thames and Hudson.
- Renard, M. C. (2010). In the name of conservation: CAFE practices and fair trade in Mexico. *Journal of Business Ethics*, 92(2), 287-299.
- Rodríguez-Díaz, B., & Pulido-Fernández, J. I. (2019). Sustainability as a key factor in tourism competitiveness: A global analysis. *Sustainability*, 12(1), 51.
- Starbucks. (2022). *Starbucks reports Q4 and full year fiscal 2022 results*. <https://investor.starbucks.com/press-releases/financial-releases/press-release-details/2022/Starbucks-Reports-Q4-and-Full-Year-Fiscal-2022-Results/default.aspx>
- Sumangkalo, P. P. (2020). Local community forest management in the Northern Region in accordance with sufficiency economy philosophy. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 5(10), 137-148.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *Responsible recovery for the tourism sector of post COVID-19 through responsible tourism concept*. Tourism Authority of Thailand.

- UNESCO. (2022). *The UNESCO sustainable travel pledge*. <https://unescosustainable.travel/en/tourism-authority-thailand-supports-the-pledge>
- Tsai, P. H., Lin, G. Y., Zheng, Y. L., Chen, Y. C., Chen, P. Z., & Su, Z. C. (2020). Exploring the effect of Starbucks' green marketing on consumers' purchase decisions from consumers' perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102162.
- The United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. <https://sdgs.un.org/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development-17981>
- World Tourism Organization. (2020). *UNWTO regional conference on sustainable development through tourism - proceedings, Thimphu, Bhutan, 03 June 2019*. UNWTO Publications.