

# แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทางเลือกหรือทางรอดของเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

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

ปรีดาเรศ ศิริรัตน์<sup>1</sup>

Preedaree Sirirat<sup>1</sup>

Received: 25 September 2022

Revised: 30 November 2022

Accepted: 13 December 2022

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีการนำมาปรับใช้ในการบริหารจัดการเพื่อความสมดุลของสามเสาหลักของมิติความยั่งยืน ทั้งนโยบายระดับชาติ นานาชาติ การออกแบบสินค้าและบริการในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารและธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นหนึ่งในแนวคิดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นที่จิตสำนึกของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยสะท้อนความมีจิตสำนึกร่วมกันกระบวนการภารกิจการบริหารจัดการ การออกแบบสินค้าและบริการ เพื่อป้องกันพฤติกรรมของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมทั้งในการออกแบบสินค้าและบริการมีการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม และการจัดการที่ยั่งยืน โดยในบทความวิชาการนี้ มีการยกตัวอย่างนโยบายของธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารที่มีการบูรณาการกระบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการนำเสนอแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการออกแบบสินค้าและบริการ โดยมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์จากนโยบายและแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติ ผลการสำรวจของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวระดับโลก บทความวิจัย และตัวอย่างจากภาคธุรกิจที่นำแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไปใช้จริงในช่วงก่อนโศงทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไม่ใช่หน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของทุกภาคส่วน เพื่อการไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน

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

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโรงแรม วัสดุศาสตร์ และอีเว้นท์ 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

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในເອເຊີຍແລະ ແຜນຕິພິບໃນຂ່າວງຫລັງ ໂຄວິດ-19 ມີແນວໂນມກາຮ ເດີນທາງມາກັ້ນ ຕຶງແມ່ຈະມີຄວາມກັງລຸບເຮື່ອງສຸຂ ອານາມຍ ແຕ່ຄວາມກັງລຸບດັ່ງກ່າວລັບສົ່ງຜລດີຕໍ່ອ ນັກທອງເຖິງເທົ່າລະສັບທີ່ໄປເຢືຍມືມ ເນື່ອຈາກ ພຸດທິກຣມກາບບຣິໂກຈະມີຄວາມຮັດຮວງ ມີສົດ ແລະມີຄວາມຮັບຜົດຂອມມາກັ້ນ (World Tourism Organization, 2020) ນັກທອງເຖິງເທົ່າຈະເດີນທາງ ມາກັ້ນເມື່ອເຖິງກັບຂ່າວງກ່ອນໂຄວິດ-19 ຈາກຜ ກາສໍາວັດຈຸລຸມຕ້ວອຍ່າງນັກທອງເຖິງເທົ່າໂລກ 5,500 ຕ້ວອຍ່າງ ຮາຍງານ Expedia Group's Traveler Value Index: 2022 Outlook ຮະບຸວ່າ ຕ້ວອຍ່າງ

ກວ່າຄົງ (ຮ້ອຍລະ 54) ວາງແຜນທີ່ຈະໃຊ້ຈ່າຍໃນກາຮ ເດີນທາງມາກັ້ນເມື່ອເຖິງກັບຂ່າວງກ່ອນເກີດກາຮ ຮະບາດໃຫຍ່ ແລະເກືອບທັງໝົດ (ຮ້ອຍລະ 98) ຄຳນຶ່ງ ຕຶງພຸດກະທບຂອງ COVID-19 ຕ່ອໜຸ່ມໜ້າທົ່ວເກີນ ແລະຍືນດີໃຊ້ຈ່າຍເພື່ອກິຈກະລົງສັນທະນາກາຮຮ່ວງ ກາຮ ເດີນທາງ ນອກຈາກນີ້ 1 ໃນ 3 ຂອງກລຸມຕ້ວອຍ່າງ ຍິນດີໃຊ້ຈ່າຍໃຫ້ກັບຊຽງຈີແລະຮ້ານອາຫາຮທົ່ວເກີນ ຮວມທັງຍືນດີສັນບສັນນຸ່ມຕໍ່ຮ່ວມເນື່ອມເພີ່ມຂຶ້ນເພື່ອ ໄກກາຮ ເດີນທາງຍັ້ງຍືນ (TAT, 2021; Expedia, 2022)

ຈາກເຫດຜລດັ່ງກ່າວຫັ້ງຕົ້ນ ແສດງໄທ້ເຫັນ ວ່າ ນັກທອງເຖິງເທົ່າໄຫ້ຄວາມສໍາຄັງກັບສຸຂອານາມຍ ປະສນກາຮຟ໌ທີ່ມີຄວາມໝາຍແລກາຮ ເດີນທາງ

ที่สนับสนุนความยั่งยืน ซึ่งส่งผลดีต่อแนวโน้มเพื่อการวางแผนการพัฒนาคุณภาพและการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การรวมแนวคิดที่สามารถส่งผลให้ธุรกิจมีกำไร และเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมของโลก เป็นผลจากการขยายความรับผิดชอบของผู้ประกอบการธุรกิจจากไปให้เกิดสมดุลของโลกธุรกิจ ทั้งผลกำไร ผู้คน และโลกใบหน้า (Elkington, 1998; Goodwin, H., 2016; กฤษณ อร่ามศรีและคณะ, 2022)

ดังนั้น การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบร่วมกับแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม กระบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดี ประกอบกับ การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวก สินค้า และบริการเพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ทางเลือกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว แต่เป็นทางรอดเพื่อรักษาสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่ต้องรับรู้ พัฒนา และบูรณาการร่วมกัน ทุกภาคส่วน

## องค์ประกอบและความหมายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism)

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้รับการนิยามเป็นครั้งแรกในปี 2002 ในเวทีประชุม World Summit ว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เมืองเชียงใหม่ ประเทศไทยได้ต่อมาแนวคิด RT ถูกประยุกต์ใช้ใน World Tourism Market (WTM) 2007 กรุงลอนדון ประเทศอังกฤษ ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการว่างๆ หมายถึง “การทำให้สถานที่น่าอยู่ขึ้นทั้งเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน” โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ

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

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่องค์กรการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) กำหนดหลักการเบื้องต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น คำนึงถึงขีดความสามารถของธรรมชาติในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และความต้องการของชุมชน การกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมให้กับคนในท้องถิ่น การส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวด้วยความเข้าใจและเรียนรู้สภาพเฉพาะของพื้นที่ ทรัพยากรูปธรรมเนียม/วัฒนธรรม/วิถีชีวิต มีการส่งเสริมการออกแบบที่เป็นกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุในท้องถิ่น ผสานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแผนพัฒนาทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) ได้อธิบายนิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรายละเอียดที่สอดคล้องกับ UNWTO ว่า เป็นการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวและการจัดการบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อสงวน รักษา และพัฒนาสำหรับคนรุ่นหลัง โดยที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น ได้ ประกอบกับสร้างความตระหนักรถึงขับธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต

ของประชาชนและชุมชนท้องถิ่น โดยรูปแบบของ การท่องเที่ยวที่สนับสนุนความยั่งยืน เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (eco tourism) ทั้งนี้รู้บาลหรือ หน่วยงานท้องถิ่นมีส่วนในการกำหนดนโยบาย และมาตรการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวและการ รักษาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

ในขณะที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ให้ความสำคัญกับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ หน่วยงานของ รัฐที่ออกแบบนโยบายและกฎหมาย ที่มีส่วนร่วม สร้างประโยชน์สูงสุดจากมิติของความยั่งยืน การ ท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม ให้มีผลกระทบน้อยที่สุด ทั้งนี้ต้องให้ ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่น มีการดำเนิน การที่โปร่งใส เพื่อใช้การท่องเที่ยวนำไปสู่การ พัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ในระดับสากลในปฏิญญา Cape Town 2002 มี องค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่ 1) การลดผลกระทบ ทางลบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 2) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับคนใน ท้องถิ่น ส่งเสริมการคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชน ที่เป็นเจ้าของทรัพยากร 3) ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการตัดสินใจต่อการพัฒนาที่อาจจะส่งผลกระทบ และเกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิต 4) ส่งเสริมการ อนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ความหลากหลายทางชีวภาพ และรักษาความหลากหลาย ของโลกไว้ได้ 5) สร้างประสบการณ์ที่สนุกสนาน และเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการมี ปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น เคราะห์ด่อร์วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นที่มีความ แตกต่างกัน 6) ทำให้นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานภาพ เข้าถึงการท่องเที่ยวได้ และ 7) สร้างความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยว กับเจ้าของบ้าน โดยทำให้เกิดความภาคภูมิใจและ มั่นใจในความเป็นท้องถิ่นตนเอง

จากการความหมายของการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เป็นการดำเนินการใช้กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ หน่วยงานของรัฐที่ออกแบบนโยบายและกฎหมาย สามารถนำมาใช้ปลูกจิตสำนึกให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยว ใช้กระตุ้นให้จุดคิด ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและดำเนินถึงจิต ความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน บนธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตที่เกี่ยวกับ การท่องเที่ยว โดยสามารถออกแบบกิจกรรม การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อปักป้อง สงวน รักษาและพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้คงรุ่นหลัง ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นฐาน การศึกษาแบบไม่เป็นทางการ (non-formal education) จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องปลูกจิตสำนึก ให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงนักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แต่จากการสำรวจของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สก.) ด้านสถานะ SDGs เป้าหมายที่ 12 ของประเทศไทย จำเป็นต้อง ปรับปรุงในเรื่องการประเมินชีดความสามารถ ใน การรองรับของธรรมชาติ รวมทั้งควรประเมิน สถานการณ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนในบริบทของการพลิกฟื้นจากวิกฤติโควิด-19 เพิ่มเติม (สุพจน์ ชุณหళโถต้อนน์ และธิตา อ่อนอินทร์, 2560) ประกอบกับกิจกรรม การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบปรากฏอยู่ใน SDGs เป้าหมายที่ 12 การผลิตและบริโภคที่รับผิดชอบ (Rodríguez-Díaz & Pulido-Fernández, 2019) ดังนั้นในการพัฒนาและดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพื่อให้เห็นผลต่อ สามสมดุลของความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม จึง

ความมีใช้เครื่องมือเพื่อติดตามตรวจสอบผลกระทบของการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น นโยบายเพื่อการลดการใช้พลังงาน นโยบายการใช้พลังงานสะอาด การสร้างงานและส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (The United Nations, 2015)

นอกจากนี้ งานวิจัยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา RT เป็นแนวคิดหลักที่ผู้ประกอบด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กัมพูชา มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย) ใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนและการจัดการธุรกิจอย่างรับผิดชอบ (Mondal & Samaddar, 2021) เช่น การให้คุณค่าของ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การวางแผนธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

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

การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นหลัก มีการตรวจสอบและทำการประเมินการออกแบบทางด้านสิ่งแวดล้อมในรูปแบบหรือเพื่อปรับปรุงให้มีความครอบคลุมต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น (Fuller, 2009) เพื่อให้ได้การออกแบบที่เหมาะสมและครอบคลุมทุกด้าน ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นการออกแบบด้วยความมุ่งมั่น รวมถึงมีส่วนร่วมของชุมชนต้องอาศัยความรู้ที่เป็นสาขาวิชาการในการสร้างสรรค์สร้างงานออกแบบจากสิ่งแวดล้อมประจำวันที่เรารามาตยอยู่ร่วมกับระบบที่สัมบั้งช้อนของความหมายทางวัฒนธรรม การสื่อสารด้วยภาพ การใช้เครื่องมือ เทคโนโลยี และวัสดุ การออกแบบสิ่งแวดล้อมถือเป็นศาสตร์ที่รวมสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของมนุษย์เข้าไว้ด้วยกัน มุ่งเน้นในการให้เกิดความเกี่ยวพันทางกายภาพและสังคมที่ดึงมาจากพฤติกรรมมนุษย์

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

นักออกแบบสามารถสร้างอิทธิพลต่อการออกแบบอาคารและสถาปัตยกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การออกแบบสินค้าและบริการ ด้วยย่างนักออกแบบที่มีแนวคิดดังกล่าว คือ บัคминสเตอร์ 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 และอาคารผู้โดยสาร ท่าอากาศยาน (Fuller, R., 1969) ผลงานของเช่นแนวคิดการออกแบบดังกล่าวสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่นักเดินทางใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ กล่าวคือ รูปแบบและการออกแบบของแหล่งท่องเที่ยว และที่พักที่มีจุดยืนด้านความยั่งยืนจะเป็นประโยชน์และได้รับกระแสตอบรับที่ดี ผลจากการสำรวจ Expedia Group's Traveler Value Index: 2022 Outlook แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักเที่ยวจำนวนมาก หรือร้อยละ 59 เต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นเพื่อการ

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

นอกจากนี้ วิกฤติการแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในรูปแบบต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรนานาชาติ ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ ตัวอย่างหนึ่งของความร่วมมือในประเทศไทยเมื่อปี 2562 คือ ปฏิญญาณเนสโก เพื่อการเดินทางอย่างยั่งยืน ซึ่งได้รับการขับเคลื่อนโดยความร่วมมือเป็นครั้งแรกระหว่างญี่ปุ่นและ Expedia Group นั้นมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการเดินทางอย่างยั่งยืน การพื้นตัวของชุมชน และการอนุรักษ์มรดกโลก ผู้ลงนามสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจโรงแรม และด้วยความร่วมใจกัน การลงนามปฏิญญาดังกล่าวจะสามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกในอุตสาหกรรมการเดินทางสำหรับนักเดินทางในอนาคต (UNESCO, 2022)

ปฏิญญาเป็นวิธีที่บริษัทท่องเที่ยวให้คำมั่นต่อสาธารณะเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อปกป้องวัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ปฏิญญาได้รับการออกแบบมาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ริมชายฝั่ง และพื้นที่ที่เป็น

มรดกโลก เพื่อสนับสนุนการเดินทางอย่างยั่งยืน และปกป้องมรดกในชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับสากล (UNESCO, 2022)

ในประเทศไทย มีการลงนามปฏิญญาณเนสโกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยความร่วมมือของโรงแรมกว่า 500 แห่งและให้สัญญาว่าจะหยุดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยโรงแรมที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ประจำบาร์บีชันธ์ และสุราษฎร์ธานี (UNESCO, 2022)

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

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกใช้เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจมากกว่าสองทศวรรษในประเทศไทยต่างๆ ทั่วโลก เช่น นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของร้านกาแฟสตาร์บัค (Starbucks) สาขาเมืองแฟรงก์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี ในปี 2542 สตาร์บัคเริ่มต้น “พื้นที่สำหรับส่วนของคุณ” เพื่อการสร้างการรับรู้ของชุมชนต่อธุรกิจว่า สตาร์บัคเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างการลดขยะร่วมกับชุมชน เช่น ชุมชน

สามารถนำกาแฟเพื่อเหลือจากการผลิตกาแฟของทางร้านไปทำปุ๋ยหมัก และนโยบายการใช้ถ่ายเครื่องดื่มที่ผลิตจากกระดาษรีไซเคิลซึ่งเป็นนวัตกรรมการใช้วัสดุรีไซเคิลในผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสถกับอาหารหรือเครื่องดื่มโดยตรง รวมถึงใช้กล่องถ่ายกระดาษลูกฟูกที่ทำจากเส้นใยรีไซเคิล

ในประเทศไทยและอินโดนีเซียสตาร์บัคเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับ Conservation International เพื่อช่วยปกป้องสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชนเกษตรกรที่ปลูกกาแฟ มีการรับรองการซื้อขายกาแฟจากชุมชนด้วยหลักการรับซื้อขายอย่างมีจริยธรรม (McFall *et al.*, 2017) แนวปฏิบัติดังกล่าวเรียกว่า Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E.) Practices (Renard, 2010) มีการตั้งเป้าหมายการจัดซื้อขายกาแฟที่ใช้ในธุรกิจทั้งหมดผ่านระบบ C.A.F.E. โดยหลักการ Starbucks C.A.F.E. Practices เป็นแนวทางการรับซื้อเมล็ดกาแฟบนหลักเกณฑ์ 4 ข้อ คือ เมล็ดกาแฟคุณภาพสูง ความโปร่งใสทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการดูแลสิ่งแวดล้อม (Tsai *et al.*, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการทำท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการแสดงออกพฤติกรรมการออกแบบสินค้าและบริการที่รับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีอีกหลายตัวอย่างที่มีการรณรงค์ให้ถ่ายนำมาใช้ใหม่ในเวียดนามในปี 2563 และในประเทศไทยในปี 2564 แผนการตลาดนี้ถูกติดแฮชแท็กที่กำหนดโดยสตาร์บัคส์ภายนอกและอัปโหลดถ่ายที่ใช้ช้าได้แทนถ่ายที่ใช้แล้วทิ้ง และวางแผนไว้ว่าถ่ายแบบใช้แล้วทิ้งในเก้าหลังจะถูกเลิกใช้ภายในปี 2568 (Behar, H., 2007) ในขณะที่สตาร์บัค มีรายงานผลกำไรไตรมาส 4/2565 ที่ 8.41 พันล้านдолลาร์ สูงกว่าตัวเลขคาดการณ์ที่ 8.31 พันล้านдолลาร์ และมียอดขายทั่วโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 (Starbucks, 2022) จากตัวอย่างข้างต้น

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

## แนวทางการปัจจุบันสำนักด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดี

การปัจจุบันสำนักด้านสิ่งแวดล้อมในการเป็นพลโลกที่ดี สามารถออกแบบผ่านกระบวนการศึกษาทั้งการศึกษาในระบบ และการศึกษานอกระบบ มีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้ (Palmer, 2002 และ Gibson *et al.*, 2008)

1. แทรกการปัจจุบันสำนักการเป็นพลโลกที่ดีกับนักเรียนในทุกโอกาสที่อยู่ภายใต้ในโรงเรียน ให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติรอบตัว จนกระทั่งและเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งผลกระทบจากการกระทำของคนที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม

2. ร่วมสร้างความรู้สึกรับผิดชอบ ต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในโรงเรียน ที่บ้านหรือชุมชน ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

3. แนะนำวิธีการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็นและหลากหลาย สอนวิธีการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่ทكدแทนได้ให้กลับมาเพิ่มขึ้น เท่ากับปริมาณที่ต้องการใช้ใช้อย่างประหยัด และสิ่งฟุ่มเฟือยที่เสียหายหรือเสื่อมโทรมได้ซึ่ง

4. แนะนำแนวทางการปฏิบัติตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยการลดการใช้พลังงาน หรือใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า แสวงหาแหล่งพลังงานใหม่ๆ ลดการเกิดขยะมูลฝอยที่ไม่จำเป็น หรือจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

5. จัดเวลาให้มีการศึกษาประเพณีของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศวิทยา และความสัมพันธ์ความเชื่องโยงความอยู่รอดระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

6. แนะนำแนวทางให้นักเรียน วางแผนการดำรงชีวิต อย่างเรียบง่าย ด้วยการไม่ทำลายชีวิตอื่นที่อยู่ในธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม

7. แนะนำขั้นตอนปฏิบัติให้นักเรียนได้ทดลองการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองน้อยที่สุด

8. โน้มน้าวให้นักเรียนเป็นนักอนุรักษ์นิยม เพื่อช่วยเผยแพร่จิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมไปยังครอบครัวและชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ ให้เห็นคุณค่าและtribute ให้ห้องเรียนเป็นภัยพิบัติที่กำลังเกิดขึ้นต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งแนวทางในการแก้ไข ให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถคงอยู่

9. ซักชวนและร่วมกับนักเรียนในการทำกิจกรรมที่เอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตให้สอดคล้องกับธรรมชาติ

ทั้งนี้ การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกนี้เป็นวิธีการที่สันติและไม่มีการบีบบังคับใจแต่ประการใด (Sumangkalo, 2020) แนวทางการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในระยะต่างๆ ของ การเรียนรู้ เช่น การให้การศึกษาแก่ประชาชนอย่างเป็นทางการด้วยการบรรยายเรื่องสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศน์ไว้ในแบบเรียนและหลักสูตรต่างๆ อันจะส่งผลในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อธรรมชาติ โดยเฉพาะในเยาวชน การให้การศึกษาอย่างเป็นทางการจึงได้ประโยชน์ในการสร้างทัศนคติ พฤติกรรม และวัฒนธรรม ทั้งยังได้ผลที่แท้จริงอย่างรวดเร็วและยาวนาน นอกจากนี้ การให้การศึกษาอย่างไม่เป็นทางการโดยผ่าน

ช่องทางการสื่อสารมวลชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนซึ่งพนันวัยเรียนไปแล้ว แนวทางนี้ เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลที่จำเป็นและถูกต้องแก่ประชาชนทั่วไป และเป็นการเน้นย้ำสำคัญผู้ที่เคยศึกษาสิ่งเหล่านี้ในหลักสูตรของการศึกษาระดับต่างๆ มาแล้ว โดยข้อมูลที่ใช้เผยแพร่นั้น สามารถสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้แก่ประชาชนให้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและความจำเป็นที่มนุษย์ต้องพึ่งพาอาศัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ

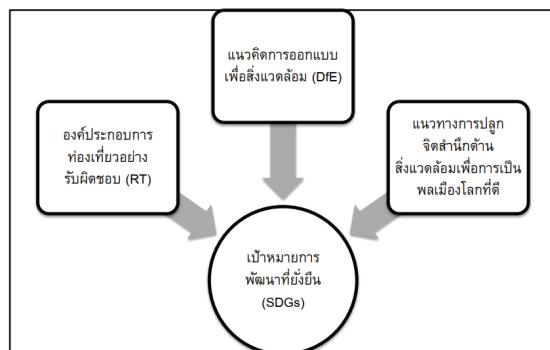
จากการบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมโดยการใช้กระบวนการทางการศึกษา การใช้สื่อมวลชน และแนวคิดทางศาสตร์และความเชื่อ การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม บูรณาการร่วมกันเป็นแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทั้งหมดนี้ สามารถใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมได้ สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องมีการจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ในท้องถิ่นนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีการบูรณาการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกระดับที่เป็นกระบวนการเรียนรู้และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเข้าด้วยกัน ในที่สุดจะส่งผลให้เกิดการป้องกันและแก้ไขปัญหาความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดได้อย่างยั่งยืน โดยมีการอบรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยุบันพื้นฐานของการเป้าหมายการพัฒนาอย่างที่ยังยืน

## สรุป

การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในระดับที่ใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหา การเสียสมดุลของเสาหลักเพื่อความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้จริงนั้น มีความจำเป็นที่ต้องมีการบูรณาการ (แผนภาพที่ 1) กระบวนการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งในกระบวนการศึกษาอย่างเป็นทางการ การศึกษาอย่างไม่เป็นทางการ โดยการปรับใช้แนวทางการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดี ร่วมกับแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเหล่านี้เป็นแนวคิดที่สามารถนำมาปรับใช้ได้จริงจากหลักฐานการออกแบบดังที่กล่าวแล้วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงผลทางการตลาดในระยะยาว การลงทุนด้านการออกแบบเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่เป็นกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ควรพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวโน้มของพฤติกรรมผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นฐานที่จะส่งผลต่อการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การสร้างรับรู้ตราสินค้าหากออกแบบให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาดเพื่อ profit people planet และเกิดจากความเข้าใจและจริงใจตั้งแต่ฐานรากของการออกแบบสินค้าและบริการแล้วนั้น เป้าหมาย

ของการพัฒนาอย่างยั่งยืนก็ไม่ใช่แนวคิดที่อยู่ในรายงานหรือแผนการพัฒนาประเทศเท่านั้น แต่จะเป็นอนาคตที่ประชากรโลกมีส่วนร่วมในการสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงให้โลกเป็นโลกแห่งอยู่เพื่อคุณภาพชีวิตของเราทุกคนที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่ว่าจะรูปแบบใด ภาครัฐซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศ กำหนดงบประมาณ มีบทบาทสำคัญมากในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม เนื่องจากการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักอย่างหนึ่งของโลกที่เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและการสร้างงานจำนวนมหาศาล การขยายตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าวมักนำมายังความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ทั้งยังกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น โลกต้องปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเป็น “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ” โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน บนหลักการความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การสร้างอาชีพและการรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ความยั่งยืนทางด้านสังคม ขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วยความท้องถิ่น และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากผลกระทบจากการกระทำของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว



**ภาพที่ 1 การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมและแนวทางการปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นพลเมืองโลกที่ดีเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน**

## ข้อเสนอแนะ

จากตัวอย่างของการนำแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีการปรับใช้ทั้งเชิงนโยบายภาครัฐและเอกชนในอดีตที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่า ในระดับนโยบายทั้งภาครัฐและเอกชนนั้นหากไม่มีแรงจูงใจหรือการบังคับใช้ ความรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวจะเป็นเรื่องในระดับปัจเจก หรือเป็นเรื่องเฉพาะขององค์กรนั้นๆ เท่านั้น ดังนั้นในอนาคตหากภาครัฐมีความจริงใจในการจัดการปัญหาและเล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนของการเสียสมดุลของสามเสาหลักของมิติความยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) และนั้นควรเร่งกระบวนการทำการกำหนดนโยบายเพื่อการสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวทั้งในเมืองหลักและเมืองรองได้รับผลกระทบโดยชันจากการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบอย่างเป็นรูปธรรม เช่น แยกการจัดเก็บภาษีจากโรงแรมหรือที่พักที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ โดยภาษีกลุ่มนี้จะถูกนำไปพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับทองถิน เพื่อ

ตอบแทนผู้จ่ายภาษีอย่างเจ้าของโรงแรมและที่พักในพื้นที่นั้นๆ

การลดหย่อนภาษีให้ผู้ประกอบการที่พักร้านอาหาร สินค้าและบริการเพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในทุกภูมิภาคของประเทศไทย

ในส่วนของการศึกษา ภาครัฐสามารถให้การสนับสนุนหลักสูตรและทุนการศึกษาทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการสร้างจิตสำนึกเพื่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ในระบบสังคมโลกที่เราทุกคนพึงพา กับนับจากระดับปัจเจกบุคคล เป็นสังคม และเป็นรัฐ ผลกระทบจากการกระทำของเราทุกคนก่อร่างสร้างผลกระทบในระดับสังคมที่ใหญ่กว่าตัวเรา ดังนั้น เราทุกคนทุกภาคส่วนจึงมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อคุณภาพความเป็นอยู่มานมุขยชาติทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้

## เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ อรุณศรี, อนาวิน สุวรรณะ, จิรฉัตติกาล มาณะจารยพงศ์, กมลเกียรติ พงษ์, ทศพร ไชยประคอง,  
& ชื่อทิพย์ นิมิตกุล. (2022). แนวปฏิบัติของวิสาหกิจชุมชนบนฐานทุนทางสังคมสู่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบใน พื้นที่ส่วนชุมชนผลไม้-สา-คอกม้า จังหวัดเชียงใหม่. วารสาร การพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 10(1), 1-10.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). สรุปแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2564.  
<https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan>
- สุพจน์ ชุณหഴิโธนนต์ และธิตา อ่อนอินทร. (2560). โครงการสำรวจสถานะของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทประเทศไทยและทางเลือกการทางการทางเศรษฐศาสตร์สังคม และกฎหมายเป้าหมายที่ 12. ชุดโครงการประสานงานการวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs), Research Coordination for SDGs. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกอ.).
- Behar, H. (2007). *It's not about the coffee: Leadership principles from a life at Starbucks*. Penguin.
- Botero, M. E., Diaz, 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, R. 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. *Roepers 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 Buddhistic 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.