



บทความออนไลน์

ทำไมการท่องเที่ยวต้อง ‘ยั่งยืน’ อนาคตและจุดเปลี่ยนของการท่องเที่ยวยุคใหม่

ช่วงเวลาเกือบสองปีที่ผ่านมาผ่านไป มาพร้อมคำใหม่ในวงการท่องเที่ยว กับ ‘การเดินทางแบบรักโลก’ ช่วงระยะเวลาที่ธรรมชาติได้พักฟื้นหายใจหายคอ ผู้คนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการได้เวลาปรับตัวให้เข้ากับคามยั่งยืน ทุกสิ่งที่จะประสานทำให้ธรรมชาติ วัฒนธรรม และผู้เดินทาง อยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุขทุกพากฝั่ง คราวนี้จึงเป็นส่วนของนักท่องเที่ยว ที่จะเริ่มต้นเดินทางแบบรักโลก และสานต่อเจตจำนงด้านความยั่งยืนให้เกิดขึ้นจริงผ่านแอดวงการเดินทาง เพราะทั้งโลกใบนี้และเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องของเราทุกคน เราจึงชวนคุณมาคุยเรื่องอนาคตการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจความยั่งยืน กับ **คุณฉัตรสุดา เลิศพิริยกุล** Area Manager Partner Services Thailand and Indochina จาก Booking.com และ **คุณวรรณสิงห์ ประเสริฐกุล** นักท่องเที่ยวมืออาชีพ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับพวกเราได้ร่วมกันดูแลสังคมและโลกใบนี้ ผ่านการท่องเที่ยวที่ ‘ใส่ใจ’ และ ‘เข้าใจ’ มากกว่าที่เคย





พฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังโควิด

จากการสังเกตการณ์ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงอย่าง Booking.com มองเห็นพฤติกรรมและเทรนด์ของการท่องเที่ยวผ่านมุมมองทางด้านสถิติ กับตัวเลขของความเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจ

“เราพบว่าผู้เดินทางทั่วโลก รวมถึงผู้เดินทางชาวไทยหันมาให้ความสำคัญกับเทรนด์การใช้ชีวิตบนวิถีความยั่งยืนมากขึ้น” คุณฉัตรสุดาเริ่มต้นเล่า “ในส่วนของผู้เดินทางชาวไทย 78% ต้องการเดินทางแบบยั่งยืนมากขึ้นในอนาคต ซึ่งในความยั่งยืนก็ลงรายละเอียดไปอีก โดย 85% ต้องการความมั่นใจว่าผลของการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะถูกกระจายไปสู่คนทุกภาคส่วนในสังคม และ 87% ต้องการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น จนเกิดเป็นกระแสการท่องเที่ยวเมืองรองขึ้นมานั่นเอง” นอกจากนี้ “66% ของผู้เดินทางชาวไทยยังยอมรับว่าการแพร่ระบาดได้เปลี่ยนให้พวกเขาเริ่มต้นลงมือสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในชีวิตประจำวัน”





ในส่วนของคุณวรรณสิงห์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว เขาเองได้เล่าให้เราเห็นภาพของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในภาพรวมให้เราฟังอย่างน่าสนใจ “ผมว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มจากฝั่งตะวันตกก่อนแล้วก็ลามมาถึงแถวเอเชีย แถวบ้านเรา คือยุคของการจองผ่านเอเจนซีหรือ OTAs เพราะทุกคนสามารถเข้าถึงและหาข้อมูลเองได้หมดแล้วพอเราเริ่มชินกับตรงนี้ จากเดิมเราดูแค่ราคา ระยะเวลา หรือความสะดวกสบาย พอโลกเข้ามาสู่ยุคใหม่ ยุคที่ผู้คนมีข้อกังวลในด้านต่างๆ มากขึ้น ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่คนมองหา”

กระแสของการท่องเที่ยวแบบรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ต่อเนื่องมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนยุคใหม่ที่ใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ส่วนรวมของสังคม จึงนำมาสู่ธุรกิจและผู้ประกอบการที่ต้องการตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนในตอนนี้

“จริงๆ แล้วการท่องเที่ยวก็ไม่ได้ต่างจากชีวิตของคนในทุกๆ วันอยู่แล้ว เป็นสิ่งที่เราต้องทำทุกวัน กิน ต้ม นอน เดินทาง เพียงแค่การท่องเที่ยวมันเป็นช่วงระยะเวลาชีวิตหนึ่งซึ่งเราดึงออกมาให้เป็นช่วงพิเศษของมัน ที่นี่สิ่งที่คุณทำได้ระหว่างท่องเที่ยวก็คือสิ่งเดียวกับที่คุณทำได้ในชีวิตทุกวันของคุณ เพราะฉะนั้นเริ่มจากชีวิตปกติทุกวันนี้ก่อน ลดขยะ ลด Carbon Footprint ลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น แล้วจากนั้นก็เอาแนวทางเหล่านั้นไปใช้ระหว่างเดินทางด้วย”





ผู้ประกอบการท่องเที่ยว กับความเข้าใจในเรื่องความยั่งยืน

“สำหรับนักท่องเที่ยวในแถบเอเชีย เรามักจะมองการเดินทางเป็นเรื่องของการพักผ่อน แปลว่าเราอยากได้ความสบาย อาหารอร่อย” คุณวรรณสิงห์เล่า “แต่ว่าสิ่งนี้กำลังเปลี่ยนไปเรื่อยๆ กับเจเนอเรชันใหม่ของนักท่องเที่ยว ที่เป็นการหาเรื่องราว ประสบการณ์ชีวิต หรือความเชื่อมโยงกับพื้นที่ มากกว่าแค่เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ มันส่งผลให้เราค่อยๆ มาใส่ใจสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่เราไปเยือนมากขึ้นเอง”

นี่จึงเป็นโจทย์สำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ที่จะต้องรวมประเด็นของความยั่งยืน ทั้งในเชิงสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจชุมชนเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับพฤติกรรมของผู้เดินทาง

“เราต่างรู้ดีว่าการดำเนินชีวิตประจำวันที่ผ่านมาของเราทุกคนล้วนส่งผลต่อปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่สูงขึ้น ดังนั้นพวกเราที่ Booking.com ในฐานะผู้นำในแวดวงการเดินทาง และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงพยายามสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมาโดยตลอด ตั้งแต่การทำงานภายในองค์กรเอง ไปจนถึงการสร้างเข้าใจให้กับผู้ประกอบการให้มองเห็นความสำคัญของการสร้างความยั่งยืนให้กับวงการท่องเที่ยว ซึ่งจากการสอบถามที่พิกคู่ค้าของ Booking.com พบว่ามีที่พิกคู่ค้าถึง 82% ที่เชื่อว่าความยั่งยืนในภาคการให้บริการนั้นมีความสำคัญ” คุณฉัตรสุตาเสริม





คุณวรรณสิงห์ในฐานะนักท่องเที่ยวมืออาชีพแสดงความคิดเห็นต่อสิ่งที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้เดินทาง พร้อมกับสร้างความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมให้ครบวงจรความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

“ตอนนี้ถือเป็นโอกาสอันดีที่เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว อย่างโรงแรมต่างๆ จะสามารถสื่อสารความมุ่งมั่นและการดำเนินการด้านความยั่งยืนของธุรกิจตนให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างง่ายดายมากขึ้น ผ่านการกรอกข้อมูลด้านความยั่งยืนเข้ามาว่าตัวเองกำลังทำอะไรบ้าง ผมว่าในอนาคตมันจะเยี่ยมยิ่งขึ้นอีก ถ้าผู้ที่ใช้บริการก็เป็นผู้คอยรีวิวด้วยว่าผู้ดำเนินธุรกิจเหล่านั้นทำตามแนวทางด้านความยั่งยืนจริงไหม เหมือนเป็นการตรวจสอบกันไปในตัว เพราะทุกคนสามารถเห็นข้อมูลได้อย่างโปร่งใสและแท้จริงอยู่แล้ว ดังนั้นผมคิดว่าสิ่งที่คุณผู้ประกอบการทั้งหลายบอกเล่าไปก็ต้องทำให้ได้จริงด้วย”





Travel Sustainable Badge ของ Booking.com

ด้วยข้อกำหนดด้านความยั่งยืนที่ครอบคลุมหลากหลายประเด็นทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อม พลังงาน และเศรษฐกิจชุมชน จึงเป็นที่มาของ Travel Sustainable Badge บ้ายกำกับที่พักรักทั่วโลก ซึ่งเป็นการพัฒนาโปรแกรมด้านความยั่งยืนและเป็นความริเริ่มที่จะกลายเป็นมาตรฐานของแนวทางปฏิบัติด้านความยั่งยืนให้กับแควงและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดย Booking.com

“สัญลักษณ์ ‘ที่พักสำหรับเดินทางอย่างยั่งยืน’ ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เดินทางสามารถเข้าถึงข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีมาตรฐาน และเข้าใจง่าย สำหรับบ่งชี้ความเป็นที่พักรักทั่วโลก” คุณฉัตรสุดาเล่า

“เรามีการร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญในแควงการเดินทาง กลุ่มพันธมิตร Travalyst และร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากวงการอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อกำหนดถึงชุดแนวทางด้านความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เพื่อเป็นมาตรฐานให้ที่พักได้พิจารณาใน 5 หัวข้อ ได้แก่ ชยะ พลังงานและก๊าซเรือนกระจก น้ำ การสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และการปกป้องธรรมชาติ แล้วแยกย่อยลงไปอีก 32 แนวทาง ซึ่งที่พักสามารถเลือกปรับใช้ให้เข้ากับบริบทเฉพาะและบริเวณที่ตั้งของตัวเองได้”





ทางด้านคุณวรรณสิงห์เอง มองว่าการริเริ่มทำสัญลักษณ์ ‘ที่พักสำหรับเดินทางอย่างยั่งยืน’ ครั้งนี้ เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ทั้งกับผู้เดินทางซึ่งเป็นผู้บริโภค และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม

“Travel Sustainable Badge เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีและน่าสนใจมาก แล้วก็ดีใจที่ผู้เล่นรายใหญ่ขนาดนี้ในตลาด เริ่มทำก่อน ทำให้ทางเลือกของนักเดินทางชัดเจนขึ้น แต่มันจะดีขึ้นกว่านี้อีก ถ้าต่อไปมันถูกพัฒนาเป็นมาตรฐานที่เปรียบเทียบได้ทั้งอุตสาหกรรมการเดินทาง ตั้งแต่ต้นทางไปยังปลายทางได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งทั้งนี้ก็ต้องเกิดจากการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องนี้เยอะๆ ก่อน ส่วนตัวผมเชื่อว่า พอผู้นำตลาดอย่าง Booking.com เริ่มต้นแล้ว เดียวคนอื่นๆ ก็จะตามมาเอง แล้วปัจจัยด้านความยั่งยืนเหล่านี้จากเดิมที่เป็นแค่ส่วนเสริมในการตัดสินใจ จะกลายมาเป็นส่วนหลัก และมาตรฐานที่ถูกลำเอามาเปรียบเทียบได้ทั้งตลาดจริงๆ”





ขอบคุณภาพจาก Capella Bangkok

อนาคตการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่ไม่ว่าใครก็เดินทางแบบรักษาสีโลกได้

เราจึงอยากชวนทุกคนมาคิดและสร้างความตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไปพร้อมกัน เพื่ออนาคตที่ดีกว่าของโลก ชุมชน และเราเอง

“การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นซบเซตของอนาคตที่ทุกอย่างจะเป็นสิ่งที่ต้องคิดเรื่องความยั่งยืนมาก่อน” คุณวรรณสิงห์ให้ความเห็น “ยิ่งช่วงโควิด เรายิ่งเห็นชัดเจนว่าพอการท่องเที่ยวหยุด ชีวิตเราต่างจากเดิมอย่างไรบ้าง แล้วเราจะกลับมาได้อย่างไร หนึ่งในนั้นคือการกลับไปท่องเที่ยวอย่างคิดถึงสภาพแวดล้อม รอยเท้าคาร์บอน (Carbon Footprint) หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากขึ้น สองคือหันมาสนใจในเรื่องความยั่งยืนของเศรษฐกิจที่ไม่ได้พึ่งอยู่กับการท่องเที่ยวจากชาวต่างชาติอย่างเดียว แต่คือการพึ่งพาดูแลกันในท้องถิ่นของเราเอง อย่างการที่คนไทยหันมาสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ซึ่งผมว่ามันยั่งยืนกว่าในเชิงผู้ประกอบการด้วย”

ในส่วนพาร์ทเนอร์ของผู้เดินทางอย่าง Booking.com คุณฉัตรสุดาก็มองอนาคตของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเอาไว้ที่น่าสนใจ “การเดินทางอย่างยั่งยืนจะสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเป็นไปได้จริงมากยิ่งขึ้นนับตั้งแต่วันนี้ไป”





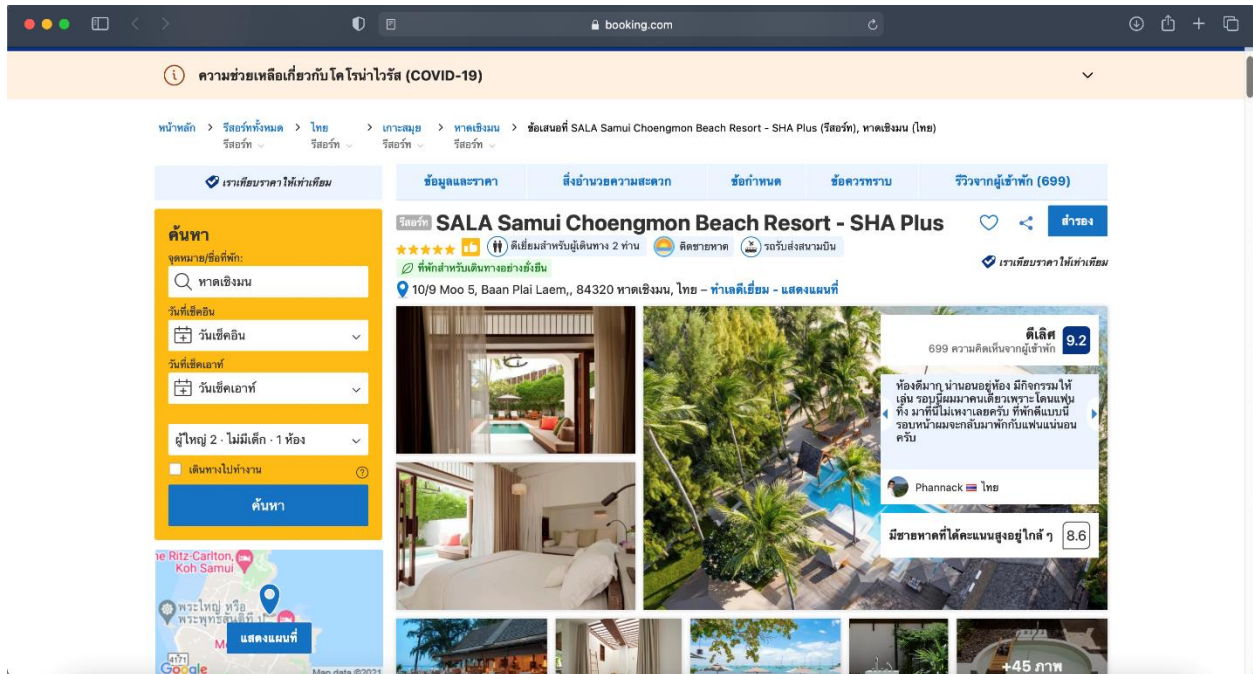
“เราเชื่ออย่างยิ่งว่าก้าวสำคัญของ Booking.com ในการกำหนดมาตรฐานของแนวทางปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนในครั้ง นี้ จะช่วยทำให้แวดวงการเดินทางสามารถก้าวเข้าสู่เส้นทางแห่งความยั่งยืนได้อย่างง่ายดายและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น จนในที่สุดสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง เพราะยังมีตัวเลือกด้านความยั่งยืนเพิ่มมากขึ้นเท่าไหน เข้าถึงได้ง่ายขึ้นเท่าไหน ผู้เดินทาง ชุมชนท้องถิ่น และโลกของเรายิ่งได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น”

ด้านคุณวรรณสิงห์ก็ทิ้งท้ายกับเราด้วยโจทย์ที่ทำทลายความคิด และสร้างความตระหนักให้กับเรา-ในฐานะผู้เดินทาง ได้ร่วมกันครีเอตทริปท่องเที่ยวที่รักษ์โลกและรักเพื่อนมนุษย์มากขึ้นกว่าเดิม

“โจทย์อันแปลกใหม่มันจะมาสู่มนุษยชาติเรื่อยๆ เพราะว่าดาวเคราะห์ดวงนี้กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากขึ้นหลายๆ อย่าง เราหยุดไม่ทันแล้ว แต่ที่เราต้องประยุกต์ให้เข้ากับมัน และการเดินทางก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่เราต้องคิดเยอะมากๆ ในอนาคต เพราะว่ามันเป็นส่วนที่สำคัญของชีวิตทุกคน และระบบเศรษฐกิจโดยรวม”



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU



ตราสัญลักษณ์ที่ปักสำหรับเดินทางอย่างยั่งยืน (ป้ายกำกับที่พักรักษ์โลก) หรือ Travel Sustainable Badge คือสัญลักษณ์ที่ Booking.com ใช้เป็นตัวแทนของมาตรการด้านความยั่งยืนที่น่าเชื่อถือและได้มาตรฐานระดับโลก ซึ่งจะให้ข้อมูลที่ผู้เดินทางทั่วโลกต้องการ สำหรับประกอบการตัดสินใจเลือกการเดินทางที่มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งใช้เป็นมาตรฐานในการรับรองความน่าเชื่อถือของที่พักที่พักรักษ์โลกที่มีเพิ่มมากขึ้นทั่วโลก ซึ่งดำเนินธุรกิจตามแนวทางด้านความยั่งยืนที่ส่งผลเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างแท้จริง

ที่มา https://thematter.co/brandedcontent/booking-com_travel-sustainable-badge/163470

[#เราจะฝ่าวิกฤตไปด้วยกัน](#)

[#SocialDistancing](#)

[#สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม](#)

<http://arit.npru.ac.th/>

<http://www.npru.ac.th/>

ฝ่ายส่งเสริมการใช้บริการ สำนักวิทยบริการฯ <http://arit.npru.ac.th/>



Line@LibraryNPRU



