

การฟื้นฟูการท่องเที่ยว
ท่องเที่ยวในเอเชีย
แปซิฟิก:
มีนักท่องเที่ยวที่มีความ
ใส่ใจรับผิดชอบ
ชอบมากขึ้นใช้ใหม่

บทนำ

รายงานจาก Economist Impact ที่ได้รับการสนับสนุนโดย Airbnb ฉบับนี้สำรวจการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยมุ่งศึกษาว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะสามารถเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดได้บ้างจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่มีความใส่ใจรับผิดชอบ รายงานนี้อิงตามการศึกษาค้นคว้าที่ครอบคลุมในวงกว้างและการสำรวจนักท่องเที่ยวมากกว่า 4,500 คนจากทั่วทั้งภูมิภาค รายงานฉบับนี้เขียนโดย Siddharth Poddar และเรียบเรียงโดย Pratima Singh

เราขอขอบคุณผู้มีส่วนสนับสนุนต่อไปนี้อย่างสูงซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม

- Soity Banerjee นักเขียนอิสระเรื่องการท่องเที่ยวและบรรณาธิการโครงการจาก Outlook Responsible Tourism Initiative
- Gaurav Bhatnagar ผู้อำนวยการจาก The Folk Tales
- Rachel Dodds ผู้อำนวยการจาก Sustaining Tourism และศาสตราจารย์ที่มหาวิทยาลัย Ryerson University
- Randy Durband ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจาก Global Sustainable Tourism Council
- Philip Goh รองประธานประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจาก International Air Transport Association
- Freya Higgins-Desbiolles อาจารย์ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัย University of South Australia's Business School
- Seul Ki Lee ผู้อำนวยการจาก LINC+ Project และรองศาสตราจารย์ของมหาวิทยาลัย Sejong University
- Liz Ortiguera ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจาก Pacific Asia Travel Association

สารบัญ

- 4 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
- 7 การฟื้นฟูการท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิก: มีนักท่องเที่ยวที่มีความใส่ใจรับผิดชอบมากขึ้นใช่ไหม
 - 7 “นักท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบ” คือใคร
 - 9 ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองกลายเป็นเรื่องรองไปแล้ว
 - 10 มากกว่ากระแสที่ผ่านมาแล้วผ่านไป
 - 11 นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก
 - 12 แนวทางการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นหลัก
 - 14 การขยายขอบข่ายความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
 - 16 เทคโนโลยีที่เปลี่ยนการท่องเที่ยวไปสู่รูปแบบใหม่
 - 17 การเร่งรัดนวัตกรรมแบบยั่งยืน
 - 18 การขยายขอบข่ายการเข้าถึงผ่านเทคโนโลยี
 - 19 อนาคตของการเดินทาง
 - 19 ภาครัฐคือผู้นำการปฏิบัติอย่างยั่งยืน
 - 20 เส้นทางที่ปูด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจอันดี

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวในหลายทิศทาง ตั้งแต่การแพร่ระบาดของโรคที่ส่งผลเสียหายอย่างมากต่อชีวิตมนุษย์และสังคมได้เริ่มต้น นักท่องเที่ยวได้คิดใคร่ครวญถึงผลกระทบต่อวันหยุดพักผ่อนในชุมชน เศรษฐกิจในท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น แม้ว่าจะมีการหิวยกประเด็นนี้มาพูดถึงเมื่อสองสามปีที่ผ่านมา แต่การแพร่ระบาดนี้ก็ส่งผลให้เกิดการตื่นตัวด้านการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและเร่งรัดการผลักดันไปสู่การเดินทางท่องเที่ยวที่ใส่ใจและรับผิดชอบต่อมากขึ้นในเอเชียแปซิฟิก

จากการสำรวจโดย Economist Impact ที่สอบถามนักท่องเที่ยวมากกว่า 4,500 คนในภูมิภาค ทั้งในออสเตรเลีย ญี่ปุ่น อินเดีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และไทย แสดงให้เห็นว่ามากกว่า 7 ใน 10 (71.8%) ของผู้ตอบแบบสำรวจเห็นด้วยว่าโควิด-19 ได้เปลี่ยนแนวความคิดของพวกเขาที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยทำให้การท่องเที่ยวดังกล่าวมีความสำคัญต่อพวกเขาเพิ่มขึ้น

ในการศึกษานี้ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหมายถึงพฤติกรรมที่เป็นการส่งเสริมในเชิงบวกต่อผลกระทบด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สำหรับทุกคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศของการท่องเที่ยว

ตัวเลขนี้เพิ่มสูงยิ่งขึ้นไปอีกในบางประเทศ โดยที่ผู้ตอบแบบสำรวจ 98.5% ในฟิลิปปินส์ 96.5% ในอินเดีย และ 93.5% ในมาเลเซียกล่าวว่าการแพร่ระบาดได้เปลี่ยนแนวความคิดของพวกเขาที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อีกทั้งมากกว่าสี่ในห้ายังกล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องมีหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอีกด้วย

เป็นไปได้หรือไม่ที่เรากำลังอยู่ในรุ่งอรุณของยุคแห่งการเดินทางท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบต่อมากขึ้น¹ ผลการสำรวจของเราชี้ให้เห็นเช่นนั้น ผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่ง (57.1%) กล่าวว่าพวกเขามีมุมมองต่อการท่องเที่ยวแตกต่างออกไป รวมถึงวิธีที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวนี้เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจในท้องถิ่น ชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

การเดินทางท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบต่อเป็นสิ่งที่ผู้คนให้ความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่กล่าวว่าการเดินทางท่องเที่ยวของพวกเขาควรต้องสร้างผลเชิงบวกต่อท้องถิ่น เมื่อเราเจาะลึกข้อมูลดังกล่าวให้ละเอียดยิ่งขึ้น เราพบว่านักท่องเที่ยว 57% ไม่อยากเป็นส่วนหนึ่งของการทำให้เกิดภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง ขณะที่ 69.9% กล่าวว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนพลุกพล่าน นักท่องเที่ยวในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (71.7%) กล่าวว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้พวกเขาได้หลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีคนพลุกพล่านได้มากกว่า

¹ ในการศึกษานี้ คำว่า "การเดินทางท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบต่อ" และ "การเดินทางท่องเที่ยวแบบยั่งยืน" จะนำมาใช้เพื่อสื่อถึงความหมายเดียวกัน

ประเด็นนี้เป็นประเด็นที่ถูกกล่าวถึงซ้ำๆ ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ที่เห็นถึงความต้องการที่ชัดเจนของเหล่านักท่องเที่ยวที่จะไปเยือนสถานที่ที่มีผู้คนไม่คloyหนาแน่นและมีพื้นที่โล่งมากกว่า จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม 49% จะกล่าวว่าพวกเขาจะเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทซึ่งไม่ใช่สถานที่ยอดนิยมอย่างมากนักในหมู่นักท่องเที่ยวบ่อยขึ้น ถือเป็นกาเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกับการแสวงหาการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นโดยปริยาย

การสำรวจของเราระบุว่าในอนาคต งบประมาณการเดินทางท่องเที่ยวก่อนโตจะหมุนเข้าสู่การท่องเที่ยวในประเทศ โดยที่ผู้ตอบแบบสำรวจ 57.6% กล่าวว่าพวกเขาจะจัดสรรงบประมาณการเดินทางท่องเที่ยวให้กับการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เพื่อที่จะออกไปสัมผัสประสบการณ์ในสถานที่ที่ผู้คนไม่ค่อยรู้จัก ประสบการณ์ที่ฉีกกฎเดิมๆ เหล่านี้ส่งผลเกี่ยวข้องต่อความหลากหลายของประสบการณ์และจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่มี อีกทั้งยังลดความแออัดในสถานที่ยอดนิยมอีกด้วย

ส่วนหนึ่งของมุมมองที่เปลี่ยนไปนี้สะท้อนให้เห็นความมึจิตสำนึกที่เพิ่มขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เล็งเห็นความจำเป็นที่จะต้องนำปัจจัยเรื่องชุมชนมาพิจารณาว่าชุมชนที่ตนเดินทางไปนั้นจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจหรือไม่ ตลอดจนวิธีใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวยังอีกด้วย

การเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเรื่องแค่เพียงเศรษฐกิจและวิถีชีวิตความเป็นอยู่เท่านั้น ผู้ตอบแบบสำรวจเกือบสองในสาม (63%) อยากรู้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นแนวทางที่จะเชื่อมโยงกับชุมชนและวัฒนธรรมอื่นๆ เข้าด้วยกัน นักท่องเที่ยวเหล่านี้แสดงความต้องการที่จะเอาใจใส่มากขึ้นในเรื่องการปรับตัวให้คุ้นเคยกับความจำเป็นและความต้องการของชุมชนในท้องถิ่น

การทำความเข้าใจความยั่งยืนแบบองค์รวม

เมื่อใดก็ตามที่มีการพูดคุยถึงความยั่งยืนในการท่องเที่ยว คนส่วนใหญ่ก็มักจะเน้นไปที่แง่มุมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น หลีกเลี้ยงการใช้พลาสติกครั้งเดียวแล้วทิ้ง หรือการลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ แต่การสำรวจของเราแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมีมุมมองต่อความยั่งยืนในการ

เดินทางท่องเที่ยวในแบบองค์รวม ยกตัวอย่างเช่นเมื่อสอบถามว่าอะไรคือแง่มุมที่สำคัญที่สุดสองข้อของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คำตอบที่เราได้รับก็คือด้านเศรษฐกิจ (46.7%) และด้านสังคม (41.3%) มีเปอร์เซ็นต์สูงกว่าด้านสิ่งแวดล้อม (32.1%) ด้านวัฒนธรรม (31.6%) และชุมชน (21.5%)

ก่อนช่วงเวลาที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตั้งแต่ลูกค้าไปจนถึงบริษัทให้ความสำคัญส่วนใหญ่ไปกับความยั่งยืนในประเด็นเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม เราเห็นหลักฐานที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวยังนึกถึงวิธีที่พวกเขาจะสามารถทำการตัดสินใจเลือกได้ดีขึ้น โดยนำความต้องการของชุมชนในท้องถิ่น เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และประเพณีตกทอดมาเป็นตัวช่วยตัดสินใจอีกด้วย

เราอาจคิดว่านี่เป็นการมาถึงของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงสู่รูปแบบใหม่ โดยที่นักท่องเที่ยวพยายามสร้างสมดุลระหว่างความต้องการที่จะได้สัมผัสประสบการณ์อันน่าตื่นเต้นกับผลกระทบที่เป็นไปได้ต่อระบบนิเวศในวงกว้าง

การเดินทางท่องเที่ยวแบบยั่งยืนกับเทคโนโลยี

ผลการสำรวจของเราเผยพบว่าเทคโนโลยีต่างๆ ทั้งที่เป็นเทคโนโลยีล้ำสมัยที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่และพื้นฐานทั่วไปล้วนเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและลักษณะนิสัยในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งมีส่วนสนับสนุนการผลักดันให้เกิดหลักปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเช่นกัน ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ 86.9% เห็นด้วยว่าเทคโนโลยีกำลังทำให้เกิดหรือสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่สามารถนำหลักปฏิบัติที่ยั่งยืนมาปรับใช้ได้มากขึ้น หรือจะเป็นนักท่องเที่ยวยที่สามารถทำการตัดสินใจแบบมีข้อมูลประกอบได้มากขึ้น เทคโนโลยีก็สามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบและยั่งยืนได้ ซึ่งกำลังเกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบ แต่โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวจะใช้เทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่และเข้าถึงข้อมูลได้แทบจะในทันที

จากการศึกษาวิจัยของเรา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่ง (43.1%) กล่าวว่าเทคโนโลยีทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นจำนวนมากได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น

เทคโนโลยีสามารถเป็นเครื่องมือที่ดีเยี่ยมในการสนับสนุนหลักปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในอีกหลายๆ ปีข้างหน้า และโควิด-19 เป็นตัวเร่งให้เกิดการนำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปใช้ ซึ่งเผยให้เห็นว่าอนาคตของการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นเช่นไร

อนาคตของการเดินทาง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดทบทวนมากขึ้นถึงผลกระทบของตัวเลือกในการท่องเที่ยว โดยที่ส่วนใหญ่ (54.5%) กล่าวว่าพวกเขาเต็มใจที่จะจ่ายเงินค่าบริการเพิ่มเติมเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สนับสนุนหลักปฏิบัติที่ยั่งยืน ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวในจำนวนใกล้เคียงกันแสดงความตั้งใจที่จะหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่สามารถจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน

การศึกษาวิจัยของเราแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเอาใจใส่เรื่องตัวเลือกในการท่องเที่ยวมากขึ้น แต่การจะนำเจตนา นี้ไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงนั้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดจำเป็นต้องมีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้า ตั้งแต่นักท่องเที่ยวจนถึงผู้ประกอบการและการปกครองส่วนท้องถิ่น การ

ตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบไม่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คำนึงถึงบริบทรอบข้าง เพราะว่าการตัดสินใจเหล่านี้เกี่ยวข้องกับตัวเลือกที่มีตั้งแต่การเดินทาง ที่พัก บริการอาหารและการกำจัดของเสีย ตลอดจนความมุ่งมั่นของภาคธุรกิจต่อหลักปฏิบัติที่ยั่งยืน

นี่จึงเป็นเหตุผลที่ภาครัฐและผู้ประกอบการต้องเข้ามาจับบทบาทอย่างจริงจังเพื่อพลิกโฉมให้กับอุตสาหกรรม เราพบสัญญาณที่เป็นความหวังที่จะการเปลี่ยนแปลงจากภาครัฐหลายหน่วยงานในเอเชียแปซิฟิกที่กำลังมีบทบาทสำคัญในแง่การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดีขึ้น รวมถึงการสื่อสารและวางแผนที่ดีกว่าเดิม

แต่สุภาษิตว่าไว้ว่านิสัยเก่านั้นแก้ยาก เมื่อถึงเวลาที่ผลกระทบของการแพร่ระบาดลดน้อยลงและผู้คนค่อยๆ หลงลืมเรื่องนี้ไป นักท่องเที่ยวก็อาจกลับไปมีลักษณะนิสัยแบบเดิมๆ อีกครั้ง

การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบในเอเชียแปซิฟิกมอบโอกาสในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวแบบองค์รวมและยั่งยืน ซึ่งเป็นโอกาสที่ใครๆ ก็ต้องการ

การฟื้นฟูการท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิก: มีนักท่องเที่ยวที่มีความใส่ใจรับผิดชอบมากขึ้นใช่ไหม

การท่องเที่ยวและการเดินทางได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดนิยามยุคใหม่ โดยเปิดโอกาสให้กับชุมชนและเศรษฐกิจ ส่งเสริมความเข้าใจให้กว้างขึ้น ไม่เพียงแค่อุตสาหกรรมของเราเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความเข้าใจซึ่งกันและกันด้วย รายได้ที่เพิ่มขึ้น สายการบินที่ต่ำที่แพร่หลาย และบทบาทของเทคโนโลยีในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ล้วนทำให้เกิดการเดินทางที่เพิ่มสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ปิดประตูการเดินทางระหว่างประเทศ ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโตครั้งใหญ่ ทุกภูมิภาคทั่วโลกมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นประวัติการณ์ โดยที่เอเชียแปซิฟิกได้รับผลกระทบใหญ่ที่สุด คือมีการลดลงถึง 82% ในปี 2020 เทียบกับปี 2019²

นั่นเป็นจำนวนที่เยอะมากสำหรับภูมิภาคที่การเดินทางและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนการเจริญเติบโตและตัวสร้างงานหลักๆ ตามข้อมูลจาก Liz Ortiguera ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจาก Pacific Asia Travel Association (PATA) เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของเอเชียแปซิฟิกเติบโตเร็วที่สุดในโลก ซึ่งมีส่วนใน GDP โดยรวมของภูมิภาคราว 10% และสร้างงานมากกว่า 180 ล้านงานในปี 2019

“แม้ว่าจะเกิดโรคระบาด แต่เอเชียแปซิฟิกยังคงเป็นภูมิภาคที่ใหญ่ที่สุดสำหรับการจ้างงานของภาคธุรกิจที่มีการจ้างงานแรงงานด้านการเดินทาง และท่องเที่ยวทั่วโลกถึง 55%” เธอกล่าว

อย่างไรก็ตาม การเริ่มต้นแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้จุดประกายให้เกิดการตระหนักถึงอุตสาหกรรมแบบครอบคลุมวงกว้าง ซึ่งเราเพิ่งเริ่มจะทำความเข้าใจเท่านั้นเอง

“นักท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบ” คือใคร

มุมมองการรับรู้ที่มีต่อลักษณะของ “นักท่องเที่ยว” นั้นเปลี่ยนแปลงไปแล้ว “จากการศึกษาครั้งล่าสุดที่ฉันได้จัดทำไป พบว่านักท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็นสามกลุ่มด้วยกัน กลุ่มแรกคือผู้คนที่ไม่ใช่ใจอะไรเลย กลุ่มต่อมาคือผู้คนที่จะทำแต่อะไรๆ และกลุ่มสุดท้ายคือ “นักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน” Rachel Dodds ผู้อำนวยการจาก Sustaining Tourism และศาสตราจารย์ของมหาวิทยาลัย Ryerson University อธิบาย “[นักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน] จะเปลี่ยนลักษณะพฤติกรรมเพราะความเชื่อหรือค่านิยมของตน หรือเพราะว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง”

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไม่ได้เป็นแค่เพียงคำที่คนนิยมพูดกัน แต่คือวิธีคิดที่ว่าการเดินทางนั้นจะส่งผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สุขภาพ วัฒนธรรม และสังคมได้อย่างไรบ้าง

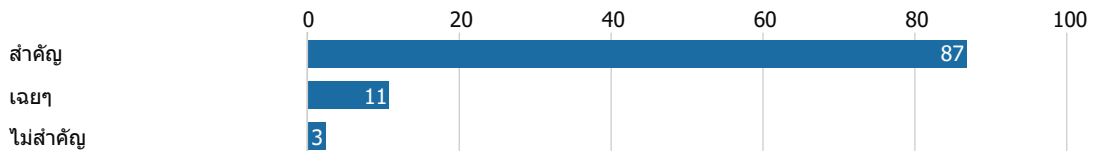
² <https://www.weforum.org/agenda/2021/05/covid-19-travel-tourism-virtual-reality/>

ในปัจจุบันนี้ การพูดคุยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนถูกหยิบยกมาเป็นประเด็นสำคัญ การสำรวจของ Economist Impact ที่สอบถามนักท่องเที่ยวมากกว่า 4,500 คนทั่วทั้งเอเชียแปซิฟิก³

พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่ง (52%) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพวกเขา โดยมีเพียง 2.5% ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไม่มีความสำคัญอะไรเลย

ภาพที่ 1: ทุกคนกำลังพูดถึงการเดินทางท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบ

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความสำคัญกับคุณอย่างไร โปรดเลือกตอบหนึ่งข้อ (%)



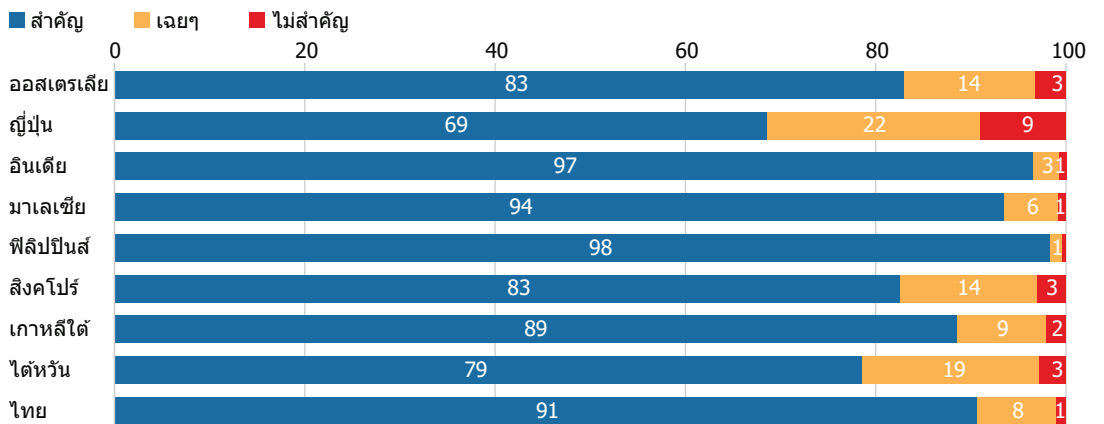
แหล่งที่มา: Economist Impact

ผลการสำรวจออกมาแตกต่างกันในแต่ละประเทศในภูมิภาค แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากฟิลิปปินส์ (80.2%) และอินเดีย (78.6%) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความสำคัญกับพวกเขา

มาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นมุมมองของคุณ Dodds ที่มีต่อแนวคิดของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและความเข้าใจในการท่องเที่ยวเช่นนี้ของแต่ละคนนั้นไม่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งระบบ

ภาพที่ 2: ความต้องการให้เกิดการท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบแบ่งตามภูมิศาสตร์

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความสำคัญกับคุณอย่างไร โปรดเลือกตอบหนึ่งข้อ (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

ในการทำงานเดียวกัน กลุ่มคนยุคต่างๆ ก็มีความคิดที่แตกต่างออกไปในเรื่องนี้ โดยในขณะที่ผู้ตอบแบบสำรวจ 62.1% ที่เป็นคนยุค Millennial และ 55.5% ที่เป็นคนยุค Generation Z กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมี "ความสำคัญมาก" กับพวกเขา

มีเพียงประมาณหนึ่งในสาม (33.6%) ของคนยุค Baby Boomer เท่านั้นที่รู้สึกเหมือนกัน แต่จะบอกว่าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนไม่มีความสำคัญกับคนในยุค Baby Boomer เลยก็ไม่ได้ เพราะว่ามี 44.4% ที่บอกว่าค่อนข้างมีความสำคัญกับ

³ เมื่อเดือนตุลาคม 2021 Economist Impact ได้ดำเนินการสำรวจผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่า 4,500 คนจากออสเตรเลีย อินเดีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และไทย ผู้ตอบแบบสำรวจดังกล่าวได้รับคัดเลือกจากช่วงอายุต่างๆ โดยที่ 50% ประกอบด้วยคนยุค Millennial และ Generation Z และอีก 50% ประกอบด้วยคนในยุค Generation X และ Baby Boomer

พวกเขา ความแตกต่างทางมุมมองที่สังเกตเห็นได้ไม่ยากนี้มีแนวโน้มที่จะเป็นการสะท้อนช่องว่างระหว่างวัยในปัญหาต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แต่ผู้ตอบแบบสำรวจมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันเมื่อถามว่าการแพร่ระบาดของโรคได้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พวกเขามีต่อการท่องเที่ยวหรือไม่

ผู้ตอบแบบสำรวจ 7 ใน 10 (71.8%) เห็นด้วยว่าโควิด-19 ได้เปลี่ยนความคิดของพวกเขามีต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ตอบแบบสำรวจที่มาจากอินเดีย (89.3%) ฟิลิปปินส์ (85%) และมาเลเซีย (83.9%)

ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองกลายเป็นเรื่องรองไปแล้ว

นักท่องเที่ยวมีความใส่ใจมากขึ้นถึงสถานที่และวิธีที่พวกเขาเดินทาง ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการ

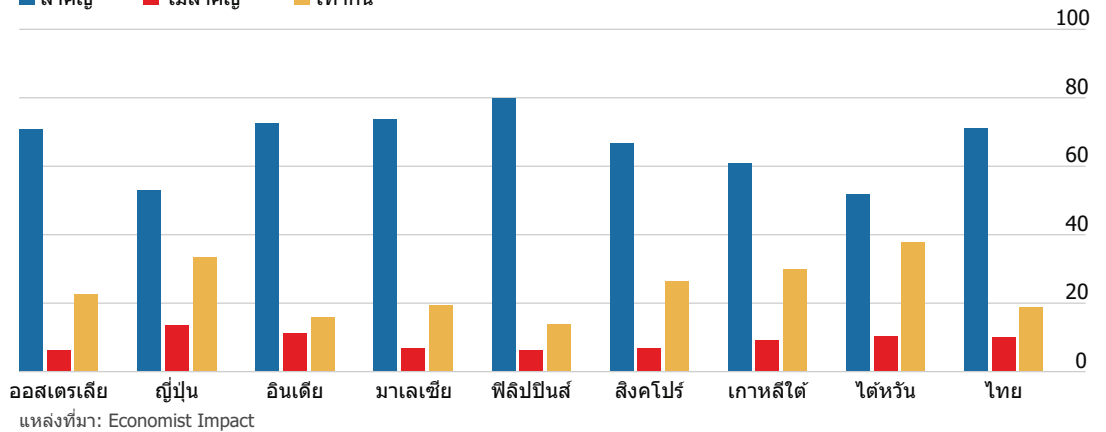
เปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนครั้งใหญ่ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นมีด้วยกันหลายแง่มุม ตั้งแต่ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ ไปจนถึงวิถีที่การเดินทางระหว่างประเทศส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น หากจะถามว่าการเดินทางนั้นส่งผลต่อชุมชนท้องถิ่นที่ผู้คนไปเยี่ยมชมเยื่อนอย่างไรบ้าง การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนก็คือการสร้างผลกระทบเชิงบวกนั่นเอง

ดูเหมือนว่านักท่องเที่ยวจะคิดใคร่ครวญถึงแง่มุมนี้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าสองในสาม (66.8%) กล่าวว่าผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อคนในท้องถิ่นคือปัจจัยหลักเมื่อวางแผนการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ (80%) มีความกังวลเกี่ยวกับประเด็นนี้มากที่สุด ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย (73.7%) และอินเดีย (72.7%)

ภาพที่ 3: คนท้องถิ่นมีความสำคัญ

การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อคนท้องถิ่นมีความสำคัญเพียงใด (%)

■ สำคัญ ■ ไม่สำคัญ ■ เท่ากัน



ภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง คือกรณีที่มีผู้เยี่ยมชมเยื่อนในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งจนแออัดเกินไป ซึ่งนำไปสู่ปัญหาอื่นๆ ที่ร้ายแรงกว่าตามมา เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวกังวลอย่างมากตั้งแต่ก่อนเกิดโรคระบาด ทั้งนี้การสำรวจของเราแสดงให้เห็นว่านี่เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึง ผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่ง (57.6%) กล่าวว่านี่เป็นเรื่องสำคัญที่การเดินทางของพวกเขาจะต้องไม่ส่งผลต่อภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมือง แต่ปัญหานี้เป็นสิ่งที่

นักท่องเที่ยวจากประเทศไทย (66.3%) ไต้หวัน (63.9%) และเกาหลีใต้ (63.1%) กังวลเป็นพิเศษ ถึงแม้ว่าจะมีการสนับสนุนอย่างล้นหลามให้ลดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมืองให้น้อยลง “แต่หนทางยังอีกยาวไกล” ก่อนที่เราจะแก้ไขปัญหานี้ได้ Soity Banerjee นักเขียนอิสระเรื่องการท่องเที่ยวและบรรณาธิการโครงการจาก Outlook Responsible Tourism Initiative กล่าว

“เนื่องด้วยภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองและของเสีย และ/หรือปัญหาด้านน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม ตลอดจนการตระหนักถึงโดยทั่วไปที่มากขึ้น นักท่องเที่ยวเริ่มต้นเปิดใจที่จะทำสิ่งเล็กๆ น้อยๆ อย่างการนำขยะหรือขยะแห้งติดตัวกลับไป” เธอกล่าว

“แต่การขยายขอบเขตการแก้ไขปัญหายังยั่งยืน และทำให้การท่องเที่ยวครอบคลุมถึงด้านสังคม หรือเศรษฐกิจมากขึ้นโดยไม่เปลี่ยนแปลง โครงสร้างของสถานที่นั้นๆ เป็นได้หรือไม่ เจตจำนงทางการเมืองและการสื่อสารที่มุ่งเน้นคง ต้องใช้เวลาอย่างมาก เพื่อสร้างระบบนิเวศของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอันแข็งแกร่ง รวมทั้งค้นหา กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นสำหรับการท่องเที่ยว ดังกล่าว” คุณ Banerjee กล่าวเสริม

มากกว่ากระแสที่ผ่านมาแล้วผ่านไป

ข้อกังวลเกี่ยวกับระบบนิเวศวิทยาและนโยบาย โควิด-19 มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงกรอบความคิดที่ได้พบเห็น บางที อาจจะเป็นการคิดใคร่ครวญด้วยตนเองอีกด้วย Randy Durband ประธานเจ้าหน้าที่บริหารจาก Global Sustainable Tourism Council กล่าวว่า “ในระหว่างการแพร่ระบาด การใช้ชีวิตของพวกเราทุกคนเปลี่ยนไป และกระบวนการคิดของเรา ก็เปลี่ยนไปเช่นกัน เพราะเรามีเวลาคิดใคร่ครวญในภาพรวม มีเวลาให้เราได้พิจารณาจิตใจของเราเอง และการเดินทางก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนี้”

Freya Higgins-Desbiolles อาจารย์ภาค วิชาการจัดการการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัย University of South Australia’s Business School, ศาสตราจารย์รับเชิญของมหาวิทยาลัย Taylor’s University และรองศาสตราจารย์

วุฒิคุณของมหาวิทยาลัย University of Waterloo เสนอแนะว่าข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ผู้คนจำนวนมากหันมาพิจารณาว่าการเดินทางของตน นั้นมีความยั่งยืนเพียงใด

“ที่ออสเตรเลีย เราประสบวิกฤติไฟไหม้ป่าเมื่อปลายปี 2019 แล้วเราก็ประสบกับโควิดต่อเลย” เธอกล่าว “ถ้าคุณอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ๆ การได้ไปยังสวนสาธารณะหรือพื้นที่สีเขียวนั้นให้ประโยชน์อย่างมาก โควิดนั้นทำให้เราเล็งเห็นคุณค่าของธรรมชาติมากขึ้นเพราะการ ล็อคดาวน์” เธอกล่าวเสริม

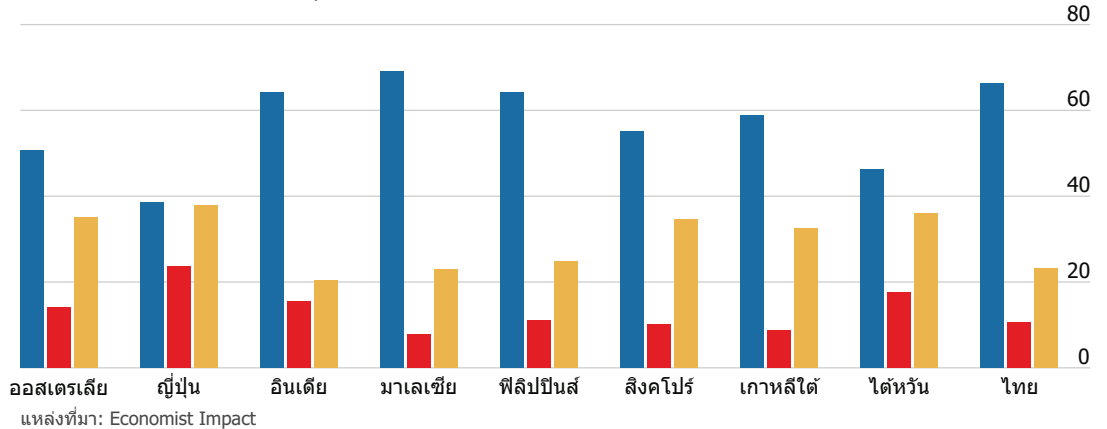
คุณ Ortiguera จาก PATA คิดว่าการเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความ คืบหน้าไปได้ด้วยดีก่อนจะเกิดโรคระบาดด้วยซ้ำ เธอเองคิดว่าโควิดเพียงแค่นี้ “เน้นย้ำความเปราะบางมากมายในโลกของเรา ตลอดจนจนปัญหา อีกมากที่การเดินทางและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องแก้ไข”

ผลการสำรวจของเราะบุว่าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นมากกว่ากระแสที่ผ่านมาแล้วผ่านไป ผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่ง (57.1%) กล่าวว่าหลักปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะเป็นปัจจัยที่ ยืนยันมาพิจารณาเมื่อวางแผนวันหยุดพักผ่อนของพวกเขา ซึ่งเห็นได้ชัดที่สุดในผู้ตอบแบบสำรวจ ชาวมาเลเซีย (69.2%) และไทย (66.3%) เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียแปซิฟิก ผู้ตอบแบบสำรวจชาวญี่ปุ่นกลับให้คำตอบที่แตกต่างจากผลการสำรวจส่วนใหญ่ในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พวกเขามีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า ภายในประเทศ และมีเพียง 38.6% ที่กล่าวว่า พวกเขาจะนำหลักปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาเป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณาเมื่อเดินทาง พักผ่อนครั้งถัดไป

ภาพที่ 4: วันหยุดครั้งต่อไปจะไม่เหมือนเดิม

ฉันจะนำหลักปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาเป็นปัจจัยพิจารณาในการวางแผนวันหยุดของฉัน (%)

■ เห็นด้วย ■ ไม่เห็นด้วย ■ เฉยๆ



นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก

สำหรับคุณ Ortiguera แล้ว การแพร่ระบาดทำให้เกิดผลดีมากมายในสถานการณ์ที่เลวร้ายโดยบังเอิญอย่างการลดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง ตลอดจนการกระจายตัวของการสร้างงานและประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ส่งเสริมให้เกิดการค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มเติม

“เมื่อพื้นที่ชนบทสามารถเดินทางไปถึงได้มากขึ้น ก็จะเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยวโดยรวมให้สูงขึ้นโดยการปกป้องแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม” เธอกล่าว

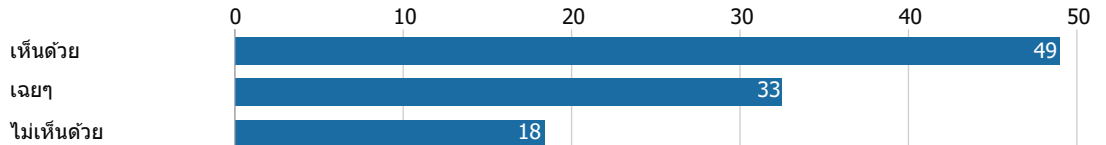
อ้างอิงจาก Gaurav Bhatnagar ผู้อำนวยการจาก The Folk Tales ที่มอบประสบการณ์การเดินทางในชนบทของอินเดีย ผลกระทบของโควิด-19 คือ “ผลร้ายที่ตามมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ไม่ยั่งยืน รวมทั้งวิธีที่เราเดินทางและอัตราการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและผลิตภัณฑ์”

“ข้อมูลที่เปิดเผยนี้พบเห็นได้จากการได้พูดคุยกับลูกค้าของเรา [นักท่องเที่ยว] เขากล่าว และพวกเขามุ่งเน้นไปที่การรับมือกับภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองเป็นอย่างมากโดยการออกสำรวจพื้นที่ชนบทต่างๆ “เหตุผลหนึ่งก็คือการรักษาระยะห่างทางสังคม อีกเหตุผลหนึ่งคือการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินกว่าที่เราจะสามารถสร้างขึ้นใหม่ได้”

ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องน่าประหลาดใจที่นักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกจะหันกลับมาใส่ใจที่จะค้นหาสถานที่ในชนบทนอกเหนือจากจุดหมายปลายทางในลิสต์ท่องเที่ยวแบบเดิมๆ และที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว ผลการสำรวจของเราพบว่าหนึ่งในสอง (49%) ของผู้ตอบแบบสำรวจต้องการแสวงหาประสบการณ์เพิ่มเติมในสถานที่ท่องเที่ยวในชนบทที่มีนักท่องเที่ยวไม่มากนัก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความกระตือรือร้นเป็นพิเศษ โดยที่ 59.2% กล่าวว่าพวกเขาจะเดินทางไปยังพื้นที่ชนบทบ่อยขึ้น

ภาพที่ 5: ห่างไกลจากผู้คนที่คลาดล่า

ฉันจะเดินทางไปยังพื้นที่ชนบทที่นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยนิยมไปกันบ่อยขึ้น (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

เมื่อแบ่งตามกลุ่มอายุ ผู้ตอบแบบสำรวจที่เป็นคนในยุค Millennial 53.4% และ Generation Z 50% ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่ชนบทบ่อยๆ ขณะเดียวกันกลุ่มคนในยุค Baby Boomer กล่าวว่าอยากจะไปพักผ่อนวันหยุดในสถานที่อื่นๆ นอกเหนือจากที่ท่องเที่ยวในเมืองมีเพียง 37% สาเหตุอาจเป็นเพราะการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกและนักท่องเที่ยวสูงอายุจำเป็นต้องได้รับสิ่งที่ทำให้สะดวกสบายในการพักผ่อน และในบริบทของโควิด พวกเขาต้องการไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการดูแลสุขภาพที่ดีเยี่ยม

การเดินทางไปชนบทเป็นที่สนใจมากขึ้น เนื่องด้วยข้อกังวลด้านความปลอดภัย สุขภาพ และสิ่งแวดล้อมที่เป็นผลจากโควิด ในปี 2020 รัฐบาลของประเทศเวียดนามได้ออกแคมเปญเพื่อกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเดินทางท่องเที่ยวในประเทศด้วยค่าตัวเครื่องบินราคาถูกลงและการสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็ก⁴ ซึ่งเป็นการเร่งรัดให้เกิดการท่องเที่ยวในชนบทมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกันนี้ ในปี 2020 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เปิดตัวรางวัลการท่องเที่ยวชนบทและให้เงินลงทุนแก่ชุมชนท้องถิ่นที่อนุรักษ์วัฒนธรรมและมรดก⁵

โครงการริเริ่มในรูปแบบเหล่านี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐที่ได้รับผลกระทบร้ายแรงจากการแพร่ระบาด โดยเปิดโอกาสไปสู่แหล่งรายได้ใหม่ๆ ผ่านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

การถกเถียงเรื่องภาวะนักท่องเที่ยวล้นเมืองเกิดขึ้นประเด็นใหม่ๆ ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เนื่องจากความเสี่ยงที่เป็นผลมาจากโควิด-19 ซึ่งทำให้หลายคนตั้งใจเลือกที่จะหลีกเลี่ยงจากสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากๆ

“มาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคมและสุขอนามัยส่วนบุคคลกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญเมื่อนักท่องเที่ยวเริ่มกลับมา” Philip Goh รองประธานประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจาก International Air Transport Association (IATA) กล่าว ผลการสำรวจของเราพบว่าผู้คนเจ็ดในสิบมีแนวโน้มมากขึ้นที่จะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้คนไม่หนาแน่น (69.9%) ขณะเดียวกันผู้คน 71.7% ยังกล่าวว่าพวกเขามีแนวโน้มจะสำรวจตัวเลือกต่างๆ มากขึ้นเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีคนแออัดมากๆ

แนวทางการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นหลัก

ทว่าการเดินทางแบบยั่งยืนไม่ได้เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยจนเกินไปเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับผลกระทบที่การท่องเที่ยวส่งผลต่อชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย ผลการสำรวจของเราแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกมากขึ้นเรื่อยๆ ในเรื่องที่ว่าเงินของพวกเขาจะสามารถสนับสนุนชุมชนที่กำลังดิ้นรนทางด้านเศรษฐกิจเนื่องจากการแพร่ระบาดได้อย่างไรบ้าง ผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่งกล่าวว่าพวกเขาจะนำการฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนมาเป็นปัจจัยพิจารณาเมื่อวางแผนและ

⁴ <https://www.adb.org/news/op-ed/domestic-tourism-southeast-asia-opportunities-and-pathways-matthias-helble-and-jaeyeon>

⁵ เรื่องเดียวกัน

จัดทำงบประมาณการเดินทาง และมากกว่า 60% ยังกล่าวว่าประเด็นเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจว่าพวกเขาจะเดินทางไปไหนและอย่างไรในอนาคตอีกด้วย

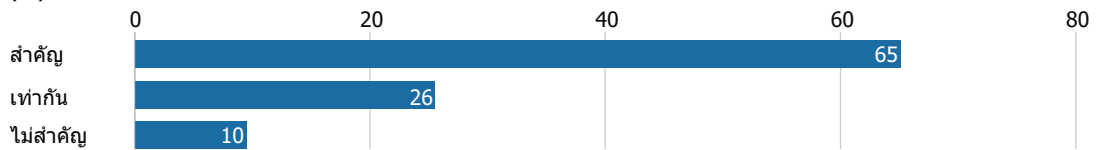
คุณ Bhatnagar กล่าวว่า “นักท่องเที่ยวร้องขอโฮมสเตย์และกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ประโยชน์ส่งตรงถึงคนในท้องถิ่นโดยเฉพาะ นี่คือการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวเริ่มตระหนักว่าควรจะทำอะไร”

ผู้ตอบแบบสำรวจของเราส่วนใหญ่ (65.1%) คิดว่าการมีส่วนร่วมสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่นแบบ

เชิงรุกนั้นมีความสำคัญอย่างมาก นักท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงความต้องการที่จะร่วมสนับสนุนชุมชนในชนบทและท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังต้องการเรียนรู้และทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยเป็นวิธีในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่มีความหมายกับผู้ที่อาศัยในพื้นที่นั้นๆ เกือบ 6 ใน 10 (59.5%) ของนักท่องเที่ยวกล่าวว่าพวกเขาต้องการสร้างประโยชน์ให้กับผู้คนในท้องถิ่น ขณะที่ 63.3% พบว่าการใช้การเดินทางเป็นวิธีการที่มีความหมายในการเชื่อมต่อกับชุมชนและวัฒนธรรมอื่นๆ นั้นเป็นสิ่งสำคัญ

ภาพที่ 6: คิดใส่ใจชุมชนในท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่นเมื่อคุณเดินทางมีความสำคัญอย่างไร (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

การสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายและการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเดินทางอยู่ในอันดับที่สูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย (74.8%) และฟิลิปปินส์ (74.2%) ในกลุ่มผู้ตอบแบบสำรวจชาวออสเตรเลีย มีมุมมองที่เห็นพ้องต้องกัน โดยแสดงความเห็นด้วยอย่างล้นหลามกับแนวคิดการเดินทางที่มีเจตจำนงในการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น มากกว่าสามในสี่ (77.5%) กล่าวว่าพวกเขาจะปรับใช้หลักปฏิบัติด้านการเดินทางที่จะช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นต่อไปในอนาคต

พฤติกรรมนี้ ตามข้อมูลจากคุณ Higgins-Desbiolles นั้นเกิดขึ้นจากประสบการณ์ของชาวออสเตรเลียที่มีต่อการแพร่ระบาด ข้อจำกัดด้านการเดินทางที่ถูกยืดเวลาออกไปกลายเป็นที่ยอมรับในวงกว้างของชาวออสเตรเลีย โดยที่

คนส่วนใหญ่ต้องการ “สนับสนุนเพื่อนชาวออสเตรเลียด้วยกันด้วยการเดินทางในภูมิภาคมากขึ้นและใช้จ่ายเงินเพื่อให้เม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจ”

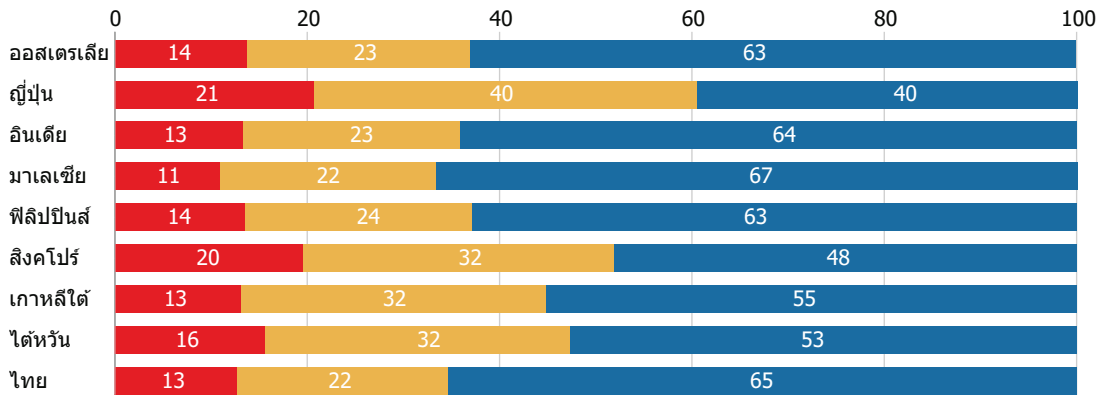
ผลการสำรวจของเราพบว่านักท่องเที่ยวทั้งหมดมากกว่าครึ่งหนึ่งวางแผนจะใช้จ่ายเงินเท่าเดิมหรือมากขึ้นในวันหยุดครั้งถัดไปเทียบกับจำนวนเงินที่พวกเขาจะใช้จ่ายก่อนการแพร่ระบาด ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ตอบแบบสำรวจ 57.6% กล่าวว่าพวกเขาวางแผนจะใช้จ่ายเงินมากขึ้นกับการท่องเที่ยวในประเทศ สองในสาม (66.7%) ของผู้ตอบแบบสำรวจชาวมาเลเซียกล่าวว่าพวกเขาจะเดินทางในท้องถิ่นมากขึ้น โดยที่ผู้ตอบแบบสำรวจชาวไทย 65.3% และชาวอินเดีย 64.1% แสดงทัศนคติแบบเดียวกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นคนในยุค Millennial (60.3%) และพ่อแม่ที่มีลูกเล็ก

ภาพที่ 7: ความพึงพอใจในการเดินทางในประเทศ

ต่อจากนี้ไปฉันจะเดินทางในประเทศมากกว่าแต่ก่อนและจะจัดสรรงบประมาณในสัดส่วนที่มากขึ้นให้กับการเดินทางภายในประเทศของตนเอง

(%)

■ ไม่เห็นด้วย ■ เฉยๆ ■ เห็นด้วย



แหล่งที่มา: Economist Impact

อย่างไรก็ตาม ทัศนคติเหล่านี้ส่วนใหญ่อาจถือเป็นคำประกาศเจตจำนง อ้างอิงจากคุณ Durband ความเป็นจริงก็คือจะมีการตอบสนองแบบ “ผสมปนเปกันไป” ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลและสถานการณ์แวดล้อม เขาเองคิดว่านักท่องเที่ยวจะติดกับทางเลือกสองทางที่ตรงข้ามกัน นั่นคือกลุ่มที่ผลักดันให้เกิดการเดินทางในประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกันก็มีอีกกลุ่มที่จะสนับสนุนให้เดินทางระหว่างประเทศต่อไป

“เนื่องจากเขตแดนระหว่างประเทศถูกปิดเป็นวงกว้างก่อนหน้านี้สักพักแล้ว การท่องเที่ยวภายในประเทศจึงได้รับความนิยมเป็นช่วงเวลาสั้นๆ ในปัจจุบัน” คุณ Goh กล่าว

การขยายขอบข่ายความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

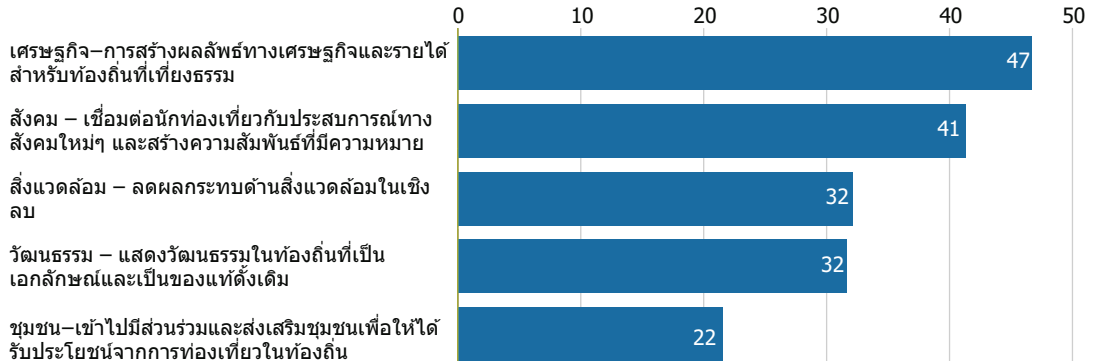
ความยั่งยืนมักจะเชื่อมโยงกับข้อกังวลด้านสิ่งแวดล้อมและภูมิอากาศ โดยที่มุ่งความสำคัญ

ไปที่ประเด็นต่างๆ เช่น การหลีกเลี่ยงการใช้ถุงพลาสติกครั้งเดียวแล้วทิ้งและการลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นต์ แต่ผลการสำรวจของเราพบว่ามีนักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมีแนวทางการเดินทางที่ยั่งยืนในแบบองค์รวม และคิดใคร่ครวญอย่างจริงจังเกี่ยวกับลักษณะนิสัยและพฤติกรรมในการเดินทางของตน รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว

เมื่อขอให้เลือกแง่มุมที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกปัญหาด้านเศรษฐกิจ (46.7%) และสังคม (41.3%) ประเด็นหนึ่งในสามกล่าวว่าการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของการเดินทางคือหนึ่งในสองแง่มุมที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสำหรับพวกเขา ซึ่งยังคงเป็นจำนวนที่มากพอควร แต่สิ่งที่เห็นได้อย่างเด่นชัดคือความหลากหลายทางมุมมองและทัศนคติของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเกี่ยวกับความเข้าใจในความหมายของความยั่งยืน

ภาพที่ 8: การมีจิตสำนึกที่แตกต่างกันไป

อะไรคือแง่มุมที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสำหรับคุณ โปรดเลือกไม่เกินสองข้อ (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

เมื่อตรวจสอบในกลุ่มอายุช่วงต่างๆ ก็พบว่ากลุ่มความแตกต่างที่แยกกันชัดเจน โดยกลุ่มแรกประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่เป็นคนยุค Generation Z (52.1%) และ Millennial (46.8%) กล่าวถึงแง่มุมทางสังคมของการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ขณะเดียวกันคนที่อายุมากกว่าที่อยู่ในยุค Generation X (47.8%) และ Baby Boomer (50.3%) มุ่งให้ความสำคัญกับแง่มุมทางเศรษฐกิจของความยั่งยืนมากกว่า

นักท่องเที่ยวทุกคนระบุว่ามีความกังวลสำหรับแง่มุมด้านสิ่งแวดล้อม (32.1%) และวัฒนธรรม (31.6%) เป็นอย่างน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่ได้คิดว่าความยั่งยืนเป็นหัวข้อที่มีเพียงประเด็นเดียว แต่ประกอบด้วยหลากหลายแง่มุมจำนวนมากที่ส่งผลต่อกันและกัน

“เราได้เห็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่แนวคิดการเดินทางรูปแบบใหม่ที่ประกอบด้วยการอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการท่องเที่ยว ก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดด้วยซ้ำไป” คุณ Ortiguera กล่าว

ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เชื่อว่าความยั่งยืนในการท่องเที่ยวนั้นคือสิ่งสำคัญ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางของเราแสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างไปตามช่วงวัยและวัฒนธรรม คุณ Higgins-Desbiolles ยกตัวอย่างว่า “จริงๆ แล้วคนรุ่นหนุ่มสาวอาจจะปรับตัวให้เข้ากับ ความรับผิดชอบและความยั่งยืนได้มากกว่า ขณะที่

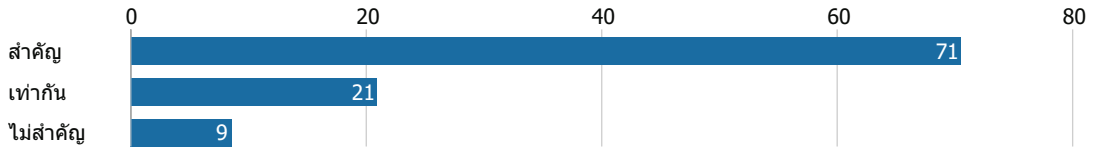
คนที่สูงวัยกว่าและคนยุค Baby Boomer มักจะให้ความสำคัญกับความสุขสำราญในสิ่งที่ตนเองมีมากกว่า”

ในทำนองเดียวกัน ในเกาหลี ผู้ตอบแบบสำรวจ 50.8% จะปรับตัวเข้ากับความสำคัญของวัฒนธรรม โดยเป็นแง่มุมหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นที่เข้าใจได้ว่าเป็นข้อผิดพลาดที่ประเทศได้สั่งสมมา เนื่องด้วยการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมในระดับโลก เช่น ดนตรี K-pop, ซีรีส์ทางทีวี และภาพยนตร์ จากข้อมูลของ Seul Ki Lee ผู้อำนวยการจาก LINC+ Project และรองศาสตราจารย์ที่มหาวิทยาลัย Sejong University “ในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนส่งเสริม GDP ของเกาหลีอย่างเพียงพอ ถึงแม้จะมีศักยภาพที่ดีเยี่ยมเนื่องจากเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ทำให้ประเทศเป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมทั้งเป็นกระแสความนิยมด้านวัฒนธรรมที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในตลาดโลก หรือที่มักจะรู้จักในชื่อ K-Wave หรือ Hallyu”

ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวชาวฟิลิปปินส์ (81.9%) มาเลเซียและอินเดีย (76.1%) กล่าวว่าการศึกษาเรื่องการสร้างของเสียและเลือกตัวเลือกอาหารที่ยั่งยืนคือแง่มุมที่สำคัญของแนวทางในการเดินทางที่ยั่งยืนของตน นักท่องเที่ยวที่เป็นคนยุค Millennial (74.7%) กลายเป็นกลุ่มที่ใส่ใจกับการเลือกอาหารที่ยั่งยืนและสร้างของเสียน้อยที่สุด แต่ก็มีความคิดเห็นส่วนใหญ่สอดคล้องกันอย่างมากในเรื่องความสำคัญของหัวข้อนี้

ภาพที่ 9: เรากินอย่างไรก็เดินทางอย่างนั้น

ตัวเลือกด้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและลดการสร้างขยะ (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

ทัศนคตินี้มีความสำคัญเป็นพิเศษเมื่ออาหารนั้นถูกเชื่อมโยงกับการเดินทางอย่างแยกจากกันไม่ได้ และถือว่าเป็นประเภทของเสียจากธุรกิจบริการที่เห็นได้ชัดที่สุด⁶ อาหารยังเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวอีกด้วย จากการศึกษาของสมาคม World Food Travel Association ประจำปี 2016 พบว่า 53% ของนักท่องเที่ยวในเวลาว่างคือนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในอาหาร และหลายคนอ้างว่าประสบการณ์การลิ้มรสอาหารเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้พวกเขาอยากเดินทางไปต่างประเทศ⁷

ด้วยเหตุนี้ เราจึงได้เห็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของ “การท่องเที่ยวเพื่อไปชิมอาหาร” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงผู้มาเยือนกับประสบการณ์การปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละภูมิภาคหรือพื้นที่โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวเพื่อไปชิมอาหารไม่ได้มีเป้าหมายแค่เพียงนำผู้เยี่ยมชมไปลิ้มลองรสชาติและอาหารใหม่ๆ เท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้เศรษฐกิจในชุมชนก้าวไปสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน ซึ่งช่วยส่งเสริมผลผลิตที่ผลิตในท้องถิ่น วัฒนธรรม และความรู้ในแบบที่ยั่งยืน⁸ ซึ่งส่งผลดีเป็นทวีคูณต่อภาคเกษตรกรรมต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคที่ทำการเกษตร

เทคโนโลยีที่เปลี่ยนการท่องเที่ยวไปสู่รูปแบบใหม่

เทคโนโลยีการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาด โดยหลักๆ แล้วเป็นวิธีการสำหรับธุรกิจต่างๆ ในการเปลี่ยนการดำเนินงานให้เป็นระบบดิจิทัล และขยายการเข้าถึงกลุ่มประชากรใหม่ๆ ตั้งแต่

แพลตฟอร์มการจองไปจนถึงโปรแกรมเปรียบเทียบราคา การชำระเงินแบบไร้สัมผัส การเช็คอินและเดินทาง เทคโนโลยีได้ทำให้การท่องเที่ยวมีราคาจับต้องได้และเข้าถึงได้สำหรับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ด้วยการจัดปัญหาข้อมูลด้านเดียวและความยุ่งยากต่างๆ

“เทคโนโลยีมอบข้อมูลอันยอดเยี่ยมให้กับนักท่องเที่ยวในทันที ผมคิดว่าแอปที่รองรับกระแสที่มีอยู่มากมายในตอนนี้จะดีขึ้นเรื่อยๆ และแอปพลิเคชันกับฮาร์ดแวร์ที่ดีขึ้นจะสามารถเปลี่ยนโฉมการท่องเที่ยวทั้งจากมุมมองจากประสบการณ์ ตลอดจนช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลง่ายดายยิ่งขึ้น” คุณ Durband กล่าว

อ้างอิงจากข้อมูลของคุณ Ortiguera ภายในปี 2023 ประมาณการว่ายอดขายตัวเดินทาง 69% จะมาจากการขายออนไลน์ ซึ่งจะสร้างมูลค่าได้มากถึง 1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการขายตัวเดินทางออนไลน์ แน่นนอนว่าตัวเลขทั้งหมดนี้เปลี่ยนแปลงพร้อมการมาถึงของการแพร่ระบาด แต่การปรับเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัลนั้นไม่ได้หยุดลงเลย ที่จริงแล้ว มีการเพิ่มขึ้นอย่างมากในภาคการเดินทางและการท่องเที่ยวเนื่องจากธุรกิจแข่งขันกันเพื่อให้ยังเป็นที่สนใจ เพิ่มความมั่นใจของนักท่องเที่ยว และเอาทุนคืนจากเงินที่เสียไปในขณะที่ธุรกิจเหล่านั้นฟื้นฟูจากผลกระทบจากข้อจำกัดของการเดินทาง

ผลการสำรวจของเราชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคให้การสนับสนุนอันดีเยี่ยมสำหรับเทคโนโลยีด้านการเดินทาง เกือบ 9 ใน 10 (86.9%) ของผู้ตอบ

⁶ <https://www.hospitalitynet.org/news/4095679.html>
⁷ <https://seasidewithemily.com/sustainable-food-tourism/>
⁸ <https://ecotourism-world.com/gastronomy-tourism-in-a-sustainable-way/>

แบบสำรวจเห็นด้วยว่าเทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นทัศนคติที่เป็นบวกอย่างมากในกลุ่มประชากรและช่วงวัยที่แตกต่างกัน

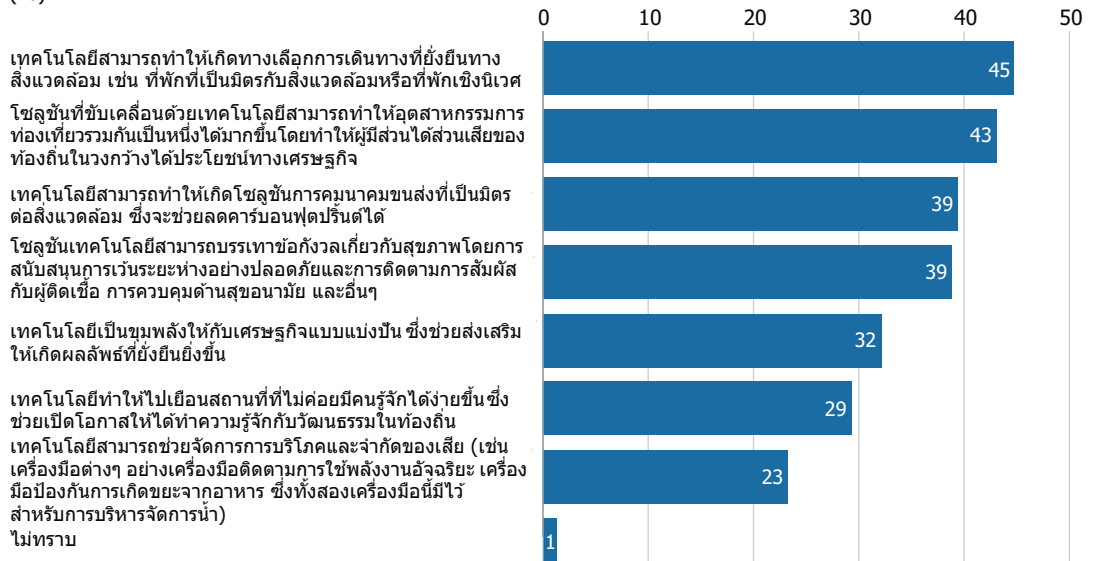
ซึ่งไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจเลย เทคโนโลยีช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการตัดสินใจและเลือกตัวเลือกที่ส่งเสริมตัวเลือกการเดินทางที่ใส่ใจรับผิดชอบ คุณ Bhatnagar กล่าวว่า "เทคโนโลยีช่วยให้เราสามารถสำรวจ วางแผน และรับทราบถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้โดยง่าย เทคโนโลยีช่วยให้นักท่องเที่ยวเชื่อมต่อกับผู้ประกอบการและ

ภาคธุรกิจในท้องถิ่นได้โดยตรงผ่านแพลตฟอร์มที่ครบวงจร และแม้กระทั่งช่องทางโซเชียลมีเดีย แม้ว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กทั้งหมดที่อยู่ในแวดวงการเดินทางที่ยั่งยืนอาจไม่มีทีมการตลาด แต่พวกเขาอนุมัติเข้าถึงช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ได้อย่างแน่นอน"

เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้หลากหลายวิธี แต่ผู้ตอบแบบสำรวจของเราส่วนใหญ่จะมุ่งเป้าไปที่วิธีที่เทคโนโลยีสามารถขยายขอบข่ายการเข้าถึงที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือที่พักเชิงนิเวศ (44.7%)

ภาพที่ 10: เทคโนโลยีมอบทางเลือกเพิ่มเติมให้กับนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบ

เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างไร โปรดเลือกไม่เกินสามข้อ (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

การเร่งรัดนวัตกรรมแบบยั่งยืน

บางคนกล่าวว่าเทคโนโลยียังมีประโยชน์ในการทำให้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความครอบคลุมมากขึ้นโดยทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่นจำนวนมากขึ้นได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (43.1%)

ในการสัมภาษณ์ของเรา เราได้รับฟังตัวเลือกและวิธีการต่างๆ มากมายที่เทคโนโลยีได้แปลงโฉมอุตสาหกรรมการเดินทางไปแล้ว เทคโนโลยีใหม่ๆ สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการ

ท่องเที่ยวจัดการของเสียจากอาหารและลดกิจกรรมที่ใช้ทรัพยากรจำนวนมากได้

บางบริษัทกำลังทดลองใช้เทคโนโลยีที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดของการเดินทางและความเสี่ยงด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์การเดินทางของเราโดยบังเอิญ การทัวร์ชมแบบเสมือนจริงเป็นตัวอย่งทั่วไปที่มีให้เห็นมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ จากพื้นที่ที่สะดวกสบายในบ้านของตน

คุณ Higgins-Desbiolles เห็นว่าการท่องเที่ยวแบบเสมือนมีศักยภาพในการ "ทำให้ผู้คนที่ต้องลี้ภัยความรู้สึกเชื่อมต่อและมีส่วนร่วมกับโลกใบนี้" ถ้าคุณสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวลักษณะนี้ คุณจะช่วยให้ช่วยมรดกเทศก์และชุมชนในสถานการณ์วิกฤตได้"

การขยายขอบข่ายการเข้าถึงผ่านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีมีศักยภาพอย่างมากในการขยายการเข้าถึงสำหรับทุกๆ คน คุณ Higgins-Desbiolles มองว่าเทคโนโลยีเป็นที่พึ่งพาสำหรับผู้คนที่มีความบกพร่องได้อย่างมาก โดยการทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรกับผู้ที่มีความบกพร่องสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น หรือสร้างโอกาสให้ผู้มาเยี่ยมชมเยือนสามารถสัมผัสประสบการณ์จากสถานที่นั้นๆ ได้ผ่านความเป็นจริงแบบผสมผสาน

ในการสำรวจของเรา เกือบหนึ่งในสามของผู้ตอบแบบสำรวจมองเทคโนโลยีว่าเป็นวิธีการในการเข้าถึงพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และทำความเข้าใจกับแง่มุมที่ไม่ค่อยได้พบเห็นของวัฒนธรรมในท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวสามารถรับชมสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของพระราชวังโปตาลาอันเก่าแก่ในกรุงลาซาผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งแบบสดได้

คุณ Durband กล่าวว่าสมาร์ทโฟนได้เข้าควบคุมผลกระทบหลักๆ และยืนยาวที่มีต่อโลกของการ

เดินทางและท่องเที่ยวที่เรายังคงเห็นแรงกระเพื่อมอยู่ เขาเสนอแนะว่าสมาร์ทโฟนสามารถมีบทบาทสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยเพิ่มความตระหนักของนักท่องเที่ยวผ่านการเตือนความจำหรือการแจ้งเตือนเป็นระยะๆ

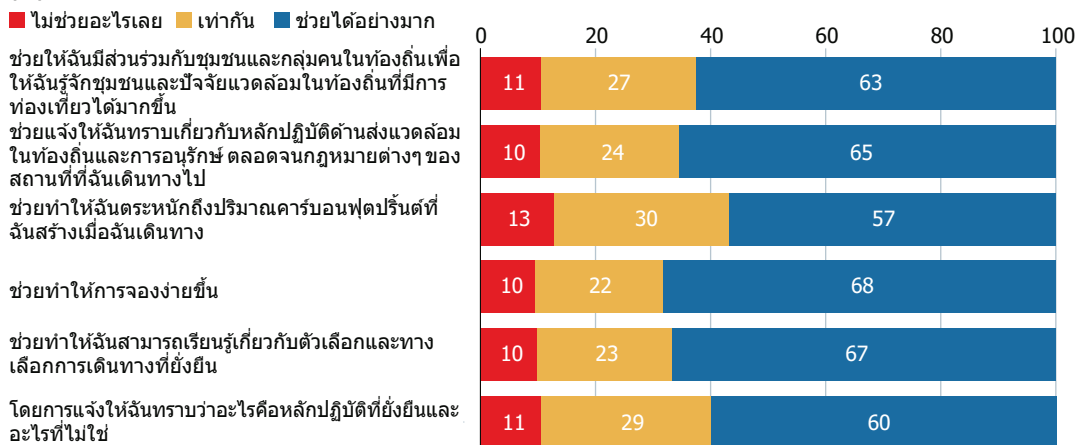
"ปัญหาด้านความยั่งยืนจำนวนมากเกิดขึ้นเนื่องจากการขาดความตระหนักของนักท่องเที่ยว" เขากล่าว

ผลการสำรวจทั้งหมดพบว่านักท่องเที่ยวแสดงทัศนคติเชิงบวกและความต้องการอย่างมากสำหรับการเดินทางที่ผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ๆ ในทุกช่วงอายุ อย่างไรก็ตาม แต่ละช่วงอายุมองการใช้เทคโนโลยีแตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวที่เป็นคนยุค Generation Z และ Millennial ส่วนใหญ่มองเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดขึ้นและตัวขยายขอบเขตของประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น ขณะเดียวกันคนยุค Baby Boomer และ Generation X โดยหลักๆ แล้ว จะมองระบบดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงที่พักที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือที่พักเชิงนิเวศ

ความสำคัญของเทคโนโลยีในฐานะส่วนช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถทำการเลือกตัวเลือกและทำการตัดสินใจที่ยั่งยืนได้นั้นไม่สามารถให้ความสำคัญมากเกินไปได้ เกือบ 7 ใน 10 (68.2%) เห็นด้วยว่าเทคโนโลยีทำให้การวางแผนเดินทางง่ายดายขึ้นมาก ขณะที่มากกว่าครึ่ง (56.7%) เชื่อว่าเทคโนโลยีทำให้พวกเขา

ภาพที่ 11: เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนทางเลือกการเดินทางที่ใส่ใจรับผิดชอบ

เทคโนโลยีสามารถช่วยให้คุณทำการเลือก/ตัดสินใจที่ยั่งยืนเมื่อคุณเดินทางได้มากน้อยแค่ไหน เลือกหนึ่งรายการในแต่ละแถว (%)



แหล่งที่มา: Economist Impact

ตระหนักถึงการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อพวกเขาเดินทางมากขึ้น ขณะเดียวกัน อีกสองในสามเชื่อว่า เทคโนโลยีช่วยให้พวกเขาเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเลือก และทางเลือกการเดินทางที่ยั่งยืน

และจากมุมมองของผู้ประกอบการ มีตัวอย่าง ธุรกิจที่มีให้เห็นอยู่แล้วมากมายที่ใช้ประโยชน์จาก เทคโนโลยีในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนท้องถิ่นและผู้อยู่อาศัยในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม คุณ Banerjee กล่าวถึงตัวอย่างบริษัทที่ให้ บริการโฮมสเตย์ที่ใช้นวัตกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน “สิ่งเหล่านี้ทั้งหมดสร้างวิถีชีวิตความเป็นอยู่สำหรับผู้ประกอบการ ของท้องถิ่นในพื้นที่ชนบทห่างไกล” เธอกล่าว

อนาคตของการเดินทาง

สองปีที่ผ่านมาถือเป็นปีที่ท้าทายอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการเดินทาง และก็ยังไม่ใช่ที่แน่ชัดว่าการเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นไปได้เร็วเพียงใด แม้ว่าเทคโนโลยีจะเป็นตัวช่วยที่ประเมินค่าไม่ได้ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ แต่ก็ชัดเจนว่าการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนนั้นเป็นสิ่งจำเป็น

การตระหนักรู้ที่เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ภาวชนักท่องเที่ยวล้นเมือง และแรงกดดันของชุมชน จะยังคงเป็นแรงผลักดันให้อุตสาหกรรมสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญให้กับธุรกิจตามปกติ

ต่อจากนี้ไป อุตสาหกรรมมีโอกาสมหาศาลที่จะพลิกโฉมการเดินทางไปสู่รูปแบบต่างๆ เท่าที่จะเป็นไปได้ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวจะช่วยสนับสนุนเพื่อโปรโมทหลักปฏิบัติด้านการเดินทางที่ยั่งยืน และที่สำคัญยิ่งกว่านั้นคือพวกเขาเต็มใจจะจ่ายเงินจัดการเรื่องต่างๆ ผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่ง (54.5%) กล่าวว่าพวกเขาเต็มใจจะจ่ายเงินเพิ่มเติมสำหรับตัวเลือกการเดินทางที่ยั่งยืนโดยที่จะจ่ายมากขึ้นแตกต่างกันไป ในขณะที่ 57.2% บอกว่าพวกเขาจะหลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่จะส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

ข้อมูลนี้บอกเราได้สองสิ่ง สิ่งแรกคือธุรกิจมีโอกาสในการสร้างกระแสรายได้ใหม่ๆ โดยการคิดค้นวิธีการต่างๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทาง ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีการประชุมผ่านวิดีโอที่เยี่ยมประสิทธิภาพสามารถทำให้พนักงานเชื่อมต่อกับงานของตนได้จากระยะไกล ทั้งยังเปิดรับความเป็นไปได้ต่างๆ สำหรับ “การทำงานไปพร้อมกับการท่องเที่ยว” ในต่างประเทศ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมด้วยอย่างมากจากผู้ตอบแบบสำรวจเกือบ 50% คุณ Lee เล็งเห็นว่านี่เป็นวิธีผลักดันให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตัวเหมือนกับผู้อาศัยที่ใส่ใจเพื่อนบ้านและสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไปเยี่ยมเยียนมากขึ้น

สิ่งที่สองคือธุรกิจที่จริงจังกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกให้กับแบรนด์ของตนได้ ด้วยอุปสงค์ในระดับสูงสำหรับตัวเลือกการเดินทางที่ใส่ใจรับผิดชอบ คุณ Goh เสนอแนะว่าธุรกิจสามารถเอาชนะใจลูกค้าได้มากขึ้นด้วย “หลักฐานอ้างอิงและความน่าเชื่อถือด้านความยั่งยืนที่แข็งแกร่งยิ่งกว่า” ที่เป็นของจริง

ภาครัฐคือผู้นำการปฏิบัติอย่างยั่งยืน

ในทำนองเดียวกัน ภาครัฐที่ตั้งใจจะมุ่งเน้นและลงทุนกับโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะค่อยๆ เก็บเกี่ยวเงินรางวัลที่ได้จากผู้บริโภคที่ยอมจ่ายเงินเพราะสิ่งที่ตนชื่นชอบ

ผู้เชี่ยวชาญที่เราได้พูดคุยด้วยยังเตือนว่าการเดินทางที่ยั่งยืนอาจถูกจำกัดโดยการขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่แข็งแกร่ง ถึงแม้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น นักท่องเที่ยวและธุรกิจต่างๆ จะมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะเน้นย้ำถึงความสำคัญของเจตจำนงและการดำเนินการของภาครัฐก็ตาม

เพราะถึงอย่างไร นักท่องเที่ยวจะสามารถตัดสินใจเลือกความยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อพวกเขามีตัวเลือกให้เลือกอย่างเพียงพอ การเดินทางที่ใส่ใจรับผิดชอบจะขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้การสนับสนุนด้านนโยบาย สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งจูงใจต่างๆ เช่น การขนส่งสาธารณะที่เป็นมิตรต่อระบบนิเวศ ที่พัก และประสบการณ์

คุณ Lee จากมหาวิทยาลัย Sejong University ชี้ให้เห็นอุปสรรคของการลงทุนและการวางแผนที่จำเป็นที่จะต้องทำให้สำเร็จ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากธุรกิจการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ เช่น หน่วยงานในท้องถิ่น อุตสาหกรรมการเกษตรและอาหาร และอื่นๆ

มีข้อบ่งชี้ให้เห็นว่าภาครัฐในเอเชียแปซิฟิกกำลังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเดินทางที่ยั่งยืน ตัวอย่างเช่น คณะกรรมการของ Mekong Innovations in Sustainable Tourism ได้ลงทุนกับธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว เช่น การใช้พลาสติกครั้งเดียวแล้วทิ้งในฟิลิปปินส์ คณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติได้ผลักดัน “การท่องเที่ยวเชิงกสิกรรม” ในเชิงรุก ซึ่งเป็นวิธีที่จะเพิ่มประสิทธิภาพให้อุตสาหกรรมการเกษตรที่ล้าหลังและขจัดปัญหานักท่องเที่ยวล้นเมือง⁹

เส้นทางที่ไปด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจอันดี

เมื่อพิจารณาจากผลการสำรวจของเราแล้ว จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่านักท่องเที่ยวต้องการจะเอาใจใส่มากขึ้นว่าตนเองจะเดินทางอย่างไร เมื่อใด และไปที่ใด แต่ความปรารถนาเพียงอย่างเดียวนั้นไม่พอจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่กว้างขวางได้ ภาครัฐ ธุรกิจเอกชน ผู้ประกอบการเดินทางท่องเที่ยว และตัวบุคคลล้วนต้องประสานความร่วมมืออย่างแข็งขันเพื่อจะหาเหตุผลให้กับความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกันของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

“ไม่สำคัญเลยว่าคุณจะมีอุปสงค์มากแค่ไหน ถ้าโครงสร้างพื้นฐาน ธุรกิจ และภาครัฐไม่ช่วยกันสนับสนุน [การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน]” คุณ Dodds กล่าว เธอยกตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ไม่มีทางเลือกใดนอกจากจะซื้อขวดน้ำพลาสติกในบางประเทศ โดยที่บางคนก็ไม่สามารถหาซื้อน้ำที่ผ่านการกรองได้ “เพราะนี่คือปัญหาด้านสุขภาพ”

ยังมีความสงสัยบางอย่างว่านักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมวงกว้างและนักท่องเที่ยวที่เป็น

บุคคลทั่วไปจะมีความสามารถในการสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่และคงอยู่อย่างยืนยาวได้จริงหรือไม่ แม้ว่าผลการสำรวจของเราจะแสดงให้เห็นอย่างไม่ต้องสงสัยก็ตาม ตัวอย่างเช่น คุณ Durband ไม่คิดว่าวิธีการเดินทางที่ใส่ใจรับผิดชอบมากขึ้นในปัจจุบันนี้ที่เกิดขึ้นได้จากการแพร่ระบาดจะมีแนวโน้มจะคงอยู่ต่อไป แม้ว่าจะมีการตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากขึ้นเรื่อยๆ ก็ตาม “ผมคิดว่าไม่ว่าที่ไหนก็ตามที่เคยเกิดภาวการณ์ท่องเที่ยวล้นเมืองมาก่อนก็จะกลับมาเป็นแบบเดิมอีก เพราะวาสสถานที่พวกนี้โด่งดังและมีชื่อเสียง” เขากล่าว “ต่อจากนี้ไปสถานที่เหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการจัดการที่ดียิ่งขึ้น”

ในทางตรงกันข้าม ผู้เชี่ยวชาญคนอื่นๆ อีกสองสามคนเชื่อว่านักท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบนั้นมีความพร้อมและกำลังสร้างรากฐานที่จำเป็นต่อการพลิกโฉมการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต “เราอยากกลับไปสู่รูปแบบเดิมๆ เหมือนในปี 2019 หรืออย่างไร” ฉันไม่คิดว่าจะเป็นอย่างนั้นเสมอไปนะ” คุณ Dodds กล่าว “นี่คือโอกาสอันดีเยี่ยมที่จะได้หันกลับมาใส่ใจและคิดทบทวนเกี่ยวกับการพัฒนาของเราอีกครั้ง”

คุณ Higgins-Desbiolles กล่าวว่า “ท้ายที่สุดแล้วความยั่งยืนไม่ใช่แค่เรื่องของเราเท่านั้น” แต่เกี่ยวกับการคิดการณ์ไกล เพื่อที่คนทุกรุ่นในอนาคตสามารถมีความสุขกับสิ่งต่างๆ ได้

ผลการสำรวจของเราแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทุกคนล้วนต้องการการเปลี่ยนแปลงและมีความตั้งใจดี แต่สิ่งที่จำเป็นในตอนนี้ก็คือความมุ่งมั่นร่วมกันในการที่จะทำให้อนาคตที่ดีกว่ากลายเป็นจริงขึ้นมา “ความตั้งใจดีอาจพัฒนาให้ดีขึ้นได้อีกถ้าเราใช้โอกาสที่มีอย่างเต็มประสิทธิภาพ” คุณ Banerjee กล่าว การหยุดพักชั่วคราวของการท่องเที่ยวใหญ่ๆ และการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่ใส่ใจรับผิดชอบที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในหมู่นักท่องเที่ยวทำให้ช่วงเวลานี้เป็นโอกาสอันดีสำหรับการเปลี่ยนแปลง

⁹ <https://www.tripsavvy.com/sustainable-travel-trends-in-southeast-asia-5115393>

Economist Impact ไม่มีความรับผิดชอบหรือความรับผิดชอบใดสำหรับความเชื่อถือที่ตัวบุคคลมีต่อรายงานฉบับนี้หรือข้อมูล ความเห็น หรือข้อสรุปใดก็ตามที่ระบุไว้ในรายงานฉบับนี้ แม้ว่าจะทำทุกวิถีทางเพื่อยืนยันความแม่นยำถูกต้องของข้อมูลนี้แล้วก็ตาม ผลการศึกษาวิจัยและมุมมองที่แสดงในรายงานฉบับนี้ไม่จำเป็นต้องสะท้อนถึงมุมมองของผู้ให้การสนับสนุน

ลอนดอน

20 Cabot Square
London, E14 4QW
United Kingdom
โทรศัพท์: (44.20) 7576 8000
โทรสาร: (44.20) 7576 8500
อีเมล: london@eiu.com

เจนีวา

Rue de l'Athénée 32
1206 Geneva
Switzerland
โทรศัพท์: (41) 22 566 2470
โทรสาร: (41) 22 346 93 47
อีเมล: geneva@eiu.com

นิวยอร์ก

750 Third Avenue
5th Floor
New York, NY 10017
United States
โทรศัพท์: (1.212) 554 0600
โทรสาร: (1.212) 586 1181/2
อีเมล: americas@eiu.com

ดูไบ

Office 1301a
Aurora Tower
Dubai Media City
Dubai
โทรศัพท์: (971) 4 433 4202
โทรสาร: (971) 4 438 0224
อีเมล: dubai@eiu.com

ฮ่องกง

1301
12 Taikoo Wan Road
Taikoo Shing
Hong Kong
โทรศัพท์: (852) 2585 3888
โทรสาร: (852) 2802 7638
อีเมล: asia@eiu.com

สิงคโปร์

8 Cross Street
#23-01 Manulife Tower
สิงคโปร์
048424
โทรศัพท์: (65) 6534 5177
โทรสาร: (65) 6534 5077
อีเมล: asia@eiu.com