

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) นับเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่นำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งทั่วโลกได้ให้คำมั่น และยังคงถือเป็นการสร้างโอกาสของภาคธุรกิจจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้นด้วย ซึ่งที่ผ่านมา ไทยมีแผนพัฒนา และได้ดำเนินการเรื่องนี้มาต่อเนื่อง แต่ก็ยังเผชิญความท้าทายในหลายประเด็น ทำให้การขับเคลื่อนในระดับพื้นที่ทำได้ไม่มากนัก ทั้งนี้ กรณีศึกษาของ “สาธารณรัฐปาเลา” และ “เกาะหมาก จ.ตราด” ถือเป็นต้นแบบเล็ก ๆ ของการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่น่าสนใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ของไทย ให้ได้เรียนรู้ นำไปปรับใช้ พร้อมคว้าโอกาส สร้างการเติบโตให้กับภาคการท่องเที่ยวของไทยได้อย่างยั่งยืน

ทำความเข้าใจ “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน”

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้นิยามการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนว่า คือ “การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างสมดุลที่เหมาะสม” ทั้งนี้ ตัวอย่างรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนับสนุนความยั่งยืน เช่น

- **การท่องเที่ยวสีเขียว (Green tourism)** เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตร สดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม
- **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism)** เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรอันเป็นต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนมาสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุด

^{1/} GSTC เป็นผู้ให้สิทธิ์การออกใบรับรองกับหน่วยงานประเมินมาตรฐานความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว โรงแรมและบริษัททัวร์ อาทิ EarthCheck (ครอบคลุม 70 ประเทศทั่วโลก) Green Destinations Foundation (ครอบคลุม 80 ประเทศทั่วโลก) เป็นต้น

รู้หรือไม่?



UNWTO เป็นหน่วยงานหลักที่สนับสนุนผลักดัน ติดตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติสำหรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของโลก โดยมีสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ^{1/} กำหนดหลักเกณฑ์พื้นฐานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับสากล

ทำไมภาคการท่องเที่ยวไทยต้องให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

- แหล่งท่องเที่ยวสำคัญทั่วโลกที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวสูง อาทิ เกาะฮาวาย มัลดีฟส์ บาฮาม่า หรือแม้กระทั่งเกาะภูเก็ตของไทย ล้วนเผชิญปัญหานักท่องเที่ยวเกินระดับที่เหมาะสม (Over-tourism) ส่งผลเสียต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นจุดขายเดิม ทำให้ความน่าสนใจในสายตาของนักท่องเที่ยวลดลง กระทั่งการดำเนินธุรกิจในระยะยาวได้ ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงเป็นหนึ่งในทางเลือกในโมเดลการปรับตัวของภาคธุรกิจ
- ภาคการท่องเที่ยวปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศคิดเป็น 8-11% ของการปล่อยก๊าซคาร์บอนฯ ทั่วโลกในปี พ.ศ. 2562 ^{2/} ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อน จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ธุรกิจท่องเที่ยวต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการหรือดูแลประเด็นดังกล่าว
- ตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของโลกมีแนวโน้มเติบโตสูง เฉลี่ยถึงปีละ 10% ในช่วงปี 2562-2566 ^{3/} โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น จึงถือเป็นโอกาสสำคัญของภาคการท่องเที่ยวไทย

จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 30,000 คน เมื่อ เม.ย. 2564 ^{4/} พบว่า



83%

เห็นว่าการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีความสำคัญ

81%

จะใช้บริการที่พิถีพิถันในเรื่องความยั่งยืนอย่างน้อย 1 ครั้ง หลัง COVID-19

73%

เห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวควรเสนอบริการที่ยั่งยืนเป็นทางเลือกมากขึ้น

69%

ตั้งใจจะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในการท่องเที่ยว

- สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่ไทยและอีก 192 ประเทศทั่วโลก ให้คำมั่นเพื่อให้บรรลุการพัฒนาทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ภายในปี พ.ศ. 2573 ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในทุกมิติ รวมถึงภาคการท่องเที่ยวที่ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว

^{2/} World Travel & Tourism Council (2021). ^{3/} Technavio (2020) ^{4/} ข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว 29,349 คน กระจาย 30 ประเทศทั่วโลก จาก Booking.com “บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย”

ที่ผ่านมา ไทยดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาต่อเนื่อง แต่ยังมีความท้าทายที่ต้องก้าวข้ามในหลายประเด็น

การดำเนินการเรื่องการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทย

- “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” อยู่ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของ ไทยตลอด 10 ปีที่ผ่านมา (ฉบับที่ 1-2: ปี 2555-2564) และในอีก 5 ปีข้างหน้า (ฉบับที่ 3: ปี 2565-2569) ยังคงเน้นส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทั้งในมิติสังคม และสิ่งแวดล้อม
- มุ่งเน้นการบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ทำหน้าที่วางแผน กำหนด นโยบายและประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐส่วนกลาง ท้องถิ่น ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ ทั้งพื้นที่หลักเดิมที่มีความเชื่อมโยง และพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ปัจจุบันมีพื้นที่พิเศษฯ ที่ดูแล จำนวน 6 พื้นที่ และเตรียมประกาศเพิ่มเติมอีก 3 พื้นที่^{5/}
- ไทยมีการประเมินและรับรองมาตรฐานโรงแรม (Green hotel) และ ร้านอาหาร (Green restaurant) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็น ประจำทุกปี แต่ธุรกิจที่เข้าร่วมและผ่านการประเมินยังมีน้อย โดยมี โรงแรมเพียง 68 แห่ง ในปี 2564 คิดเป็น 0.3%^{6/} ของที่พักแรมทั้งหมดที่จดทะเบียนถูกต้อง โดยส่วนใหญ่เป็นรายใหญ่ ขณะที่ ร้านอาหารมีเพียง 39 แห่ง ในปี 2563^{6/}
- มีโรงแรมรายใหญ่ของไทยบางส่วนได้รับการรับรองมาตรฐาน ความยั่งยืนระดับสากล และมีแหล่งท่องเที่ยวของไทยบางแห่ง^{7/} ได้รับรางวัล Green Destination Top 100 ของโลกในปี 2564

แม้ในภาพรวม ไทยมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมี หน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน แต่การขับเคลื่อนในระดับพื้นที่ ยังมีข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถทำได้คล่องตัวนัก สอดคล้อง กับคะแนนการพัฒนาก่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทยในปี 2562 จากการประเมินของสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ซึ่งอยู่ที่ 4.6 คะแนน จากเต็ม 7 คะแนน สูงกว่า ค่าเฉลี่ยเพียงเล็กน้อย^{8/} โดยจากผลการศึกษาพูดคุยกับ ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเห็นตรงกันว่า การขับเคลื่อนไปสู่ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับพื้นที่ ยังมีความท้าทายที่ต้อง ก้าวข้าม 3 ประเด็น ดังนี้



1. มีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วน เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่จำนวนมาก ทำให้การ ประสานความร่วมมือต้องอาศัยระยะเวลา รวมทั้งเป้าหมาย งบประมาณ และกลไกการ ขับเคลื่อนยังไม่ชัดเจน



2. ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจ และแรงจูงใจในการปรับตัว โดยเฉพาะราย เล็ก-กลาง ที่มีต้นทุนในการปรับตัวและยังไม่ เห็นความสำคัญมากนัก



3. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ความ ตระหนัก และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ยังอยู่ในวงจำกัด

^{5/} พื้นที่พิเศษ 6 แห่ง คือ เมืองเก่าบ้าน เลย สุโขทัย-ศรีสัชบาาลัย-กำแพงเพชรเมืองโบราณอุทงเมืองพิทยาและพื้นที่เชื่อมโยง หมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง และเตรียมประกาศอีก 3 แห่ง คือ เชียงราย คุ้งบางกะเจ้า คุ้งน้ำทะเลสาบสงขลา ^{6/} กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ^{7/} เมืองเก่าบ้าน และเมืองเก่าสุโขทัย ^{8/} เฉลี่ยทั่วโลก 4.3 คะแนน

เรียนรู้และก้าวข้ามความท้าทายจากบทเรียนของ “สาธารณรัฐปาเลา” สู่ “เกาะหมากโมเดล” : ความพยายามในการสร้างต้นแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผ่านแนวคิด Low carbon destination แห่งแรกของไทย



▪ ปาเลา เป็นประเทศหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิก มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่สวยงาม ปี 2557 เกิดปัญหานักท่องเที่ยวในระดับที่เหมาะสม และ ธรรมชาติเริ่มเสื่อมโทรม จึงเป็นจุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลง

ทำความเข้าใจ “ปาเลา” และ “เกาะหมาก จ.ตราด”

▪ เกาะหมาก จ.ตราด เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ยังมี ความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ อพท. เล็งเห็นว่าเป็นพื้นที่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้เกิดความ ยั่งยืน จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนา ตั้งแต่ปี 2555

การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของสาธารณรัฐปาเลา เป็นกรณีศึกษาเล็ก ๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก และเป็นต้นแบบความสำเร็จของ การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอีกหลายประเทศ สำหรับไทยซึ่งมีบริบทของแหล่งท่องเที่ยวคล้ายคลึง จึงสามารถใช้เป็นต้นแบบในการก้าว ข้ามความท้าทายไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในระดับพื้นที่ได้ ทั้งนี้ ปัจจุบันไทยมี เกาะหมาก จ.ตราด ที่เสมือนเป็นพื้นที่นำ ร่องการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในลักษณะที่คล้ายกับปาเลาอยู่แล้ว และค่อนข้างประสบความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือและภาพลักษณ์ที่ ดี จึงขอฉายภาพให้เห็นการดำเนินการของทั้ง 2 พื้นที่ เพื่อถอดบทเรียนและนำไปสู่การขยายผลการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่อื่น ๆ ของไทยต่อไป

สาธารณรัฐปาเลา

เกาะหมาก จ.ตราด

Highlight การพัฒนา

- นำกฎหมายคนเข้าเมืองมาช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ผ่านแคมเปญ Palau Pledge โดยทุกคนต้องประทับตราในพาสปอร์ตเพื่อสัญญาว่าจะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- ห้ามใช้คริมกันแดดที่มีส่วนผสมของสารเคมีและพลาสติกทั้งหมดเป็นประเทศแรก
- มีแพลตฟอร์มคำนวณการปล่อยก๊าซคาร์บอนฯ ของนักท่องเที่ยว และให้จ่ายเงินชดเชยเข้ากองทุนสิ่งแวดล้อม
- ส่งเสริมการบริโภคสินค้าท้องถิ่นแทนการนำเข้า เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้ชุมชน

- สร้างแบรนด์เกาะหมากเป็น Low carbon destination แห่งแรกของไทย ผ่านข้อตกลงร่วมกัน 8 ข้อ เช่น ลดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างมลพิษ ลดใช้พลังงานและน้ำสำหรับที่พักแรม เป็นต้น
- วางแผนพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้นักท่องเที่ยวคำนวณการปล่อยก๊าซคาร์บอนฯ ตลอดจนการท่องเที่ยว รวมทั้งการชดเชยคาร์บอนเครดิต
- รักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม และรณรงค์ให้ทานอาหารที่หาได้ในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น

ผลลัพธ์

- ในปี 2560 (ปีแรกของแคมเปญ Palau Pledge) แม้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง 12% จากปี 2557 แต่รายได้ต่อหัวนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 7% ^{9/} และคาดว่าเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
- แนวทางการพัฒนาของปาเลา เป็นต้นแบบให้กับอีกหลายประเทศนำไปปรับใช้ เช่น เกาะฮาวาย ไอซ์แลนด์ นิวซีแลนด์

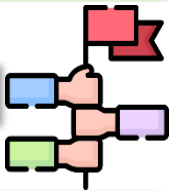
- ในปี 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเพิ่มขึ้นจากปี 2556 (ช่วงแรกของการเริ่มพัฒนา) เพียง 15% แต่กลับสร้างรายได้เพิ่มขึ้นถึง 46% ^{10/}
- สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนฯ สู่ชั้นบรรยากาศได้เฉลี่ยปีละ 7.65% ^{11/}

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- รัฐตั้งเป้าหมายและมีคณะทำงานที่ชัดเจน โดยได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ตั้งแต่การจัดทำแผน ตัดสินใจ และการขับเคลื่อนไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
- ใช้มาตรการจูงใจให้ธุรกิจปรับตัวสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผ่านภาษีและสิทธิประโยชน์ให้กับธุรกิจที่ผ่านการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน เช่น ได้รับการสนับสนุนด้านการตลาด
- ใช้จุดเด่นทรัพยากรทางทะเลเป็นจุดขาย และประชาสัมพันธ์ด้านความยั่งยืนที่สร้างแรงกระเพื่อมในระดับโลก โดยร่วมกับเอเจนซีระดับโลก ตลอดจนให้ความรู้นักท่องเที่ยวเพื่อให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา

- มีเป้าหมายและแผนงานชัดเจน โดย อพท. เสนอให้มีความร่วมมือการพัฒนาท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จ.ตราด เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน นำโดยผู้ว่าราชการจังหวัด
- อพท. ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องกับธุรกิจและชุมชนในพื้นที่ ตลอดจนช่วยให้แรงจูงใจโดยการช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง และการสร้างแบรนด์ของพื้นที่ให้ชัดเจน จนทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวตาม
- อพท. ช่วยประชาสัมพันธ์ด้วยแบรนด์ที่ชัดเจน โดยจะเสนอเข้ารับการประเมิน Green Destination Top 100 ในปี 2565 เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งไทยและต่างประเทศ

^{9/} worlddata.info ^{10/} กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ^{11/} เกียรติศักดิ์ชัย และ ชื่นชนก โคจวินทร์ (2563)



สรุป 3 ขั้นตอน: แนวทางของภาครัฐท้องถิ่น สู่การขยายผลแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่อื่น ๆ ของไทย

ตั้งเป้าหมายและแผนงานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับพื้นที่ให้ชัดเจน

1.
 - ผลักดันให้มีคณะกรรมการสำหรับขับเคลื่อน และกำหนดในตัวชี้วัดของจังหวัด
 - สร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และให้เห็นเป้าหมายเดียวกัน

สร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจท่องเที่ยวและชุมชนปรับตัวสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

2.
 - ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และความจำเป็นในการปรับตัว
 - สร้างแรงจูงใจผ่านมาตรการทางการเงิน ภาษี และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ

ทำการประชาสัมพันธ์โดยผสานจุดขายเดิมของพื้นที่ร่วมกับภาพลักษณ์ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.
 - ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่ชัดเจนผ่านหลาย ๆ ช่องทาง
 - จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง

สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีปัญหาเรื่องความเสื่อมโทรมอยู่แล้ว **ต้องอาศัยพลังความร่วมมือที่จริงจังจากทุกภาคส่วน** เป็นพื้นฐานสำคัญ ถึงแม้ว่าอาจต้องใช้เวลานานกว่าพื้นที่อื่น แต่ผลลัพธ์ที่ได้คืนมามากกว่าคำว่า “คุ้มค่า” เพราะจะเป็นการสร้างภาคการท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน

คณะผู้เขียนขอขอบคุณสำนักงานพื้นที่พิเศษ 3 อพท. ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับบทความนี้