

Green Tourism : The Time to Transform is Now.

โดย ดร.รักษ วรรกิจโกศาทร

กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

“Work hard, Travel harder.” ในช่วงปลายปีที่มีวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน หลายท่านคงเริ่มวางแผนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชาร์จพลังกันแล้ว เมื่อพูดถึงการท่องเที่ยว เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยในช่วงก่อนวิกฤต COVID-19 การท่องเที่ยวไทยเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวสูงสะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวไทยเพิ่มจาก 14 ล้านคน ในปี 2552 เป็นเกือบ 40 ล้านคน ในปี 2562 หรือเพิ่มขึ้นราว 3 เท่าตัว และจำนวนคนไทยเที่ยวในประเทศที่เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจาก 86 ล้านคน-ครั้ง เป็น 167 ล้านคน-ครั้งในช่วงเวลาเดียวกัน สำหรับปัจจุบันข้อมูลดัชนีการพัฒนาด้านการเดินทางและท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index 2021 หรือ TTDI 2021) ซึ่งวัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ระบุว่าประเทศไทยอยู่ที่อันดับ 36 จาก 117 ประเทศทั่วโลก และอันดับ 3 ของอาเซียน รองจากสิงคโปร์และอินโดนีเซีย ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงน่าจะเป็นเครื่องยนต์สำคัญในการเติบโตของเศรษฐกิจไทย แต่ไทยอาจต้องใช้เวลาอีกสักกระยะกว่าที่การท่องเที่ยวไทยจะกลับมาสร้าง GDP สูงถึง 18% ของประเทศอีกครั้ง เพราะการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวครั้งนี้อาจไม่เหมือนเดิม

The Time to Transform is Now.

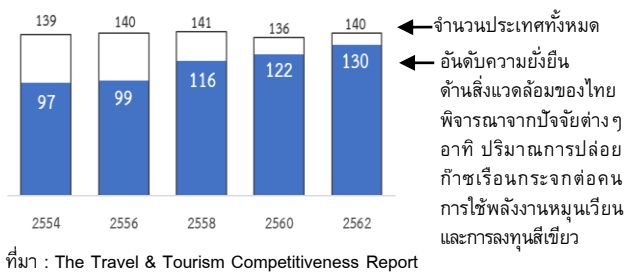
การรักษาศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวของไทยท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเริ่มปรับตัวตั้งแต่บัดนี้ เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยไม่ใช่เครื่องยนต์เก่าที่ตกรุ่ง แต่เป็นเครื่องยนต์ที่มีสมรรถนะในการผลักดันเศรษฐกิจให้เติบโตต่อไป เนื่องจาก

- **คู่แข่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภูมิภาคมีพลังดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น** โดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศในอาเซียน เช่น เวียดนาม กัมพูชา และอินโดนีเซีย ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยในปี 2558-2562 สูงกว่าไทย และยิ่งประเทศที่มีสัดส่วนรายได้จากภาคท่องเที่ยวต่อ GDP ประเทศค่อนข้างสูง เช่นเดียวกับไทย อาทิ เวียดนาม และกัมพูชา ยังมีแรงจูงใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้แข็งแกร่งขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลจากรายงาน The Travel & Tourism Competitiveness Report แสดงให้เห็นว่าอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยปรับขึ้นต่อเนื่องในปี 2558-2562 แต่ในปี 2564 คู่แข่งอย่างอินโดนีเซียก้าวกระโดดจากอันดับ 50 ในปี 2558 ขึ้นเป็นอันดับ 32 ในปี 2564 แซงหน้าไทยขึ้นไปแล้ว และเวียดนามก็สามารถเลื่อนอันดับขึ้นมาอย่างรวดเร็วจากอันดับที่ 60 ในปี 2562 เป็นอันดับ 52 ในปี 2564 โดยล่าสุด Agoda แพลตฟอร์มผู้ให้บริการจองห้องพักทางออนไลน์ให้ข้อมูลว่า ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเวียดนามเติบโตก้าวกระโดด และมีโอกาสเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย โดยในปัจจุบันเวียดนามเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้

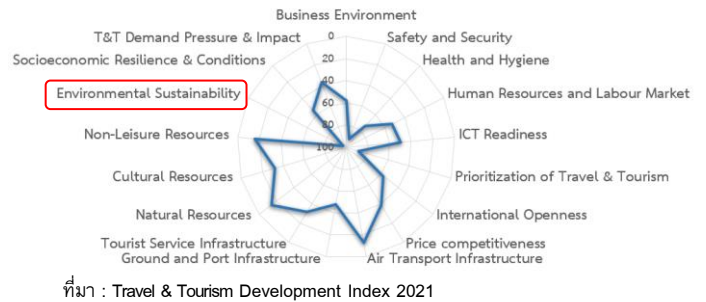
- **ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยมีอันดับลดลง** สิ่งสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวของประเทศไทยตลอดหลายปีที่ผ่านมา คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม และราคาที่พักที่แข่งขันได้ โดยพิจารณาทั้งจากราคาที่พัก ตัวเครื่องบิน ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่างๆ ในประเทศ อย่างไรก็ตาม จุดแข็งดังกล่าวของไทยเริ่มอ่อนแรงลง โดยมิติทรัพยากรธรรมชาติลดลงจากอันดับ 7 ของโลกในปี 2560 เหลืออันดับ 10 ในปี 2562 ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เสื่อมโทรมลง ประกอบกับอีกหลายประเทศทำตลาดท่องเที่ยวโดยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักและเปิดให้เข้าถึงมากขึ้น และมีมาตรการแข่งขันด้านราคาลดลงจากอันดับ 18 เหลืออันดับ 25

● **ทิศทางของสังคมโลกกำลังตอกย้ำจุดอ่อนของการท่องเที่ยวไทย** เนื่องจากการท่องเที่ยวไทยมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงถึง 30 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือ 11.7% ของภาพรวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในประเทศ รวมถึงมีส่วนในการสร้างขยะ 3% ของการสร้างขยะรวมในประเทศ และใช้พลังงานและน้ำจำนวนมาก ส่วนหนึ่งเป็นผลจากผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่สนใจลงทุนปรับธุรกิจให้ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะกิจกรรมดังกล่าวมักทำให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น **ปัจจัยความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) เป็นปัจจัยที่ติด 1 ใน 2 อันดับต่ำที่สุดในบรรดาปัจจัยทั้งหมดของไทยมากกว่า 10 ปี** ซึ่งล่าสุดในปี 2564 คะแนนด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนของไทยอยู่ในอันดับที่ 97 จาก 117 ประเทศ อีกทั้งยังมีคะแนนต่ำที่สุดในภูมิภาคอาเซียน

อันดับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของไทยอยู่รั้งท้าย



อันดับความสามารถของการท่องเที่ยวไทย (TTDI) ในปี 2564



นักท่องเที่ยวใส่ใจการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สถานการณ์การดูแลสิ่งแวดล้อมของไทย จึงเหมือนสวนทางกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งที่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเชิงธุรกิจที่เริ่มเปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หากจุดอ่อนนี้ของการท่องเที่ยวไทยยังไม่ได้รับการแก้ไขย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมซึ่งนับวันจะยังมีจำนวนมากขึ้น



- 69%** มองหาทริปที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 43%** ยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับที่พักกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งได้รับการรับรองเรื่องความยั่งยืน
- 95%** ของนักเดินทาง MICE ต้องการให้มีการเดินทางแบบ Green Travel
- 27%** เลือกปฏิเสธการเดินทางเพื่อธุรกิจหากไม่คำนึงถึงความยั่งยืน

ที่มา : Expedia Group, Wakefield Research , Booking และ SAP Concur

Green Tourism ... เสริมจุดแข็ง-แก้จุดอ่อนได้ในคราวเดียวกัน

เมื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจะกลายเป็นเครื่องยนต์ตัวกระตุ้น และกระแสเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งจะส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวแบบรักษ์โลกกลายเป็นมาตรฐานการทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในระยะต่อไป การ **Transform** อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยไปสู่ **Green Tourism** จึงน่าจะเป็นแนวทางในการตอบโจทย์การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เพราะไม่เพียงแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นจุดอ่อนสำคัญของไทย ยังช่วยเสริมจุดแข็งด้านทรัพยากรธรรมชาติของไทยให้แข็งแกร่งขึ้นไปพร้อมกัน ประกอบกับการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีส่วนสำคัญในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเกี่ยวข้องกับ SMEs ชุมชน และแรงงานจำนวนมาก การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตื่นตัวในการปรับสู่ Green ย่อมจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงกว้าง และมีส่วนผลักดันให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมาย Net Zero Emission ภายในปี พ.ศ. 2608

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งรวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถเริ่มปรับตัวสู่ **Green Tourism** ได้ทันที ด้วยเริ่มจากวิธีง่ายๆ

อาทิ ปรับใช้พลังงานสะอาด เช่น ติดตั้งแผงโซลาร์ เปลี่ยนไปใช้หลอดไฟเป็นแบบ LED เพื่อช่วยประหยัดการใช้พลังงาน เปลี่ยนแพ็คเกจจิ้งของใช้ในห้องพักเป็นวัสดุรีไซเคิล ลดการใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพิ่มการใช้วัตถุดิบ Plant-based ในเมนูอาหาร ใช้วัตถุดิบจากชุมชนรอบตัวเพิ่มขึ้น จ้างพนักงานที่เป็นคนในชุมชนใกล้เคียงเพื่อสนับสนุนให้เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่น ตลอดจนการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเดินหรือปั่นจักรยานไปสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกล แทนการใช้รถยนต์

ตัวอย่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Crossroads Maldives โครงการแหล่งท่องเที่ยวครบวงจรแห่งแรกในประเทศมัลดีฟส์ ของ S Hotels and Resorts Public Company Limited ผู้นำด้านการบริหารงานโรงแรมและรีสอร์ทในไทย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อมระดับสากลจาก Green Globe ประกาศนียบัตรด้านความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับสากล ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นเกณฑ์มาตรฐานสูงสุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จากการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืน ทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรของมัลดีฟส์และการรักษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้คงไว้ โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบก่อสร้างที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น การไม่ตอกเสาเข็มไปในแนวปะการัง หรือไม่สร้างเสียงที่ดังจนรบกวนสัตว์ต่างๆ บริเวณเกาะ รวมถึงติดตั้งแผงโซลาร์บนวิลล่า และนำขยะมาเป็นเชื้อเพลิงบนเกาะ อีกทั้งโครงการฯ ยังจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ทางทะเล (Marine Discovery Centre) เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบนิเวศของทะเลมัลดีฟส์

นอกจากนี้ การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย Transform สู่ Green Tourism ยังมีส่วนช่วยเปิดพื้นที่ให้ SMEs ไทยก้าวสู่เวทีการค้าโลกได้อีกด้วย โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวไทยเป็น Sandbox หรือห้องทดลองพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นเทรนด์สินค้าที่มีโอกาสโตอีกมาก โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาไทยภายใต้ Green Tourism จะเป็นผู้ทดลองชิม-ทดลองใช้และให้ผลตอบรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ตรงกับรสนิยมของตลาดผู้บริโภคได้มากขึ้น และใช้พื้นที่นี้เป็น Showroom หรือห้องโชว์สินค้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น ยาสมุนไพร Organic ที่ใช้อยู่ในโรงแรม เฟอรินิเจอร์และของตกแต่งที่ทำจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุรีไซเคิลที่ใช้อยู่ในที่พัก และเสื้อผ้าเส้นใย Organic และผลิตโดยคนในชุมชนซึ่งวางจำหน่ายในร้านของฝาก ดังเช่นสินค้าหลายประเภทของไทยที่ประสบความสำเร็จในการเปิดตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มต้นจากการเป็นของฝากยอดนิยมนมาแล้ว

สำหรับ EXIM BANK เราพร้อมที่จะเป็น Springboard ให้กับผู้ประกอบการในการ Transform สู่ธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านการออกนวัตกรรมทางการเงินใหม่ๆ อาทิ สินเชื่อ EXIM Green Start, EXIM Solar Orchestra และ EXIM D-Carbon Financing และทำยนี้สำหรับผู้ที่ยังลังเลจะเริ่มต้นธุรกิจ หรือปรับตัวสู่ธุรกิจใหม่ ขอให้นึกถึงคำกล่าวของ Zig Ziglar นักเขียนชื่อดังชาวสหรัฐฯ ว่า “You don't have to be great to start, but you have to start to be great.” - คุณไม่จำเป็นต้องยิ่งใหญ่เมื่อเริ่มต้น แต่ต้องเริ่มต้นเพื่อให้ตัวเองยิ่งใหญ่ได้แล้ว

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด