

นโยบายสาธารณะสำหรับ Green Tourism

กรอบแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวใน
บริบทประเทศไทย

มิ่งสรรพ ขาวสอาด

สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ

6 กันยายน 2555 เวลา 13.00 – 14.30 น.

ณ ศูนย์แสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี

ลักษณะพิเศษของการท่องเที่ยว

1. สัดส่วนต้นทุน logistic สูง
 2. มีความเป็นฤดูกาล → แออัดเป็นช่วง ๆ
 3. สร้างความกดดันต่อธรรมชาติ
- สาธารณูปโภค และสังคมท้องถิ่น



Green Tourism

- Small scale → ลดพลังงานกดดัน
- Slow growth → ยอมรับศักยภาพธรรมชาติ
- Local control → เคารพอัตลักษณ์
และศักยภาพท้องถิ่น



ท่องเที่ยวสีเขียว

- ถูกใช้เป็นวิธีการตลาดใหม่
- ที่จริงแล้วเป็นมาตรการอนุรักษ์



“เส้นทางสีเขียว” ผลงานของประเทศไทย

- ด้านสิ่งแวดล้อม
 - ➔ แทบต่ำที่สุดใน ASEAN
 - ➔ แทบไม่ใช่ Polluter Pays Principle
- ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
 - ➔ รังน้ำเขียว
 - ➔ การกักเซาะชายฝั่ง







Position การท่องเที่ยวไทยใน Southeast Asia

- ☐ ไทยยังเป็นผู้นำการท่องเที่ยวใน Southeast Asia
- ☐ ความสามารถในการแข่งขันของไทยลดลงในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา
- ☐ ไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น

thailand



เราต้องเดินบนเส้นทางสีเขียว?

ทำไม?

- เราเชื่อว่าตลาดเป็นอย่างนั้น
- เราเชื่อว่า **Green Tourism** ให้
ผลตอบแทนที่ดีกว่าในระยะยาว



กลยุทธ์

- นโยบายสาธารณะ
- การแก้ไข/ส่งเสริมเฉพาะจุด



แนวนโยบายสู่เส้นทางสีเขียว

1. ปรับแรงจูงใจและกลไกตลาด
2. สร้างเสริมที่มาของการขยายตัวของ
อุตสาหกรรมเขียว
3. เพิ่มคุณภาพสิ่งแวดล้อม
4. ลดผลกระทบด้านลบจากพัฒนา/โลกร้อน
5. สนับสนุนสถาบัน/ชุมชนท้องถิ่น

นโยบายสาธารณะที่จะนำไปสู่การพัฒนาสีเขียว

- นโยบายการใช้ประโยชน์ชายฝั่ง (Coastal Zoning)



นโยบายสาธารณะที่จะนำไปสู่การพัฒนาสีเขียว

- ใช้หลักการผู้ก่อมลพิษเป็นผู้จ่าย เก็บภาษีสิ่งแวดล้อม
- ยกเลิกนโยบายมาตรการที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (เลิกรถคันแรก/ เพิ่ม mass transport)
- ปรับราคา พลังงานให้เป็นไปตามราคาตลาด
- สร้างสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการพัฒนาสีเขียว
 - สถานีเต็มแบตเตอรี่ไฟฟ้า กังหันลม

นโยบายสาธารณะที่จะนำไปสู่การพัฒนาสีเขียว (ต่อ)

- กระจายอำนาจให้กับท้องถิ่นเตรียมพร้อม
รับภัยพิบัติ
- สร้าง KPI ให้ท้องถิ่น ในเรื่อง “greenness”



มาตรการส่งเสริม

- ลงทุนในงานวิจัย ส่วนวัฒนธรรมสีเขียว
 - ส่งเสริมการบริโภคสีเขียว
- ยกระดับการจัดการสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ทรัพยากร
 - เพิ่ม/สร้างมาตรฐาน
 - การจัดซื้อสีเขียวโดยรัฐ
 - การให้ข้อมูลผู้บริโภค
 - 3-8 Rs

ผลตอบแทนระยะสั้น

- การเพิ่มประสิทธิภาพจากกลไกราคา ข้อบังคับ กฎระเบียบ มาตรฐาน
- การลงทุนในโครงสร้างเขี้ยว รถไฟฟ้า

ผลตอบแทนระยะปานกลาง

- R + D นวัตกรรม
- การศึกษาระบบสารสนเทศ

ผลตอบแทนระยะยาว

- คุณภาพสิ่งแวดล้อม
- ลดความเสี่ยงด้านภัยพิบัติ

มาตรการส่งเสริม ต้องมีการวิจัยเพิ่ม ว่า

เส้นทางสีเขียวแต่ละเส้นทาง

มีขนาด income/employment multiplier ใหญ่มากน้อยเพียงไร



Table 1: Summary of Type SAM Multipliers, by Green Sector strategy

Green Sector Strategy	Output		Personal Income		Jobs	
	Multiplier	Rank	Multiplier	Rank	Multiplier	Rank
Green building and development	1.99	1	1.79	6	2.05	6
Renewable energy generation	1.72	6	2.12	2	3.15	2
Energy efficiency	1.86	3	1.66	8	1.83	7
Green manufacturing	1.82	4	2.18	1	2.74	3
Green transportation	1.73	5	1.98	3	2.34	4
Sustainable farming, forestry, and fishing	1.70	7	1.87	4	1.36	8
Energy transmission and storage	1.40	8	1.71	7	3.46	1
Environmental technologies and services	1.98	2	1.86	5	2.26	5
Green sector strategy average	1.78		1.90		2.40	
Oregon average	1.83		1.79		1.85	

The averages for each green sector strategy are simple averages developed for comparison purposes only. For more information, see green industry details in the main section of the report.

Source: Econorthwest & Bonnie Gee Yosick^{11s}, 2010. (Economic Multipliers and Metrics for Green Sector Strategies and Green Industries in Oregon)

Table 2: Summary of Impacts Per Million Dollars in Spending or Output, by Green Sector Strategy (2010 dollars)

Green Sector Strategy	Output		Personal Income		Jobs	
	Amount (\$)	Rank	Amount (\$)	Rank	Full- and part-time jobs	Rank
Green building and development	\$1,987,732	1	\$734,893	1	14.8	2
Renewable energy generation	\$1,580,881	7	\$389,490	6	7.1	7
Energy efficiency	\$746,174	8	\$277,167	8	5.7	8
Green manufacturing	\$1,821,764	3	\$455,024	3	7.9	6
Green transportation	\$1,729,565	4	\$451,881	4	8.3	5
Sustainable farming, forestry, and fishing	\$1,699,693	5	\$438,018	5	21.4	1
Energy transmission and storage	\$1,599,299	6	\$528,491	2	8.3	4
Environmental technologies and services	\$1,982,058	2	\$312,240	7	13.4	3

The averages for each green sector strategy are simple averages developed for comparison purposes only.

For more information, see green industry details in the main section of the report.

Source: Econorthwest & Bonnie Gee Yosick^{11s}, 2010. (Economic Multipliers and Metrics for Green Sector Strategies and Green Industries in Oregon)

ขอบคุณค่ะ



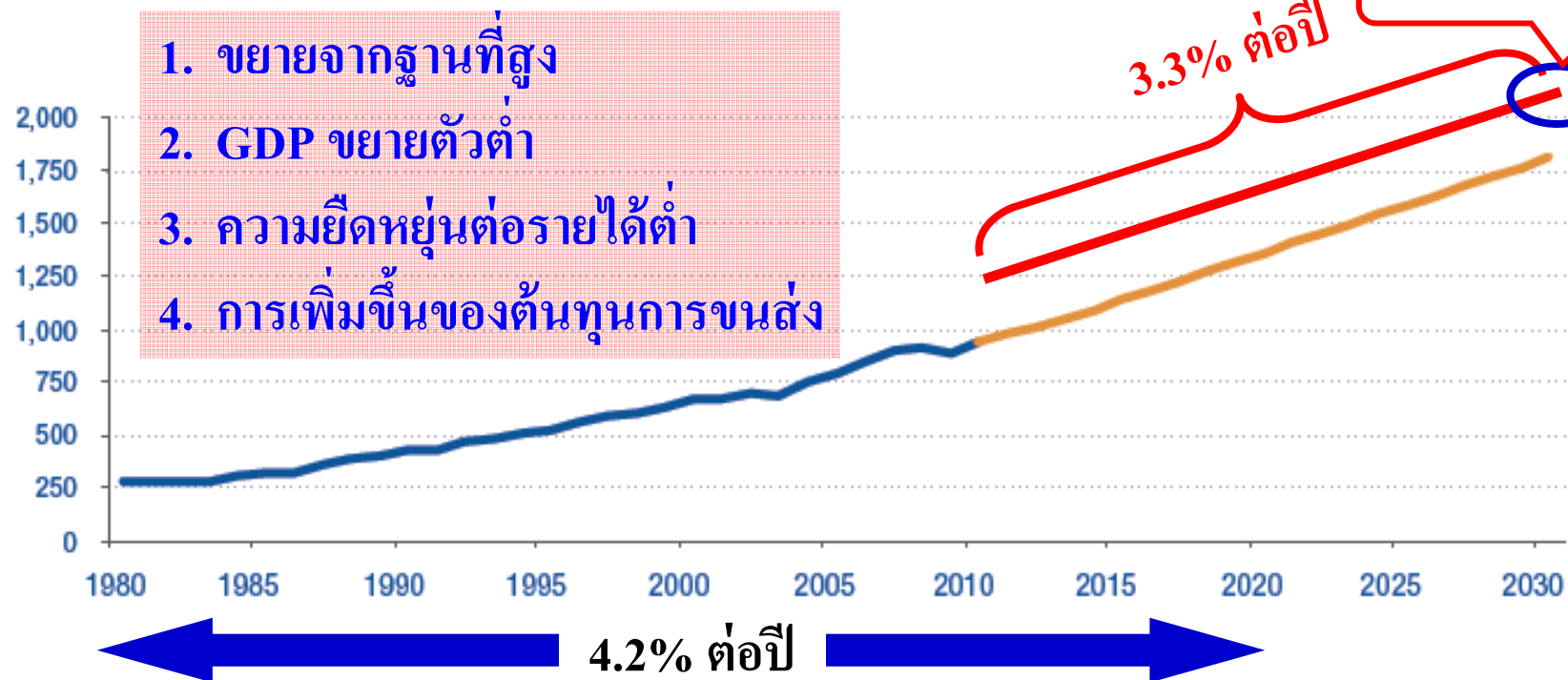
แนวโน้มสำคัญ



ท่องเที่ยวโลกจะเติบโตอย่างไรในอีก 20 ปีข้างหน้า

International tourism, World

International Tourist Arrivals, million



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

ขนาดของผลกระทบของการท่องเที่ยวไทย

□ ปี พ.ศ. 2553 (ประมาณการโดย WTTC)

❖ สัดส่วนต่อ GDP 13.9%

❖ สัดส่วนต่อการจ้างงาน 10.4%

□ ขนาดของ Multiplier

❖ ภาคการท่องเที่ยว 3.75

❖ ภาคอุตสาหกรรม 4.00

❖ ภาคเกษตรกรรม 2.88

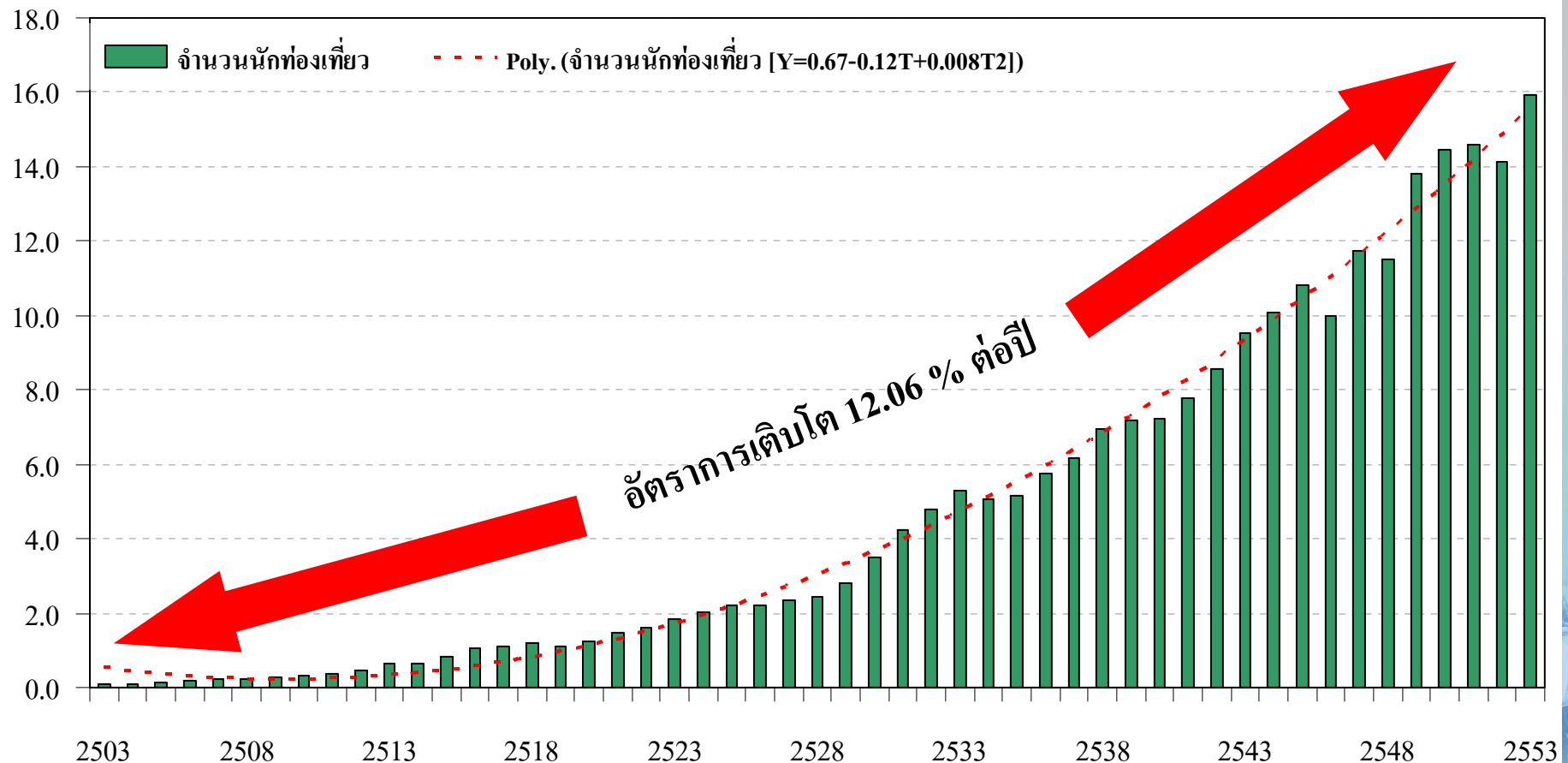
การท่องเที่ยวของไทยในปี พ.ศ. 2553

- ☐ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากลำดับ 16 ของโลก
- ☐ มีรายได้มากลำดับ 11 ของโลก
- ☐ มีนักท่องเที่ยวมาเยือน 15.94 ล้านคน
- ☐ มีรายได้ 5.93 แสนล้านบาท

ที่มา: UNWTO, 2011 และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

กว่าครึ่งศตวรรษของการท่องเที่ยวไทย

ล้านคน



ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย ปี พ.ศ. 2553

ประเทศ	จำนวน (ล้านคน)	ร้อยละ (%)
1. อาเซียน	4.60	28.84
2. เอเชียตะวันออก	3.71	23.27
3. ยุโรป	4.33	27.17
4. อเมริกา	0.79	4.97
5. เอเชียใต้	0.99	6.18
6. โอเชียเนีย	0.79	4.95
7. ตะวันออกกลาง	0.62	3.86
8. แอฟริกา	0.12	0.76
นักท่องเที่ยวทั้งหมด	15.94	100.00

≈ 80%

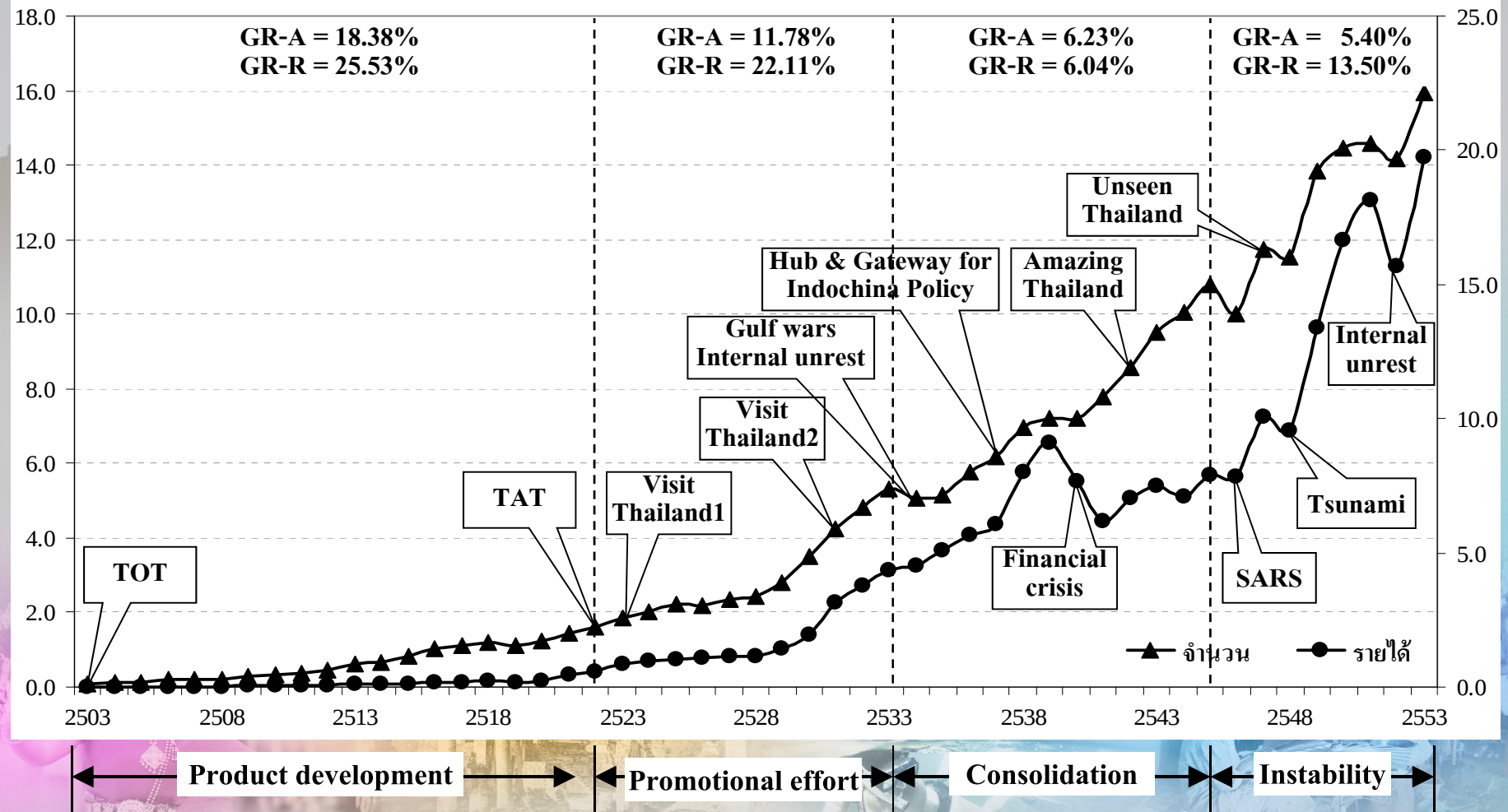
≈ 15%

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

ถึงศตวรรษของการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

ล้านคน

พันล้าน USD



เสถียรภาพของการท่องเที่ยวไทย

รายรับจาก	พ.ศ. 2523-2533		พ.ศ. 2534-2540		พ.ศ. 2541-2545		พ.ศ. 2546-2551		พ.ศ. 2523-2551	
	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}
การท่องเที่ยว	13.13	16.76	8.76	11.92	10.00	14.33	12.49	13.74	11.34	14.60
การส่งออกสินค้า	11.43	12.66	9.13	9.76	10.49	12.19	2.11	2.73	8.69	10.45
การส่งออกบริการ	8.60	10.04	14.61	18.34	15.19	16.87	3.91	4.42	10.27	13.23
การส่งออกทั้งหมด	10.90	12.13	9.09	9.46	9.44	11.85	2.04	2.72	8.29	10.08

ภาคท่องเที่ยวมีเสถียรภาพต่ำกว่าภาคเศรษฐกิจอื่นๆ

ยกเว้น พ.ศ. 2534-2545

เสถียรภาพของการท่องเที่ยวไทย

ประเทศ	พ.ศ. 2523-2533		พ.ศ. 2534-2540		พ.ศ. 2541-2545		พ.ศ. 2546-2551		พ.ศ. 2523-2551	
	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}
ไทย	13.13	16.76	8.76	11.92	10.00	14.33	12.49	13.74	11.34	14.60
สหรัฐอเมริกา	11.17	12.95	3.08	3.53	6.26	7.62	4.19	4.79	6.77	8.85
สเปน	9.67	11.62	5.67	7.46	6.44	7.77	3.43	4.33	6.75	8.77
ฝรั่งเศส	10.26	10.98	7.18	9.18	5.30	6.28	5.63	6.33	7.61	8.93
อิตาลี	8.79	10.30	8.42	11.77	7.54	8.53	2.46	3.31	7.37	9.37
จีน	-	-	5.97	8.18	3.20	3.66	9.19	11.79	8.69	11.97

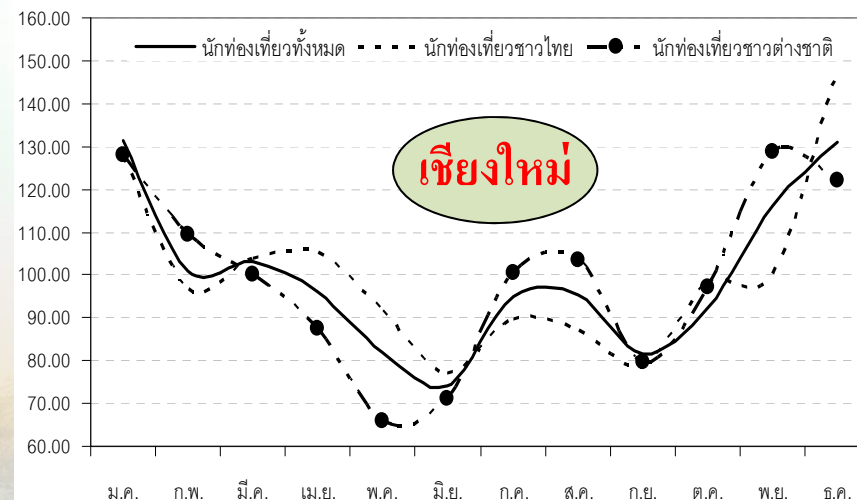
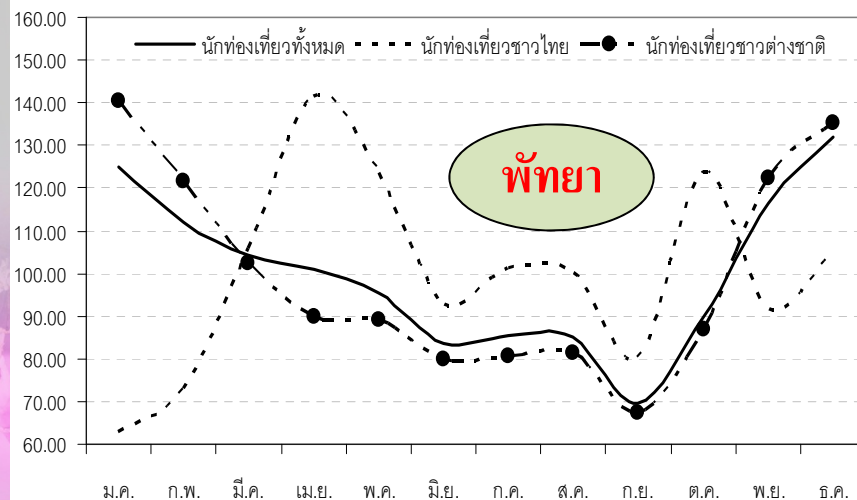
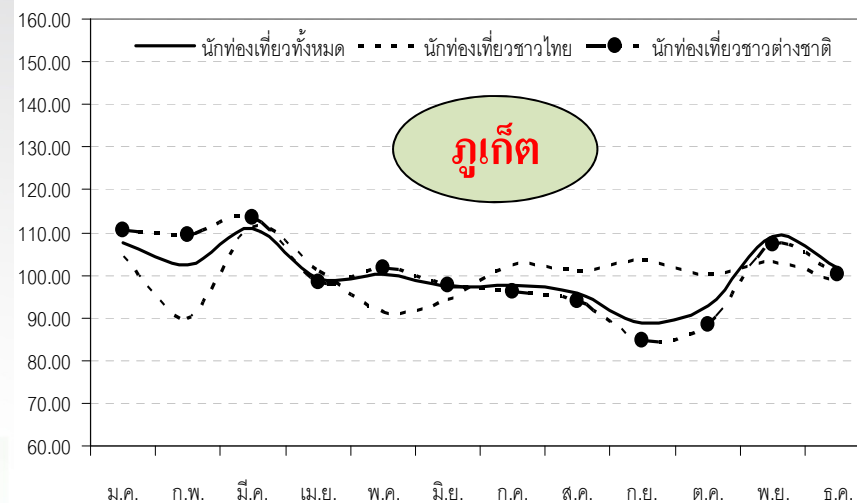
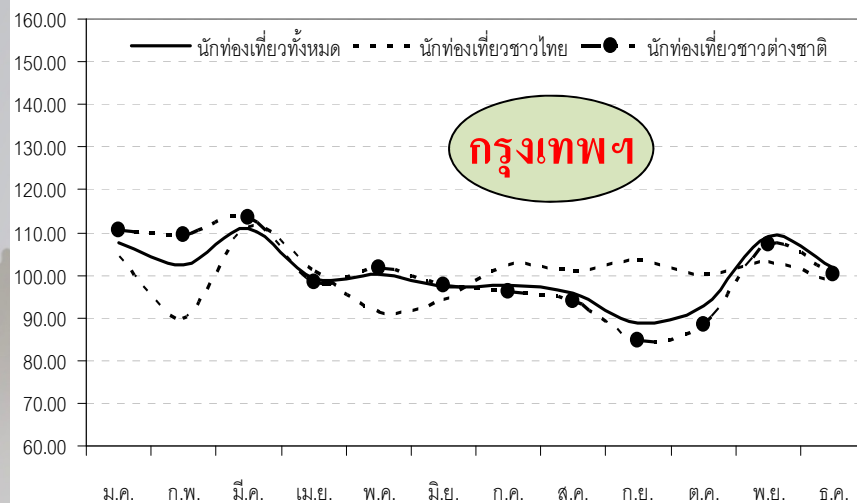
การท่องเที่ยวไทยมีเสถียรภาพน้อยกว่า
ประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก

เสถียรภาพของการท่องเที่ยวไทย

Country	พ.ศ. 2534-2540		พ.ศ. 2541-2545		พ.ศ. 2546-2551		พ.ศ. 2534-2551	
	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}	I _{MAD}	I _{MSD}
ไทย	11.33	13.55	9.58	13.78	12.87	14.00	11.36	13.78
ฟิลิปปินส์	18.22	23.13	22.60	27.00	21.70	25.34	20.74	25.10
กัมพูชา	16.00	20.30	27.22	28.84	15.73	18.80	19.40	22.83
อินโดนีเซีย	18.20	22.02	14.39	21.14	17.86	21.45	16.96	21.56
มาเลเซีย	14.39	17.56	14.58	21.91	10.30	13.18	13.00	17.65
สิงคโปร์	11.17	12.91	12.68	15.30	13.51	15.09	12.44	14.43

การท่องเที่ยวไทยมีเสถียรภาพมากกว่าคู่แข่งในอาเซียน

ความเป็นฤดูกาลของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (พ.ศ. 2535-2550)



ศักยภาพในการแข่งขัน

มีแนวโน้มลดลง



การขยายตัวและขนาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

หน่วย: %

รายการ	พัฒนาสินค้า	ส่งเสริมการขาย	เติบโตมั่นคง	ความผันผวน
	2503-2522	2523-2533	2534-2545	2546-2553
อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	18.4	11.8	6.2	5.4
อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของ รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	25.5	22.1	6.0	13.5
สัดส่วนรายได้การท่องเที่ยวเฉลี่ย ต่อ GDP	1.1	3.6	4.9	5.8
สัดส่วนรายได้การท่องเที่ยวเฉลี่ย ต่อการส่งออกทั้งหมด	7.8	16.5	12.5	9.6

ไทยควรทำอย่างไรในอนาคต?

☐ Position ของการท่องเที่ยวไทยใน Southeast Asia?

☐ นโยบายสำคัญที่ไทยควรดำเนินการในอนาคต?

❖ กลยุทธ์การแข่งขันด้วยราคา

❖ การรักษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย

❖ Green Tourism



การวัดความชำนาญพิเศษทางการท่องเที่ยว

สถิต (Static)

$$\text{NRCA}_j = \frac{X_{tj}}{X_s} - \frac{X_j \times X_{ts}}{X_s^2}$$

พลวัต (Dynamic)

$$\frac{\Delta \text{BRCA}_j}{\text{BRCA}_j} = \frac{\Delta(X_{tj}/X_j)}{(X_{tj}/X_j)} - \frac{\Delta(X_{ts}/X_s)}{(X_{ts}/X_s)}$$

Position ของตลาด

$$g_{rj} = G_s + (g_{rs} - G_s) + \left(\frac{T_j^0 (T_{rs}^0 / T_s^0) (g_{rj} - g_{rs})}{T_{rj}^0} \right) + \left(\frac{(T_{rj}^0 - T_j^0 (T_{rs}^0 / T_s^0)) (g_{rj} - g_{rs})}{T_{rj}^0} \right)$$

ความชำนาญพิเศษทางการท่องเที่ยว

ประเทศ	Competitive in tourism	ลำดับของ NRCA		การเปลี่ยนแปลง (พ.ศ. 2542-2551)	สถานการณ์ (พ.ศ. 2542-2551)
		พ.ศ. 2542	พ.ศ. 2551		
ไทย	✓	1	1	↓	ถอยน้ำ
มาเลเซีย	✓	6	2	↑	ตั้งรับปรับตัว
กัมพูชา	✓	4	3	↑	ตั้งรับปรับตัว
สปป. ลาว	✓	5	4	↑	ตั้งรับปรับตัว
อินโดนีเซีย	✗	2	5	↓	ถอยน้ำ
ฟิลิปปินส์	✗	3	6	↓	ถอยน้ำ
สิงคโปร์	✗	7	7	↓	ถอยน้ำ

Position ของตลาดการท่องเที่ยวไทย

เทียบกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

	มีการขยายตัว <u>ต่ำกว่า</u> ภูมิภาค	มีการขยายตัว <u>สูงกว่า</u> ภูมิภาค
มีส่วนแบ่ง ตลาด <u>สูงกว่า</u> ภูมิภาค	- เอเชียใต้ แฟนเก่า - เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (เวียดนาม) - อเมริกา (กัมพูชา)	- ยุโรป (กัมพูชา) แฟนพันธุ์แท้
มีส่วนแบ่ง ตลาด <u>น้อยกว่า</u> ภูมิภาค	- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สปป. ลาว, มาเลเซีย) แฟนข้างรั้ว	- โอเชียเนีย - เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง และแอฟริกา (มาเลเซีย) แฟนใหม่



ปัญหาของการท่องเที่ยวสีเขียว

- แย่งชิงทรัพยากรจากคนท้องถิ่น
- บุกรุกป่า
- ลดความหลากหลายทางชีวภาพ

→ ต้องมี EIA ??

