

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ ในประเทศไทย

A Guidelines for Eco-Friendly and Low Carbon Tourism Management in Thailand

สงกรานต์ กลมสุข*

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และต่อยอดจากแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ซึ่งเนื้อหาของบทความวิชาการเรื่องนี้จะนำเสนอสองประเด็นหลัก คือ ความตระหนักถึงความสำคัญในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และประเด็นของการเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ (Eco-Friendly and Low Carbon Tourism) ในประเทศไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวยุคใหม่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน และต่อยอดจากแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ซึ่งเนื้อหาของบทความวิชาการเรื่องนี้จะนำเสนอสองประเด็นหลัก คือ ความตระหนักถึงความสำคัญในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และประเด็นของการเสนอแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ (Eco-Friendly and Low Carbon Tourism) ในประเทศไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวยุคใหม่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

*อาจารย์ประจำ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบัญชีธุรกิจและ
มัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยคริสเตียน

Abstract

Eco-Friendly and Low Carbon Tourism is a recent tourism concept created by the coordination of Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization) and German International Cooperation (GIZ). The objective of the concept is to encourage the awareness of energy consumption in order to reduce the greenhouse gas emission which is the main cause of the global warming.

The Low Carbon Tourism is also a tourism development strategy to achieve sustainability. The content of this article will be presented two major topics: the awareness and importance of reducing greenhouse gases emission and the proposed guidelines for the Low Carbon Tourism Management in Thailand these contents are in accordance with the Eleventh National Economic and Social Development Plan (2012-2016).

การจัดการสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาประเทศไทย เป็นประเด็นที่ทุกหน่วยงานให้ความสำคัญมาโดยตลอด นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2520 ซึ่งเป็นปีที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ซึ่งเป็นแผนที่ที่มีจุดเด่นและสาระสำคัญอยู่ที่ยุทธศาสตร์ในเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งอยู่ในช่วงของการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2554-2559) เนื่องจากประเทศไทยรวมไปถึงหลายๆ ประเทศทั่วโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก (Climate change) ซึ่งเป็นต้นเหตุให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย เช่น การละลายของน้ำแข็งขั้วโลกอันมีผลทำให้ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น และปรากฏการณ์ที่หลายคนให้ความสนใจมากที่สุดเรื่องหนึ่งก็คือ สภาวะที่อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มสูงขึ้น หรือที่รู้จักกันว่า “สภาวะโลกร้อน (Global warming)” นั่นเอง

สภาวะโลกร้อน (Global warming) คือ สภาวะที่อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้นจากภาวะเรือนกระจก หรือที่เราเรียกกันดีในชื่อว่า

Green house Effect ซึ่งมีต้นเหตุจากการที่มนุษย์ได้เพิ่มปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงต่างๆ รวมไปถึงการขนส่ง และการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนั้นมนุษย์ยังได้เพิ่มก๊าซกลุ่มไนตรัสออกไซด์ (N_2O) และคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFC) เข้าไปอีกด้วย พร้อมๆกับการที่ปริมาณการตัดและทำลายป่าไม้จำนวนมากเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่มนุษย์ก็เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ทำให้กลไกในการดึงก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกไปจากระบบบรรยากาศถูกลดทอนประสิทธิภาพลง ซึ่งก๊าซเรือนกระจกเหล่านี้จะรวมตัวอยู่ในชั้นบรรยากาศและคอยดูดซับรังสีอินฟราเรด (Infrared : IR) ไว้ซึ่งแทนที่จะถูกปล่อยออกไปสู่นอกชั้นบรรยากาศโลก แต่กลับสะท้อนรังสีส่วนหนึ่งมายังชั้นบรรยากาศโลก ส่งผลให้อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มสูงขึ้น (กรมที่ดิน, 2551)

ดังนั้น ความตื่นตัวเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อนข้างต้น จึงทำให้ทุกประเทศทั่วโลกต่างร่วมมือกันในการหาแนวทางเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) และก๊าซเรือนกระจก จึงทำให้เกิดโครงการร่วมมือระหว่างภาคต่างๆ เช่น กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติ

วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม - กันยายน) ๒๕๕๘

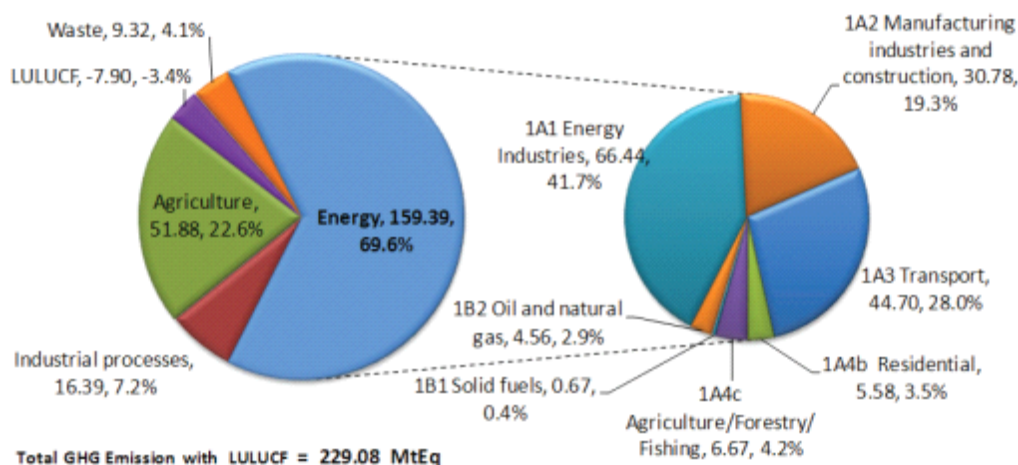
ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change : UNFCCC)¹ และพิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) ที่มีเป้าหมายให้ประเทศสมาชิกลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (GHG Emission) หรือก๊าซเรือนกระจกที่เป็นสาเหตุสำคัญในการเพิ่มอุณหภูมิของโลก (ปริญษา พงษ์เทพนิตติ, 2553)

ประเทศไทยได้มีการจัดทำรายงานแห่งชาติ (National Communication) ครั้งที่ 1 เสนอต่อสำนักงานเลขาธิการอนุสัญญาฯ ในปี 2541 และได้เสนอบัญชีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย โดยใช้ปี 2537 เป็นปีฐานตามมติที่ประชุมสมัชชาอนุสัญญาฯ โดยได้ใช้แนวทางที่ได้มาตรฐานสากล และสอดคล้องกับคู่มือการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแห่งชาติ ปี 2539 (Revised 1996, IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories) ที่จัดขึ้นโดยคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change : IPCC) หลังจากนั้นได้มีการจัดทำรายงานแห่งชาติ (National Communication) ครั้งที่ 2

โดยสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมปี 2543 ซึ่งปริมาณก๊าซเรือนกระจกรวมของประเทศ (National Total Emission) มีค่าเท่ากับ 229.08 ล้านตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า² มีทั้งส่วนที่เป็นปริมาณจากแหล่งปล่อย (Emission by Sources) และปริมาณที่เกิดจากการดูดกลับ (Removal by Sink) โดยปริมาณที่ปล่อยออกทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 277.7 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และค่าดูดกลับมีค่าเท่ากับ 50.22 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าการปล่อยจากภาคพลังงานมากที่สุดเท่ากับ 159.4 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า รองลงมา คือภาคการเกษตร 51.88 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ภาคกระบวนการอุตสาหกรรม 16.4 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และภาคของเสีย 9.3 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สำหรับภาคการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่และป่าไม้ สามารถดูดกลับคาร์บอนไดออกไซด์ได้ -7.90 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า สำหรับก๊าซสารฮาโลคาร์บอนไม่มีการปล่อยในปี 2543 (สถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, 2558)

¹ ประเทศไทยได้ลงนามให้สัตยาบันเพื่อเข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ.2537 ซึ่งอนุสัญญาฯ มีผลบังคับใช้กับประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 28 มีนาคม พ.ศ.2538 จากนั้นได้ลงนามให้สัตยาบันพิธีสารเกียวโตเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2545 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2548 เป็นต้นมา (The Joint Graduate School of Energy and Environment, KMUTT, 2550.)

² คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (Equivalent Carbon dioxide - CO₂e) คือ ค่าความเข้มข้นของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่จะมีผลในการแผ่รังสี (radiative forcing) เท่ากันกับก๊าซเรือนกระจกต่างๆ โดยค่าคาร์บอนเทียบเท่านี้จะมีหน่วยเป็นส่วนในล้านส่วนโดยปริมาตร (ppmv) ยกตัวอย่างเช่น ค่าคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (CO₂e) ของบรรยากาศโลกในปี พ.ศ. 2293 จะเท่ากับ 278 ppmv และเพิ่มขึ้นเป็น 412 ppmv ในปี พ.ศ. 2541 (สหกรณ์กรีนเนท, 2558)

Emission in 2000 by "Energy Sector" (Mt CO₂ eq, %)

ภาพที่ 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมของประเทศไทย ปี พ.ศ.2543

ที่มา : <http://measwatch.org/>

ผลการศึกษากิจการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย พบว่า ในปี 2543 ประเทศไทยมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 229.08 MtCO₂ eq โดยมีภาคพลังงานเป็นแหล่งที่มี การปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดถึง 69.6 % ภาคการเกษตรมีปริมาณการปล่อยมากเป็นอันดับ 2 ที่ 22.6% ลำดับถัดไปคือ ภาคอุตสาหกรรม และภาคการจัดการของเสียที่ 7.2 % และ 4.1% ตามลำดับ และมีการกักเก็บก๊าซเรือนกระจกของภาคการใช้ประโยชน์ที่ดินและป่าไม้เป็นสัดส่วนเท่ากับ 3.5 % (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2558)

นอกจากนี้ ระหว่างปี 2548 - 2552 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทยนั้นเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3.40 ต่อปี โดยเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมการผลิตรวมทั้งการขยายตัวในภาคเมือง (ศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม, 2557) โดยปัจจัยทั้งสองล้วนส่งผลต่อความต้องการ

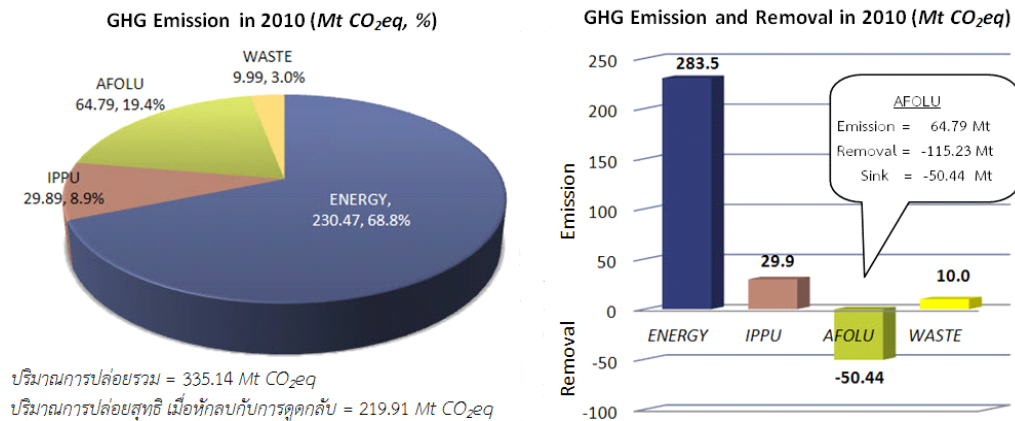
ทรัพยากรพลังงาน อาคารที่พักอาศัย อาหาร ตลอดจนการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ การผลิตและการบริโภคที่เพิ่มขึ้นนั้นย่อมก่อให้เกิดมลพิษ และก๊าซเรือนกระจกในอัตราที่สูงขึ้นเช่นกัน เมื่อพิจารณาค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมแห่งชาติ (GDP) ระหว่าง พ.ศ. 2548 - 2552 นั้นพบว่า GDP ของประเทศเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้นโดยมีความสอดคล้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเช่นกัน เมื่อแนวโน้มการเจริญเติบโตของ GDP ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแล้วนั้น การเตรียมการรับมือกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นสิ่งที่ประเทศไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เช่นกัน อย่างไรก็ตามศักยภาพในการลดก๊าซเรือนกระจกในประเทศนั้นสามารถดำเนินการได้โดยอาศัยการบริหารจัดการที่ดี และเมื่อพิจารณาการดูกลับก๊าซเรือนกระจกระหว่าง พ.ศ. 2548-2552 ดังกล่าวพบว่าหากมีการดูกลับในภาคการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่และป่าไม้ (Land Use, Land Use Change and Forestry) แล้ว อัตราการเพิ่มขึ้นของการปล่อย

วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม - กันยายน) ๒๕๕๘

ก๊าซเรือนกระจกในช่วงดังกล่าวคิดเป็น อัตราเฉลี่ยที่ ร้อยละ 5 ต่อปีซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาคการเปลี่ยนแปลง การใช้พื้นที่และป่าไม้ นั้น มีความสำคัญต่อการลดก๊าซ

กระจกของประเทศอย่างมีนัยสำคัญ (องค์การบริหาร จัดการก๊าซเรือนกระจก, 2558)



*IPPU = Industrial Processes and Products Use (กระบวนการอุตสาหกรรมและการใช้ผลิตภัณฑ์)

AFOLU = Agriculture Forest and Other Land Use (เกษตรป่าไม้และการใช้ประโยชน์จากที่ดิน)

WASTE = Solid Waste Disposal Site (การกำจัดขยะมูลฝอยในพื้นที่)

ภาพที่ 2 : ปริมาณและสัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทยรายสาขา ปี พ.ศ.2553

ที่มา : <http://www.tgo.or.th/2015/thai/content.php?s1=10&s2=35>

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกลุ่มของภาคบริการจะยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นจนไม่เป็นที่กล่าวถึง แต่ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ที่ทุกคนจะต้องเอาใจใส่และควบคุมปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ จากธุรกิจภาคบริการ อันได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ห้องเที่ยว ร้านอาหาร รวมไปถึงธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพและสุขภาวะให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมด้วย

ดังนั้นแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก จึงเป็นปรากฏการณ์ที่เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้หลายประเทศทั่วโลกพยายามปรับตัวและมุ่งเน้นการประหยัดพลังงานมากขึ้น โดย

เลือกใช้พลังงานทดแทนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเกิดเป็นความตระหนักร่วมกันของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่จะลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในชั้นบรรยากาศซึ่งเป็น 1 ในก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อสภาวะโลกร้อน ขณะเดียวกันก็จะเป็นผลดีต่อคุณภาพชีวิตของมวลมนุษยชาติ และผลดีต่อการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนควบคู่กันไป

ในปัจจุบัน ประเทศไทยและอีกหลายประเทศที่เป็นเมืองท่องเที่ยวทั่วโลกได้วางแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาเมืองสู่การเป็น “เมืองคาร์บอนต่ำ (Low Carbon City)” นับเป็นการสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยัง

จำเป็นต้องสร้างการรับรู้ ทำความเข้าใจถึงปัญหาและผลกระทบจากการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว และแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้มากยิ่งขึ้น

รูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (Eco-Friendly and Low Carbon Tourism) ในประเทศไทยนั้นยังไม่ค่อยแพร่หลายเท่าใดนัก แต่ยังคงมีความพยายามที่จะผลักดันให้เป็นการท่องเที่ยวกระแสหลักเพื่อนำไปสู่การจัดการพื้นที่และการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยมีการผสมผสานทั้งกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ และความเพลิดเพลินแก่ผู้มาเยือนยังแหล่งท่องเที่ยว อันเป็นรูปแบบพื้นฐานของการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยได้แก่³

1. การให้ความสำคัญกับสิ่งปลูกสร้างในรูปแบบของการอนุรักษ์พลังงาน (Energy saving structure)

การใช้พลังงานในภาคบริการการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่พบในกระบวนการทำความร้อน (Heating) กระบวนการทำความเย็น (Cooling) ระบบแสงส่องสว่าง (Lighting) กระบวนการทำความสะอาด (Cleaning) และส่วนสำนักงาน ทั้งนี้การประหยัดพลังงานที่มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มตั้งแต่การออกแบบสิ่งปลูกสร้างโดยการนำเอาฉนวนป้องกันความร้อนเข้ามาใช้ในการก่อสร้างโรงแรมและห้องพัก รวมทั้งส่วนบริการอื่นๆ เช่น ผ้าม่านเพดาน และกระจกกันความร้อน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการประหยัดพลังงานอย่างง่ายและมีต้นทุนต่ำอีกวิธีหนึ่ง คือการใช้ร่มเงา อาทิ การวางตำแหน่งต้นไม้ภายนอกโรงแรมเพื่อช่วยกรองแสง ทำหน้าที่เสมือนกับฉนวนป้องกันความร้อนจากธรรมชาติ นอกจากนั้นการสร้างระบบหมุนเวียนอากาศภายในตัวอาคารก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่ช่วยให้ประหยัด

พลังงานได้ โดยทั่วไปแล้วค่าการระบายอากาศเฉลี่ยประมาณ 100 Wh/m² ต่อปี จะสามารถทำให้คนที่อยู่อาศัยภายในตัวอาคารนั้นรู้สึกอยู่สบายขึ้นมาได้

2. เน้นออกแบบสถาปัตยกรรมและโครงสร้างอย่างยั่งยืน (Sustainable architecture design)

การออกแบบทางสถาปัตยกรรม เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ สถาปัตยกรรมทั้งภายนอกและภายในตัวอาคารนั้นมีอิทธิพลต่อผู้อยู่อาศัย การออกแบบงานสถาปัตยกรรมที่สวยงามวิจิตรตระการตา นอกจากจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนแล้ว ยังสามารถบอกเล่าเรื่องราวความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และเผยแพร่เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านงานออกแบบสถาปัตยกรรมประเภทต่างๆ ได้อีกทางหนึ่ง ส่วนการออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมนั้นผู้ออกแบบควรเลือกใช้วัสดุที่ให้ความรู้สึกเหมือนได้อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ อาทิ กระจกหรือหิน ไม้ งานหัตถกรรมตามภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การออกแบบสถาปัตยกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น ไม่ได้หมายถึงการสร้างหรือย่อส่วนสิ่งปลูกสร้างให้เล็กลง หรือมีขนาดเล็กเพื่อการประหยัดพลังงาน แต่หมายถึงการนำนวัตกรรมการออกแบบทางสถาปัตยกรรมมาช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. มุ่งเน้นการใช้พลังงานหมุนเวียนหรือพลังงานทดแทน (Renewable energy)

การใช้พลังงานหมุนเวียนหรือพลังงานทดแทนในธุรกิจที่พักแรมหรือท่องเที่ยว ที่ยังคงได้ต่อเนื่องกันมา ยังคงเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน เช่น

- เชื้อชนวนแขกที่เข้าพักให้ปิดหน้าต่างหลังห้องเพื่อป้องกันความเย็นรั่ว
- ติดป้ายประหยัดน้ำที่อ่างล้างหน้า ก๊อกน้ำ และใช้หัวก๊อกรวมทั้งฝักบัวแบบประหยัดน้ำ

³เรียบเรียงจาก แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในประเทศไทย (อพท-GIZ), 2555

- แผ่นพับประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากแขกไม่ชักผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัว
- ส่งเสริมให้ใช้แก้วนํ้ารอนํ้าจากก๊อกขณะแปรงฟันเพื่อประหยัดนํ้า
- ใช้ถุงผ้าเป็นถุงซักรีดแทนการใช้ถุงพลาสติกที่ย่อยสลายยาก
- ไม่ทำช่องสอดหนังสือพิมพ์ที่ประตูห้องพัก เพราะจะทำให้ต้องสูญเสียความเย็นออกตามช่อง

- ทำพื้นห้องพักให้เป็นพื้นแข็ง (Hard floor) เพื่อการดูแลทำความสะอาดง่าย และไม่เป็นที่สะสมของเชื้อโรค
- ใช้ระบบตัดไฟฟ้าอัตโนมัติ เพื่อประหยัดไฟฟ้าเมื่อไม่มีคนอยู่ในห้องพัก
- ตั้งแอร์ที่ 25 องศาเซลเซียส

นอกจากนี้โรงแรม รีสอร์ทต่างๆ ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงแรมได้ โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยในปัจจุบัน เช่น เซลล์แสงอาทิตย์และระบบผสมผสานใหม่ เครื่องปรับอากาศแบบใช้พลังงานไฟฟ้าร่วมกับพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งมีราคาไม่แพงมากเกินไป แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการเพิ่มศักยภาพของนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โดยเทคโนโลยีที่ควรพิจารณานำมาลองใช้ได้แก่ การผลิตนํ้าร้อนในห้องพักแขกด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ การใช้เซลล์แสงอาทิตย์ ก๊าซชีวภาพ พลังงานลม และไฟฟ้าพลังนํ้า เป็นต้น

4. การจัดการคมนาคมเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ (Green tourism transportation)

ควรมีการจัดการระบบขนส่งมวลชนที่ทั่วถึงและครอบคลุมทุกพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมไปถึงระบบการขนส่งในระดับท้องถิ่น (ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวหรือเพื่อการขนส่งเครื่องอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว) ระบบขนส่งดังกล่าวจะต้องมีการจัดการให้มีประสิทธิภาพเพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรที่หนาแน่นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยทั่วไปแล้วควรสนับสนุนให้ลดการใช้รถส่วนบุคคลและ

ส่งเสริมการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเมืองและท้องถิ่นให้มากขึ้น รวมถึงควรจัดให้มีตารางเวลาในการให้บริการที่ชัดเจนแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับประเภทของเครื่องยนต์ด้วย โดยจะต้องคำนึงถึงว่าเครื่องยนต์ที่มีความทันสมัยจะมีอัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ต่ำกว่าเครื่องยนต์ที่เป็นเครื่องรุ่นเก่าด้วย

5. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural conservation)

การอนุรักษ์ธรรมชาติ หมายถึง การอนุรักษ์พรรณพืชและระบบนิเวศที่มีอยู่ในท้องถิ่นในแหล่งที่มีการวางแผนสร้างระบบพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว รวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนในช่วงการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงลักษณะภูมิประเทศตามธรรมชาติในการออกแบบภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก และควรพิจารณาถึงความหลากหลายทางชีวภาพและการอนุรักษ์พันธุ์พืชท้องถิ่น ดังนั้น การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอาจมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพโดยการสร้างที่อยู่อาศัยให้แก่พืชและสัตว์ประจำถิ่น และควรให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบนิเวศด้วย การอนุรักษ์ธรรมชาติท้องถิ่นจะช่วยให้ท้องถิ่นมีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ประเด็นสำคัญและมักจะถูกมองข้ามคือการส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ คือ การใช้แสงสว่างในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในเวลากลางคืนซึ่งเป็นอันตรายต่อแมลงและสัตว์ทะเล จึงควรมีนักชีววิทยาคอยช่วยดูแลและควรมีมาตรการอนุรักษ์ธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการเสนอข้อแนะนำอื่นๆ เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว เช่น สร้างภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วยพรรณพืชท้องถิ่น การปลูกป่าและฟื้นฟูธรรมชาติ เช่น ป่าชายเลน หลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หลีกเลี่ยงการใช้แสงสว่างที่ไม่จำเป็นในเวลากลางคืน

6. พัฒนาระบบการจัดการขยะ ของเสียและสิ่งปฏิกูล (Waste management)

การจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ สินค้าที่ใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยว ล้วนก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกระบวนการผลิตทั้งสิ้น และหลังจากการใช้แล้วยังกลายเป็นขยะที่ก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เช่นกัน (เช่น การขนส่งขยะ การรีไซเคิล การเผาขยะ ฯลฯ) ดังนั้น หากทำได้จึงควรหลีกเลี่ยงขยะที่เป็นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มากที่สุด หรือควรมีการทำข้อตกลงให้ผู้ผลิตรับซื้อบรรจุภัณฑ์คืน ซึ่งปกติแล้วแก้วกระดาด กระดาดแข็ง พลาสติกและโลหะสามารถนำมารีไซเคิลได้และเป็นที่ต้องการของบริษัทที่จัดการขยะเหล่านี้ นอกจากนี้ระบบเติมสารเคมีเพื่อบำบัด (Dosing system) และการทำปุ๋ยหมักยังเป็นแนวทางและมาตรการที่ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การจัดการขยะ ของเสียและสิ่งปฏิกูลในที่นี้ ไม่ได้หมายถึงขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังขยายความครอบคลุมถึงกลุ่มอื่นด้วย เช่น ประชาชนที่อาศัยตามอาคารบ้านเรือนทั่วไป เกษตรกร หรือแม้กระทั่งโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ก็มีส่วนทำให้เกิดขยะและของเสียอีกด้วย ดังนั้นระบบการจัดการขยะ ของเสียและสิ่งปฏิกูลต่างๆ จึงต้องเป็นหลักการที่สามารถใช้ได้กับทุกระบบ และควรเป็นหลักการที่ใช้ได้ซึ่งรวมไปถึงการก่อสร้างอาคารให้แข็งแรง ใช้วัสดุที่ทนทานลดการซ่อมแซม รวมทั้งสินค้าตกแต่งภายในที่มีคุณภาพและคงทน นอกจากนี้ยังมีแนวทางการจัดการด้านขยะอื่นๆ เช่น แนะนำแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกของพนักงาน การฝึกอบรมผู้เชี่ยวชาญ การตรวจสอบและบันทึกข้อมูล การลดขยะ การใช้กระบวนการรีไซเคิล การนำขยะกลับมาใช้ใหม่ และการทำปุ๋ยหมัก เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนของผู้ให้บริการ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ควรให้ความสำคัญกับ

การบำบัดน้ำเสีย โดยการสร้างบ่อบำบัดน้ำเสียด้วยจุลินทรีย์ เพื่อปรับค่า BOD (Biochemical Oxygen Demand)⁴ และ COD (Chemical Oxygen Demand)⁵ ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

7. การส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้าน (Local wisdom product promotion)

บริษัทท่องเที่ยวควรใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมากกว่าใช้สินค้านำเข้าจากต่างชาติ การดำเนินงานฝีมือและเครื่องเรือนที่ผลิตในท้องถิ่นมาใช้ตกแต่งที่พักจะช่วยสร้างบรรยากาศอันเป็นเอกลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ เนื่องจากสินค้าท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญของเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของภูมิภาคสามารถแสดงลักษณะเฉพาะตัวและไม่มีใครเหมือนของภูมิภาคนั้นๆ นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นได้พัฒนาและขายสินค้าที่มีเอกลักษณ์ตามประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม งานฝีมือ ศิลปะการแสดง ผลิตภัณฑ์เกษตรต่างๆ เป็นต้น

8. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับ “ฉลากคาร์บอน” มากขึ้น

จากแนวทางในข้อที่ 7 นั้น แม้ว่าหลายชุมชนจะพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมเลย ดังนั้น อีกหนึ่งแนวทางในการรักษาสีเขียวจากการท่องเที่ยวผ่านผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ ก็คือ การส่งเสริมให้ชุมชนแต่ละแห่งที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็น ในการนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม “ฉลากคาร์บอน” มาเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มผลผลิตและการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการใช้ฉลากคาร์บอนสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

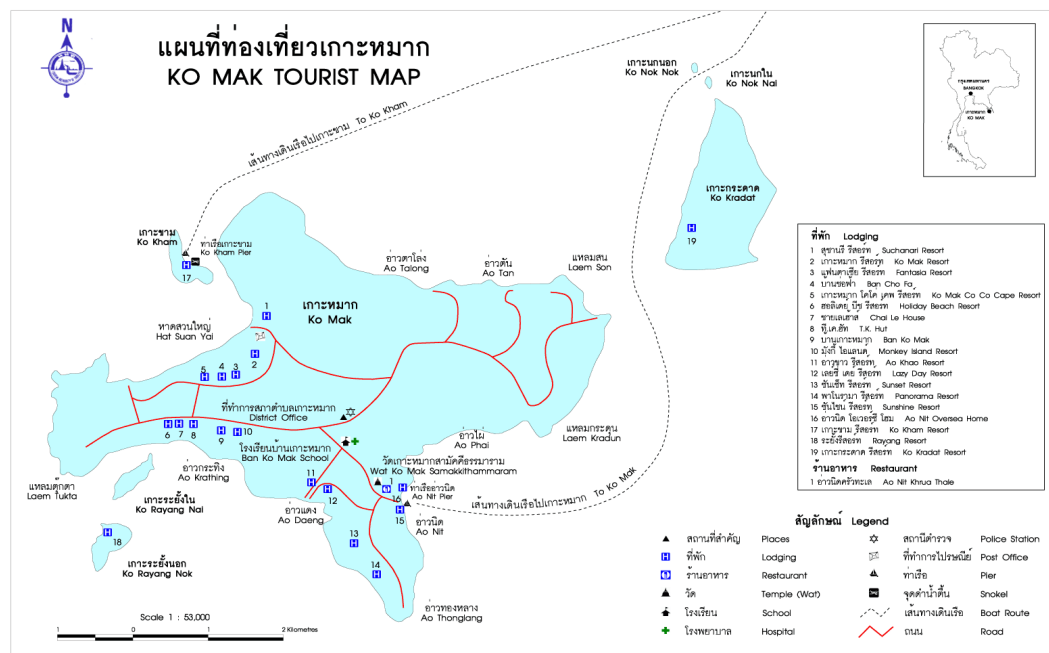
⁴ BOD ค่าปริมาณออกซิเจนที่ต้องการเพื่อใช้ไปในกระบวนการต่างๆ ของสิ่งมีชีวิต

⁵ COD ค่าปริมาณออกซิเจนที่ต้องการเพื่อใช้ในปฏิกิริยาใดๆ อย่างไม่ว่าจะเกิดสิ่งมีชีวิตหรือไม่ก็ตาม

สามารถพัฒนาและปรับปรุง กระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจนได้รับการรับรองฉลากคาร์บอน เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อสินค้าที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณต่ำ และเป็นกลไกทางการตลาดในการกระตุ้นให้ผู้ผลิตสินค้าพัฒนากระบวนการผลิตให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนลดอุปสรรคจากมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้จากประเทศคู่ค้าได้อีกทางหนึ่ง

เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ (Eco Friendly and Low Carbon Tourism) มากขึ้น ผู้เขียนจึงขอตัวอย่างพื้นที่ต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ นั่นก็คือ เกาะหมาก จังหวัดตราด ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะยังมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปไม่มาก แต่ก็ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพแห่งหนึ่งของเมืองไทยภายใต้ความสงบและความสวยงามที่มีการจัดการได้อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันเกาะหมาก มีสถานะเป็นตำบล ขึ้นกับอำเภอเกาะกูด จังหวัดตราด มีพื้นที่ 9,000 ไร่โดยประมาณ แบ่งพื้นที่เป็น 2 หมู่บ้าน ประชากรประมาณ 600 คน อยู่ระหว่างเกาะช้างกับเกาะกูด ห่างจากฝั่งประมาณ 30 กิโลเมตร การเดินทางจากอำเภอแหลมงอบ ด้วยเรือเร็วใช้เวลา 50 นาที เรือไม้ 3 ชั่วโมง เจ้าของที่ดินของเกาะหมากมีเชื้อสายตระกูลขุนนางชั้นผู้ใหญ่ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนมะพร้าว สวนยางพารา และการประมง มีทรัพยากรธรรมชาติ หาดทรายที่สวยงาม ใกล้เคียงปะการังน้ำตื้น ชาวบ้านยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เป็นเกาะที่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเมื่อ 40 ปีก่อน แต่ยังคงรักษาสภาพเดิมอยู่ ปัจจุบันมีการขยายตัวทางธุรกิจการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวปีละ 70,000-80,000 คน ในจำนวนนี้กว่า 80-90% เป็นชาวต่างชาติ มีกิจการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวและร้านอาหารประมาณ 45 แห่ง (องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก, 2555)



ภาพที่ 2 แสดงแผนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด

ที่มา : http://www.novabizz.com/Map/img/Map-Island_Mak.gif

โครงการ Low Carbon Destination at Kho Mak⁶ จึงได้เกิดขึ้นโดยได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐกิจ ภาคราชการ และประชาชน จำนวน 45 ราย และมีการรวมกลุ่มกันเป็น Low Carbon Family เพื่อลดการปลดปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศใน 4 ประเด็น คือ 1.) การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและการใช้พลังงานทางเลือก 2.) การใช้เนื้อที่มีประสิทธิภาพ 3.) การบริหารจัดการขยะ 4.) รักษาวิถีชีวิตชุมชน ทั้งนี้ได้มีการลงนามปฏิญญาเกาะหมาก Low Carbon Destination เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2555 โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

1. ร่วมแสดงจุดและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเกาะหมาก ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon) และนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ร่วมรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและช่วยกันดำเนินการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low Carbon)

3. ร่วมสร้างการรับรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและภัยที่เกิดขึ้นจากภาวะโลกร้อนที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะ แลกเปลี่ยนความรู้ แบ่งปันประสบการณ์ระหว่างกัน พร้อมการปฏิบัติเพื่อปกป้องรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการลดก๊าซคาร์บอนด้วยความรู้ความเข้าใจ และวิธีการที่ถูกต้องเหมาะสม

4. ร่วมส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ พร้อมทั้งลดการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอน เช่น ส่งเสริมการปั่นจักรยาน เพื่อการท่องเที่ยวบนเกาะหมาก ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ใช้พลังงานฟอสซิล การใช้พลังงานทดแทน ส่งเสริมการบริโภคสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น การปลูกต้นไม้ใหญ่ การคัดแยกขยะ

5. ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนสถานที่พัก ร้านอาหาร และธุรกิจการท่องเที่ยวที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม มีนโยบายและปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยว Low Carbon

6. ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการขยะที่เป็นมิตรกับสภาพภูมิอากาศ

7. ร่วมสนับสนุนมุ่งสร้างความตระหนักในการลดการใช้พลังงาน นำไปสู่การลดปริมาณปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งเป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อน (กาญจนา จินตทานนท์, 2556)

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาอีกหลายกิจกรรม เช่น วางกลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์ (Brand Image) ในระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2558-2560 การวางแผนสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และมาสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวสไตล์ Low Carbon เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ก่อให้เกิดการชื่นชอบ รัก-รักดีต่อแบรนด์ หรือ Like-Love-Loyal (3Ls) โดยในปี 2558 จะเน้นการวางรากฐานของแบรนด์ให้เข้มแข็ง โดยใช้ 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ระดับที่ 1 การวิจัยและสังเคราะห์แก่นของแบรนด์ Koh Mak Brand's DNA ที่จะนำมาสร้างเอกลักษณ์ ความเป็นตัวตนของ เพื่อใช้ในการสื่อสารคุณค่าที่แตกต่างไปยังกลุ่มเป้าหมายและนักท่องเที่ยวเป้าหมาย องค์ประกอบมี 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1.) Local determination ความมุ่งมั่นตั้งใจของภาคธุรกิจที่หันมาร่วมมือกันรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม 2.) Sustainable Nature ความสงบ สวยงามของธรรมชาติบนเกาะหมาก 3.) Community Being เสน่ห์ความน่ารักของชุมชนที่อยู่กันอย่างเกื้อกูลกัน 4.) DASTA Initiatives การสนับสนุนของ อพท. ทั้งด้านวิชาการและด้านกิจกรรม Low Carbon ช่วยสร้างเสริมให้เกิดการยอมรับและนำเชื่อถือ 5.) Tourist & Local Relationship มิตรไมตรีที่มีขึ้นระหว่างความเป็นเจ้าบ้านกับแขกผู้มาเยือน

⁶ เรียบเรียงจาก “เกาะหมาก ต้นแบบ LOW CARBON DESTINATION”

องค์ประกอบทั้ง 5 ถูกนำมาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ของคนบนเกาะให้เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และเป็นเนื้อหาหลักในสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวที่รักและห่วงใยในด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การสื่อสารภาพลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ (หรือโลโก้) เป็นการสื่อความหมายถึงการท่องเที่ยวที่ Low Carbon มีสัญลักษณ์คล้ายเรือและจักรยานด้วยสีส้มที่สดใส การสื่อสาร Key message ภายใต้โลโก้ Let's keep Koh Mak เพื่อให้ทั้งเจ้าบ้าน เจ้าของพื้นที่ และนักท่องเที่ยวต่างร่วมมือกัน ดูแล รักษาให้เกิดความสมดุล เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555)

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยว เป้าหมาย Interactive travelers ในลักษณะ Tourist engagement เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวบนเกาะหมาก มีการสร้างสรรค์ Life style การท่องเที่ยวแบบ Low carbon ได้แก่ แคมเปญถิ่นคนชอบปั่น...สวรรค์ของคนล้อ...เล่น...ลม คือกิจกรรมการล่องเรือใบในน่านน้ำหมู่เกาะช้าง และการปั่นจักรยานไปสัมผัสความงดงามตามแหล่งท่องเที่ยว การร่วมมือกับสถานประกอบการในแคมเปญ *Counting to 10,000 trees* “นับหนึ่ง...สู่หมื่นต้น” เป้าหมายที่จะปลูกต้นไม้บนเกาะให้ได้ถึง 10,000 ต้น ร่วมกับนักท่องเที่ยวที่เรียกว่า Low Carbon Tourist หรือนักท่องเที่ยวหัวใจ Low Carbon แคมเปญรณรงค์การสนับสนุนการบริโภคโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น Eat It Fresh เพื่อลดการขนส่งจากภายนอก ซึ่งจะเน้นให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้มีส่วนร่วมมากขึ้นในการช่วยดูแลและรักษาสีเขียว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555)

กลยุทธ์ระดับที่ 3 It's my brand คือการสร้างให้เกิดเป็นแบรนด์ในใจของลูกค้าจากคุณค่าต่างๆ ของ แบรนด์ ซึ่งจะผ่านประสบการณ์ที่

นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและสัมผัสในกิจกรรมสร้างสรรค์สไตล์ Low carbon ซึ่งจะสามารถทำให้แบรนด์ของเกาะหมากมีคุณค่าที่โดดเด่นและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆจะเป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และนักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็จะช่วยสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ให้หันมาท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อีกทั้งให้ความสำคัญในเรื่องการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการต่อยอดและเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้ โดยวางแผนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Sustainable Tourism Excellence Center of Thailand พร้อมสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาในระดับสากล ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการศึกษาและวางรูปแบบเพื่อจะดำเนินการในปีถัดไป โดยมี องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท) เป็นผู้ให้การสนับสนุน เผยแพร่และพัฒนาองค์ความรู้ไปสู่การต่อยอด และผลักดันให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาและบริหารจัดการให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555)

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การจัดการแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม-คาร์บอนต่ำ (Eco Friendly-Low Carbon Tourism) นั้น จะต้องเป็นการนำเสนอสินค้าและบริการในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Green Product and Green Service) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และเกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศได้อย่างคุ้มค่าที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการก็สามารถที่จะชูจุดเด่นของสินค้าและบริการ เพื่อจูงใจกลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งนับวันจะมีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น อาทิ ธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีการออกแบบตัวอาคารให้ลดการใช้พลังงาน มีการจัดการทรัพยากรภายในโรงแรมอย่างคุ้มค่า รวมทั้งให้ผู้เข้าพักมีส่วนใน

การเป็นส่วนหนึ่งในการลดการใช้ทรัพยากร เช่น การให้ผู้เข้าพักเลือกที่จะเปลี่ยนผ้าปูที่นอนหรือผ้าเช็ดตัวทุกวันหรือไม่ การใช้ขวดแก้วบรรจุน้ำแทนขวดพลาสติกภายในโรงแรม และการให้ผู้เข้าพักปิดเครื่องปรับอากาศหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้องพักขณะที่ออกไปทำกิจกรรมข้างนอกทุกครั้งเป็นต้น ธุรกิจบริการรับส่งนักท่องเที่ยว อาจใช้พาหนะที่ใช้เชื้อเพลิงจากธรรมชาติและปล่อยมลภาวะต่ำ หรือจัดกิจกรรมเที่ยวชมธรรมชาติที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการเดินทางโดยใช้สัตว์ในท้องถิ่นเป็นพาหนะ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกโดยเน้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดปริมาณขยะ/ของเหลือใช้ในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

แม้ว่าปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ในส่วนของภาคบริการในประเทศไทยนั้น จะยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ หรือภาคพลังงาน แต่ในฐานะพลเมืองของประเทศและพลเมืองของโลก เราก็ไม่อาจจะปฏิเสธได้ว่าเราทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ

ต่อการบริโภคพลังงานเหล่านั้น และการเริ่มต้นใส่ใจกับการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ใกล้ตัวเรามากที่สุดก็คือภาคบริการและการบริโภคในครัวเรือน ซึ่งเป็นส่วนที่เล็กที่สุด แต่เมื่อทุกคนให้ความสนใจกับจุดเล็กๆ นี้แล้ว ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ก็จะลดลงได้เช่นกัน

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความเข้าใจในหลักการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องเข้าใจบริบท เอกลักษณ์และจุดเด่น หรือข้อจำกัดต่างๆ ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีกทั้งยังต้องมีการประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และทำงานร่วมกันอย่างเกื้อกูล ขับเคลื่อนกลยุทธ์ได้อย่างพร้อมเพรียงและเป็นไปทางทิศทางเดียวกัน อีกทั้งมีเอกภาพในการบริหารจัดการ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวที่บริบูรณ์บรรลุเป้าประสงค์ของการเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ Eco Friendly-Low Carbon Tourism อย่างแท้จริง และสามารถที่จะพัฒนาต่อยอดกลายเป็นการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ในที่สุด

บรรณานุกรม

- กรมที่ดิน. (2551). *สภาวะโลกร้อน (Global Warming)*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.dol.go.th/sms/interesting.htm>.
- กาญจนา จินตกานนท์. (2556). *เกาะหมาก ต้นแบบ LOW CARBON DESTINATION*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://info.matichon.co.th/techno/techno.php?srctag=05108010256&srcday=&search=no>.
- ปริญญา พงษ์เทพนิวัตติ. (2553). *ปัจจัยแรงผลักดันของธุรกิจ SME ไทย ในการทำ Carbon Foot print*. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์สารสนเทศสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2557). *สาเหตุที่ทำให้สภาพอากาศเปลี่ยนแปลง*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2558, จาก http://www.environnet.in.th/?page_id=3369.
- สถาบันธรรมรัฐเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม. (2558). *สถานการณ์ แนวโน้มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและศักยภาพในการ ลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย*. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://measwatch.org/sites/default/files/bookfile/3.pdf>.

วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม - กันยายน) ๒๕๕๘

- สหกรณ์กรีนเนท. (2558). คำศัพท์โลกร้อนและการปรับตัว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.greennet.or.th/about/greennet>.
- สุพัฒน์ หวังวงศ์วัฒนา. (2551). ลดมลพิษ ด้วยกลไกการพัฒนาที่สะอาด (CDM). เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการ เรื่อง ภาวะโลกร้อนในบริบทของสังคมไทย (Global Warming in the Thai Context). วันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ณ Impact Convention Center.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2555). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำในประเทศไทย. เอกสารประกอบการสัมมนาโครงการการท่องเที่ยวและการปกป้องสภาพภูมิอากาศ (อพท.-GIZ) พฤษภาคม พ.ศ. 2555.
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2553). รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.tgo.or.th/2015/thai/content.php?s_1=10&s2=35.
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2558). แผนยุทธศาสตร์องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2558-2562. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.tgo.or.th/2015/file/download/abouttgo/แผนยุทธศาสตร์2558-2562>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก. (2555). เกาะหมาก จังหวัดตราด : สัมผัสเสน่ห์แห่งความสงบค้นพบประสบการณ์แห่งมิตรภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มปป.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก. (2557). แผนที่เกาะหมาก จังหวัดตราด. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.novabizz.com/Map/img/Map-Island_Mak.gif.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหมาก. (2557). องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชูเกาะหมากเป็นต้นแบบ แหล่งท่องเที่ยว Low Carbon. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.thaipost.net/tabloid/140914/96130>.
- The Joint Graduate School of Energy and Environment. (2550). โครงการวิจัยย่อยการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกในประเทศไทย. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.jgsee.kmutt.ac.th/snc/p1_introduction.html.

