



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืน

ของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก

Gastronomy Tourism Strategies for Promoting Sustainability Economy of

Durian Production in Eastern Thailand

หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกฤติ อีสริยานนท์

โครงการวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยบูรพา งบประมาณ

อุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

## บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ข้าพเจ้า ผศ.ดร.สฤติ อีสริยานนท์ ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยบูรพา งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

โครงการวิจัยเรื่อง (ชื่อภาษาไทย) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก (Gastronomy Tourism Strategies for Promoting Sustainability Economy of Durian Production in Eastern Thailand)

รหัสโครงการ - เลขที่สัญญา ววน.65/2567

ในงบประมาณรวมทั้งสิ้น 1,494,000 บาท (หนึ่งล้านสี่แสนเก้าหมื่นสี่พันบาทถ้วน)

ระยะเวลาการดำเนินงาน 1 ปี (ระหว่างวันที่ 1 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 30 เดือนกันยายน พ.ศ. 2568)

ขอรายงานสรุป ผลงานวิจัยในภาพรวม ดังนี้

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียน เมื่อเรียงลำดับรูปแบบกิจกรรม 10 กิจกรรม สามารถเรียงลำดับการดำเนินการจากมากไปน้อย คือ (1) กิจกรรมการขายทุเรียนในสวน (2) กิจกรรมการเปิดให้นักท่องเที่ยวมีจุดเช็คอิน หรือจุดถ่ายรูปภายในสวนทุเรียน (3) กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนทุเรียนเพื่อการเรียนรู้เป็นหลัก (4) กิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากทุเรียนที่เป็นของฝาก (นอกเหนือจากทุเรียนลูก) (5) กิจกรรมการเก็บผลไม้ในสวน (6) กิจกรรมการให้บริการอาหารและเสิร์ฟทุเรียน (7) กิจกรรมการเปิดร้านค้าเพื่อบริการอาหารและเครื่องดื่ม (8) กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนและผลไม้อื่น ๆ ภายในสวน (9) กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนในสวน และ (10) กิจกรรมการเปิดให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวภายในสวนทุเรียน เช่น โฮมสเตย์ บ้านพัก กางเต็นท์ เป็นต้น ตามลำดับ

ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก พบว่า จากการสำรวจปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่สำคัญ ได้แก่ (1) ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (2)

ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (3) ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ (4) ด้านกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคหลายด้านที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียนในภาคตะวันออก มีดังนี้ (1) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (2) ปัญหาด้านนโยบาย กฎหมาย และบทบาทของภาครัฐ (3) ปัญหาด้านการตลาดและการดึงดูดนักท่องเที่ยว (4) ปัญหาด้านบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ (5) ปัญหาด้านฤดูกาลผลิตและการจัดการผลผลิตทุเรียน

ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนของภาคตะวันออกในอนาคต พบว่า สามารถกำหนดข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออกได้ คือ (1) กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวทุเรียนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง (2) การจัดตั้งกลไกบูรณาการและหน่วยงานเจ้าภาพด้านทุเรียนระดับภูมิภาค (3) ปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง (4) สร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานทุเรียน ให้ชาวสวนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง (5) พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับทุเรียน (6) ยกกระตือรือร้นรูปแบบกิจกรรมและการตลาดการท่องเที่ยวทุเรียนให้สร้างมูลค่าจริง 7. เสริมสร้างความพร้อมของชาวสวนในการรองรับนักท่องเที่ยว

ผลผลิตที่ได้รับจากงานวิจัย

( / ) องค์ความรู้/ข้อค้นพบใหม่ ( ) สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ( ) อื่นๆ

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ คือ สสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก ศึกษาปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก และเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนของภาคตะวันออกในอนาคต

แผนและกลไกการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

- ( ) เชิงเศรษฐกิจ
- ( / ) เชิงสาธารณะ/สังคม
- ( ) เชิงสิ่งแวดล้อม/พัฒนาพื้นที่
- ( / ) เชิงวิชาการ
- ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

โปรดระบุรายละเอียดของแผนและกลไกการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ เกิดการต่อยอดงานวิจัยไปยังพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ ที่นำไปสู่การเห็นภาพแผนที่ เส้นทางทุเรียน รวมถึงการบูรณาการองค์ความรู้ในลักษณะการบูรณาการ สาขาวิชาต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ เกษตรกรและผู้ประกอบการของเศรษฐกิจทุเรียนในพื้นที่ภาคตะวันออกและพื้นที่อื่น ๆ เกิดการตื่นตัวหรือสนใจในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนอย่างยั่งยืน รวมถึงการอนุรักษ์พันธุ์ทุเรียนดั้งเดิมโบราณในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ให้อยู่กับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ นโยบายระดับชาติ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้มีการส่งเสริมหรือสนับสนุนการสร้างหรือยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนให้มีความยั่งยืน

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก (2) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก และ (3) เพื่อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนของภาคตะวันออกในอนาคต เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่พบมากที่สุด ได้แก่ การขายทุเรียนในสวน การเปิดจุดถ่ายรูป การให้เข้าชมสวน และการจัดจำหน่ายสินค้าทุเรียนแปรรูป ส่วนกิจกรรมที่พบน้อย คือ การให้บริการที่พักในสวน ปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก (2) ปัญหาด้านนโยบาย กฎหมาย และบทบาทของภาครัฐ (3) ปัญหาด้านการตลาดและการดึงดูดนักท่องเที่ยว (4) ปัญหาด้านบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ (5) ปัญหาด้านฤดูกาลผลิตและการจัดการผลผลิตทุเรียน สำหรับข้อเสนอแนะทางยุทธศาสตร์ 7 ด้าน ได้แก่ (1) กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทุเรียนอย่างชัดเจน (2) จัดตั้งกลไกบูรณาการระดับภูมิภาค (3) ปรับนโยบายให้สอดคล้องกับสภาพจริง (4) สร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานทุเรียน (5) พัฒนาศักยภาพหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง (6) ยกกระดับกิจกรรมและการตลาดท่องเที่ยวทุเรียน และ (7) เสริมสร้างความพร้อมของชาวสวนให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ทั้งหมดควรดำเนินการอย่างบูรณาการและต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจทุเรียนที่ยั่งยืนในภูมิภาคตะวันออก

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, ความยั่งยืน, เศรษฐกิจทุเรียน, ภาคตะวันออก

## Abstract

This research aims to (1) explore the existing forms of durian-based gastronomic tourism in eight eastern provinces of Thailand, (2) examine the challenges and obstacles affecting such tourism models, and (3) propose strategic recommendations to promote the sustainability of the durian economy in the region. A mixed-methods approach was employed, integrating both quantitative and qualitative research methodologies. The findings reveal that the most common forms of durian-based gastronomic tourism include on-site durian sales, the establishment of photo spots for tourists, guided orchard visits, and the sale of processed durian products. Less common activities include providing accommodations within durian orchards. Key challenges affecting these tourism models include: (1) inadequate infrastructure and facilities, (2) policy, legal, and governmental role limitations, (3) marketing difficulties and low tourist appeal, (4) shortages of skilled personnel and readiness in service delivery, and (5) seasonality and post-harvest management of durian production. Based on these findings, seven strategic recommendations are proposed: (1) establishing clear and consistent durian tourism policies and strategies, (2) forming a regional coordination mechanism, (3) aligning policies with local realities, (4) ensuring fairness in the durian supply chain, (5) enhancing the capacity of relevant government agencies, (6) upgrading tourism activities and marketing efforts, and (7) strengthening the readiness of durian farmers to accommodate tourists effectively. All strategies should be implemented in an integrated and continuous manner to position gastronomic tourism as a key driver of a sustainable durian economy in eastern Thailand.

Keywords: Tourism Strategy, Gastronomy Tourism, Sustainability, Economy of Durian, Eastern Thailand

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยบูรพา “งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณพ.ศ.2567 ” ตามคำสั่งมหาวิทยาลัยบูรพาที่ 2102/2566 เรื่อง การมอบหมายให้หัวหน้าโครงการวิจัย/โครงการวิจัยย่อยดำเนินโครงการวิจัยที่ได้รับการจัดสรร งบประมาณสนับสนุนผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนการวิจัยมูลฐาน (Fundamental Fund) มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

## Acknowledgment

This work was financially supported by (i) Burapha University (BUU),(ii) Thailand Science Research and Innovation (TSRI), and (iii) National Science Research and Innovation Fund (NSRF) (Fundamental Fund : 2567).

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
Acknowledgment	ฉ
สารบัญ	ช
บทที่ 1 บทนำ (Introduction)	1
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการวิจัย (Material & Methods) / การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)	43
บทที่ 3 ผลการวิจัย (Results)	50
บทที่ 4 อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion & Conclusion)	107
บทที่ 5 ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบ (Output/Outcome/Impact)	126
เอกสารอ้างอิง	135
ประวัตินักวิจัยและผู้ร่วมวิจัย	136

## บทที่ 1

### บทนำ (Introduction)

#### เนื้อหาของเรื่องที่เคยมีผู้ทำการวิจัยมาก่อน

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออก” จะพบว่า องค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมนั้นยังมีช่องว่างทางความรู้ (Knowledge Gap) ที่สำคัญ คือ การขาดความรู้หรือองค์ความรู้ในระดัภาพรวมของภาคตะวันออก ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับจังหวัด เช่น จังหวัดระยอง เป็นเป็น ในขณะที่องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ก็ยังมีการให้ความสำคัญอยู่ในวงแคบ โดยเน้นไปที่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อันเป็นองค์ความรู้ที่ยังไม่สามารถสะท้อนระบบเศรษฐกิจชุมชนในเชิงยุทธศาสตร์ได้ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ทางคณะวิจัยได้ดำเนินการรวบรวมมาดังนี้

ภาวนี พวงงาม, สุวรรณ ประณีตวาทกุล และณัฐพล จิตมาตย์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวสวนผลไม้ของนักท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวตัวอย่างและกำหนดคุณลักษณะการท่องเที่ยวสวนผลไม้ รวมถึงวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนผลไม้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองทางเลือก (Choice Modelling) ผลการวิจัยพบว่า ความหลากหลายของสวนผลไม้ และมาตรฐานของสวนผลไม้รวมถึงการให้ความรู้และบริการ ในสวนผลไม้ สามคุณลักษณะนี้มีผลต่อความยินดีจ่ายในการท่องเที่ยวสวนผลไม้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หากสวนมีความหลากหลายของผลไม้ นักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่ม เท่ากับ 214.78 บาท/ครั้ง/คน หากสวนมีมาตรฐาน GAP นักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มเท่ากับ 205.09 บาท/ครั้ง/คน รวมถึงหากมีการให้บริการในสวนผลไม้ นักท่องเที่ยวจะมีความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มเท่ากับ 126.96 บาท/ครั้ง/คน ดังนั้น เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้มีทางเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยว และภาครัฐควรสนับสนุนความรู้และบริการเพิ่มเติม

ขวัญข้าว พูลเพิ่ม, ชัยมงคล โฆษิตสุริยะพันธุ์ และพิชญพร ศรีบุญเรือง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) จังหวัดระยอง การศึกษาแรงจูงใจเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) จังหวัดระยอง มี

วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) ในจังหวัดระยอง 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) จังหวัดระยองให้เกิดความยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการการสอบถามด้วยแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังสวนผลไม้ในจังหวัดระยอง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) จังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสวยงามทางภูมิทัศน์และมีกิจกรรมที่หลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.38) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร(สวนผลไม้)มีระบบ GPS ที่ช่วยในการนำทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนผลไม้) มีสัญญาณโทรศัพท์ และสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวกิจกรรมที่ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด 2) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ กิจกรรมชิมผลไม้ รับประทานบุฟเฟต์ผลไม้ กิจกรรมให้สาธิตการปลูกผลไม้และการทำอาหารจากผัก ผลไม้ปลอดสารพิษ กิจกรรมจำหน่ายผัก ผลไม้ ปลอดสารพิษและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของดีเมืองระยอง กิจกรรมนั่งรถชมสวนผลไม้ มีการบรรยายให้ความรู้จากมัคคุเทศก์ หรือ เจ้าของสวนเรื่องการเกษตร การปลูกผลไม้และ กิจกรรมเรียนรู้และศึกษาดูงานเพื่อศึกษาวิถีชีวิตการท่องเที่ยวเชิงเกษตร )

เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) เสนอมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี และ 4) เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี เก็บข้อมูลจากการสำรวจเชิงพื้นที่ ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่มย่อย จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ทั้งหมด 14 แห่ง มีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพในระดับดี โดยมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย ศักยภาพการบริหารจัดการ ศักยภาพการรองรับ ศักยภาพการให้บริการ ศักยภาพการ

ดึงดูดใจ และศักยภาพด้านคุณค่า สำหรับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
ควรเน้นการให้ความรู้ สร้างประสบการณ์แปลกใหม่ และสร้างเครือข่าย

สุรีย์พร พานิชอัตรา และธงชัย ศรีเบญจโชติ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดการท่องเที่ยว  
เชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจ ศึกษาความต้องการ วิเคราะห์  
ส่วนเกินผู้บริโภค และเสนอแนะแนวทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรของจังหวัดจันทบุรี และสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ  
นำเที่ยว มัคคุเทศก์ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์  
เชิงปริมาณ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติ T (T-test) แบบจำลองต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  
ส่วนบุคคล (Travel Cost Method; TCM) และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา  
ผลการวิจัย 1) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดจันทบุรี  
พบว่า ค่าเฉลี่ยของค่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวนั้นมีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยของคุณค่าการรับรู้ของ  
นักท่องเที่ยวนั้นที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรีในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านความ  
ต้องการของผู้บริโภค (Consumer's Need) ด้านความเหมาะสม/ความพึงพอใจ (Cost of  
Appreciation) ด้านความสะดวกในการซื้อ (Convenience to Buy) และด้านการสื่อสาร/การน  
าเสนอ (Communication) แสดงว่า นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรจังหวัดจันทบุรี 2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัด  
จันทบุรี พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความ  
ต้องการผลผลิตที่มีคุณภาพมากที่สุด ด้านราคา (Price) มีความต้องการให้ราคาถูกกว่าที่เป็นอยู่ ด้าน  
สถานที่ (Place) มีความต้องการความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด และด้านการ  
ประชาสัมพันธ์ (Promotion) ต้องการให้มีป้ายบอกทาง/ป้ายประชาสัมพันธ์มากที่สุด 3) ส่วนเกินของ  
ผู้บริโภค พบว่า ส่วนเกินผู้บริโภคของผู้ที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดจันทบุรี  
เฉลี่ยต่อครั้ง มีค่าเท่ากับ -1,771.01 บาท/คน และ 4) ข้อเสนอแนะที่มีต่อตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
ของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างความแตกต่าง เสนอขาย  
คุณค่า มีกิจกรรมที่จัดได้ตลอดทั้งปี เพื่อยกระดับผลผลิต ด้านราคา ไม่ขายแบบบุฟเฟต์ กำหนดราคา  
ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า ชี้แจงทำความเข้าใจเรื่องราคากับนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่/การจัด  
จำหน่าย เพิ่มช่องทางการติดต่อ เพิ่มความสะดวกในการเข้าถึง จัดสถานที่ให้เหมาะสม และมีที่จอดรถ

รถเพียงพอ และด้านการส่งเสริมการตลาด พัฒนาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เจาะตลาดบริษัทนำเที่ยวชั้นนำ

วงธรรม สรณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยห่วงโซ่สินค้าของผลไม้ภาคตะวันออก:ศึกษากรณีทุเรียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการก่อรูปห่วงโซ่สินค้าในระดับโลกและเพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจของห่วงโซ่สินค้าในระดับโลกของทุเรียน จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ทุเรียนเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ สามารถจำแนกออกได้ 2 ยุค คือ ตลาดการค้าทุเรียนยุคแรกเป็นการผลิตเพื่อขายในประเทศ ชาวสวนมีบทบาทในการผลิตและขับเคลื่อนตลาดการค้า สามารถกำหนดราคาขายแก่พ่อค้าและผู้บริโภค ตลาดการค้าทุเรียนในยุคที่ 2 การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศจีนส่งผลให้มีการนำเข้าทุเรียนสู่ตลาดจีน มูลค่าสินค้าทุเรียนจูงใจให้มีการผลิตทุเรียนเพื่อการส่งออก ชาวสวนต้องผลิตสินค้าให้ตรงตามมาตรฐานสินค้าที่กำหนด หากไม่เป็นไปตามเงื่อนไขชาวสวนสามารถขายทุเรียนในตลาดธรรมชาติหรือตลาดอื่น มูลค่าส่วนเกินจากทุเรียนผลิตจากเขตรอบนอกรวบรวมและถ่ายเทไปยังตลาดจีน (เขตแกนนำ) โดยมีรัฐและพ่อค้านายทุน (เขตกึ่งรอบนอก) ที่ควรมีบทบาทในการดูดซับความขัดแย้งระหว่างชาวสวนและนายทุน แต่พ่อค้านายทุนจากเขตกึ่งรอบนอกใช้ความเชื่อมโยงระหว่างนายทุนสะสมทุน เกิดความสัมพันธ์ที่นำมาสู่ความสัมพันธ์แบบ “ครอบงำ” และ “พึ่งพา” และการแลกเปลี่ยนที่ไม่เสมอภาคข้อเสนอแนะจากงานวิจัย ภาครัฐต้องสร้างมาตรฐานสินค้า หรือสร้าง “แบรนด์ทุเรียนไทย” ให้ตลาดต่างประเทศยอมรับ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเกณฑ์มาตรฐานตามความต้องการกลุ่มนายทุนส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและการผลิต ส่วนชาวสวนต้องพัฒนาผลผลิตและสร้างช่องทางการค้าที่หลากหลายเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองและลดการพึ่งพาระหว่างชาวสวนกับพ่อค้าหรือนายทุน

สุพัฒน์ ทองแก้ว, พัฒนา สุขประเสริฐ และเฉลิมพล จตุพร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อทุเรียนของผู้บริโภค (2) ความพึงพอใจของผู้บริโภคทุเรียน และ (3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อทุเรียนที่ผลิตได้ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้บริโภคเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.91 อายุเฉลี่ย 36.17 ปี จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.18 คน รายได้เฉลี่ย 18,527.95 บาท/เดือน ขนาดผลทุเรียนที่นิยมซื้อมีน้ำหนักเฉลี่ย 2.66 กก./ผล จำนวนผลที่ซื้อเฉลี่ย 1.61 ผล/ครั้ง ปริมาณที่ซื้อเฉลี่ย 4.28 กก./ครั้ง

ความถี่ในการซื้อเฉลี่ย 2.10 ครั้ง/ปี มีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อทุเรียนคุณภาพเฉลี่ย 9.27 บาท/กก. (2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อทุเรียนในระดับมากที่สุด และ (3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียน ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ขนาดผลทุเรียน และความพึงพอใจด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ( $p < 0.05$ ) และความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อทุเรียนคุณภาพ ( $p < 0.10$ )

กาญจนา กาแก้ว (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตรจังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนเกษตร จังหวัดระยอง และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนเกษตร จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการศึกษาพบว่า (1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 79.8 ครอบครัวยังมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.6 เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.7 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 78.0 เคยมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตรหนึ่งครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.9 มาท่องเที่ยววันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 69.9 มีเพื่อนแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่สวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 43.2 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 500 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.4 สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเกี่ยวกับผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 80.6 จ่ายเงินซื้อของพื้นเมืองและของที่ระลึก 500 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.1 เข้าร่วมกิจกรรมโดยชิมผลไม้มานานานชนิด คิดเป็นร้อยละ 37.9 มีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับสวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 56.1 ไปเที่ยวสวนเกษตรแบบไปเช้า - เย็นกลับ คิดเป็นร้อยละ 78.5 และสนใจการท่องเที่ยวชมสวนผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 54.5 และ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวสวนเกษตร จังหวัดระยอง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน มีดังนี้ เพศมีความสัมพันธ์กับผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวชมการท่องเที่ยวที่สนใจ อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยว ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยว และ ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว และ ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว

มาริน สมคิด, เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ และสุนันท์ สีสังข์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษา ข้อมูลพื้นฐานด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว (2) เพื่อศึกษาการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง (3) เพื่อศึกษาความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ (4) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน อายุเฉลี่ย 52.81 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉลี่ย 1,648,125 บาทต่อปี รายจ่าย เฉลี่ย 403,500 บาทต่อปี แหล่งเงินทุนจาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ หรือสถาบันการเงินอื่น สำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 36.23 ปี โสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท นิยมเดินทางแบบไปกลับภายในวันเดียว ต้องการพักในรีสอร์ท บริการอาหารพื้นเมือง และระบบอินเทอร์เน็ต ได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และญาติหรือเพื่อน สนใจด้านเกษตรปลอดสารพิษ และเกษตรอินทรีย์ ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวแล้ว โดยสนใจไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น วัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ซื้อผลิตภัณฑ์ และของที่ระลึก หน่วยงานที่มีบทบาทส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ องค์การบริหารส่วนตำบลเทศบาล เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด (2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเฉลี่ย 8.06 ปี เปิดบริการเฉพาะฤดูกาล มีบริการกิจกรรมสาธิต มัคคุเทศก์ อาหาร และที่พัก มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น โดยหน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนเชื่อมโยงการตลาด และเครือข่ายกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น (3) ความต้องการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้แก่ การสาธิตทางการเกษตร การแปรรูป การพักค้างแบบรีสอร์ท การอบรมให้ความรู้หรือภูมิปัญญาหรือเทคโนโลยีด้านเกษตร โครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการท่องเที่ยว การธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร การตลาดการท่องเที่ยว การให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว และ (4) ข้อเสนอแนะในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ต้องการ โครงสร้างพื้นฐาน ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก การประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การสนับสนุนงบประมาณพัฒนารูปแบบกิจกรรมเกษตร เงื่อนไขค่าบริการ

ปริญันท์ สิทธิจินดาร, ภัคพงศ์ ปวงสุข และเดือนรุ่ง เบญจมาศ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ต.คลองพลู อ.เขาคิชฌกูฏ จ.จันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและศักยภาพของชุมชนที่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน และเพื่อใช้เงื่อนไขของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการจัดการทรัพยากรภูมิปัญญา อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนโดยรวม ผลการวิจัยพบว่า (1) เกิดกลุ่มการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและร่วมกันสร้างระบบการบริหารจัดการในเบื้องต้นได้ ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ของคลองพลู กลุ่มโรงเรียน กลุ่มวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีหน่วยงานทั้งในและนอกพื้นที่เป็นผู้สนับสนุนหลายหน่วยงาน อาทิเช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา ศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ภาคตะวันออก และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น (2) ต้นทุนหรือศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ ข้อมูลต้นทุนวิถีการเกษตร โดยเฉพาะสวนผลไม้อินทรีย์ ข้อมูลต้นทุนทรัพยากร เช่น แหล่งน้ำ ลำคลอง ป่า เขา พืชสมุนไพร เป็นต้น และต้นทุนในด้านวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ เช่น ภาษาของ ระเบียบของ ยิงธนูของ สะบ้าของ รวมถึงอาหารที่มีคุณค่าเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เช่น ผักและผลไม้อินทรีย์ กระจวน น้ำพริกของ และเมี่ยง คะน้าอินทรีย์ เป็นต้น (3) ได้รู้รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างคามยั่งยืน ในด้านทรัพยากร การเกษตรและสิ่งแวดล้อมที่เน้นความปลอดภัย และฟื้นฟูวิถีวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน มีโปรแกรม-เส้นทางและระบบบริหารจัดการที่สามารถปฏิบัติการได้จริง (4) ผู้คนในชุมชนเริ่มมีความตื่นตัวในการเข้าร่วมการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นการเสริมอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และสร้างภาคภูมิใจในกลุ่มชาติพันธุ์ของ และเริ่มต้นตัวในด้านการปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตมาเป็นแบบอินทรีย์มากขึ้น (5) องค์ความรู้และข้อมูลที่เกิดจากงานวิจัยสามารถเข้าไปเชื่อมโยงกับระบบการศึกษาในโรงเรียน และกำลังพัฒนาไปสู่การจัดการกิจกรรมการเรียนการสอนในวิชาการงานและพื้นฐานอาชีพ โดยมีการตั้งกลุ่มยุวเกษตรกร และให้มีการปลูกผักสวนครัวเพื่อนำมาประกอบอาหารกลางวันและจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (6) ได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดจันทบุรี และเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยชุมชนภาคตะวันออก ซึ่งเป็นชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวแบบ

ยั่งยืน ซึ่งเป็นเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พร้อมทั้งขยายผลในการประชาสัมพันธ์ชุมชนสู่สาธารณะให้มากขึ้น

ปริญันท์ สิทธิจินดาร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร-วัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร-วัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตะปอน และเพื่อใช้เงื่อนไขของการท่องเที่ยวเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการจัดการทรัพยากรภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชน อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยรวม ผลการศึกษาพบว่า (1) ชุมชนตะปอนมีต้นทุนและศักยภาพที่จะนำมาจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเองมากมาย ทั้งในด้านความโดดเด่นของวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น พื้นที่การเกษตร สวนผลไม้ ทำเลที่อยู่ติดเส้นทาง หลักในการสัญจรของแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ เช่น จังหวัดตราด และเกาะช้าง เป็นต้น (2) การนำต้นทุนและศักยภาพของชุมชนมาจัดการ เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการท่องเที่ยวของชุมชนตะปอน จนได้รูปแบบเริ่มต้นที่จัดการโดยกลุ่มท่องเที่ยวของชุมชน และกำหนดอัตลักษณ์ (Identity) ของการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมชุมชน (3) ความต้องการเสริมศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตะปอนในอนาคตต่อไป ก็คือ ต้องการการสนับสนุนจากภาคี/ภาคส่วนต่าง ๆ เป็นต้นว่า องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น สถาบันทางวิชาการ หน่วยงานการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งกลุ่มภาคีอื่น ๆ เช่น สภาวัฒนธรรมจังหวัด เป็นต้น (4) ในช่วงท้ายของการวิจัย ได้เชื่อมโยงชุมชนตะปอนเข้ามาในเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเกิดการก่อรูปขึ้นมาโดยชุมชนที่มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยว และเป็นชุมชนที่เรียนรู้ขึ้นมา โดยใช้ฐานงานวิจัย น่าจะทำให้เกิดกลุ่มก้อนของชุมชนในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเสริมให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนได้พัฒนาให้เข้มแข็งต่อไป

### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญต่อภาคการเกษตรของไทย เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีการเติบโตของรายได้สูงอย่างต่อเนื่อง ปี 2564 มีรายได้แซงหน้าพืชเศรษฐกิจตัวอื่น ๆ ไปแล้ว เนื่องจากทุเรียนเป็นที่นิยมของต่างประเทศโดยเฉพาะความต้องการจากตลาดจีนที่เพิ่มขึ้น แม้ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจะเกิดการระบาดของโควิด-19 แต่การส่งออกทุเรียน ยังสามารถทำได้ดี ขณะที่ราคาก็ยังอยู่ในระดับสูง

การขยายตัวเฉลี่ยของมูลค่าทุเรียนในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21.2 ต่อปี สะท้อนถึงราคาที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับกระแสนิยมบริโภคทุเรียนที่เติบโตขึ้นจากในและนอกประเทศ ในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) ได้ประมาณการผลผลิตทุเรียนที่จะออกสู่ตลาดในปี 2561 ราว 798,008 ตัน ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงกว่าผลผลิตปี 2560 ถึงร้อยละ 25.7 จากอานิสงส์ของการเพิ่มขึ้นของพื้นที่เพาะปลูกในปี 2556 จะทยอยให้ผลผลิตในปีนี้นี้มากกว่าในอดีต (ศิริดา ศิริเบญจพุกฤษ, ม.ป.ป.)

เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ที่เพาะปลูกทุเรียนรวมทั้งประเทศ ตามข้อมูลปี 2563 อยู่ที่ 1,069,668 ไร่ โดยมีเนื้อที่ให้ผลผลิต 797,553 ไร่ มีผลผลิตรวม 1,115,999 ตัน ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาย้อนหลัง พบว่า พื้นที่เพาะปลูกทุเรียน เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตเพิ่มสูงขึ้น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถานการณ์การผลิตทุเรียนของประเทศไทย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564)

รายการ	2560	2561	2562	2563
ผลผลิต (ตัน)	663,066	762,567	1,024,794	1,115,999
เนื้อที่เพาะปลูก (ไร่)	838,714	952,443	1,010,116	1,069,668
เนื้อที่เก็บเกี่ยว (ไร่)	643,030	679,566	729,466	797,553

เมื่อแบ่งจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ชุมพร (196,158 ไร่) จันทบุรี (195,126 ไร่) ระยอง (66,382 ไร่) นครศรีธรรมราช (53,670 ไร่) ยะลา (53,621 ไร่) สุราษฎร์ธานี (40,967 ไร่) อุดรดิตถ์ (37,549 ไร่) ระนอง (31,197 ไร่) ตราด (27,683 ไร่) และ นราธิวาส (23,622 ไร่) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563)

นอกจากนี้ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2562) พบว่า ในแต่ละปีการส่งออกทุเรียนและผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การส่งออกมีมูลค่ารวม 186,822.6 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าจากการส่งออกทุเรียนสดมากที่สุด 162,851 ล้านบาท รองลงมา ทุเรียนแช่แข็ง 20,264.9 ล้านบาท ทุเรียนอบแห้ง 2,515 ล้านบาท และทุเรียนกวน 1,191.6 ล้าน

บาท ทำให้ไทยครองแชมป์ส่งออกทุเรียนอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 2 การส่งออกทุเรียนและผลิตภัณฑ์ของไทยในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2553 – 2562) (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, ม.ป.ป.)

ปริมาณ: ตัน มูลค่า: ล้านบาท

ปี	ทุเรียนสด		ทุเรียนแช่แข็ง		ทุเรียนอบแห้ง		ทุเรียนกวน		รวม	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2553	207,501	3,690.3	15,440	560.6	366	142.4	3,402	234.5	226,709	4,627.8
2554	271,948	4,662.2	14,323	565.8	323	132.0	3,071	229.2	289,665	5,589.2
2555	351,124	6,195.2	13,895	734.4	392	193.5	500	44.1	365,911	7,167.2
2556	367,056	7,344.5	13,662	879.6	465	279.4	230	28.5	381,413	8,532.0
2557	369,602	12,435.7	17,143	1,131.3	355	218.0	455	58.1	387,555	13,843.1
2558	358,192	13,246.4	22,201	1,945.5	401	289.7	690	82.4	381,484	15,564.0
2559	403,634	17,505.8	20,342	2,170.1	341	282.9	720	90.1	425,037	20,048.9
2560	490,489	22,098.4	13,303	2,275.6	545	431.3	1,089	137.5	505,426	24,942.8
2561	494,068	30,187.0	20,029	4,648.5	418	346.2	1,518	155.5	516,033	35,337.2
2562	655,362	45,485.5	25,932	5,353.5	215	199.7	1,211	131.7	682,720	51,170.4
รวม	3,968,976	162,851.0	176,270	20,264.9	3,821	2,515	12,886	1,191.6	4,161,953	186,822.6

ในปี 2562 การส่งออกทุเรียนในรูปผลสดทั่วโลกมีปริมาณ 965,531 ตัน โดยไทยเป็นประเทศ ผู้ส่งออกอันดับ 1 ปริมาณ 655,362 ตัน รองลงมา คือ ฮองกง ปริมาณ 256,121 ตัน เวียดนาม ปริมาณ 28,288 ตัน และมาเลเซีย 22,162 ตัน (การส่งออกทุเรียนของไทยไปยังจีน มีทั้งส่งออกโดยตรงไปจีนและส่งออก ไปยังเวียดนาม มาเก๊า และฮองกง ก่อนเข้าสู่ตลาดจีน ดังนั้น ฮองกง จึงเป็น Gate Way ที่นำเข้าทุเรียนจากไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย เพื่อส่งต่อไปยังจีน โดยปี 2562 ฮองกงนำเข้าทุเรียนรวม 273,793 ตัน) โดยสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกไทยครองส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 72.7 ฮองกง ร้อยละ 22.6 เวียดนาม ร้อยละ 3.4 และมาเลเซีย ร้อยละ 1.1 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, ม.ป.ป.)

สำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลผลิตทุเรียนในช่วงปี พ.ศ.2560 – 2563 มีปริมาณผลผลิตที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นในทุกปี (ดังตารางที่ 3) จากผลผลิตทุเรียนในปี 2560 อยู่ที่ 93,008 ตัน เป็น 114,413 ตัน ในปี 2563 และมีการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในปัจจุบัน ทั้งปริมาณผลผลิตทุเรียนและพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนซึ่งจะพบได้ในทั้ง 8 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 3 ข้อมูลผลผลิตทุเรียนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือรายจังหวัด ย้อนหลังปี 2560-63 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564)

จังหวัด	ข้อมูลผลผลิตทุเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (หน่วย: ตัน)			
	2560	2561	2562	2563
จันทบุรี	284,874	279,075	339,292	380,446
ชลบุรี	148	141	230	280
ตราด	44,483	38,951	48,158	55,176
นครนายก	277	334	455	459
ปราจีนบุรี	1,304	1,047	1,623	1,883
ระยอง	93,008	85,880	108,093	114,413

จากตัวอย่างของจำนวนพื้นที่การปลูกทุเรียนและจำนวนผลผลิตทุเรียนที่มีจำนวนมากภายในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถกล่าวได้ว่า พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติทั้งในดิน และในน้ำมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตรโดยเฉพาะการเพาะปลูกผลไม้ที่ขึ้นชื่อของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ทุเรียน ที่มีการปลูกเป็นจำนวนมากในจังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด ด้วยความเหมาะสมของพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการปลูกและผลิตผลไม้อย่างทุเรียนเป็นอย่างมาก

สำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากภาคการเกษตร โดยเฉพาะทุเรียนที่สร้างรายได้อย่างสูงให้กับประชาชนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือแล้ว ยังพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ก็สร้างรายได้ให้กับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างสูง กล่าวคือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็น

ธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดระยอง จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดนครนายก และจังหวัดสระแก้ว เป็นพื้นที่อยู่ติดชายฝั่งอ่าวไทยด้านตะวันออก นับเป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจเนื่องจากเป็นแหล่งอุตสาหกรรม ผลไม้ และอัญมณี ของประเทศโดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีอัตราการนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศมีชายฝั่งทะเลและหาดทรายสวยงามหลายแหล่งที่ขึ้นชื่อ เช่น ชายหาดบางแสน ชายหาดจอมเทียนพัทยา ชายหาดแหลมแม่พิมพ์ ชายหาดจ้าวหลาว เป็นต้น นอกจากนี้ชายหาดแล้วภาคตะวันออกยังมีเกาะซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่เป็นที่นิยมและรู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ขณะที่ภาคตะวันออกมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก และมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 2562 ได้ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยไว้ที่ 10% จากปีก่อน หรือมีรายได้รวมที่ 3.1 ล้านล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.1 ล้านล้านบาท และรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ หรือตลาดไทยเที่ยวไทยอีก 1 ล้านล้านบาท (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2563)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวของภาคตะวันออก มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงทั้งในด้านรายได้และอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทยในปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 19,757,639 คน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 12,942,886 คน นักท่องเที่ยวคนไทยจำนวน 6,814,753 คน รายได้สูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มภาคตะวันออกในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 140,046 ล้านบาท โดยสัดส่วนของรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีระดับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ และสามารถท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งชายฝั่งทะเล หมู่เกาะ ป่าเขา แม่น้ำ พื้นที่ป่าชายเลน ซึ่งเอื้อต่อการท่องเที่ยว และมีแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวของภาคตะวันออกจึงเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญทางเศรษฐกิจ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงในปัจจุบันมีโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development) ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน (รุ่งรติศ เมืองลือ, 2560)

การที่พื้นที่ภาคตะวันออกมีรายได้การท่องเที่ยวและภาคการเกษตรโดยเฉพาะทุเรียน ที่ได้สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่โดยตรงนั้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบ ประกอบไปด้วย

1. ผู้ประกอบการในลักษณะธุรกิจการท่องเที่ยวเศรษฐกิจทุเรียนครอบครัว ในลักษณะสวนต่าง ๆ ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปซื้อ เยี่ยมชม และทานทุเรียนและผลไม้ในสวนได้ เช่น สวนละมับุพเพต์ผลไม้ สวนลุงทองใบ สวนทุเรียนบางพระ ลุงประเสริฐ-ป่าแจ้ว สวนผู้ใหญ่สมุทร สวนผู้ใหญ่เสวตร สวนพวงมณี เป็นต้น

2. วิสาหกิจชุมชน เช่น บั๊ววิโมเดล เป็นต้น

3. บริษัทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเศรษฐกิจทุเรียนทุเรียน เช่น สวนทุเรียนแลนด์ สวนสุภัทราแลนด์ สวนเคพีการ์เด็น เป็นต้น

4. ทุเรียนคาเฟ่ เช่น Tree house Durian Café' เป็นต้น

5. ผู้จัดการเทศกาลผลไม้ เช่น เทศกาลของดีเมืองจันทน์ ถนนผลไม้สไตล์ตะพง เทศกาลผลไม้และของดีเมืองแกลง เทศกาลสวนผลไม้และของดีภาคตะวันออก เทศกาลผลไม้และของดีจังหวัดระยอง งานมะยงชิด มะปรางหวานของดีนครนายก งานวันเกษตรปราจีนบุรี งานวันระกำหวาน ผลไม้ และของดีเมืองตราด เป็นต้น

จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า ในปัจจุบันทุเรียน คือ พืชส่งออกที่สำคัญอันดับหนึ่งของประเทศไทย มีมูลค่าการส่งออกในปี 2564 เป็นมูลค่า 109,205 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับปี 2563 คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 66.39 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564) และมีแนวโน้มที่จะมีพื้นที่การปลูกทุเรียนที่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี และผลผลิตทุเรียนที่ออกมาสู่ตลาดก็มีเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากความต้องการบริโภคทุเรียนภายในประเทศนั้นยังมีการบริโภคที่ไม่ถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนที่ส่งออก การพึ่งพาส่งออกของทุเรียนโดยที่มีคู่ค้ารายสำคัญ คือ จีน ฮองกง และไต้หวัน พร้อม ๆ กับความท้าทายใหม่ ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการปลูกทุเรียนในประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน อย่างเช่น ลาว เวียดนาม ฟิลิปปินส์ เป็นต้น ถึงแม้ว่าไทยจะเป็นผู้นำการส่งออกทุเรียนในช่วงตลอดเวลาที่ผ่านมา ในพื้นที่ภาคตะวันออกที่เป็นพื้นที่สำคัญในเชิงการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย แต่ก็ยังไม่มีส่งเสริมให้เศรษฐกิจทุเรียนมีการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีการคำนึงถึงการบริโภคภายในประเทศหรือตลาดภายในประเทศเป็นสำคัญ และยังขาดยุทธศาสตร์ในการที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดย

มีทุเรียนเป็นผลไม้สำคัญอย่างเป็นระบบ เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้ว การศึกษาเพื่อก่อให้เกิดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหารของระบบเศรษฐกิจทุเรียนจึงมีความสำคัญ อันจะนำไปสู่การสร้างควมยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออกในอนาคตอย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก
3. เพื่อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนของภาคตะวันออกในอนาคต

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก มีขอบเขตพื้นที่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา สระแก้ว ปราจีนบุรี และนครนายก หน่วยในการศึกษาเป็นสวนทุเรียนที่ขึ้นทะเบียนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับเกษตรจังหวัด

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แบ่งการวิจัยที่แสดงให้เกิดความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ได้แก่ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ซึ่งมีรูปแบบทั้งหมด 10 รูปแบบ โดยแต่ละรูปแบบมีกิจกรรมแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ กิจกรรมที่ทำเป็นประจำทุกปี ทำบ่อย ทำพอควร ทำบ้างบางครั้ง และไม่ทำเลย ส่วนตัวแปรต้น จะประกอบด้วย 6 ตัวแปร คือ ที่ตั้งของสวน ระยะเวลาการปลูกทุเรียน ขนาดพื้นที่สวนทุเรียน ผลผลิตทุเรียนต่อปี รูปแบบการปลูกทุเรียน แรงงานที่ใช้ในการทำสวน

### สมมติฐานการวิจัย

1. ที่ตั้งของสวนทุเรียนมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก
2. ระยะเวลาการปลูกมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก

3. ขนาดพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. ผลผลิตทุเรียนต่อปีมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. รูปแบบการปลูกทุเรียนมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
6. แรงงานในการทำสวนทุเรียนมีความสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียน หมายถึง ลักษณะของกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียน โดยแบ่งออกเป็น 10 รูปแบบ คือ การเข้าชมสวนทุเรียนเพื่อเรียนรู้ การขายทุเรียนในสวน การทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนในสวน การให้บริการอาหารและเสิร์ฟทุเรียน การทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนและผลไม้อื่น ๆ การเก็บผลไม้ในสวน การเปิดคาเฟ่ การให้บริการที่พัก การเปิดให้เป็นจุดเยี่ยมชมถ่ายรูป และการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปทุเรียน
2. กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียน หมายถึง ความถี่ของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียนโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ กิจกรรมที่ทำเป็นประจำทุกปี ทำบ่อย ทำพอควร ทำบ้างบางครั้ง และไม่ทำเลย
3. ที่ตั้งของสวน หมายถึง ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์หรือพื้นที่ตั้งของสวนทุเรียน เป็นข้อมูลที่ประกอบด้วยอำเภอและจังหวัด
4. ระยะเวลาการปลูกทุเรียน หมายถึง ช่วงระยะเวลานับตั้งแต่เริ่มปลูกต้นทุเรียนจนถึงปัจจุบัน โดยระบุข้อมูลเป็นจำนวนปีเพื่อสะท้อนอายุของสวน
5. ขนาดพื้นที่สวนทุเรียน หมายถึง พื้นที่ทั้งหมดที่ใช้ในการปลูกทุเรียนและ/หรือในการทำสวนผลไม้ โดยระบุข้อมูลหน่วยเป็นไร่
6. ผลผลิตทุเรียนต่อปี หมายถึง ปริมาณผลผลิตทุเรียนที่สามารถเก็บเกี่ยวได้จากสวนในรอบระยะเวลา 1 ปี โดยหน่วยน้ำหนักเป็นตัน

7. รูปแบบการปลูกทุเรียน หมายถึง วิธีการหรือระบบที่ใช้ในการปลูกต้นทุเรียนในสวน เช่น การปลูกเป็นพีชเชิงเดียว หรือเป็นการปลูกแบบผสมผสาน

8. แรงงานที่ใช้ในการทำสวน หมายถึง กลุ่มประเภทของแรงงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตทุเรียน โดยประกอบด้วยการใช้แรงงานครอบครัว การใช้แรงงานในครอบครัวกับการจ้างแรงงานเสริมชั่วคราว การใช้แรงงานในครอบครัวกับการจ้างประจำ และการใช้เฉพาะแรงงานจ้าง

9. การเข้าชมสวนทุเรียนเพื่อเรียนรู้ หมายถึง กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมสวนทุเรียนเพื่อศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และองค์ความรู้เกี่ยวกับทุเรียนในทุกขั้นตอน โดยอาจมีวิทยากรหรือเจ้าของสวนเป็นผู้นำชมและอธิบาย

10. การขายทุเรียนในสวน หมายถึง กิจกรรมการจำหน่ายทุเรียนสดภายในบริเวณสวน โดยตรงแก่ผู้บริโภคหรือผู้เยี่ยมชม โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

11. การทานบุฟเฟต์ทุเรียนในสวน หมายถึง การให้บริการรับประทานทุเรียนแบบไม่จำกัดจำนวนในระยะเวลาที่กำหนด ภายในบรรยากาศของสวนทุเรียน โดยผู้เข้าร่วมสามารถเลือกชิมพันธุ์ทุเรียนต่าง ๆ ตามที่สวนจัดเตรียมไว้

12. การให้บริการอาหารและเสิร์ฟทุเรียน หมายถึง การจัดเตรียมและให้บริการอาหารมื้อหลักหรือของว่างควบคู่กับการเสิร์ฟทุเรียนสดหรือแปรรูปให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ด้านอาหารในบรรยากาศสวนผลไม้

13. การทานบุฟเฟต์ทุเรียนและผลไม้อื่น ๆ หมายถึง การให้บริการรับประทานผลไม้หลากหลายชนิดในรูปแบบบุฟเฟต์ โดยมีทุเรียนเป็นผลไม้หลัก และเสริมด้วยผลไม้อื่นที่ปลูกในสวนเดียวกัน เช่น เงาะ มังคุด ลองกอง เป็นต้น

14. การเก็บผลไม้ในสวน หมายถึง กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเก็บผลไม้จากต้นด้วยตนเอง เช่น ทุเรียน มังคุด หรือผลไม้อื่น ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์เชิงปฏิบัติและความรู้เกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร

15. การเปิดคาเฟ่ หมายถึง การจัดตั้งร้านกาแฟหรือร้านเครื่องดื่มภายในบริเวณสวนทุเรียน โดยมีจุดประสงค์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมสวน พร้อมให้บริการเครื่องดื่ม อาหารว่าง และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนหรือผลไม้ท้องถิ่น

16. การให้บริการที่พัก หมายถึง การจัดเตรียมห้องพักหรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักภายในหรือใกล้สวนทุเรียน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนและใช้เวลาท่องเที่ยวในสวนได้อย่างเต็มที่ เช่น โฮมสเตย์ รีสอร์ท หรือแคมป์ปิ้ง

17. การเปิดให้เป็นจุดเยี่ยมชมถ่ายรูป หมายถึง การจัดพื้นที่หรือมุมถ่ายภาพที่มีการตกแต่งหรือออกแบบให้มีความสวยงาม โดดเด่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถแวะชมและถ่ายรูปเป็นที่ระลึก เช่น มุมชิมทุเรียน มุมสวนทุเรียนวิวสวย หรือการตกแต่งด้วยองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรม

18. การจัดทำนายสินค้าแปรรูปทุเรียน หมายถึง กิจกรรมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมหรือวัตถุดิบหลักเป็นทุเรียน เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน ไอศกรีมทุเรียน หรือขนมที่มีรสชาติทุเรียน เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายช่องทางตลาดของผลผลิตทางการเกษตร

## แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ (Strategy) เป็นแผนการดำเนินงานที่สร้างขึ้นมาอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สัมพันธ์สอดคล้องกัน เป็นแผนที่มีวิสัยทัศน์หรือภาพฝันที่วาดไว้ เป็นการร่วมจิตมีเป้าหมายอันแสดงถึงเจตจำนงร่วมของทุกฝ่าย ผนึกพลังใจของทุกฝ่าย เพื่อกระทำพันธกิจอันถือเป็นหน้าที่รับผิดชอบให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ให้เกิดผลกระทบและได้ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ แผนยุทธศาสตร์ที่ดีมาจากการวิเคราะห์อดีต รู้ปัจจุบัน เพื่อไล่ให้ทันอนาคต วิเคราะห์สถานการณ์ที่ผ่านมา วิเคราะห์ทรัพยากร ทูตต่าง ๆ อันเป็นศักยภาพหรือความสามารถที่ยังไม่ได้พัฒนาหรือยังไม่ได้พัฒนาเต็มที่ หรือที่ยังซ่อนเร้นอยู่ แผนยุทธศาสตร์ที่ดีเป็นผลที่เกิดจากกระบวนการวางแผนที่ดี การบริหารจัดการแผนอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดเป็นประสิทธิผลที่ปรากฏจริงเป็นแผนที่มีเป้าหมายที่ดี ก่อให้เกิดการร่วมมือ มีหลักการดี ก่อให้เกิดการร่วมคิด มีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการร่วมทำ และมีการแบ่งบทบาทหน้าที่จัดการดีก่อให้เกิดการร่วมแรง ดังวลีที่ว่า “ร่วมแรง ร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ” (เสรี พงศ์พิศ, 2548)

### ความหมายของยุทธศาสตร์

สำหรับคำว่า “ยุทธศาสตร์” (Strategy) ทางคณะผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่ความหมายของยุทธศาสตร์ทางการบริหารจัดการ ซึ่งจะมีความสอดคล้องตามเป้าหมายของโครงการวิจัยนี้ โดยที่นักวิชาการที่ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ทางการบริหาร คือ Henry Mintzberg (1987) โดยได้ชี้ให้เห็นว่า ยุทธศาสตร์ทางการบริหารไม่ได้มีความหมายที่เป็นทางการเพียงความหมายเดียว แต่ได้มี

การนิยามความหมายยุทธศาสตร์ทางการบริหารไว้ถึง 5 ความหมายใหญ่ ๆ ด้วยกันหรือที่เรียกว่า Five Ps for Strategy ได้แก่ (Mintzberg, 1987)

### 1. ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นแผน (Strategy as Plan)

การนิยามความหมายยุทธศาสตร์ในฐานะที่เป็นแผนนั้นจะมีลักษณะที่สำคัญ 2 ประการ (Mintzberg, 1987) กล่าวคือ ประการแรก ยุทธศาสตร์ เป็นการกำหนดกิจกรรมล่วงหน้าเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ และประการที่สอง ยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นจะต้องมีเป้าหมายที่เกิดจากความมุ่งหวังและความตั้งใจ

ดังนั้น ยุทธศาสตร์จึงเกี่ยวข้องกับการที่ผู้นำองค์กรพยายามที่จะสร้างทิศทางในการทำงานสำหรับองค์กรของตัวเอง ตัวอย่างเช่น Peter Drucker ได้นิยามยุทธศาสตร์ว่า เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมาย และ Moore ได้นิยามว่ายุทธศาสตร์ คือ การออกแบบสำหรับการปฏิบัติการ โดยมีสาระสำคัญคือ การคิดก่อนทำ เป็นต้น

การใช้ความหมายยุทธศาสตร์ในความหมายนี้ในหลาย ๆ วงการ ตัวอย่างเช่น ในกรณีทางการทหารจะมองว่าแผนเป็นการวางแผนสำหรับการทำสงคราม หรือในกรณีวงการการจัดการมองแผนเป็นแผนสำหรับ

การบูรณาการที่มีการประมวลเนื้อหาอย่างมีเอกภาพ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์พื้นฐานของธุรกิจ (ชูวงศ์ อุบลี, ม.ป.ป.)

### 2. ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นกลยุทธ์ (Strategy as Ploy)

ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นกลยุทธ์ หมายถึง แผนที่มีลักษณะเป็นการออกอุบายเพื่อหลอกฝ่ายตรงข้ามหรือคู่แข่งกัน ดังนั้น จึงเป็นการใช้ยุทธศาสตร์ในวงการที่มีการต่อสู้แข่งขันกันโดยตรงเนื่องจากการต้องมีการใช้อุบายต่าง ๆ เพื่อให้ตนหรือองค์กรได้รับผลประโยชน์ ตัวอย่างเช่น บริษัทแห่งหนึ่งอาจจะขู่ที่จะขยายกำลังการผลิตของโรงงานเพื่อสกัดบริษัทคู่แข่งไม่ให้มาสร้างโรงงานใหม่ เป็นต้น ถ้าเปรียบเทียบยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นแผนก็จะพบว่ามีลักษณะเป็นแผนทั่วไปขององค์กร (General Plan) ในขณะที่ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นกลยุทธ์จะมีลักษณะเป็นแผนที่เป็นเฉพาะเจาะจง (Specific Plan) (Mintzberg, 1987)

ยุทธศาสตร์ในความหมายนี้เป็นการนิยามที่ตั้งอยู่บนทฤษฎีเกมส์ (Game Theory) และเป็นแนวคิดที่เป็นมรดกมาจากยุทธศาสตร์ทางการทหาร (Levy, Alvesson & Willmott, 2003) เช่น แผนการจัดปราศรัยของนักการเมือง มีการกำหนดอุบายในการจัดปราศรัยโดยให้หัวคะแนนระดม

ผู้คนที่การจัดตั้งของตนเองมาฟังการปราศรัยเป็นจำนวนมากเพื่อบั่นทอนกำลังขวัญของคู่แข่ง เพราะการที่มีผู้เลือกตั้งมาฟังการปราศรัยเป็นจำนวนมากมีนัยว่า นักการเมืองผู้นั้นได้รับการสนับสนุนจากประชาชนเป็นจำนวนมาก (พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต, 2552) กล่าวได้ว่า กลอุบาย คือ วิธีการในการปฏิบัติงาน หรือกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามแผนที่ได้กำหนดไว้รวมถึงขั้นเชิงในการทำงานที่ต้องใช้สิ่งจูงใจในเชิงบวกและการสร้างภาวะกดดันต่าง ๆ และเป็นการเดินเกมเพื่อเอาชนะฝ่ายตรงข้าม (ชูวงศ์ อุบลลี, ม.ป.ป.)

### 3. ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นแบบแผน (Strategy as Pattern)

ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นแบบแผน หมายถึง เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติการ (Action) เนื่องจากการนิยามยุทธศาสตร์ในฐานะที่เป็นแผนยุทธศาสตร์ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นเป็นการนิยามที่ยังไม่เพียงพอกล่าว คือ การนิยามความหมายยุทธศาสตร์ในฐานะที่เป็นแผนยุทธศาสตร์เป็นเพียงการแสดงเจตจำนง แต่การมีเพียงเจตจำนงในทางยุทธศาสตร์นั้นจะต้องทำให้บังเกิดผลที่เป็นจริงในทางปฏิบัติด้วยถึงจะถือว่าสมบูรณ์ กล่าวโดยสรุปแล้วยุทธศาสตร์ในความหมายนี้จึงเป็นเรื่องของความคงเส้นคงวาในพฤติกรรมไม่ว่าจะเป็นการจงใจหรือไม่จงใจก็ตาม (Mintzberg, 1987)

สำหรับยุทธศาสตร์ในความหมายนี้ พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2552) ได้ให้ความหมายว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ กล่าวคือ เมื่อคู่แข่งทำอะไรใด องค์การของตนก็จะทำตามในสิ่งเดียวกับที่คู่แข่ง เช่น เมื่อคู่แข่งลดราคาสินค้า องค์การของตนก็จะลดราคาตาม เป็นต้น การนิยามยุทธศาสตร์ในความหมายนี้จะช่วยให้ผู้บริหารระลึกเสมอว่าแผนหรือแนวคิดที่มีการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรอาจเป็นสิ่งที่วางเปล่า และไร้ความหมาย หากไม่มีการขับเคลื่อนในเชิงปฏิบัติหรือไม่นำพฤติกรรมในเชิงปฏิบัติมาพิจารณา รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้บริหารต้องระลึกอยู่เสมอตลอดเวลาว่า ยุทธศาสตร์ที่ไม่ตั้งใจอาจเกิดขึ้นได้เสมอระหว่างการบริหารงาน และอาจดำรงอยู่คู่ขนานกับยุทธศาสตร์ที่มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า

### 4. ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นตำแหน่งขององค์กร (Strategy as Position)

ยุทธศาสตร์ในความหมายนี้ หมายถึง การหาวิธีการในการที่จะวางตำแหน่งขององค์กรในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขัน ดังนั้น ยุทธศาสตร์จึงเป็นตัวกลางระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อม การใช้ยุทธศาสตร์ในความหมายนี้จึงเป็นการมององค์กรในฐานะที่เป็นองค์การ (Organism) ที่ต่อสู้เพื่อความอยู่รอดในโลกที่มี

การเป็นปรักษ์ ความไม่แน่นอน แต่ยังคงต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้น จึงต้องมีจุดขายขององค์กรเป็นยุทธศาสตร์หลัก (Mintzberg, 1987)

ยุทธศาสตร์ในความหมายนี้มีพื้นฐานความคิดมาจากเศรษฐศาสตร์จุลภาค (Micro Economic) ที่ว่าด้วยองค์กรอุตสาหกรรมในสถานการณ์ของการจัดการธุรกิจ แนวคิดนี้จึงให้ความสำคัญต่อการใช้ตัวแบบตลาด (Market Model) (Levy, Alvesson & Willmott, 2003) ในการนิยามความหมายของยุทธศาสตร์ ดังนั้น ยุทธศาสตร์ในแง่ที่เป็นตำแหน่งองค์กรจึงหมายถึง การกำหนดสถานะหรือตำแหน่งของสินค้าบริการให้สอดคล้องกับลักษณะของตลาดหรือความต้องการของผู้รับบริการ สินค้าบริการที่เสนอออกไป ต้องเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภทหรือแต่ละตลาดอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าองค์กรควรมีสถานะที่ควรสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และจะต้องดำรงอยู่ท่ามกลางการแข่งขันและความไม่แน่นอน (ชูวงศ์ อุบลี, ม.ป.ป.)

#### 5. ยุทธศาสตร์ในความหมายที่เป็นภาพในอนาคต (Strategy as Perspective)

ฐานคิดเชิงยุทธศาสตร์ในความหมายนี้มีที่มาจาก 2 ฐานคิด คือ (Mintzberg, 1987)

5.1 ฐานคิดเชิงยุทธศาสตร์ในความหมายนี้มองว่ายุทธศาสตร์เป็นเรื่องของมโนทัศน์ซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรมที่มีอยู่ในใจของกลุ่มที่เกี่ยวข้องขององค์กร ดังนั้น เราจึงพบว่าไม่มีใครเลยที่จะสามารถมองเห็นหรือสัมผัสยุทธศาสตร์ที่เป็นวัตถุได้

5.2 ฐานคิดเชิงยุทธศาสตร์อีกประการหนึ่งของยุทธศาสตร์ในความหมายนี้ก็คือ ภาพในอนาคตเป็นสิ่งที่คนมีร่วมกัน ไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องส่วนบุคคล ตัวอย่างของภาพในอนาคตที่คนมีร่วมกัน เช่น โลกทัศน์ วัฒนธรรม อุดมการณ์ หรือกระบวนทัศน์ เป็นต้น ดังนั้นองค์กรที่ใช้ยุทธศาสตร์จึงเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกัน (Corrective Action) ภายใต้การมีพันธกิจ (Mission) เดียวกัน

จากฐานคิดเชิงยุทธศาสตร์ทั้งสองเราจึงสามารถนิยามยุทธศาสตร์ในความหมายนี้ได้ว่าเป็นภาพในอนาคต ที่เน้นความสนใจในเรื่องการทบทวนและการทำกิจกรรมของคนที่มีร่วมกันในองค์กร การกำหนดยุทธศาสตร์ในฐานะที่เป็นภาพในอนาคต จึงหมายถึง การกำหนดแนวคิดหรือค่านิยมร่วมขององค์กร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติงาน ยุทธศาสตร์ในความหมายนี้จะต้องสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม วัฒนธรรม หรืออุดมการณ์ขององค์กรเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ ซึ่งจะเป็นพลังในการช่วยขับเคลื่อนภารกิจขององค์กร ยุทธศาสตร์ในความหมายนี้จึงไม่ใช่เพียงแค่การเอาชนะคู่แข่ง คู่ต่อสู้เท่านั้น แต่ยุทธศาสตร์ยังเป็นพลังในการขับเคลื่อนองค์กรผ่านการรับรู้ร่วมกันของสมาชิกในองค์กรอีกด้วย

คำว่า “ยุทธศาสตร์” จึงเป็นคำที่มีความหมายแห่งการปลุกเร้าอารมณ์ ความรู้สึกเพื่อให้สมาชิกในองค์กรเกิดความมั่นใจต่อการต่อสู้แข่งขันที่จะเกิดขึ้นในโลกธุรกิจ สำหรับการปรับเปลี่ยนการนำแนวคิดทางยุทธศาสตร์มาสู่ภาคธุรกิจเอกชนนั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากความต้องการในการก้าวขึ้นเป็นผู้นำรวมทั้งความต้องการประสบความสำเร็จทางธุรกิจ รวมทั้งเหตุผลอื่น ๆ เช่น จำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น รายได้ที่เกิดจากองค์กรธุรกิจ เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมไปถึงความต้องการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นต้น (พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต, 2552) สำหรับจุดเปลี่ยนแนวคิดยุทธศาสตร์ทางการทหารมาสู่ยุทธศาสตร์ทางการบริหารของไทยนั้นจะพบว่า เกิดขึ้นในช่วงยุคของรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ที่มีแนวนโยบายการนำระบบเศรษฐกิจนำหน้าการเมืองและการทหาร ภายใต้แนวนโยบายที่เรียกว่า "การเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า" (ชูวงศ์ อุบาสี, ม.ป.ป.)

### ระดับชั้นของยุทธศาสตร์

แนวทางการจัดแบ่งระดับของยุทธศาสตร์โดย Comerford and Callaghan (1985) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับสังคม องค์กร ธุรกิจ และหน้าที่ทางธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ยุทธศาสตร์ระดับสังคม (Social Level Strategy)

ยุทธศาสตร์ประเภทนี้มีวัตถุประสงค์และแผนเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของสังคม ยุทธศาสตร์ประเภทนี้ Ansoff นำมาใช้เป็นคนแรกเมื่อปี 2522 โดยเพิ่มความสำคัญให้กับตัวแปรทางด้านสังคม การเมือง และผู้บริโภค ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการทางสังคม ความรับผิดชอบทางสังคม ต้องทำอย่างดี มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความสัมพันธ์ขององค์กรและสังคม

#### 2. ยุทธศาสตร์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

ยุทธศาสตร์ระดับองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดนโยบายการบริหารและให้ความช่วยเหลือแก่หน่วยยุทธศาสตร์ธุรกิจต่าง ๆ ที่องค์กรเหล่านี้มีและยังต้องดูแลถึงระดับหน้าที่ธุรกิจอีกด้วย ยุทธศาสตร์ระดับนี้เกิดจากผู้บริหารระดับสูง ครอบคลุมถึงทั่วทั้งองค์กร เป็นรูปแบบของแผนและนโยบายการบริหารงานทั่วไปที่มีระยะเวลานาน 3-5 ปี ทั้งยังเป็นการบริหารงานลักษณะกว้าง ๆ ตามภารกิจขององค์กร จัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยบริหารทุกหน่วยยุทธศาสตร์ธุรกิจไปด้วยกัน ยุทธศาสตร์ระดับนี้เป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูงที่จะ

ดำเนินการหรือถอนตัวจากธุรกิจ ควรเน้นยุทธศาสตร์ระดับนี้เป็นหลักเบื้องต้นในยุทธศาสตร์ทุกระดับ เพื่อการวางแผนและปฏิบัติตามแผนให้สำเร็จตามภารกิจ

3. ยุทธศาสตร์ระดับหน่วยยุทธศาสตร์ธุรกิจหรือยุทธศาสตร์ระดับธุรกิจ (Strategic Business Unit Level Strategy or Business Level Strategy)

ในยุทธศาสตร์ระดับนี้ต้องเข้าใจว่าหน่วยยุทธศาสตร์ธุรกิจเสียก่อนว่า บริษัทที่ทำธุรกิจหลายประเภทได้แบ่งธุรกิจที่ทำออกเป็นหน่วยยุทธศาสตร์ธุรกิจ (Strategic Business Unit – SBU) ต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งแยกไปดำเนินธุรกิจต่าง ๆ นั้นเอง การบริหารยุทธศาสตร์ระดับนี้รับผิดชอบโดยผู้บริหารระดับกลางค่อนข้างจะเป็นอาวุโสรองจากผู้บริหารระดับสูง มีแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งใช้ระยะปานกลาง 1 ถึง 3 ปี นโยบายและแผนที่ทำจะมีลักษณะเจาะจงเพื่อนำไปปฏิบัติได้ทันที เนื่องจากมีขอบเขตเฉพาะหน่วยยุทธศาสตร์ธุรกิจที่ตนรับผิดชอบ

4. ยุทธศาสตร์ระดับหน้าที่ทางธุรกิจ (Functional Level or Business Function Level Strategy)

แผนยุทธศาสตร์ที่ใช้ในระดับนี้จะมีอายุสั้นน้อยกว่า 1 ปี เป็นแผนและนโยบายที่นำไปสู่การปฏิบัติโดยตรง โดยสรุปแล้วจะเป็นการจัดการกับงานเฉพาะด้านที่ค่อนข้างแคบ แต่เป็นการกำหนดแนวทางหรือการทำงานที่สำคัญ หรือกำหนดนโยบายข้อควรปฏิบัติสำหรับธุรกิจหรือกิจการงานนั้น ๆ

#### ตัวแบบการกำหนดยุทธศาสตร์ของ 10 สำนักคิด

การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการศึกษายุทธศาสตร์ นักวิชาการ Henry Mintzberg et al (1998) ได้เสนอตัวแบบการกำหนดยุทธศาสตร์ ออกเป็น 10 สำนักคิด คือ

##### 1. สำนักคิดเรื่องการออกแบบองค์กร (Design School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการของการสร้างแนวคิด (Conception Design) สำหรับนักคิดที่มีอิทธิพลต่อความคิดนี้ก็คือ Kenneth Andrew ยุทธศาสตร์ของสำนักออกแบบให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมาย โดยสร้างความสมดุลระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยมีตัวผู้นำเป็นผู้กำหนดยุทธศาสตร์สำนักออกแบบมีความเห็นว่าผู้นำต้องเป็นผู้ที่มีความตระหนักรู้ แล้วนำไปสู่กระบวนการคิดที่ต้องวิเคราะห์หาจุดแข็งจุดอ่อนภายในองค์กร การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรคที่เกิดจากภายนอกองค์กร หรือที่รู้จักกันในนาม SWOT เป็นกรอบที่ใช้ในการวิเคราะห์สำนักคิดนี้ได้เสนอประเด็นที่สำคัญไว้ 3 ประการ ด้วยกันคือ

ประการแรก โครงสร้างขององค์การควรเกิดจากยุทธศาสตร์ กล่าวคือ ควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์เสียก่อน จากนั้นจึงกำหนดโครงสร้างขององค์การให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่มีเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน

ประการที่สององค์การขนาดใหญ่ต้องสร้างการแข่งขันขึ้นภายในขององค์การหากองค์การขาดการแข่งขันจะทำให้้องค์การเกิดความเฉื่อยชาและนำไปสู่การมีประสิทธิภาพ

ประการสุดท้าย องค์การต้องควบคุมระบบการจัดการภายในขององค์การให้เป็นไปตามเป้าหมายที่้องค์การกำหนด ไม่ควรปล่อยให้้องค์การต้องเดินไปตามกลไกตลาดเพราะจะทำให้เราไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ตามที่้องค์การต้องการ

## 2. สำนักคิดเรื่องการวางแผน (Planning School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการวางแผนที่เน้นเทคนิค (Formal Planning) นักคิดที่มีอิทธิพลของสำนักวางแผน คือ Igor Ansoff รากฐานของแนวคิดของสำนักวางแผนถูกพัฒนามาจากทฤษฎีระบบ (System Theory) และระบบเครือข่าย (Cybernetics) โดยฐานคิดของสำนักนี้เชื่อว่ายุทธศาสตร์ ทำงานเหมือนเครื่องจักร ใช้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ และให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกมากกว่าปัจจัยภายในของ้องค์การ เช่น การให้ความสำคัญกับผลผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อตลาดยุทธศาสตร์เป็นผลผลิตจากกระบวนการจะมีลักษณะที่เป็นทางการที่มีการจัดกิจกรรมอย่างเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน เครื่องมือทางยุทธศาสตร์ที่นิยมคือ รายการและแผนภาพที่ใช้ในการแปลงเป้าหมายไปสู่ตัวชี้วัด มีการประเมินความร่วมมือการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ แนวคิดนี้มักวางแผนจะมีบทบาทสูงในการกำหนดยุทธศาสตร์ สำนักคิดนี้จะให้ความหมายของสภาวะแวดล้อมในลักษณะที่เป็นสิ่งที่คงที่และสามารถควบคุมได้

## 3. แนวการศึกษาเรื่องการวางตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ (Positioning School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการวิเคราะห์จุดเด่น (Positioning Analysis) สำนักคิดนี้มีที่มาพื้นฐานแนวคิดจากเศรษฐศาสตร์ โดยมุ่งเน้นการวางตำแหน่งที่ดีที่สุดของ้องค์การท่ามกลางความแตกต่างหลากหลาย ทั้งนี้สำนักคิดนี้ให้ความสำคัญของเนื้อหาของยุทธศาสตร์มากกว่ากระบวนการ และจะทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ทั่วไป (Generic Strategy) ที่มีความชัดเจน และผู้มีบทบาทหลักในการกำหนดยุทธศาสตร์ได้แก่ นักวิเคราะห์ (ซูวรงค์ อุบลาลี, ม.ป.ป.)

## 4. สำนักคิดที่เน้นศึกษานวัตกรรมของ้องค์การ (Entrepreneurial School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการสร้างวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Vision) แนวคิดนี้จะให้ความสำคัญกับกระบวนการของยุทธศาสตร์ที่มาจากผู้นำที่เข้มแข็งและมีวิสัยทัศน์ตลอดทั้งนวัตกรรม โดยเห็นว่าสถานะแวดล้อมของการบริหารสามารถจัดการได้ และยุทธศาสตร์จะมีลักษณะที่จะต้องประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับวิสัยทัศน์

#### 5. สำนักคิดที่เน้นการใช้เหตุผลในการตัดสินใจ (Cognitive School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการรับรู้ทางความคิด (Mental/Cognitive) เป็นสำนักคิดที่มีรากฐานความคิดมาจากสาขาจิตวิทยาที่มีความเชื่อว่ามนุษย์ใช้เหตุผลที่มีสถานการณ์จำกัด (Bounded Rationality) ในการกำหนดยุทธศาสตร์จึงให้ความสำคัญทางจิตใจ (Mental) ของมนุษย์เป็นหลัก และเห็นว่า การให้เหตุผลเป็นระบบการทำงานของสมองที่จะต้องทำการรวบรวมความคิดจากข้อมูลที่มาจกมาจากสถานะแวดล้อม

#### 6. สำนักคิดที่เน้นการเรียนรู้ (Learning School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ (Emergent Learning) มีรากฐานความคิดจากสาขาจิตวิทยา โดยเน้นการก่อตัวของยุทธศาสตร์ที่เกิดจากสิ่งที่ไม่คาดฝัน และมีการเรียนรู้ร่วมกันตลอดทั้งการสั่งสมประสบการณ์ของคนในองค์กรที่มีความต่อเนื่องมิใช่การเรียนรู้ที่เป็นลักษณะเส้นตรง แต่มาโดยไร้ทิศทางที่แน่นอน ดังนั้น สถานะแวดล้อมจึงเป็นสิ่งที่ยากแก่การทำความเข้าใจ แนวความคิดของสำนักคิดนี้จึงเห็นว่ากำหนดยุทธศาสตร์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวางแผน ซึ่งเน้นความแน่นอนมากนัก และยุทธศาสตร์จะมีการเปลี่ยนแปลงจากการเรียนรู้

#### 7. สำนักคิดว่าด้วยเรื่องอำนาจภายในองค์กร (Political School)

สำนักคิดนี้มองการสร้างยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการต่อรองทางอำนาจ (Power Negotiation) สำนักคิดนี้เกิดจากแนวความคิดที่ก่อตัวจากความขัดแย้งและการใช้อำนาจ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดของสาขารัฐศาสตร์ สำนักคิดนี้เรียกอีกอย่างว่า สำนักคิดการเมือง (Political School) สำนักคิดนี้เชื่อว่าการก่อตัวของยุทธศาสตร์เกิดจากการเจรจาต่อรอง หรือความร่วมมือในการยึดตำแหน่งที่สำคัญที่สามารถเป็นผู้กำหนดกติกา ภายในองค์กรจะถูกมองรวมเป็นหน่วยเดียวภายใต้ศูนย์อำนาจที่รวมศูนย์ และการรักษาไว้ซึ่งอำนาจเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนดยุทธศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อที่จะคงไว้ซึ่งความเป็นผู้กำหนดกติกา (พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต, 2552)

#### 8. สำนักคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (Cultural School)

สำนักคิดนี้มองยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการสะสมทางวัฒนธรรม (Collective Cultural) สำนักคิดนี้เป็นสำนักคิดที่มีรากฐานความคิดจากมานุษยวิทยา (Anthropology) จะเน้นการก่อตัวของยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการของความร่วมมือที่จะสร้างมุมมองร่วมขององค์กร (Collective Perspective) เพื่อให้เกิดอุดมการณ์และค่านิยมร่วมกัน โดยมีความเชื่อว่าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ขององค์กรจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อยุทธศาสตร์และวิธีการดำเนินงานที่ได้กำหนดขึ้นได้กลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร (ไพบูลย์ โพธิ์สุวรรณ, 2551)

#### 9. สำนักคิดที่เน้นสภาพแวดล้อมขององค์กร (Environmental School)

สำนักคิดนี้มองยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการปรับตัวทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Reaction) สำนักคิดนี้มีฐานคิดบนความเชื่อว่าการก่อตัวของยุทธศาสตร์มีลักษณะเป็นเชิงการพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อม ดังนั้น ในสำนักคิดนี้จึงให้ความสำคัญต่อสภาวะแวดล้อมว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ ส่วนความเป็นผู้นำขององค์กรนั้นไม่มีบทบาทที่สำคัญ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์จึงไม่มีความแน่นอนและไม่มีทางเดียวที่สุด (One Best Way) เพราะไม่สามารถควบคุมหรือมีวิธีการในการหยุดยั้งสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ (Mintzberg et al, 1998)

#### 10. สำนักคิดที่เน้นการเปลี่ยนรูปองค์กร (Configuration School)

สำนักคิดนี้มองยุทธศาสตร์ คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงระบบ (Transformation) สำนักคิดนี้มีฐานคิดที่ว่าหากองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะตัว มีภาวะที่ถูกรบกวนก็จะมีกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนรูปไปสู่อีกลักษณะหนึ่ง และองค์กรจะคงรูปอยู่ในลักษณะที่เปลี่ยนรูปได้ในระยะหนึ่ง แต่เมื่อมีภาวะที่ถูกรบกวนก็จะมีเปลี่ยนรูปไปอีก ไม่มีที่สิ้นสุด การกำหนดยุทธศาสตร์ในรูปแบบนี้จะเน้นเรื่องการคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะตัวขององค์กรให้ได้ และเน้นเรื่องการปรับตัวให้สามารถดำรงอยู่ได้หากมีภาวะรบกวน ในสำนักคิดนี้เป็นการผสมผสานรูปแบบต่าง ๆ ของการก่อตัวของยุทธศาสตร์สองกลุ่มแรกดังกล่าวข้างต้น มาใช้เป็นกรณีเพื่อให้เกิดกระบวนการที่เหมาะสมกับกรณีเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (ไพบูลย์ โพธิ์สุวรรณ, 2551)

### ประโยชน์ของยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ดีมีประโยชน์ คือ

1. ช่วยทำให้ผู้บริหารของแต่ละหน่วยงานหันมาให้ความสนใจอย่างแท้จริงในเรื่องขององค์กรมากขึ้น

2. กระตุ้นให้ผู้บริหารทราบถึงปัญหาอุปสรรคตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นและเตรียมหามาตรการรองรับไว้ล่วงหน้าเป็นการลดความเสี่ยงและความเสียหาย

3. ช่วยทำให้ผู้บริหารเข้าใจในธรรมชาติของการดำเนินงานอย่างชัดเจนขึ้นและมองเห็นภาพของการพัฒนา

4. ช่วยให้การกำหนดวัตถุประสงค์ แผนงาน โครงการและการใช้ทรัพยากรขององค์กร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างสมาชิกขององค์กรและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับทิศทางการดำเนินงาน ตลอดจนความคาดหวังต่าง ๆ

6. ช่วยก่อให้เกิดการประสานงานและบูรณาการทางความคิดการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการผนึกกำลังภายในองค์กร

ดำรงค์ วัฒนา (ม.ป.ป.) กล่าวว่า ประโยชน์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ มีดังต่อไปนี้

1. กำหนดอนาคตที่มุ่งหวัง เป็นอนาคตขององค์กรร่วมกัน
2. สื่อสารเป้าประสงค์ถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. สร้างความผูกพันต่อทิศทางองค์กร
4. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพที่จัดตามลำดับความสำคัญ
5. การติดตามความก้าวหน้า
6. สร้างฉันทามติของทิศทางองค์กร
7. มีจุดมุ่ง (Focus) ชัดสู่ความสัมฤทธิ์ของประสิทธิผล
8. เชื่อมประสานผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ
9. สร้างทีมที่เข้มแข็งในการขจัดปัญหา
10. สร้างการยึดโยงองค์กรเข้าด้วยกัน

กล่าวโดยสรุป การวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการแบ่งสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผลเป็นเครื่องมือสำคัญในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

#### การประเมินยุทธศาสตร์

สุวิมล ติรกานันท์ (2551) กล่าวว่า มาตรฐานการประเมินเป็นเครื่องมือใช้ในการประเมินแผนงานและโครงการองค์กรประกอบด้วย 4 มาตรฐานย่อย คือ

1. มาตรฐานการนำไปใช้ประโยชน์ประกอบด้วยมาตรฐานที่กล่าวถึงเงื่อนไขการประเมิน การที่นำไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางที่บอกถึงประเด็นที่เกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้ผลการประเมิน ความน่าเชื่อถือของผู้ประเมิน ขอบเขตและการเลือกใช้ข้อมูลความชัดเจนของการแปลผล ความชัดเจนของการเขียนรายงาน การเผยแพร่รายงาน การรายงานผล การประเมินผล ตามระยะเวลาที่กำหนดและผลกระทบจากการประเมิน

2. มาตรฐานความเป็นไปได้ ประกอบด้วย มาตรฐานเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการที่จะดำเนินโครงการประเมินเป็นการพิจารณานับตั้งแต่เทคนิควิธีการที่ใช้ไปจนถึงค่าใช้จ่ายในการประเมิน ประกอบด้วยประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการเทคนิคที่ใช้ในการปฏิบัติ บรรยากาศการเมืองในองค์กร ประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่าย

3. มาตรฐานความเหมาะสม ประกอบด้วย มาตรฐานเกี่ยวกับด้านความเหมาะสม เนื่องจากผลการประเมินมีผลต่อโครงการและแผนงานที่จะนำลงไปสู่ภาคปฏิบัติให้มีความเหมาะสมกับสภาพความต้องการของบุคคลในองค์กร

4. มาตรฐานความถูกต้อง ประกอบด้วย มาตรฐานเกี่ยวกับความถูกต้องเป็นการกล่าวถึงวิธีการประเมินในแต่ละขั้นตอนที่จะทำให้มั่นใจว่าการประเมินมีความแม่นยำถูกต้อง ประกอบด้วยประเด็นเกี่ยวกับการอธิบายถึงสิ่งที่ถูกประเมินการวิเคราะห์บริบทการอธิบายวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการอธิบายแหล่งข้อมูล คือ ความตรงของการวัดความเที่ยงของการวัดการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การสรุปผลอย่างมีหลักการความชัดเจนในการรายงานผล

### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ จากแนวคิดที่ว่าอาหารประจำถิ่นเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับท้องถิ่น จากกระบวนการสืบค้นรากเหง้าภูมิปัญญาและความร่วมมือทำให้คนในท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าสร้างมูลค่าจากวิถีไทย และอาหารประจำถิ่น (สาธิตา สุกุลรัตน์กุลชัย และกรรณิกา สงวนสินธุกุล, 2563)

### นियามการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การนิยามการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีหลายลักษณะ เช่น Food Tourism ซึ่งเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร Culinary Tourism หรือ Gourmet Tourism ซึ่งหมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจอาหารอย่างเฉพาะเจาะจงเข้าร่วมการประกอบอาหาร และ Gastronomy Tourism ซึ่งมองความสนใจของนักท่องเที่ยวเรื่องอาหารเป็นภาพรวม โดยรวมองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น (สาธิตา สกุลรัตนกุลชัย และกรรณิกา สงวนสินธุกุล, 2563) ซึ่งมีนักวิชาการที่ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังต่อไปนี้

Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, and Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อน รวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้าด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัสทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว

Shalini & Duggle (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจนและมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศและส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการ

Pullphothong & Sopa (2012) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์จากอาหารในพื้นที่หรือในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นให้คนเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยเฉพาะการได้รับประทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญเท่ากับสถานที่พักและทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ในแต่ละพื้นที่เป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการ รวมถึงอาหารที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว

World Tourism Organization (2012) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน

3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน ดังนั้น อาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทางและเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2559) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร หรือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าของ บ้านที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำและลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

National Geographic ฉบับภาษาไทย (2562) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามากกว่าแค่การตักกินอาหารเด็ดเมนูดังตามแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงการผลิต (เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เยี่ยมชมแหล่งผลิตแบบพื้นถิ่น) ไปจนถึงขั้นหลังการบริโภค (เช่น การผลิตสินค้าที่ระลึกเพิ่มมูลค่า หรือแม้แต่การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง) ด้วยความต่อเนื่องนี้จะเป็นโอกาสอันดีให้นักท่องเที่ยวได้เติมเต็มประสบการณ์และสัมผัสกิจกรรมท่องเที่ยวอันหลากหลายที่เกี่ยวเนื่องมาจากอาหาร ซึ่งจะยังประโยชน์ให้เกิดกับสังคมเศรษฐกิจของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จากคำนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลินและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร โดยการนำอาหารพื้นถิ่นและวิถีวัฒนธรรมทางด้านอาหารมาส่งเสริมหรือจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดเทศกาลอาหาร การจัดประเพณีวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหาร การเยี่ยมชมแหล่งผลิตอาหาร การทดลองทำอาหาร และการชิมอาหาร เพื่อเรียนรู้ถึงวัตถุดิบและวิธีการทำอาหาร รวมถึงวิถีวัฒนธรรมของอาหารพื้นถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่

#### 4 เสาหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

National Geographic ฉบับภาษาไทย (2562) ได้กล่าวถึง 4 เสาหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้

##### 1. Farming System

การเดินทางเริ่มต้นจากแหล่งกำเนิดอาหาร แปลงผัก สวนผลไม้ บ้านไร่ หรือท้องนา ในแนวทางเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของอาหารต่อสุขภาพและการกินดีมีสุข

## 2. Story of Food

คุณค่าของเรื่องราวเบื้องหลังที่ทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ อาหารหนึ่งจานรวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหาร ล้วนแต่เป็นการสร้างสรรค์ความดีมีค่าให้เกิดการลิ้มรสอาหาร อาหารจึงเป็นมากกว่าอาหารเสมอ

## 3. Creative Industries

อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทุนมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาหารได้ทั้งสิ้น เพราะการนำเสนออาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สะท้อนวิถีชีวิต รสนิยม และทิศทางของอาหารตามยุคสมัย นับตั้งแต่ภาชนะที่ใส่อาหาร ไปจนถึงนวัตกรรมด้านอาหาร รางวัลด้านอาหาร ดนตรี การแสดง วรรณกรรม ที่ล้วนสามารถทำให้อรรถรสของอาหารเป็นได้มากกว่าอิม็ทอ้ง แต่สร้างสรรค์ให้อิม็ทอ้ง สมอง อิม็ตา และอิม็ใจ

## 4. Sustainable Tourism

ผลักดันการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานของการท่องเที่ยว อนุรักษ์ ส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดความคงอยู่ของความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การปกป้องมรดกทางอาหารของท้องถิ่น ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งและยั่งยืนแก่ผู้มาเยือน

### รูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. Food Tours เป็นรูปแบบของการทำโปรแกรมทัวร์ให้นักท่องเที่ยวเลือก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสรสชาติอาหาร ท้องถิ่นเรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและเครื่องดีมีค่าของแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้นำเที่ยวอธิบายสิ่งต่าง ๆ และบางครั้งอาจจะมีคู่มือกิจกรรมหรือปฏิบัติร่วมด้วย

2. Food Festival หรือ เทศกาลอาหาร ที่จัดขึ้นในแต่ละพื้นที่ โดยส่วนมากจะเป็นรายปีแต่อาจจะมีปีละมากกว่า 1 ครั้งก็ได้ เทศกาลอาหารส่วนใหญ่จะใช้อาหาร วัตถุดิบ หรือประเภทของอาหารมาจัดเป็นรายการหลักของเทศกาลจุดประสงค์ของ เทศกาลอาหารนั้นมีหลากหลาย แต่โดยส่วนมากแล้วคือการทำให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมผ่านการเฉลิมฉลอง และในบางครั้งจะจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต

3. Cooking Vacation คือ การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อศึกษาเรียนรู้ถึงวิธีการทำอาหารของแต่ละท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทนี้ส่วนมากจะมีความสนใจในอาหารของท้องถิ่นนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะสามารถทำอาหารเหล่านั้นด้วยตนเองได้เมื่อพวกเขาเดินทางกลับบ้าน

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Matthew J. Stone et al. (2017) ได้ทำการศึกษาวิจัยและให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถทำให้เกิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สมบูรณ์แก่นักท่องเที่ยวได้ สามารถกล่าวได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบไปด้วย การมีส่วนร่วมของอาหารและเครื่องดื่ม (Particular Food Or Drink) สถานที่ตั้งและการจัดการพื้นที่ (Location or Setting) ผู้ที่มีประสบการณ์ร่วมกัน (Companions) โอกาสพิเศษ (Occasion) และองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว (Touristic Elements) ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบได้ดังต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมของอาหารและเครื่องดื่ม (Particular Food or Drink) เป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งคำว่าอาหารจากที่กล่าวไม่ได้หมายความว่าแค่ผลิตภัณฑ์อาหารเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงเครื่องดื่ม และของหวานอีกด้วย ซึ่งที่มาของอาหารและเครื่องดื่มสามารถเป็นได้ทั้งอาหารที่เป็นอาหารดั้งเดิม (Authentic Foods) เป็นอาหารที่มีความเป็นต้นตำรับจะมีการทำโดยใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิต หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารชนิดนั้นด้วยวิธีการดั้งเดิมเป็นแบบอย่างที่ยุคแรกเริ่มได้ทำเพื่อรักษามาตรฐานอาหารและความเป็นเอกลักษณ์ด้านรสชาติอาหาร ประเภทที่มาของอาหารอีกประเภท คือ อาหารท้องถิ่น (Local Foods) เป็นอาหารที่มาจากกลุ่มชุมชนส่วนมากจะเป็นอาหารที่สามารถสร้างความทรงจำทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้โดยการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว เช่น ซูชิในโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น พิซซาที่ซิดนีย์ หรือต้มยำกุ้งของประเทศไทย เป็นต้น

2. สถานที่ตั้งและการจัดการพื้นที่ (Location or Setting) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เกิดในพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ในความคุ้นเคยของนักท่องเที่ยว ดังนั้น องค์ประกอบนี้จึงมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว โดยในการสร้างประสบการณ์นั้น ๆ มีการเกิดขึ้นที่ใด สถานที่ตั้งสามารถเกี่ยวข้องได้ทั้งลักษณะของร้านอาหาร การจัดร้านอาหาร หรือแม้แต่สิ่งแวดล้อมรอบนอกร้านอาหาร ในส่วนของการจัดการพื้นที่ตั้งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการ

ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างภาพจำให้นักท่องเที่ยวได้ โดยสามารถทำได้โดยการสร้างจุดเด่นของการจัดองค์ประกอบร้านอาหารหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ จุดเด่น หรือสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายถึงพื้นที่ทางการท่องเที่ยวทางอาหารได้เช่นกัน

3. ผู้ที่มีประสบการณ์ร่วมกัน (Companions) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมหรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการพบปะ ทำกิจกรรมร่วมกันกับคนอื่นไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือคนในชุมชน ซึ่งในการพบปะกับนักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนคนอื่น ๆ จะสามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำมากยิ่งขึ้นจากการได้พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน หรือประสบการณ์ที่น่าจดจำที่สามารถทำได้จากการทำกิจกรรมร่วมกัน

4. โอกาส (Occasion) จะเป็นโอกาสพิเศษสำหรับการเดินทาง เช่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อฮันนีมูน การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อฉลองครบรอบ การเดินทางเพื่อการฉลองวันเกิด เป็นต้น โดยประเภทของการท่องเที่ยวดังกล่าวจะมีการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและอาหารเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากประเภทของการท่องเที่ยวดังกล่าวที่จัดว่าเป็นโอกาสพิเศษแล้วการเดินทางไปเยี่ยมชมงานเทศกาล การเดินทางไปเพื่อเข้าร่วมประกอบการทำอาหาร หรือการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ถือว่าเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เป็นโอกาสพิเศษเช่นกัน

5. องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว (Touristic Element) นอกเหนือจากลักษณะทางกายภาพที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวได้แล้วโครงสร้างทางสังคม และความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมยังสามารถทำได้เช่นกัน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์และสร้างหัวข้อที่มีความเกี่ยวข้องออกมาอธิบายสิ่งที่จำเป็นต่อองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้ การพบเจอความใหม่ (Novelty) การคงอยู่ของเอกลักษณ์หรือการคงความดั้งเดิมเอาไว้ (Authenticity) การสร้างความทรงจำ (Nostalgia) ความหลากหลาย (Variety) และสุขารมณ์นิยม (Hedonism) จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของ Matthew J. Stone et al (2017).

Food/Drink	Location/ Setting	Companions	Occasion	Touristic Elements
WHAT food or drink was experienced?	WHERE did the food or drink experience occur?  Famous or iconic restaurant	WHO participated in the experience?	WHEN did the Experience occurs?	WHY did the experience occur?
Local foods, Authentic foods, Novel foods, Unusual or bizarre foods, Variety of foods, Wine and beer, Service quality	Trendy restaurant, Theme restaurant, Local or authentic restaurant, Setting or view, Outdoor dining, Other locations (bars, wineries, breweries, etc.), Street food, Homes	Spouse/partner, Other family members or friends, Locals, Meeting new people	Special occasion, Food/Culinary travel experience (festival, cooking class, etc.)	Special occasion, Food/Culinary travel experience (festival, cooking class etc.)

## แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2559) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ จากการเปลี่ยนแปลงจำนวนและโครงสร้างของประชากร เช่น จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว โดยแนวโน้มของกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะที่ต้องการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมทางด้านอาหาร

2. กระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม-วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ได้แก่ การอนุรักษ์ ไม่ทำลายและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเคารพต่อสังคมและวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวแก่คนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถตอบสนองความยั่งยืน ทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม สังคม-วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดยนักท่องเที่ยวจึงได้มีโอกาสในการสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอาหารของท้องถิ่น

3. การแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความสนใจที่จะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์และคุณค่าของสินค้าหรือการบริการ นอกจากความมีชื่อเสียง โดยเฉพาะลักษณะที่มีความเฉพาะเจาะจงของท้องถิ่น เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงวิถีวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิต เช่น วิถีวัฒนธรรมทางด้านอาหาร เป็นต้น

4. การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน นิยมใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เป็นหลักในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงร้านอาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น แหล่งผลิตอาหารที่เป็นแหล่งกำเนิดของอาหารนั้น ๆ การจัดงานหรือเทศกาลด้านอาหารต่าง ๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็นและการแนะนำอาหาร

5. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ซึ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการเดินทางมากขึ้น ได้แก่ ความต้องการความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเติมความสุขทาง

ความรู้สึก สัมผัสประสบการณ์การกินอาหาร ความต้องการสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสกับรากเหง้าของอาหารในชนบทและวิธีการผลิตอาหาร รวมถึงการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการแสดงความแตกต่างโดดเด่นและความเป็นตัวตนในด้านการรับประทานอาหาร (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2559)

### โอกาสและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย

ด้วยความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย จากความนิยมในปัจจุบันทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยส่งเสริมให้เศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและภาคการเกษตรจากวัตถุดิบต่าง ๆ ในโลกปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยการใช้สื่อออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการส่งเสริมแนะนำ และสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ อีกด้วย ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยมีโอกาสและข้อจำกัด (พรรณี สวนเพลง และคณะ, ม.ป.ป.) ดังนี้

1. ไทยมีต้นทุนเป็นที่รู้จักของโลกทั้งทางด้านเป็นแหล่งวัตถุดิบที่เป็นอู่อ่าน้ำของภูมิภาค วัตถุดิบอาหารไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น ข้าวหอมมะลิ อาหารทะเล และผลไม้ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ อาทิ ทูเรียน ที่เป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน มังคุดที่เป็นที่ชื่นชอบของคนญี่ปุ่น เป็นต้น
2. การส่งเสริมการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับกระแสสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ
3. ขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จัก
4. ขาดการเชื่อมโยงให้เป็นมูลค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแง่การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว
5. ควรมีการจัดเทศกาลอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
6. ควรมีการศึกษาและวางระบบส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างจริงจังสอดคล้องกับโครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก
7. ส่งเสริมการเชื่อมโยงอาหารไทยสู่ ASEAN Culinary

## แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านอาหาร

สหประชาชาติได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals หรือเรียกสั้น ๆ ว่า SDGs) ที่ถูกนำมาใช้ในปี พ.ศ. 2558 โดยเป้าหมายที่สำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ การเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในด้านการเกษตรและระบบอาหารเพื่อยุติความหิวโหยและบรรลุความมั่นคงด้านอาหารและปรับปรุงโภชนาการให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2573

ดังนั้น ระบบอาหารทั่วโลกจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและคำนึงถึงกลุ่มคนที่ยากจนและด้อยโอกาส สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน และการส่งมอบอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการสำหรับทุกคน นี่เป็นความท้าทายเชิงระบบที่มีความซับซ้อนที่ต้องการการทำงานที่เชื่อมโยงกันทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับโลก (Thailand Sustainable Food Systems, 2022)

### ความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านอาหาร

การเปลี่ยนแปลงระบบอาหารทางโครงสร้างอย่างรวดเร็วทำให้เกิดความท้าทายเพิ่มขึ้นและอาจจะเป็นไปได้ที่จะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารและภาวะโภชนาการ รวมถึงอาหารที่ผ่านกระบวนการแปรรูป อาหารที่มีแคลอรีสูงและมีคุณค่าทางโภชนาการต่ำกำลังกลายเป็นที่นิยมเพราะว่าสามารถหาซื้อได้ง่าย

ผู้ผลิตรายย่อยและวิสาหกิจเกษตรถูกจำกัดการเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพ วิกฤตการสูญเสียอาหารและขยะอาหารที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก อัตราที่เพิ่มขึ้นของกรณีความปลอดภัยทางอาหารและประเด็นเรื่องสุขภาพของคนและสัตว์ การเพิ่มขึ้นของรอยเท้าคาร์บอน (Carbon Footprint) ในภาคการผลิตอาหาร การใช้พลังงานและทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นการทำความเข้าใจระบบอาหารที่มีความหลากหลายให้ดีขึ้นจึงเป็นเรื่องสำคัญเพื่อให้แน่ใจว่า ระบบดังกล่าวพัฒนาไปในทิศทางที่ดี มีผลกระทบในเชิงลบน้อยที่สุด และเพิ่มการมีส่วนร่วมและขยายการสนับสนุนให้มากที่สุด (Thailand Sustainable Food Systems, 2022)

### ข้อจำกัดของการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านอาหารและความมั่นคงทางอาหาร

วิธีการแก้ไขปัญหาในระบบอาหารและภาวะโภชนานับว่าเป็นเรื่องที่ทำนายเป็นอย่างยาก เนื่องจากการทำงานของแต่ละภาคส่วนยังคงทำงานแยกกันและไม่ทราบขอบเขตของการทำงาน การ

ที่เราจะแก้ปัญหาได้นั้นต้องมีการทำงานร่วมกันของผู้ที่มีส่วนได้เสียทั้งหมดในภาคการผลิตอาหาร ไม่ว่าจะเป็นในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับโลก นอกจากนี้เรายังต้องคำนึงถึงมิติอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากภาคเกษตรกรรม เช่น ด้านการค้า ด้านนโยบายสุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการศึกษา ด้านความเท่าเทียมของเพศ การขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานและอื่น ๆ ฯลฯ

แผนการสร้างความมั่นคงทางอาหารแบบเดิมจะมุ่งเน้นไปที่การผลิตโดยส่วนใหญ่โดยไม่คำนึงถึงมิติอื่น ๆ ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อความมั่นคงทางอาหาร ในโลกนี้มีบางพื้นที่ โดยเฉพาะประเทศในแอฟริกาทางตอนใต้ของทะเลทรายซาฮารา (Sub-Saharan African) ที่การผลิตอาหารไม่เพียงพอได้ส่งผลความมั่นคงทางอาหารและภาวะโภชนาการ อย่างไรก็ตามระบบอาหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในทศวรรษที่ผ่านมาซึ่งที่ความซับซ้อนที่กระทบต่อความมั่นคงทางอาหารและภาวะโภชนาการ การมุ่งเน้นไปที่การผลิตอย่างเดียวได้นำไปสู่การละเลยในการคำนึงถึงมิติอื่น ๆ และกลายเป็นสาเหตุเริ่มต้นของระบบอาหารที่มีประสิทธิภาพต่ำและเป็นจุดสำคัญที่นำไปสู่ผลกระทบที่ใหญ่ที่สุด มากไปกว่านั้นการทำงานร่วมกันในระบบอาหารที่มีการแทรกแซงโดยตรงในพื้นที่หนึ่งเสี่ยงต่อการสร้างหรือทำให้ปัญหารุนแรงขึ้นในอีกพื้นที่หนึ่ง

เมื่อไม่นานมานี้ มีแนวทางใหม่ ๆ ในการสร้างความมั่นคงทางอาหารที่ใช้แนวคิดเชิงระบบได้เกิดขึ้นและได้รับความสนใจ เช่น การพัฒนาแนวทางห่วงโซ่คุณค่าในการตลาด (The Value Chain) โดยใช้ความคิดเชิงระบบในการทดสอบวิธีที่คุณค่าถูกสร้างขึ้น ไม่ใช่เฉพาะแค่ผู้ผลิต แต่ยังรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียคนอื่นเช่น คนงาน รัฐบาล และผู้บริโภค ที่สำคัญการพัฒนาแนวทางห่วงโซ่คุณค่าในการตลาดนี้เน้นไปที่การวิเคราะห์ทางระบบและการแทรกแซงเชิงบูรณาการเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของห่วงโซ่ อย่างไรก็ตามวิธีนี้เน้นไปที่สินค้าโภคภัณฑ์เฉพาะเพียงอย่างเดียวจึงทำให้มีแนวโน้มที่จะมองข้ามการพึ่งพากันของห่วงโซ่อื่น ๆ เกษตรกรโดยเฉพาะที่เป็นรายย่อยมักผสมผสานการปลูกพืชที่หลากหลายกับการทำปศุสัตว์ การทำประมงและ/หรือกิจกรรมด้านป่าไม้ ภาวะทางโภชนาการของผู้บริโภคจึงขึ้นอยู่กับอาหารซึ่งมาจากสินค้าโภคภัณฑ์หลายชนิด ดังนั้นการที่จะประสบความสำเร็จในการทำให้เกิดผลกระทบวงกว้างจำเป็นต้องมีการมองปฏิสัมพันธ์ห่วงโซ่คุณค่าอาหารทั้งหมดในระบบอาหาร

อีกแนวทางที่ได้กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นคือ ระบบตลาด โดยการคำนึงว่าตลาดเป็นระบบที่ปรับตัวได้เพื่อที่จะนำข้อจำกัดด้านระบบไปสู่การเชื่อมต่อทางตลาดซึ่งสามารถกระทบห่วงโซ่คุณค่าได้หลายอย่าง (เช่น พัฒนาการเชื่อมต่อระหว่างชาวนากับบริการทางการเงินให้แข็งแกร่งมากขึ้น)

ในขณะที่แนวทางระบบตลาดสามารถเอาชนะข้อจำกัดของแนวทางห่วงโซ่คุณค่าในการตลาด (ที่ทำได้กับห่วงโซ่เดียวในช่วงเวลานั้น ๆ) ได้ แนวทางระบบตลาดนี้มีแนวโน้มที่จะจำกัดอยู่ที่ตลาดเดียวซึ่งก็เหมือนกับแนวทางห่วงโซ่คุณค่าในการตลาด

### โครงสร้างระบบอาหาร: การพัฒนาระบบอาหารที่ยั่งยืน

เพื่อให้การพัฒนาระบบอาหารที่ยั่งยืนประสบความสำเร็จ ความยั่งยืนจะถูกตรวจสอบอย่างครอบคลุมทุกมิติ คือด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 2 การพัฒนาระบบอาหารที่ยั่งยืน (Thailand Sustainable Food Systems, 2022)

ในมิติทางเศรษฐกิจ ระบบอาหารจะมีความยั่งยืนถ้ากิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้เกี่ยวข้องในระบบอาหารแต่ละราย หรือผู้ให้บริการสนับสนุนสามารถทำงานในเชิงพาณิชย์ได้ กิจกรรมที่เกิดขึ้นควรสร้างประโยชน์หรือเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (ค่าแรงสำหรับคนงาน ภาษีสำหรับรัฐบาล ผลกำไรสำหรับองค์กร และการปรับปรุง แหล่งอาหารสำหรับผู้บริโภค)

ในมิติทางสังคม ระบบอาหารจะมีความยั่งยืนเมื่อมีความเท่าเทียมในการกระจายมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยคำนึงถึง กลุ่มที่มีความเสี่ยงโดยจำแนกตามเพศ อายุ เชื้อชาติ และอื่น ๆ หลักการ

พื้นฐานคือกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับระบบอาหารจำเป็นต้องมีส่วนร่วมเพื่อความก้าวหน้าของผลลัพธ์ทางสังคม – วัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น โภชนาการและสุขภาพ ประเพณี สภาพแรงงาน และ สวัสดิภาพสัตว์

ในส่วนของมิติด้านสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนจะถูกพิจารณาโดยการทำให้นับได้ว่าผลกระทบของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระบบอาหารที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติจะต้องเป็นกลางหรือไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยนำความหลากหลายทางชีวภาพ น้ำ ดิน สัตว์และพืช รอยเท้าคาร์บอน การสูญเสียอาหาร การลดขยะอาหาร และความเป็นพิษมาพิจารณา

### เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและดัชนีการพัฒนายั่งยืนด้านอาหาร

ดัชนีการพัฒนายั่งยืนด้านอาหาร สร้างขึ้นโดย Economist Intelligence Unit และ Barilla Center for Food & Nutrition เป็นเครื่องมือที่ออกแบบมาเพื่อเน้นนโยบายระหว่างประเทศ และแนวทางปฏิบัติที่ดีที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งของโลกและ SDGs สำคัญสำหรับอาหาร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เมืองยั่งยืน การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน สุขภาพ ความเท่าเทียมกัน ทางเพศการศึกษาและโครงสร้างพื้นฐาน

Indicator	Corresponding SDGs
Food loss and waste	
Pre-consumption level food loss	12, 2, 15
End-user level food waste	12, 2, 15
Sustainable agriculture	
Water	6, 12, 14
Land use	8, 9, 10, 12, 13, 15
Biodiversity	3, 9, 15
Human capital	8, 9, 4, 15
GHG emissions (air)	13, 15, 11, 12, 7
Hunger and obesity	
Life quality	1, 2, 3
Life expectancy	3, 4
Dietary patterns	1, 3

ภาพที่ 3 ดัชนีการพัฒนายั่งยืนด้านอาหาร

ดัชนีการจัดอันดับประเทศในเรื่องความยั่งยืนของระบบอาหาร ยึดหลักสามประการ คือ การสูญเสียอาหารและขยะอาหาร การเกษตรแบบยั่งยืน และความท้าทายทางโภชนาการ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความยั่งยืนได้จากการใช้ตัวชี้วัดต่าง ๆ ทั้งหมด 58 ตัว

### UN Food Systems Summit

การประชุม UN Food Systems Summit เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2564 ซึ่งเป็นการประชุมระดับสำคัญด้านระบบอาหาร จึงเรียกร้องให้เกิดการปฏิรูประบบอาหารในหลายประการเพื่อปรับเส้นทางสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งมิติการยุติความหิวโหย (#SDG2) การขจัดความยากจน (#SDG1) การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (#SDG13) และความเหลื่อมล้ำ (#SDG10)

นอกจากนี้แล้วยังมีการเสนอรอบแนวทางการสร้างจุดเปลี่ยน (Game Changing Propositions) เพื่อขับเคลื่อนสู่การสร้างระบบอาหารของโลกที่ยั่งยืน โดยมีการจัดส่งรายงานการหารือของประเทศ (National Dialogues) จำนวน 58 ประเทศ จากทั้งหมด 70 ประเทศ และมีหน่วยงานอิสระจัดส่งรายงานการหารือ (Independent Dialogues) จำนวน 118 หัวข้อจากทั้งหมด 198 หัวข้อ โดยฝ่ายเลขานุการ ได้สังเคราะห์ข้อมูลจากรายงานซึ่งข้อเสนอแนะกว่า 167 ไอเดีย มาจัดทำข้อสรุปกรอบแนวทางการสร้างจุดเปลี่ยน (Game Changing propositions) เพื่อขับเคลื่อนระบบอาหารสู่ความยั่งยืน โดยแบ่งตาม 5 สาขา (Action Tracks) โดยแต่ละสาขาจะประกอบด้วย 3-5 ประเด็นเร่งด่วน ได้แก่ (Office of Agricultural Affairs - Royal Thai Embassy - Rome, 2564)

Action Track 1: Ensure Access to Safe and Nutritious Food for All “การเข้าถึงอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางโภชนาการ” - Reducing Hunger; Increasing Access to, and Desirability of, Nutritious Foods; and Make Food Safer

Action Track 2: Shifting to sustainable consumption patterns “การปรับเปลี่ยนวิถีการบริโภคเพื่อความยั่งยืน” - Food Environment; Food Demand; Food Waste; Cross Cutting Solution; and Cross Cutting Lever on Gender

Action Track 3: Boosting nature-positive production at sufficient scales “การส่งเสริมระบบการผลิตที่เพียงพอและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” - Protect; Manage; and Restore

Action Track 4: Advancing equitable livelihoods and value distribution “การส่งเสริมความเป็นอยู่ที่เหมาะสมและการกระจายความเท่าเทียม” - Strengthening Agency; Inclusive Policies; and Multi-dimensional Welfare and Access

Action Track 5: Building resilience to vulnerabilities, shocks, and stress “การสร้างระบบอาหารที่ความยืดหยุ่นปรับตัวได้ในทุกวิกฤต” - Food Systems Resilience; Universal Food Access to build resilience; and Climate Resilience Pathways to Food System Transformation

ทั้งนี้ ผู้แทนพิเศษของเลขาธิการสหประชาชาติในประเด็นการประชุม Food Systems Summit ย้ำว่า ระบบอาหารของเราทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับโลก เป็นศูนย์กลางสำคัญที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย SDGs แต่จะต้องเกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากฐานรากเสียก่อน โดยอาศัยวิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ ที่จะช่วยผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงประชากรทั้งหมดได้โดยไม่ทำลายโลก กล่าวคือ จะต้องเป็นการผลิตและบริโภคอาหารอย่างยั่งยืน (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2564)

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คาดว่างานวิจัยนี้จะก่อให้เกิดแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจทุเรียนอย่างยั่งยืน โดยมีการนำหลักการและองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการสร้างรูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และศักยภาพของชุมชนในภาคตะวันออก

2. คาดว่างานวิจัยนี้ส่งผลให้เกิดข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาร่วมกันในระดับพื้นที่และระดับภูมิภาค โดยข้อเสนอเหล่านี้ได้ถูกรวบรวมและนำเสนอแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม ได้แก่ เกษตรกรผู้ประกอบการรายย่อยและรายใหญ่ หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด อาทิจังหวัดท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาชุมชน และเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการขับเคลื่อนนโยบายและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่

## บทที่ 2

### วิธีการดำเนินการวิจัย (Material & Methods)

การศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจฐานรากในภาคตะวันออก จะเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

#### การวิจัยเชิงปริมาณ

##### ประชากร

การวิจัยเชิงปริมาณ ในที่นี้เป็นการสำรวจจากกลุ่มประชากร (Population Survey) ภายในขอบเขตพื้นที่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ ตราด จันทบุรี ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา สระแก้ว ปราจีนบุรี และนครนายก หน่วยในการศึกษาเป็นผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จำนวน 75 คน

ตารางที่ 5 จำนวนและสัดส่วนของประชากรที่เป็นผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออก

จังหวัด	จำนวน	สัดส่วน
จันทบุรี	14	18.70
ฉะเชิงเทรา	2	2.70
ชลบุรี	2	2.70
ตราด	9	12.00
นครนายก	2	2.70
ปราจีนบุรี	16	21.30
ระยอง	26	34.70

จังหวัด	จำนวน	สัดส่วน
สระแก้ว	4	5.30
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารต่าง ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวนิวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออกโดยจะมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวนิวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก

### การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะใช้การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) คือ การให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย
2. ดร.เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ
3. นางสาวชวีรัตน์ สาเสาร์

โดยผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวจะเป็นผู้ตรวจสอบเนื้อหาว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์/ประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาหรือไม่ หลังจากนั้นก็นำความเห็นของผู้วิจัย ซึ่งค่าที่ได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.50 จึงจะถือว่า ข้อคำถามนั้นสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ และมาวิเคราะห์เพื่อประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-objective Congruency Index) ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.70 - 1.00

### กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก
2. เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามมาแปลข้อมูลที่ได้เป็นรหัส พร้อมบันทึกข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การประมวลผลข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้
  - 1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้
  - 1.2 บันทึกข้อมูลที่ป้อนรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์ตามลำดับ
  - 1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
  - 1.4 ประมวลผลข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัย
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้
  - 2.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสวนทุเรียน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ด้วยสถิติความถี่ และค่าร้อยละ
  - 2.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของไลเคิร์ต (Likert's Scale) ที่มีการวัดเป็นระดับ 5 ระดับ คือ ทำเป็นประจำ ทำบ่อย ทำพอควร ทำบ้างบางครั้ง และไม่เลย โดยการเลือกคำตอบแต่ละช่วงคำตอบจะมีความหมาย และจะมีการให้คะแนนแบบสอบถามจะมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถาม
ทำเป็นประจำ	5
ทำบ่อย	4

ทำพอควร	3
ทำบ้างบางครั้ง	2
ไม่เลย	1

สำหรับการสร้างเกณฑ์การตีความ/แปลความหมายแบบสอบถามนั้น คณะผู้วิจัยจะใช้หลักการ (ช่วงเท่า) ซึ่งกำหนดให้ในแต่ละช่วงห่างเท่ากันทั้ง 5 ช่วง ดังนั้น จึงสามารถสร้างเกณฑ์จากการสุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การตีความ
1.00 - 1.80	ทำน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	ทำค่อนข้างน้อย
2.61 - 3.40	ทำปานกลาง
3.41 - 4.20	ทำค่อนข้างบ่อย
4.21 - 5.00	ทำบ่อยที่สุด

2.3 วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของไลเคิร์ต (Likert's Scale) ที่มีการวัดเป็นระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด ค่อนข้างมาก พอประมาณ ค่อนข้างน้อย น้อยที่สุด โดยการเลือกคำตอบแต่ละช่วงคำตอบจะมีความหมาย และจะมีการให้คะแนนแบบสอบถามจะมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ระดับ	เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถาม
มากที่สุด	5
ค่อนข้างบ่อย	4
พอประมาณ	3
ค่อนข้างน้อย	2
น้อยที่สุด	1

สำหรับการสร้างเกณฑ์การตีความ/แปลความหมายแบบสอบถามนั้น คณะผู้วิจัยจะใช้หลักการ (ช่วงเท่า) ซึ่งกำหนดให้ในแต่ละช่วงห่างเท่ากันทั้ง 5 ช่วง ดังนั้น จึงสามารถสร้างเกณฑ์จากการสุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การตีความ
1.00 - 1.80	ปัญหาอุปสรรคน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	ปัญหาอุปสรรคค่อนข้างน้อย
2.61 - 3.40	ปัญหาอุปสรรคปานกลาง
3.41 - 4.20	ปัญหาอุปสรรคค่อนข้างมาก
4.21 - 5.00	ปัญหาอุปสรรคมากที่สุด

2.4 วิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ จะเป็นแบบสอบถามคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือที่นอกเหนือประเด็นที่ระบุในแบบสอบถามได้

## การวิจัยเชิงคุณภาพ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ 3 วิธีการ คือ การศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การสำรวจเอกสาร

1.1. เอกสารชั้นต้น (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ยังไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นข้อมูลดิบ ข้อมูลส่วนนี้ได้จากการเก็บรวบรวมเอกสารที่สำคัญ เช่น ข้อมูลสถานการณ์ทุเรียนในภาคตะวันออก ข้อมูลสถิติตัวเลข ของทางราชการและเอกชน เอกสารหนังสือ ตำรา ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เป็นต้น

1.2 เอกสารชั้นรอง (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้ผ่านการวิเคราะห์มาแล้วระดับหนึ่ง และเพื่อช่วยให้สามารถวิเคราะห์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เอกสารชั้นรองที่สำคัญ เช่น หนังสือพิมพ์ ตำราวิชาการ บทความ งานวิจัย และข้อมูลที่เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์จะใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or Guided Interview) เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหลาย ๆ คน ในการอธิบายข้อค้นพบจากแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ให้เห็นถึงข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก

การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจะมุ่งรวบรวมข้อมูลเพื่อนำข้อมูลมาอ้างอิงและอธิบายในประเด็นต่าง ๆ ของงานวิจัย โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเข้าไปหาข้อมูลในพื้นที่ (Field Research) และสัมภาษณ์จากผู้ที่สามารถให้ข้อมูลหลัก (Key-informants) ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มต่าง ๆ ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก ดังนี้

(1) ผู้ประกอบการในลักษณะธุรกิจการท่องเที่ยวเศรษฐกิจทุเรียนครอบครัว เช่น สวนต่าง ๆ ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปซื้อ เยี่ยมชม และทานทุเรียนและผลไม้ในสวนได้ เป็นต้น

(2) วิสาหกิจชุมชน เช่น บั้ววิโมเดล เป็นต้น

(3) บริษัทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเศรษฐกิจทุเรียนทุเรียน เช่น ทุเรียนแลนด์ สวนสุภัทราแลนด์ เป็นต้น

(4) ทุเรียนคาเฟ่

(5) ผู้จัดการเทศกาลผลไม้

(6) ข้าราชการหน่วยงานองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

(7) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านทุเรียน

3. การสังเกตการณ์ ในที่นี้เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลจากการเฝ้าดูการกระทำ หรือพฤติกรรม ที่ผู้วิจัยสามารถรับรู้ทำความเข้าใจและจดบันทึกเป็นข้อมูลได้ ซึ่งการสังเกตการณ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม

#### การตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) โดยใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบแหล่งบุคคล หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลที่บุคคลผู้ให้ข้อมูลที่มีจุดยืนต่างกัน ข้อมูลที่ได้รับมานั้นเหมือนกันหรือไม่

2. การตรวจสอบโดยเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Methodological Triangulation) คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อทำการรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสาร หรือการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก หรืออาจสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักหลังจากสรุปผลการศึกษา เป็นต้น

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์ เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย มาจัดกระทำให้เป็นระบบและหาความหมาย แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อที่จะนำไปสู่การตีความ (Hermeneutic) โดยผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การจำแนกและจัดระบบข้อมูล เพื่อให้เข้าใจถึงความหมายและความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ โดยผู้วิจัยจะทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล หาแบบแผนความหมายและความสัมพันธ์ ความหลากหลายและความแตกต่างกันของข้อมูลที่รวบรวมมา

2. การเสริมข้อมูลจากการสำรวจเชิงปริมาณให้มีความละเอียดด้วยการพรรณาข้อมูลในเชิงคุณภาพ

### บทที่ 3

## ผลการวิจัย (Results)

การศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก เป็นผลจากการสำรวจด้วยจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จากจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี และนครนายก รวม 8 จังหวัด มีรายละเอียดการศึกษา ดังนี้

### บริบทเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก

ทุเรียนเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่มีความสำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคตะวันออกซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ระยอง ตราด ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว พื้นที่ดังกล่าวถือเป็นแหล่งผลิตทุเรียนหลักของประเทศและของโลก ด้วยสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม ระบบการจัดการสวนที่มีประสิทธิภาพ และประสบการณ์ของเกษตรกร ทำให้ภาคตะวันออกมีศักยภาพในการผลิตทุเรียนที่มีคุณภาพสูง และสามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักของทุเรียนไทย

สถานการณ์ในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่าภาคตะวันออกมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศผ่านอุตสาหกรรมทุเรียน โดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนในภูมิภาคนี้มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น ราคาทุเรียนที่จูงใจ และการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออก อย่างไรก็ตาม ความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมทุเรียนยังนำมาซึ่งความท้าทายด้านความยั่งยืน ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน การจัดการคุณภาพผลผลิต และการแปรรูป

ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เชื่อมโยงกับสวนทุเรียนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทุเรียน ขยายโอกาสทางเศรษฐกิจสู่เกษตรกรและชุมชน และส่งเสริมภาพลักษณ์ของทุเรียนไทยในระดับนานาชาติ การวิเคราะห์สถานการณ์ทุเรียนในภาคตะวันออกจึง

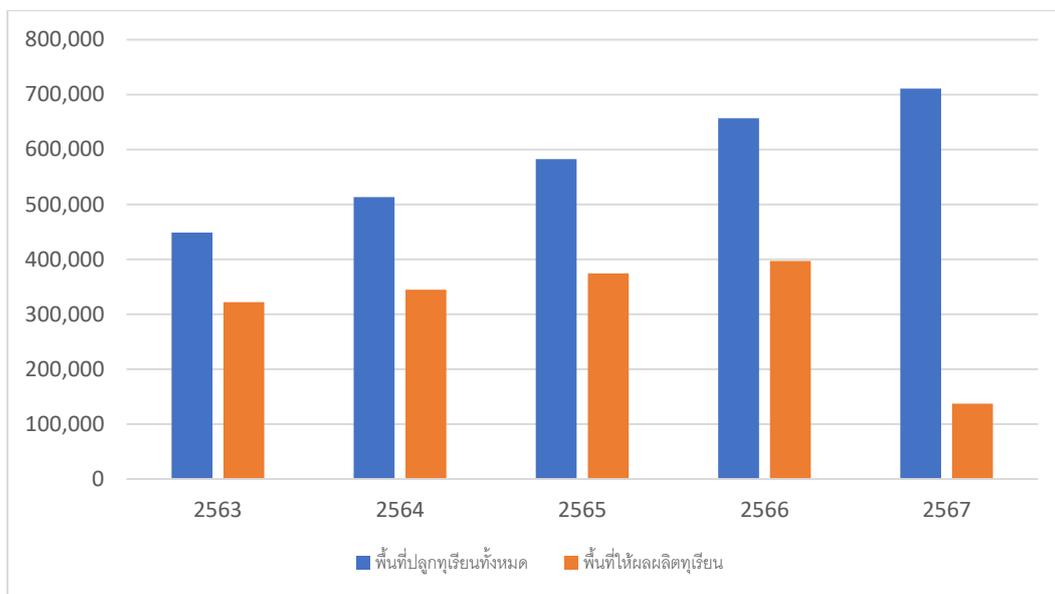
เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568)

### 1. ภาพรวมการปลูกทุเรียนในภาคตะวันออก

ทุเรียนถือว่าเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ที่มีการปลูกมากในภาคตะวันออก โดยมีผลผลิตทุเรียนมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดตราด ดังนี้



ภาพที่ 4 ผลผลิตทุเรียนของภาคตะวันออก



ภาพที่ 5 จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมดและจำนวนพื้นที่ให้ผลผลิตทุเรียนในพื้นที่ภาคตะวันออก ตั้งแต่ พ.ศ. 2563 - 2567

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาข้อมูลพื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมดและพื้นที่ที่ให้ผลผลิตในภาคตะวันออก ระหว่างปี 2563 ถึง 2567 พบว่า พื้นที่ปลูกทุเรียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 448,754 ไร่ ในปี 2563 เป็น 710,723 ไร่ ในปี 2567 สะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของ การปลูกทุเรียนในภูมิภาคนี้อย่างต่อเนื่อง ส่วนพื้นที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของต้นทุเรียนที่มีอายุถึงเกณฑ์การให้ผล โดยจาก 322,278 ไร่ ในปี 2563 เพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2566 ที่ 396,932 ไร่

## 2. พื้นที่การปลูกทุเรียนภาคตะวันออก

จากการภาพรวมของพื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมดในภาคตะวันออก จะเห็นได้ว่า มีจำนวนที่เพิ่มมาจาก 448,754 ไร่ ในปี 2563 เป็น 710,723 ไร่ ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 58.4% ในช่วงเวลา 5 ปี สะท้อนการเติบโตของอุตสาหกรรมทุเรียนในภูมิภาคตะวันออกอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมดของพื้นที่ภาคตะวันออกในปี พ.ศ. 2563-2567

จังหวัด	พื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมด (ไร่)
---------	---------------------------------

	2563	2564	2565	2566	2567
จันทบุรี	307,149	340,457	379,121	420,420	447,356
ฉะเชิงเทรา	-	-	-	0	0
ชลบุรี	766	999	1,537	1,989	2,589
ตราด	50,567	63,709	75,136	94,175	109,160
นครนายก	1,330	1,477	2,108	3,050	3,155
ปราจีนบุรี	3,027	3,265	4,302	5,762	7,468
ระยอง	83,352	101,034	117,753	128,763	138,428
สระแก้ว	-	-	-	0	0
<b>รวม</b>	<b>448,754</b>	<b>513,505</b>	<b>582,522</b>	<b>656,725</b>	<b>710,723</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2563; 2564; 2565; 2566; 2567

จากตารางที่ 6 พื้นที่ปลูกทุเรียนทั้งหมดใน 8 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2563 ถึง 2567 ได้แก่ จันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว พบว่า

1. จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนมากที่สุดในภาคตะวันออกอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นจาก 307,149 ไร่ ในปี 2563 เป็น 447,356 ไร่ ในปี 2567 คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าครึ่งของพื้นที่ปลูกทั้งหมดในภูมิภาค สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทในฐานะแหล่งผลิตทุเรียนหลักของประเทศไทย

2. จังหวัดตราดและระยอง (ลำดับผลผลิตรองลงมาจกจันทบุรี) มีแนวโน้มพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยตราดเพิ่มจาก 50,567 ไร่ (ในปี 2563) เป็น 109,160 ไร่ (ในปี 2567) และระยองจาก 83,352 ไร่ (ในปี 2563) เป็น 138,428 ไร่ (ในปี 2567) ในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของสวนทุเรียนในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3. จังหวัดอื่น ๆ เช่น ชลบุรี นครนายก และปราจีนบุรี มีพื้นที่ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้ากว่าแต่มีการเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนเข้าสู่จังหวัดที่เดิมไม่ใช่แหล่งผลิตหลักอย่างพื้นที่จันทบุรี ระยอง และตราด

4. ส่วนจังหวัดฉะเชิงเทราและสระแก้ว ไม่มีข้อมูลพื้นที่ปลูกในปี 2563-2565 ในฐานะข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร แต่ในการลงพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่า จังหวัดฉะเชิงเทราและสระแก้ว เริ่มมีการให้ผลผลิตบ้างแล้วในช่วงปี 2567

ตารางที่ 7 จำนวนพื้นที่ให้ผลผลิตทุเรียนของพื้นที่ภาคตะวันออกในปี พ.ศ. 2563-2567

จังหวัด	พื้นที่ให้ผลผลิตทุเรียน (ไร่)				
	2563	2564	2565	2566	2567
จันทบุรี	222,830	238,034	259,815	273,648	295,273
ฉะเชิงเทรา	-	0	0	0	0
ชลบุรี	331	388	398	471	633
ตราด	27,683	32,053	37,172	42,591	48,086
นครนายก	584	722	836	1,053	1,301
ปราจีนบุรี	1,905	2,190	2,475	2,665	2,903
ระยอง	66,382	68,555	71,104	73,938	81,365
สระแก้ว	-	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>322,278</b>	<b>344,506</b>	<b>374,365</b>	<b>396,932</b>	<b>137,302</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2563; 2564; 2565; 2566; 2567

จากตารางที่ 7 พื้นที่ให้ผลผลิตทุเรียนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 พบว่า

1. จังหวัดจันทบุรี ยังคงมีพื้นที่ให้ผลผลิตมากที่สุด โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 222,830 ไร่ ในปี 2563 เป็น 295,273 ไร่ ในปี 2567 ทำให้จันทบุรีเป็นพื้นที่หลักของการผลิตทุเรียนของประเทศ
2. จังหวัดระยองและตราด มีพื้นที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยระยองเพิ่มจาก 66,382 ไร่ (ปี 2563) เป็น 81,365 ไร่ (ปี 2567) และตราดเพิ่มจาก 27,683 ไร่ (ปี 2563) เป็น 48,086 ไร่ (ปี 2567)

3. จังหวัดขนาดเล็ก เช่น ชลบุรี นครนายก และปราจีนบุรี แม้จะมีพื้นที่ให้ผลผลิตน้อยกว่า แต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจสะท้อนถึงการขยายพื้นที่ปลูกในพื้นที่ใหม่ ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น

### 3. ปริมาณผลผลิตของทุเรียนภาคตะวันออก

ภาพรวมปริมาณผลผลิตของทุเรียนภาคตะวันออก จะเห็นได้ว่า การขยายตัวของผลผลิตทุเรียนในช่วงปี 2563-2565 โดยเพิ่มจาก 604,509 ตัน เป็น 783,115 ตัน ก่อนจะทรงตัวในปี 2566 และลดลงในปี 2567 เหลือ 671,990 ตัน

ตารางที่ 8 จำนวนผลผลิตทุเรียนของพื้นที่ภาคตะวันออกในปี พ.ศ. 2563-2567

จังหวัด	ผลผลิตทุเรียน (ตัน)				
	2563	2564	2565	2566	2567
จันทบุรี	429,735	438,650	570,137	538,461	448,692
ฉะเชิงเทรา	0	0	0	0	0
ชลบุรี	280	421	544	417	410
ตราด	55,176	56,844	56,336	89,511	82,094
นครนายก	459	672	874	595	550
ปราจีนบุรี	1,883	2,733	3,425	2,571	2,134
ระยอง	114,413	120,080	149,234	148,942	135,543
สระแก้ว	0	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>604,509</b>	<b>621,964</b>	<b>783,115</b>	<b>783,063</b>	<b>671,990</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2563; 2564; 2565; 2566; 2567

จากตารางที่ 8 ผลผลิตทุเรียนที่เก็บเกี่ยวได้จริงใน 8 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 พบว่า

1. จังหวัดจันทบุรี ยังคงครองตำแหน่งจังหวัดที่มีผลผลิตทุเรียนสูงสุดอย่างต่อเนื่อง โดยมีปริมาณเพิ่มขึ้นจาก 429,735 ตัน ในปี 2563 เป็น 570,137 ตันในปี 2565 ก่อนจะลดลงเหลือ 448,692 ตันในปี 2567

2. จังหวัดระยองและตราด มีปริมาณผลผลิตรองลงมา โดยระยองมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 114,413 ตัน (ปี 2563) เป็น 149,234 ตัน (ปี 2565) และแม้จะลดลงในปี 2567 แต่ยังคงอยู่ในระดับสูงถึง 135,543 ตัน ขณะที่ตราดมีผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปี 2566 (89,511 ตัน) และยังคงอยู่ในระดับสูงในปีถัดมา (82,094 ตัน) ซึ่งอาจเป็นผลจากสวนทุเรียนที่เข้าสู่ช่วงให้ผลผลิตเต็มที่

3. จังหวัดอื่น ๆ ได้แก่ ชลบุรี นครนายก และปราจีนบุรี มีผลผลิตในระดับต่ำแต่ก็มีผลผลิตออกมาอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับพื้นที่ปลูกและพื้นที่ให้ผลผลิตที่จำกัด โดยชลบุรีมีผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 400-500 ตันต่อปี ขณะที่นครนายกและปราจีนบุรีมีผลผลิตไม่ถึง 3,000 ตันต่อปี

ตารางที่ 9 จำนวนผลผลิตทุเรียนต่อพื้นที่ให้ผลผลิตทุเรียนของพื้นที่ภาคตะวันออกในปี พ.ศ. 2563-2567

จังหวัด	ผลผลิตทุเรียนต่อพื้นที่ให้ผลผลิตทุเรียน (กก./ไร่)				
	2563	2564	2565	2566	2567
จันทบุรี	1,993	1,843	2,194	1,968	1,520
ฉะเชิงเทรา	0	0	0	0	0
ชลบุรี	847	1,245	1,367	885	648
ตราด	1,993	1,773	2,323	2,102	1,707
นครนายก	786	931	1,045	565	423
ปราจีนบุรี	998	1,248	1,384	965	735
ระยอง	1,724	1,752	2,099	2,014	1,666
สระแก้ว	0	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>10,904</b>	<b>11,356</b>	<b>12,977</b>	<b>11,065</b>	<b>9,266</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2563; 2564; 2565; 2566; 2567

จากตารางที่ 9 ผลผลิตทุเรียนต่อพื้นที่ให้ผลผลิต ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพการผลิตในระดับไร่ ในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออก ระหว่างปี พ.ศ. 2563-2567 พบว่า

1. จังหวัดจันทบุรี มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุดในทุกปีเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ โดยเฉพาะในปี 2565 ที่มีค่าเฉลี่ยถึง 2,194 กก./ไร่ ก่อนจะลดลงเหลือ 1,520 กก./ไร่ ในปี 2567 ซึ่งอาจสะท้อนถึงผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อม เช่น ภัยแล้ง หรือโรคพืช แม้จะยังคงเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพการผลิตสูงสุด

2. จังหวัดระยองและตราด มีแนวโน้มผลผลิตต่อไร่ใกล้เคียงกับจันทบุรี และมีค่าที่ค่อนข้างสูงในปี 2565 โดยตราดอยู่ที่ 2,323 กก./ไร่ และระยองที่ 2,099 กก./ไร่

3. จังหวัดชลบุรี ปราจีนบุรี และนครนายก มีผลผลิตต่อไร่ในระดับต่ำกว่ากลุ่มจังหวัดหลัก โดยเฉพาะนครนายกที่มีผลผลิตลดลงอย่างชัดเจนในปี 2567 เหลือเพียง 423 กก./ไร่

#### 4. เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนภาคตะวันออก

ภาพรวมของภาคตะวันออก จำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 35,113 ครัวเรือนในปี 2563 เป็น 84,035 ครัวเรือนในปี 2567 แสดงถึงการขยายตัวของเกษตรกรที่หันมาปลูกทุเรียนมากขึ้น และการกระจายรายได้ไปยังชุมชนในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 10 จำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่ภาคตะวันออกในปี พ.ศ. 2563-2567

จังหวัด	ครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียน (ครัวเรือน)				
	2563	2564	2565	2566	2567
จันทบุรี	1,000	1,367	1,451	38,588	41,897
ฉะเชิงเทรา	926	1,002	1,096	0	0
ชลบุรี	10,269	10,910	11,766	340	406
ตราด	16,247	18,049	19,060	12,171	19,990
นครนายก	291	329	564	1,034	1,093
ปราจีนบุรี	796	893	1,022	1,095	1,504
ระยอง	3,021	3,236	3,377	15,219	16,578

สระแก้ว	0	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>35,113</b>	<b>38,350</b>	<b>40,901</b>	<b>71,013</b>	<b>84,035</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2567

จากตารางที่ 10 ครั้วเรือนผู้ปลูกทุเรียน ในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2563–2567 พบว่า

1. จังหวัดจันทบุรี มีจำนวนครั้วเรือนผู้ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 1,451 ครั้วเรือนในปี 2565 เป็น 38,588 ครั้วเรือนในปี 2566 และ 41,897 ครั้วเรือนในปี 2567 ซึ่งอาจเกิดจากการปรับปรุงฐานข้อมูลให้ครอบคลุมมากขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงนิยามของ “ผู้ปลูกทุเรียน” ให้รวมผู้ปลูกรายย่อยในระดับครั้วเรือนมากขึ้น

2. จังหวัดระยอง มีแนวโน้มคล้ายคลึงกัน โดยเพิ่มขึ้นจาก 3,377 ครั้วเรือนในปี 2565 เป็น 15,219 ครั้วเรือนในปี 2566 และ 16,578 ครั้วเรือนในปี 2567 สะท้อนถึงการขยายตัวของอาชีพการปลูกทุเรียน หรือการเข้าสู่ระบบทะเบียนของเกษตรกรรายใหม่

3. จังหวัดตราด แม้จำนวนครั้วเรือนจะผันผวนในบางปี แต่ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในปี 2567 ที่มีถึง 19,990 ครั้วเรือน

4. จังหวัดชลบุรี พบจำนวนครั้วเรือนลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากกว่า 11,000 ครั้วเรือนในปี 2565 เหลือเพียง 340 ครั้วเรือนในปี 2566 และ 406 ครั้วเรือนในปี 2567 ซึ่งอาจสะท้อนการปรับปรุงข้อมูล ลดความซ้ำซ้อน หรือเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายด้านการขึ้นทะเบียนเกษตรกร

5. จังหวัดอื่น ๆ ได้แก่ นครนายกและปราจีนบุรี มีจำนวนครั้วเรือนผู้ปลูกเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป สอดคล้องกับการขยายพื้นที่ปลูกในระดับเล็กและกลาง

## 5. สรุป

ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 ที่แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ตราด ระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว โดยมีประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

### 1. การขยายตัวของพื้นที่ปลูกทุเรียน

พื้นที่ปลูกทุเรียนในภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นจาก 448,754 ไร่ ในปี 2563 เป็น 710,723 ไร่ ในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นกว่า 58.4% ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยจังหวัดที่มีการปลูกมากที่สุดคือ จันทบุรี (คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าครึ่งของพื้นที่รวมทั้งภูมิภาค) รองลงมาคือ ระยองและตราด ซึ่งมีการขยายพื้นที่อย่างต่อเนื่องเช่นกัน ส่วนจังหวัดขนาดเล็ก เช่น นครนายก ปราจีนบุรี และชลบุรี มีพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่า

### 2. แนวโน้มพื้นที่ให้ผลผลิต

พื้นที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของสวนทุเรียนที่เข้าสู่ระยะเก็บเกี่ยว โดยเพิ่มจาก 322,278 ไร่ ในปี 2563 เป็น 396,932 ไร่ ในปี 2566 ก่อนจะลดลงเหลือ 137,302 ไร่ ในปี 2567 ซึ่งอาจสะท้อนถึงความคลาดเคลื่อนของข้อมูลหรือผลกระทบจากปัจจัยทางธรรมชาติ ทั้งนี้ จังหวัดจันทบุรียังคงเป็นพื้นที่หลักของการให้ผลผลิต ขณะที่ระยองและตราดมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ส่วนจังหวัดขนาดเล็กเริ่มมีบทบาทมากขึ้น

### 3. ปริมาณผลผลิตทุเรียน

ผลผลิตรวมของทั้งภูมิภาคเพิ่มขึ้นจาก 604,509 ตัน (ปี 2563) เป็น 783,115 ตัน (ปี 2565) ก่อนจะลดลงในปี 2567 เหลือ 671,990 ตัน โดยมี จันทบุรี เป็นแหล่งผลิตหลักอย่างมั่นคง รองลงมาคือ ระยองและตราด ซึ่งมีการผลิตเพิ่มขึ้นจากสวนที่เริ่มให้ผลเต็มที่ในช่วงหลัง ส่วนจังหวัดอื่น ๆ ผลผลิตยังอยู่ในระดับต่ำแต่มีความต่อเนื่อง

### 4. ประสิทธิภาพการผลิต (ผลผลิตต่อไร่)

จังหวัดที่มีผลผลิตต่อไร่สูง ได้แก่ จันทบุรี ตราด และระยอง โดยเฉพาะในปี 2565 ที่แต่ละจังหวัดมีผลผลิตเฉลี่ยเกิน 2,000 กก./ไร่ อย่างไรก็ตาม ในปี 2567 ค่าเฉลี่ยลดลงอย่างเห็นได้ชัด เช่น จันทบุรีลดเหลือ 1,520 กก./ไร่ ซึ่งอาจสะท้อนผลกระทบจากสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย หรือปัญหาด้านโรคพืช ส่วนจังหวัดอื่น ๆ เช่น นครนายก ชลบุรี และปราจีนบุรี มีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่า 1,000 กก./ไร่ อย่างต่อเนื่อง

### 5. การเปลี่ยนแปลงจำนวนครัวเรือนผู้ปลูก

จำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนในภาคตะวันออกเพิ่มขึ้นจาก 35,113 ครัวเรือน ในปี 2563 เป็น 84,035 ครัวเรือน ในปี 2567 โดยจังหวัดจันทบุรีมีการเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดจาก 1,451 เป็น 41,897 ครัวเรือน เช่นเดียวกับระยองและตราดที่มีแนวโน้มเติบโตชัดเจน สะท้อนถึงความสนใจของ

เกษตรกรรายย่อยในการเข้าร่วมกิจกรรมการปลูกทุเรียนอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงบางช่วงอาจเกิดจากการปรับปรุงฐานข้อมูลหรือการขยายการขึ้นทะเบียนเกษตรกร

## การสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียง

การสำรวจนี้ เป็นผลมาจากการแสดงความคิดเห็นจากแบบสอบถามของประชากรที่เป็นผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน ที่มีการดำเนินการ/ทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียง ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดจันทบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี ระยอง และสระแก้ว โดยมีผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมการตอบแบบสอบถามในการสำรวจครั้งนี้ เป็นจำนวนผู้ประกอบการสวนทุเรียนทั้งหมด 75 สวนทุเรียน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

n แทน กลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

SD แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การนำเสนอผลการสำรวจข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสวนทุเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสวนทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียง ผู้วิจัยสามารถจำแนก ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จำแนกจังหวัด (N = 75)

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
จันทบุรี	14	18.70
ฉะเชิงเทรา	2	2.70

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
ชลบุรี	2	2.70
ตราด	9	12.00
นครนายก	2	2.70
ปราจีนบุรี	16	21.30
ระยอง	26	34.70
สระแก้ว	4	5.30
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากมาจากจังหวัดระยอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.70 รองลงมา คือ จังหวัดปราจีนบุรี คิดเป็นร้อยละ 21.30 จังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 18.70 จังหวัดตราด คิดเป็นร้อยละ 12.00 จังหวัดสระแก้ว คิดเป็นร้อยละ 5.30 จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดนครนายก คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุดของผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จำแนกตามจำนวนปีปลูกทุเรียน จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียน และจำนวนผลผลิตทุเรียน

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
จำนวนปีปลูกทุเรียน (ปี)	33.27	5	100
จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียน (ไร่)	50.03	3	400
จำนวนผลผลิตทุเรียน (ตัน)	140.54	1	6,000

จากตารางที่ 12 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยการปลูกทุเรียน ประมาณ 33 ปี มีจำนวนพื้นที่การปลูก ประมาณ 50.03 ไร่ และมีผลผลิตทุเรียนประมาณ 140 ตัน

ตารางที่ 13 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จำแนกรูปแบบการปลูกทุเรียน (N = 75)

รูปแบบการปลูกทุเรียน	จำนวน	ร้อยละ
การปลูกเป็นพืชเชิงเดี่ยว	20	26.70
การปลูกผสมผสานกับผลไม้อื่น	55	73.30
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากเป็นผู้ทำสวนปลูกทุเรียนแบบผสมผสานกับผลไม้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.30 และเป็นผู้ทำการปลูกทุเรียนเป็นพืชเชิงเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 26.70

ตารางที่ 14 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จำแนกแรงงานในการทำสวนทุเรียน (N = 75)

แรงงานในการทำสวนทุเรียน	จำนวน	ร้อยละ
การใช้แรงงานครอบครัว	11	14.70
การใช้แรงงานในครอบครัวกับการจ้างแรงงานเสริมชั่วคราว	21	28.00
การใช้แรงงานในครอบครัวกับการจ้างประจำ	38	50.70
การใช้เฉพาะแรงงานจ้าง	5	6.70
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 14 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากมีรูปแบบการใช้แรงงานในครอบครัวกับการจ้างประจำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.70 รองลงมา คือ การใช้แรงงานในครอบครัวกับการจ้างแรงงานเสริมชั่วคราว คิดเป็นร้อยละ 28.00 การใช้แรงงานครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 14.70 และการใช้เฉพาะแรงงานจ้าง คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก

การนำเสนอผลการศึกษาในส่วนนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 15 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
1. กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนทุเรียนเพื่อ การเรียนรู้เป็นหลัก	3.60	1.533	ทำค่อนข้าง บ่อย	3
2. กิจกรรมการขายทุเรียนในสวน	4.24	1.184	ทำบ่อยที่สุด	1
3. กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนในสวน	2.00	1.525	ทำค่อนข้าง น้อย	9
4. กิจกรรมการให้บริการอาหารและเสิร์ฟทุเรียน	2.67	1.614	ทำปาน กลาง	6
5. กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนและผลไม้อื่นๆ ภายในสวน	2.28	1.689	ทำค่อนข้าง น้อย	8
6. กิจกรรมการเก็บผลไม้ในสวน	2.75	1.669	ทำปาน กลาง	5
7. กิจกรรมการเปิดร้านค้าที่ม่มีการขายอาหาร และเครื่องดื่ม	2.44	1.795	ทำค่อนข้าง น้อย	7
8. กิจกรรมการเปิดให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยว ภายในสวนทุเรียน เช่น โฮมสเตย์ บ้านพัก กาง เต็นท์ เป็นต้น	1.69	1.365	ทำน้อยที่สุด	10

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
9. กิจกรรมการเปิดให้นักท่องเที่ยวมีจุดเช็คอิน หรือจุดถ่ายรูปภายในสวนทุเรียน	3.75	1.480	ทำค่อนข้าง บ่อย	2
10. กิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปจาก ทุเรียนที่เป็นของฝาก (นอกเหนือจากทุเรียนลูก)	3.01	1.697	ทำปาน กลาง	4
<b>รวม</b>	<b>2.84</b>	<b>1.555</b>	<b>ทำปาน กลาง</b>	

จากตารางที่ 15 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีรูปแบบการ  
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับทำปานกลาง ( $\bar{X} = 2.84$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จะพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับทำ  
บ่อยสุด 2 ประเด็น ทำค่อนข้างบ่อย 1 ประเด็น ทำปานกลาง 3 ประเด็น ทำค่อนข้างน้อย 3 และทำ  
น้อยที่สุด 1 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 2 กิจกรรมการขายทุเรียนในสวน ( $\bar{X} = 4.24$ ) ประเด็นที่ 9  
กิจกรรมการเปิดให้นักท่องเที่ยวมีจุดเช็คอิน หรือจุดถ่ายรูปภายในสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 3.75$ ) ประเด็นที่  
1 กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนทุเรียนเพื่อการเรียนรู้เป็นหลัก ( $\bar{X} = 3.60$ ) ประเด็นที่ 10  
กิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากทุเรียนที่เป็นของฝาก (นอกเหนือจากทุเรียนลูก) ( $\bar{X} =$   
3.01) ประเด็นที่ 6 กิจกรรมการเก็บผลไม้ในสวน ( $\bar{X} = 2.75$ ) ประเด็นที่ 4 กิจกรรมการให้บริการ  
อาหารและเสิร์ฟทุเรียน ( $\bar{X} = 2.67$ ) ประเด็นที่ 7 กิจกรรมการเปิดร้านค้าที่ที่มีการขายอาหารและ  
เครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 2.44$ ) ประเด็นที่ 5 กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนและผลไม้อื่นๆ ภายในสวน ( $\bar{X} =$   
2.28) ประเด็นที่ 3 กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนในสวน ( $\bar{X} = 2.00$ ) และประเด็นที่ 8 กิจกรรมการ  
เปิดให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวภายในสวนทุเรียน เช่น โฮมสเตย์ บ้านพัก กางเต็นท์ เป็นต้น ( $\bar{X} =$   
1.69) ตามลำดับ

## การจัดการท่องเที่ยวทุเรียนภาคตะวันออก

ภาคตะวันออกของประเทศไทยนับเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในด้านการเกษตรกรรมเชิงพาณิชย์ที่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก หนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญและสร้างรายได้มหาศาลแก่เกษตรกรในพื้นที่ คือ “ทุเรียน” ราชอาณาจักรผลไม้ ที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ความอุดมสมบูรณ์ของดินและสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมในจังหวัดต่าง ๆ เช่น จันทบุรี ระยอง และตราด ทำให้ภาคตะวันออกกลายเป็นแหล่งปลูกทุเรียนที่มีคุณภาพสูงสุดของประเทศ

จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมทุเรียนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ไม่เพียงแต่ขยายตัวในด้านพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณการผลิตเท่านั้น หากยังได้จุดประกายแนวคิดในการต่อยอดเชิงเศรษฐกิจผ่าน “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” (Food Tourism) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “การท่องเที่ยวทุเรียน” โดยผสมผสานระหว่างวิถีเกษตรกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น และประสบการณ์เชิงอาหาร ให้กลายเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ สร้างรายได้ทางเลือกแก่ชุมชน และเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก

การจัดการท่องเที่ยวทุเรียนในภาคตะวันออกจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องมีการออกแบบและวางแผนอย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การมีส่วนร่วมของชุมชน การรักษาคุณภาพผลผลิต และการสื่อสารการตลาด เพื่อให้กิจกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างความยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด-19 ที่เน้นการท่องเที่ยวแบบประสบการณ์และใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

### 1. การจัดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาภาคสนามในพื้นที่ภาคตะวันออก พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในสวนทุเรียนมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามขนาดของสวน ซึ่งส่งผลต่อกลยุทธ์การบริหาร การออกแบบกิจกรรม และแนวทางการให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ สวนขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. สวนทุเรียนขนาดเล็ก (พื้นที่ไม่เกิน 20 ไร่)

สวนทุเรียนขนาดเล็กมักเป็นรูปแบบของสวนครอบครัวที่เจ้าของลงมือดูแลเองทุกขั้นตอน ตั้งแต่การปลูกทุเรียน การต้อนรับนักท่องเที่ยว ไปจนถึงการแปรรูปผลผลิต รูปแบบการจัดกิจกรรมจึง

มีลักษณะ “แบบใกล้ชิด” (intimate setting) ซึ่งกลายเป็นจุดแข็งที่ทำให้สวนประเภทนี้สามารถสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง และสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ สวนยายดา-เจ็บบูชี่น ซึ่งนอกจากเปิดให้เข้าชมสวนและชิมทุเรียนหลากหลายพันธุ์แล้ว ยังจัดสรรพื้นที่ภายในสวนเป็นโฮมสเตย์ที่มีจำนวนน้อย เพื่อให้ผู้เข้าพักสามารถสัมผัสชีวิตในสวนได้อย่างเต็มที่ ความเป็นส่วนตัวและธรรมชาติกลายเป็นจุดขายหลัก ขณะที่ สวนบ้านสวนกลชาญ ได้ใช้กลยุทธ์เพิ่มรายได้จากการจำหน่ายสินค้าทุเรียนแปรรูป เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนอบกรอบ พร้อมเปิดร้านอาหารเล็ก ๆ ให้บริการอาหารพื้นบ้านในสวน

อย่างไรก็ดี ข้อจำกัดของสวนขนาดเล็กคือกำลังการผลิตที่น้อย ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในเวลาเดียวกันได้ อีกทั้งการขาดเครื่องมือหรือเครื่องจักรกลทันสมัยทำให้การบริหารกิจกรรมต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก ส่งผลให้เกิดภาระในการจัดการ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น นอกจากนี้ยังพบว่าสวนขนาดเล็กมักไม่มีแผนธุรกิจหรือการตลาดที่ชัดเจน จึงทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว

## 2. สวนทุเรียนขนาดกลาง (พื้นที่ประมาณ 20-100 ไร่)

สวนทุเรียนขนาดกลางมีข้อได้เปรียบในด้านพื้นที่ที่มากเพียงพอในการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบได้พร้อมกัน เช่น การจัดบุฟเฟ่ต์ทุเรียน การเปิดโซนคาเฟ่ ร้านอาหาร และการจัดเส้นทางการเรียนรู้ (learning path) ภายในสวน โดยที่ยังสามารถควบคุมคุณภาพการบริการและบรรยากาศภายในได้อย่างทั่วถึง

ตัวอย่างเช่น สวนคุณไพบูลย์ ซึ่งมีชื่อเสียงในด้านการคัดสรรพันธุ์ทุเรียนหายาก เช่น “นกระจิบ” เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ขณะที่ สวนเจริญทรัพย์ ได้นำแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาประยุกต์เข้ากับรูปแบบคาเฟ่กลางสวนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียน เช่น ไอศกรีม เค้ก และขนมหวานพื้นถิ่น

ด้วยศักยภาพของสวนขนาดกลาง ผู้ประกอบการจึงสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมประสิทธิภาพในบางด้าน เช่น การจัดการน้ำ การควบคุมศัตรูพืช หรือการใช้ระบบจองออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่พบคือ ความซับซ้อนในการบริหารจัดการซึ่งต้องอาศัยทักษะในการบริการ การตลาด และการควบคุมต้นทุนที่ดีขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้เพราะต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมมีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่ความต้องการของนักท่องเที่ยวก็มีความหลากหลายมากขึ้นตามลำดับ

## 3. สวนทุเรียนขนาดใหญ่ (พื้นที่มากกว่า 100 ไร่)

สวนทุเรียนขนาดใหญ่มีศักยภาพในการลงทุนและการบริหารจัดการแบบมืออาชีพสูงกว่าสวนระดับอื่น ทั้งในด้านการผลิต การบริการ และการเชื่อมโยงกิจกรรมสู่ภาคการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ สวนเคพี การ์เด้น จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีการวางแผนระบบการจัดการสวนอย่างเป็นขั้นตอน แยกพื้นที่สำหรับกิจกรรมแต่ละประเภท เช่น โชนปลูกทุเรียน โชนกิจกรรม โชนถ่ายภาพ และโชนจำหน่ายสินค้า

ขณะที่ สวนทุเรียนหมอนทองเขาบรรทัด และ สวนชะนีเกาะช้าง ในจังหวัดตราด ได้นำเสนอแนวคิดการ “เปิดสวนให้ชิมจากต้น” ซึ่งสร้างความแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องจักรกลทันสมัยควบคุมระบบน้ำ การเก็บเกี่ยว และเส้นทางการเดินชมสวนอย่างมีระบบ รวมถึงการจัดการที่พัก ร้านอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกในรูปแบบ premium export ด้วย

สวนประเภทนี้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงฤดูการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และระบบอำนวยความสะดวก อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานในสวนขนาดใหญ่มีความซับซ้อนสูง จำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการเกษตรและการท่องเที่ยวควบคู่กัน และต้องมีแผนรองรับความเสี่ยงทางธุรกิจอย่างรอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ (เช่น โรคพืช ภัยแล้ง) หรือความผันผวนของตลาดโลก โดยเฉพาะในกรณีที่สวนมีการส่งออกผลผลิตไปยังต่างประเทศ

สรุป รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในสวนทุเรียนของภาคตะวันออกมีความหลากหลายและพลวัตตามขนาดของสวนและบริบทเฉพาะถิ่น แม้สวนขนาดเล็กจะมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและกำลังผลิต แต่ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้จากบรรยากาศอบอุ่นและประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัว ขณะที่สวนขนาดกลางและขนาดใหญ่มีศักยภาพในการพัฒนาเชิงระบบ และต่อยอดไปสู่การเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การแปรรูป และการท่องเที่ยวได้ในวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องพิจารณาทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการทรัพยากรให้สมดุลกับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นรากฐานที่มั่นคงในการเสริมสร้างเศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออกอย่างยั่งยืนในระยะยาว

## นโยบายการท่องเที่ยวและเทศกาลผลไม้ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก (พ.ศ. 2566-2568)

การนำเสนอข้อมูลนี้ เป็นข้อมูลเชิงสำรวจเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคตะวันออกของประเทศไทยในภาคตะวันออก จำนวน 8 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี, ระยอง, จันทบุรี, ตราด, ฉะเชิงเทรา, ปราจีนบุรี, สระแก้ว และนครนายก ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2568 นอกจากนี้ยังรวบรวมเทศกาลผลไม้ประจำปีที่สำคัญของแต่ละจังหวัดในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึงนโยบายการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกที่แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มจังหวัด EEC (เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก) และกลุ่มจังหวัดนอกเขต EEC ตามทิศทางของรัฐบาลไทย โดยเรียงตามจังหวัดดังนี้

### 1. จังหวัดชลบุรี

นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี มุ่งพัฒนาให้จังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำคุณภาพระดับนานาชาติ รองรับทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ โดยแผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล และตอบโจทย์การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New normal) ยกระดับการบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้ชลบุรีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น ควบคู่กับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อยกระดับสู่ระดับนานาชาติ นโยบายเหล่านี้สอดคล้องกับบทบาทของจังหวัดชลบุรีในเขต EEC ที่เน้นการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวควบคู่ไปกับเมืองอุตสาหกรรมและนวัตกรรม

เทศกาลผลไม้ประจำปี แม้ชลบุรีจะขึ้นชื่อด้านการท่องเที่ยวชายทะเลและวัฒนธรรม แต่พื้นที่ชนบทของจังหวัดก็มีการจัดงานส่งเสริมผลผลิตการเกษตรอยู่เป็นประจำ เช่น

1. เทศกาลทุเรียนและผลไม้ของดีอำเภอบ่อทอง จัดขึ้นทุกปีช่วงเดือนพฤษภาคม ณ อำเภอบ่อทอง ซึ่งเป็นแหล่งปลูกทุเรียนของจังหวัด กิจกรรมประกอบด้วยมหกรรมจำหน่ายผลไม้ท้องถิ่นและสินค้า OTOP พร้อมการแสดงและคอนเสิร์ต 2 (เช่น ปี 2566 จัดวันที่ 19-28 พฤษภาคม และปี 2568 จัดวันที่ 16-20 พฤษภาคม)

2. งานวันผลไม้และของดีตำบลพลวงทอง จัดโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในช่วงเดือนพฤษภาคมที่ตำบลพลวงทองอำเภอบ่อทอง มุ่งส่งเสริมผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่น (เช่น จัดช่วง 11-13 พฤษภาคม 2566)

นอกจากนี้ จังหวัดชลบุรี ยังได้จัดกิจกรรมเทศกาลอาหารและการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวชายฝั่งอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น งาน Amazing Seafood Festival 2023 ที่ศรีราชา ซึ่งจัดภายใต้โครงการยกระดับจังหวัดสู่เมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี โดยเน้นจุดเด่นด้านอาหารทะเลสดใหม่กว่า 100 ร้านค้าดึงดูดนักท่องเที่ยว 4 (งานนี้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดในปี 2566-2567)

## 2. จังหวัดระยอง

นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง เป็นหนึ่งในจังหวัด EEC ที่มีความสำคัญทั้งด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมกันฟื้นฟูการท่องเที่ยวระยองหลังวิกฤติโควิด-19 โดยสถิติระบุว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนระยองช่วง ม.ค.-ต.ค. 2566 เพิ่มขึ้นกว่า 112% (ประมาณ 4.2 ล้านคน) สร้างรายได้กว่า 14,778 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 113% เมื่อเทียบกับก่อนหน้า 5 สัปดาห์ 2567 ททท. สำนักงานระยองได้วางแผนส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวระยอง 4 โครงการใหญ่ เพื่อกระตุ้นการเดินทางและยืดเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ได้แก่

(1) “Rayong Weekday Special” ส่งเสริมท่องเที่ยววันธรรมดาด้วยส่วนลดและแพ็คเกจพิเศษ เช่น ดำน้ำ พายคายัค และมอบคูปองส่วนลดซื้อผลไม้สดสำหรับนักท่องเที่ยว 6

(2) “Rayong Workation” ชวนขยายวันหยุดพักผ่อนโดยผสมผสานการทำงานกับการท่องเที่ยว (เช่น แพ็คเกจที่พัก + ดำน้ำ + สปา)

(3) “สบาย สบาย สไตลส์ระยอง” เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y ด้วยการนำเสนออาหารพื้นถิ่นและ ท่องเที่ยวสวนผลไม้ ร่วมกับเครือข่ายสวนชื่อดังในพื้นที่ 7

(4) “Rayong Staycation” เจาะกลุ่มคนรักกีฬา (Sport Lover) ส่งเสริมแพ็คเกจกอล์ฟ ดำน้ำลึก และกีฬาอื่น ๆ ในพื้นที่ 7 แนวทางทั้งหมดนี้สะท้อนนโยบายของระยองที่มุ่งสู่การท่องเที่ยวคุณภาพ เน้น Green & Responsible Tourism และกระจายกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดสัปดาห์ ไม่กระจุกเฉพาะวันหยุด

เทศกาลผลไม้ประจำปี ระยองได้ชื่อว่าเป็นดินแดนผลไม้ขึ้นชื่อของภาคตะวันออก โดยเฉพาะทุเรียนและเงาะ จังหวัดมีการจัดงานผลไม้ประจำปีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาอย่างต่อเนื่อง เช่น

1. เทศกาลผลไม้และของดีจังหวัดระยอง เป็นงานใหญ่ประจำปีของจังหวัด จัดโดยจังหวัดระยองร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อกระจายผลิตในฤดูกาลและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงผลไม้ โดย ปี 2566 จัดงานวันที่ 3-7 พฤษภาคม 2566 ณ สนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง อ.เมืองระยอง มี ขบวนพาเหรดรถผลไม้ การประกวดสุดยอดผลไม้ระยอง ธิดาชาวสวน นิทรรศการทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ แข่งขันกินผลไม้ และจำหน่ายผลไม้คุณภาพจากสวนเกษตรกร ส่วน ปี 2567 จัดงานวันที่ 22-26 พฤษภาคม 2567 ณ สนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง โดยมีการแถลงข่าวจัดงานเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2567 ที่สวนสุภัทราแลนด์ อ.บ้านค่าย ก่อนเริ่มงานจริง ซึ่งปีนั้นผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานเปิดงานเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2567 กิจกรรมในงานคล้ายกับปีที่ผ่านมา เช่น ขบวนรถผลไม้ การประกวดผลไม้ การออกร้านจำหน่ายทุเรียนหอมทองคุณภาพและผลไม้ตามฤดู ตลอดจนการแสดงคอนเสิร์ตทุกคืน 8 สำหรับ ปี 2568 จัดงานวันที่ 15-18 พฤษภาคม 2568 ณ สนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง เวลา 14.00 – 22.00 น. มีไฮไลท์คือทุเรียนหอมทองคุณภาพให้ชิมฟรีเมนูแปรรูป และกิจกรรมความบันเทิงต่าง ๆ รวมถึงมหกรรมผลไม้เมืองร้อนจากทุกอำเภอ (งานปี 2568 นี้ได้รับการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นการเปิดฤดูกาลผลไม้ภาคตะวันออกอย่างเป็นทางการ)

2. เทศกาลผลไม้ระดับอำเภอ จังหวัดระยองมีพื้นที่สวนผลไม้หลายแก่ง กระจายตามอำเภอต่าง ๆ ซึ่งแต่ละแห่งก็มีการจัดการส่งเสริมของดีท้องถิ่น เช่น เทศกาลถนนผลไม้อำเภอวังจันทร์ ปี 2567 จัดวันที่ 17-21 พฤษภาคม 2567 ณ ตลาดผลไม้วังจันทร์ ต.พลงตาเยี่ยม อ.วังจันทร์ มีพิธีเปิดงาน 17 พฤษภาคม 2567 โดยรองผู้ว่าราชการจังหวัดระยอง และจัดแสดงผลไม้จากสวนในอำเภอวังจันทร์ตลอดงาน

เทศกาลสับปะรดหวานปลวกแดง: อำเภอปลวกแดงจัดงานโปรโมทสับปะรดซึ่งเป็นสินค้า GI ของระยองเป็นประจำทุกปี เช่น 2567 จัดวันที่ 26 เมษายน – 5 พฤษภาคม 2567 ณ ที่ว่าการอำเภอปลวกแดง มีทั้งการประกวดสับปะรด การแสดงดนตรี และจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสับปะรดอย่างคึกคัก (งานครั้งที่ 18) ส่วนปี 2568 จัดช่วงเวลาใกล้เคียงกัน (ปลายเมษายนต่อเนื่องต้น พฤษภาคม 2568)

เทศกาลผลไม้ของดีอำเภอแก่ง อำเภอกงก็มีงานผลไม้ของดีเป็นประจำ เช่น ปี 2568 จัดวันที่ 8-14 พฤษภาคม 2568 จำหน่ายทุเรียน เงาะ สละ ลองกอง และมังคุดจากสวนของ ชาวแก่งโดยตรง

ทั้งนี้ ในช่วงฤดูฤดูกาลผลไม้ (ประมาณเดือนเมษายน-กรกฎาคมของทุกปี) ภาคตะวันออก โดยรวมรวมถึงระยองจะคึกคักเป็นพิเศษ มีการจัดกรรมบุฟเฟ่ต์ผลไม้ตามสวนต่าง ๆ โดยเฉพาะบุฟเฟ่ต์ทุเรียน ที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศอย่างมาก ซึ่งจังหวัดระยองในฐานะ ศูนย์กลางสวนผลไม้ตะวันออก นอกจากงานเทศกาลใหญ่ของจังหวัดแล้ว ยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวสวนผลไม้ “อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน” และแคมเปญการตลาดผลไม้ร่วมกับสวนผลไม้กว่า 30 แห่ง เช่น #RayongWanderFruit2024 ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงาน ระยองจัดขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชิมผลไม้ตามสวนด้วย

### 3. จังหวัดจันทบุรี

นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาไว้ว่าเป็น “เมืองเศรษฐกิจการเกษตร อัญมณี การค้า การค้าชายแดน และการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความคิดสร้างสรรค์และสังคมที่ดี” ซึ่งสะท้อนถึงการมุ่งเน้นยกระดับการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่มสูงและยั่งยืนควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี ได้เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่มสูงและยั่งยืนควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี ได้เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและสร้างอัตลักษณ์ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (อาทิ ป่าชายเลนและน้ำตก), การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (ชุมชนริมน้ำจันทบูร โบสถ์วัด แม่พระปฏิสนธิฯ), ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่าง ท่องเที่ยวสวนผลไม้ และตลาดผลไม้ ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพของจังหวัดที่เป็นแหล่งผลไม้เมืองร้อนและศูนย์กลางค้าอัญมณีของประเทศ 12 นอกจากนี้ จังหวัดจันทบุรียังมีการผลักดันโครงการ “เมืองสร้างสรรค์” โดยเน้นด้านอาหารและวัฒนธรรมผลไม้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ตามนโยบายของกระทรวงวัฒนธรรมและยุทธศาสตร์จังหวัดจันทบุรี (มีการขับเคลื่อนสมัครเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหาร/ผลไม้พื้นเมือง) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด

เทศกาลผลไม้ประจำปี จันทบุรีได้ชื่อว่าเป็น “เมืองผลไม้” เนื่องจากผลิตผลไม้หลากหลายชนิดโดยเฉพาะทุเรียน มังคุด เงาะ และลองกอง จังหวัดนี้มีงานเทศกาลผลไม้ที่ยิ่งใหญ่และดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี ได้แก่

1. จันทบุรีเกษตรแฟร์ เทศกาลผลไม้และของดีเมืองจันทน์ที่จัดต่อเนื่องทุกปีโดยจังหวัดจันทบุรี ร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและหอการค้าจังหวัด เพื่อแสดงศักยภาพความเป็น “มหานครแห่งผลไม้เมืองร้อน” ของจันทบุรี โดย ปี 2566 จัดงานในชื่อ “จันทบุรีเกษตรแฟร์ 2023” ระหว่างวันที่ 28 เมษายน – 7 พฤษภาคม 2566 ณ ลานขนถ่ายสินค้าองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี (ศูนย์คัดแยกผลไม้หรือ “ล้ง” จังหวัดจันทบุรี) มีการออกร้านผลไม้พรีเมียมหลากหลายชนิด (ทุเรียน มังคุด ลองกอง ฯลฯ) จากสวนเกษตรกรกว่า 200 ร้าน การประกวดทุเรียนคุณภาพชิงถ้วยพระราชทาน การสาธิตวิถีชุมชนชาวสวนจันทน์ และมีนิคอนเสิร์ตจากศิลปินทุกค่าย ปี 2567 จัดงานชื่อ “จันทบุรีเกษตรแฟร์ 2567” ธีม Fruitival & Food รสชาติแห่งความสุข ระหว่างวันที่ 20-26 พฤษภาคม 2567 ณ บริเวณลานข้างองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี (อบจ.) ตั้งแต่เวลา 14.00-21.00 น. โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดแถลงข่าวเตรียมงานร่วมกับเกษตรจังหวัดและ ททท.สำนักงานจันทบุรี คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวร่วมงานกว่า 20,000 คน กิจกรรมภายในงานครบครันทั้งชม ชิม ช้อปผลไม้และของดีเมืองจันทน์กว่า 150 ร้าน นิทรรศการนวัตกรรมการทำสวนผลไม้ และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสวนผลไม้ในจังหวัดให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น 13 ส่วน ปี 2568 จังหวัดจันทบุรีปรับรูปแบบมาจัดงานผลไม้ในห้างเป็นครั้งแรกภายใต้ชื่อ “จันทบุรี สรวงสวรรค์แห่งผลไม้เมืองร้อน” (Chanthaburi Paradise of Tropical Fruit 2025) ระหว่างวันที่ 1-5 พฤษภาคม 2568 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล จันทบุรี เพื่อเปิดโอกาสด้านการตลาดและการส่งออกผลไม้สู่สากล มีทั้งการประกวดผลไม้ นิทรรศการผลไม้เมืองร้อน และจำหน่ายผลผลิต/สินค้าแปรรูปของเกษตรกรจันทบุรี โดยเน้นเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ผลิตกับเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศด้วย (ถือว่าก้าวใหม่ของงานผลไม้เมืองจันทน์ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ในเมือง)

2. งานมหกรรมอาหารและผลไม้ภาคตะวันออก จ.จันทบุรี ในบางปีจังหวัดจันทบุรีได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับภูมิภาค เช่น ปี 2568 จันทบุรีจัดงานมหกรรมอาหารและผลไม้ภาคตะวันออก ระหว่างวันที่ 2-11 พฤษภาคม 2568 มีไฮไลต์คือการประกวดผลไม้ การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และอาหารอร่อยของภาคตะวันออกในแห่งเดียว

3. กิจกรรมเปิดสวนผลไม้เพื่อการท่องเที่ยว ทุกปีเมื่อถึงฤดูกาลผลไม้ (เม.ย.- ก.ค.) สวนผลไม้หลายแห่งในจันทบุรีจะเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและชิมผลไม้สด ๆ จากต้น บางแห่งจัดบุฟเฟต์ผลไม้แบบเหมาจ่ายไม่อั้น แนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจาก ททท. ผ่านแคมเปญ “อร่อยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน” โดยในปี 2566 ททท. สำนักงานจันทบุรีได้มอบส่วนลด 100 บาทให้แก่นักท่องเที่ยว 1,000 คนแรกที่เข้าชมสวนผลไม้ที่ร่วมโครงการ เพื่อกระตุ้นการเที่ยวสวนผลไม้เมืองจันท 16 (กิจกรรมนี้ช่วยประชาสัมพันธ์สวนผลไม้คุณภาพในจังหวัดและสร้างรายได้แก่เกษตรกรโดยตรง) และยืนยันทำต่อจนถึงปี 2568 ที่แต่ละสวนจะได้คุ้มค่างจาก ททท. สำนักงานจังหวัดจันทบุรี ให้ทำแคมเปญ “ซื้อครบ 500 ได้รับส่วนลด 100 บาท” โดยแต่ละสวนจะได้โควตาเริ่มต้นจากทาง ททท. ก่อน 10,000 บาท หรือมากกว่านั้นตามที่ได้และนะคูปองมาแลกเงินคืนกับทาง ททท. สำนักงานจังหวัดจันทบุรี

จากการจัดงานและกิจกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่าจันทบุรีใช้ “ผลไม้” เป็นจุดขายหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งในแง่เทศกาลขนาดใหญ่และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนสวนผลไม้ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายจังหวัดที่ต้องการยกระดับการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

#### 4. จังหวัดตราด

นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดตราด มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวทั้งหมู่เกาะทางทะเล (เช่น เกาะช้าง เกาะกูด) และการเป็นเมืองชายแดนติดกัมพูชา เป้าประสงค์การพัฒนาจังหวัดตราดในแผนระยะ 5 ปี (2566-2570) มุ่งหวังให้ รายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตต่อเนื่อง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดมีความเข้มแข็งมีคุณภาพ โดยประชาชนมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคงจากภาคการท่องเที่ยวและบริการ ทั้งนี้จังหวัดได้ดำเนินการยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการที่สอดคล้องกับเป้าหมายดังกล่าว เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่งให้ได้มาตรฐาน (โครงการยกระดับสิ่งแวดล้อมความสะอาดบนเกาะต่าง ๆ ), ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน (ชุมชนประมงพื้นบ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าโกงกาง), เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการค้าชายแดน (เช่น ส่งเสริมตลาดชายแดนบ้านหาดเล็กเป็นแหล่งช้อปปิ้งนักท่องเที่ยวจากกัมพูชา) และการพัฒนาบุคลากรด้านท่องเที่ยวให้มีทักษะรองรับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ นอกจากนี้ จังหวัดตราดยังเน้นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ “ตราดเมืองท่องเที่ยวการเกษตรที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” โดยชูจุดเด่นทั้งผลไม้ (ระกำหนวาน ทุเรียนตราดสายพันธุ์พื้นเมือง) และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น ๆ ควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

เทศกาลผลไม้ประจำปี ตราด มีผลไม้ขึ้นชื่อคือ ระกำหวานเมืองตราด (ระกำเป็นผลไม้ตระกูลเดียวกับสละที่มีรสหวานเป็นพิเศษ) ซึ่งกลายมาเป็นสัญลักษณ์ของงานเทศกาลประจำปี ดังนี้

1. งานวันระกำหวาน ผลไม้ และของดีเมืองตราด เทศกาลผลไม้ประจำปีของจังหวัดตราด ซึ่งมีผลไม้ขึ้นชื่อคือ ระกำหวานเมืองตราด (ระกำสายพันธุ์หวาน) และผลผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ ทุกอำเภอร่วมจัดแสดง โดย ปี 2566 จัดงานวันที่ 25-29 พฤษภาคม 2566 ณ สนามหน้าศาลากลางจังหวัดตราด (ตามกำหนดการที่จังหวัดประกาศ) มีกิจกรรมประชันผลไม้คุณภาพ การแสดงสินค้าชุมชน และขบวนรถตกแต่งผลไม้จากทุกอำเภอ ปี 2567 จัดงาน ครั้งที่ 43 ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2567 ที่สนามหน้าศาลากลางจังหวัดตราด โดยพิธีเปิดงานจัดขึ้น 30 พ.ค. 2567 มีขบวนแห่ผลไม้และการประกวดผลไม้ 6 ชนิดอย่างยิ่งใหญ่ (ข้อมูลจากสำนักงานสถิติจังหวัดตราดและข่าวประชาสัมพันธ์) ปี 2568 จัดงานวันที่ 9-13 พฤษภาคม 2568 ณ สนามหลวงตราดเฉลิมพระเกียรติ (หน้าศาลากลาง) มีพิธีเปิดงานวันที่ 9 พ.ค. 2568 พร้อมขบวนแห่ผลไม้จากทุกอำเภอ การประกวดผลไม้ และการออกร้านจำหน่ายผลผลิตคุณภาพ เช่น ทุเรียนทอดกรอบ เงาะโรงเรียน สละสมุทร ฯลฯ งานนี้เป็นความร่วมมือของหน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรฯ และทุกอำเภอในจังหวัดตราด เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงผลไม้คุณภาพของตราดโดยเฉพาะระกำหวาน

2. กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวสวนผลไม้ตราด ในช่วงฤดูผลไม้ จังหวัดตราดมีสวนผลไม้เชิงท่องเที่ยวหลายแห่ง (เช่น สวนทุเรียน สวนเงาะ ในอำเภอบ่อไร่) ที่เปิดให้เข้าชมชิมผลไม้คล้ายกับจังหวัดเพื่อนบ้าน โดย ททท. สำนักงานจังหวัดตราด ได้บรรจุสวนผลไม้เหล่านี้ในเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำของจังหวัดตราด เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเกาะหรือชายทะเลตราด แวะเที่ยวสวนผลไม้บนแผ่นดินใหญ่ก่อนเดินทางกลับด้วย

การจัดงานและกิจกรรมดังกล่าวช่วยต่อยอดย้ำภาพลักษณ์จังหวัดฐานะทั่งเมืองท่องเที่ยวทางทะเลและเมืองผลไม้อีกแห่งของภาคตะวันออก ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาที่ต้องการเพิ่มพูนรายได้การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องผ่านจุดขายที่หลากหลายของจังหวัด

#### 5. จังหวัดฉะเชิงเทรา

นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิง (แปดริ้ว) เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มจังหวัด EEC และอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ทำให้บทบาทด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดมุ่งเน้นการเป็นจุดหมายท่องเที่ยวคุณภาพที่เดินทางสะดวกและเชื่อมต่อกับพื้นที่อื่น ตามแผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา 20 ปี ได้ตั้งเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวไว้ว่า “มุ่งเน้นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง สร้างสรรค์คุณค่าให้สินค้าและบริการท่องเที่ยว

ผนวกกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ” นโยบายนี้แสดงถึงการพยายามเพิ่มมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัด โดยการนำจุดเด่นของฉะเชิงเทราที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ศาสนา (เช่น วัดโสธรวรารามวรวิหาร ซึ่งเป็นศูนย์รวมศรัทธา), แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (บ่อมปรากฏเมืองแปดริ้ว ตลาดบ้านใหม่ร้อยปี), และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บางปะกง, สวนปาล์มฟาร์มนก) มาพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานและมีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ฉะเชิงเทรายังได้เตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและเมืองให้รองรับบทบาทตามนโยบาย EEC เช่น การพัฒนาเมืองใหม่แบบ Smart City และการเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคม (รถไฟความเร็วสูงเชื่อมสามนามบินผ่านพื้นที่จังหวัด) ซึ่งจะเอื้อให้การท่องเที่ยวเติบโตยิ่งขึ้น

ในระดับยุทธศาสตร์ท้องถิ่น หลายอปท. ในฉะเชิงเทราได้สอดแทรกแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวลงในแผนของตน เช่น ยุทธศาสตร์จังหวัดฉะเชิงเทราที่ระบุให้ “พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและมีอัตลักษณ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ชุมชน” ซึ่งหมายถึงการชูผลิตภัณฑ์เด่นของท้องถิ่น อาทิ มะม่วง น้ำตาลมะพร้าว เครื่องจักรสานบางคล้า) ให้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก

เทศกาลผลไม้ประจำปี หนึ่งในเอกลักษณ์ของฉะเชิงเทราคือ มะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง ที่ปลูกมากในพื้นที่ ทำให้จังหวัดนี้มีเทศกาลผลไม้ที่เกี่ยวข้องกับมะม่วงที่ยิ่งใหญ่และจัดต่อเนื่องยาวนานที่สุดงานหนึ่งของประเทศ ได้แก่

1. งานมะม่วงและของดีเมืองแปดริ้ว งานประจำปีระดับจังหวัดเพื่อเฉลิมฉลองผลผลิตมะม่วงอันขึ้นชื่อฉะเชิงเทรา (เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้, เขียวเสวย ฯลฯ) จัดต่อเนื่องมายาวนาน โดย ปี 2566 จัดงาน ครั้งที่ 52 ระหว่างวันที่ 31 มีนาคม – 9 เมษายน 2566 ณ สนามโรงเรียนวัดโสธรวรารามวรวิหาร อ.เมืองฉะเชิงเทรา มีทั้งการประกวดผลผลิตการเกษตร (ข้าวเหนียวมูนและมะม่วง), การแข่งขันกินมะม่วง, และจำหน่ายสินค้า OTOP ท้องถิ่น ปี 2567 จัดงาน ครั้งที่ 53 (ช่วงปลายเดือน มีนาคม 2567) โดยตามปฏิทินท่องเที่ยวมีขึ้นราวปลาย มี.ค. - ต้น เม.ย. 2567 เช่นเดียวกับทุกปี (ข้อมูล ThaiPBS ระบุช่วงรายการวันใหม่ว่าไรต์ 21 มี.ค. 67 ว่างานกำลังจัดอยู่ในช่วงนั้น) และ ปี 2568 จัดงานครั้งที่ 54 วันที่ 28 มีนาคม - 7 เมษายน 2568 เวลา 09.00-21.00 น. ณ สนามหน้าโรงเรียนวัดโสธรวรารามฯ เช่นเดิม มีไฮไลท์ คือมะม่วงน้ำดอกไม้ GI จังหวัดฉะเชิงเทรา ข้าวเหนียวมะม่วงขึ้นชื่อ และกิจกรรมประกวด/แข่งขันต่าง ๆ เหมือนทุกปี

2. เทศกาลมะม่วงและของดีอำเภอบางคล้า อำเภอบางคล้าเป็นแหล่งปลูกมะม่วงชื่อดัง (มะม่วงบางคล้า) จึงมีการจัดงานท่องเที่ยวมะม่วง อาหาร และของดีบางคล้าทุกปีเช่นกัน โดย ปี 2566 (ครั้งที่ 20) จัดช่วงมีนาคม 2566 ณ บริเวณที่ว่าการอำเภอบางคล้า ปี 2567 จัดงานครั้งที่ 21 วันที่ 17-23 มีนาคม 2567 ณ ลานที่ว่าการอำเภอบางคล้า มีพิธีเปิดอย่างยิ่งใหญ่วันที่ 17 มี.ค. 2567 ภายในงานมีมะม่วงน้ำดอกไม้ มะม่วงแก้วและสายพันธุ์อื่น ๆ จากสวนของชาวบางคล้า รวมถึงอาหารพื้นถิ่นและการแสดงบนเวที ปี 2568 จัดงาน ครั้งที่ 22 วันที่ 17-23 มีนาคม 2568 เช่นเดียวกับปีก่อน ณ ที่ว่าการอำเภอบางคล้า ณ ที่ว่าการอำเภอบางคล้า เป็นการต่อยอดชื่อเสียงมะม่วงบางคล้าที่ได้ GI เช่นกัน

3. เทศกาลทุเรียนท่าตะเกียบ อำเภอตระกือ (อยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา แต่มีพื้นที่ติดต่อชลบุรีและระยอง) เริ่มจัดงานส่งเสริมทุเรียนพันธุ์หมอนทองท่าตะเกียบซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียน GI โดย ปี 2568 จัดงาน “เทศกาลทุเรียนท่าตะเกียบและของดีอำเภอตระกือ” วันที่ 7-8 มิถุนายน 2568 ณ ลานอเนกประสงค์บ้านเกาะกระทิง ต.คลองตะเกรา อ.ท่าตะเกียบ มีสินค้าทุเรียนคุณภาพจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมท่องเที่ยวในพื้นที่ (ตามประกาศหอการค้าจังหวัดและ สวท.ฉะเชิงเทรา) นอกจากนี้มะม่วงแล้ว ฉะเชิงเทรายังมีการส่งเสริมผลไม้ชนิดอื่น เช่น มะพร้าวน้ำหอม (อำเภอบ้านโพธิ์) ซึ่งในปี 2566 ททท. สำนักงานฉะเชิงเทราได้จัดโปรโมชัน “Coco Cowboy แปรริ้ว” ที่สวนมะพร้าวน้ำหอมจังหวัด โดยให้นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าในสวนครบ 300 บาทและรับเครื่องดื่มมะพร้าวฟรี ในช่วงเมษายน – กันยายน 2566 เป็นตัวอย่างของการสนับสนุนเที่ยวสวนผลไม้และฟาร์มเกษตรในฉะเชิงเทรา ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทรามีนโยบายส่งเสริมผลไม้ท้องถิ่นควบคู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะมะม่วงน้ำดอกไม้เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัด เห็นได้จากงานวันมะม่วงเมืองแปดริ้วที่จัดมายาวนานกว่า 50 ครั้ง และการผลักดันทุเรียนท่าตะเกียบเป็นของดีใหม่ของจังหวัด

#### 6. จังหวัดปราจีนบุรี

นโยบายการท่องเที่ยว จังหวัดปราจีนบุรี มีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสุขภาพ (เนื่องจากมีพื้นที่อุทยานแห่งชาติบางส่วน เช่น เขาใหญ่-ทับลาน, แหล่งน้ำตก, และเป็นแหล่งสมุนไพรและการแพทย์แผนไทย) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดจึงมุ่งไปที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพควบคู่กับการส่งเสริมการเกษตรคุณภาพ ตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน หลักฐานหนึ่งคือในการแถลงข่าวการจัดงานวันเกษตรปราจีนบุรี ผู้ว่าราชการจังหวัดได้นั่นย้ำว่าจะ ชูผลไม้และพันธุ์ไม้คุณภาพ ของจังหวัดมาเป็นจุดขาย กระตุ้น

เศรษฐกิจและสร้างรายได้แก่เกษตรกรท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดที่ผนวกกับภาคเกษตรเข้ากับภาคท่องเที่ยว โดยปราจีนบุรีมีผลิตผลทางการเกษตรหลายชนิดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ผลไม้เมืองร้อน (ทุเรียนปราจีนบุรี มังคุด จำปาตะ ฯลฯ), กล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับ, ตลอดจน สมุนไพรและผลิตภัณฑ์สุขภาพแผนไทย ที่สามารถต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เช่น สปาสมุนไพร รีสอร์ทสุขภาพ)

นอกจากนี้ จังหวัดปราจีนบุรียังเน้นพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ เช่น โบราณสถานเมืองศรีมโหสถ, พิพิธภัณฑสถานอยู่สุขสุวรรณ, และสนับสนุนกิจกรรมเทศกาลต่าง ๆ (เช่น งานสงกรานต์โบราณ, งานแข่งเรือยาว) เพื่อเพิ่มความหลากหลายในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

เทศกาลผลไม้ประจำปี งานส่งเสริมผลิตผลการเกษตรที่สำคัญของจังหวัดปราจีนบุรีคือ “งานวันเกษตรปราจีนบุรี” ซึ่งนอกจากจะเป็นงานแสดงด้านการเกษตรแล้วยังเป็นเทศกาลผลไม้ในตัว

1. งานวันเกษตรปราจีนบุรี เทศกาลสินค้าการเกษตรและผลไม้ของจังหวัด ซึ่งจัดมายาวนานทุกปี ช่วงปลายฤดูร้อนถึงต้นฤดูฝน เพื่อเปิดตลาดให้เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตโดยตรงและดึงดูดนักท่องเที่ยวใกล้เคียง โดย ปี 2566 จัดงาน วันเกษตรปราจีนบุรี ครั้งที่ 57 ประมาณช่วงปลายเดือนพฤษภาคม-ต้นมิถุนายน 2566 (เช่น 30 พ.ค. – 7 มิ.ย. 2566) ณ ลานพระบรมราชานุสาวรีย์ ร. 5 หน้าองค์การบริหารส่วนจังหวัดปราจีนบุรี ต.หน้าเมือง อ.เมืองปราจีนบุรี ปี 2567 จัดงานวันที่ 58 ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม – 9 มิถุนายน 2567 สถานที่เดียวกับปีที่ผ่านมา กิจกรรมในงานประกอบด้วย การออกร้านผลไม้ตามฤดูกาล (ทุเรียนปราจีนฯ, เงาะ, มังคุด, ฯลฯ) สินค้าเกษตรปลอดภัยและงานหัตถกรรมชุมชน รวมถึงการแสดงบนเวทีทุกค่ำคืน (ปีนี้ทางจังหวัดร่วมกับ ททท. สำนักงานนครนายก จัดงานห้วงยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควบคู่ไปด้วย) ปี 2568 จัดงาน ครั้งที่ 59 ระหว่างวันที่ 28 พฤษภาคม – 8 มิถุนายน 2568 ณ บริเวณเดิมหน้า อบจ.ปราจีนบุรี มีเป้าหมายส่งเสริมสินค้าการเกษตรและการท่องเที่ยวท้องถิ่นในช่วงฤดูผลไม้เต็มที่ ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเพราะได้รับความสนใจจากทั้งชาวปราจีนและจังหวัดใกล้เคียง

2. งานมะยงชิด มะปรางหวาน ปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรีมีผลไม้ตระกูลมะปราง/มะยงชิดที่โดดเด่นเช่นเดียวกับนครนายก ในปี 2568 ได้เริ่มจัดงานเฉพาะขึ้นเป็นกรณีพิเศษ โดย ปี 2568 งานมะยงชิด มะปรางหวาน และของดี จังหวัดปราจีนบุรี จัดขึ้นวันที่ 21 กุมภาพันธ์ – 4

มีนาคม 2568 ณ ลานพระบรมราชานุสาวรีย์ ร.5 (ศาลากลางหลังเก่า) อ.เมืองปราจีนบุรี ภายในงานมีการจำหน่ายมะยงชิดและมะปรางหวานผลสดจากสวน การประกวดผลผลิต รวมทั้งร้านอาหารและสินค้าของเล่นชุมชนสำหรับครอบครัว งานนี้เป็นครั้งแรกที่ปราจีนบุรีจัดเทศกาลเน้นผลไม้ชนิดนี้โดยเฉพาะเพื่อชูจุดขายผลไม้ฤดูต้นปีของจังหวัด (ซึ่งเดิมชื่อเสียงมะยงชิดจะไปอยู่ที่นครนายกมากกว่า)

3. งานเกษตรและของดีอำเภอนาดี อำเภอนาดี (พื้นที่แนวเชิงเขาในปราจีนบุรี) มีการจัดงานส่งเสริมผลผลิตการเกษตรและผลไม้ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2566 และจัดต่อมาในปี 2568 โดย ปี 2566 จัด “งานเกษตรและของดีอำเภอนาดี” ครั้งที่ 1 ช่วงปลายเดือนมิถุนายน 2566 (เปิดงานวันศุกร์ที่ 23 มิ.ย. 66) ณ สนาม อบต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี เน้นเพิ่มช่องทางการตลาดผลไม้ตามฤดู (ทุเรียนปากช่อง, เงาะ มังคุดที่ปลูกบนพื้นที่สูง) และของดีชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในอำเภอ ปี 2567 (คาดว่าจัดครั้งที่ 2 ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน) และ ปี 2568 จัดงาน วันที่ 22-28 พฤษภาคม 2568 ณ สนามหน้า อบต.ทุ่งโพธิ์ อ.นาดี จ.ปราจีนบุรี มีการออกร้านผลไม้ตามฤดูกาลและผลิตภัณฑ์เกษตรมากมาย กิจกรรมบนเวทีทุกคืน ตลอดจนการประกวดผลผลิตและสินค้าของดีในพื้นที่ (งานปี 2568 นี้ ถือเป็น การต่อยอดความสำเร็จหลังจากจัดครั้งแรกและได้รับเสียงตอบรับดี)

4. งานยกมาทั้งสวนเที่ยวงานผลไม้@นนทบุรี เป็นการสนับสนุนเปิดตลาดและพาชมชวนตั้งแต่วันที่ 1-30 มิถุนายน 2568 เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2568 โดยมีรองผู้ว่าราชการจังหวัดปราจีนบุรี เป็นประธานในพิธีเปิดตลาดผลไม้ตำบลนนทบุรี อำเภอกบินทร์บุรี และ ททท. สำนักงานนครนายก ก็มาจัดสื่อไลฟ์สด ให้กับงานเพื่อส่งเสริมการเที่ยวชมสวน โดยเจ้าของสวนออกมาขายเอง ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีสำหรับคอกูเรียนที่ที่สนใจทุเรียนปราจีนบุรี มีมาตรฐาน GI และมาจากเจ้าของสวนโดยตรง

จังหวัดปราจีนบุรีกำลังปรับภาพลักษณ์จากเมืองอุตสาหกรรมมาเนมิตการเกษตรมากขึ้น พบว่าผลไม้ปราจีนฯ ที่เริ่มมีชื่อเสียง คือ ทุเรียนปราจีนบุรี ซึ่งรสชาติหวานมันไม่แพ้ใคร และมีความพยายามสร้างแบรนด์ทุเรียนพื้นถิ่นคล้ายกรณีทุเรียนท่าตะเกียบของฉะเชิงเทรา นอกจากนี้มะยงชิดและมะปรางหวานก็เป็นจุดแข็งที่จะดึงนักท่องเที่ยวช่วงต้นปี จึงเห็นการจัดงานโปรโมทผลไม้เหล่านี้เพิ่มขึ้นในช่วงปี 2567-2568

## 7. จังหวัดสระแก้ว

นโยบายการท่องเที่ยว จังหวัดสระแก้วตั้งอยู่ที่ชายแดนไทย-กัมพูชา มีจุดแข็งด้านการค้าชายแดน (ตลาดโรงเกลือ อ.อรัญประเทศ) และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์ (เช่น อุทยานแห่งชาติปางสีดา, ปราสาทก๊กอภิม) ดังนั้นนโยบายการท่องเที่ยวของสระแก้วจึงเน้น การพัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงพิณิซซ์และชายแดน ที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การเพิ่มศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน และการยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้นตามยุทธศาสตร์ชาติ ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงด้านชายแดนและสิ่งอำนวยความสะดวกที่อรัญประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้แวะพักท่องเที่ยวในจังหวัดก่อนผ่านแดน, การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ “คู่มือป่าปางสีดา” ซึ่งจัดเป็นเทศกาลทุกฤดูฝน, และการพัฒนา ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี หลายแห่งในจังหวัด (เช่น ชุมชนบ้านดงโสม, ชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนที่วัฒนานคร) เพื่อเพิ่มจุดหมายท่องเที่ยวใหม่ ๆ

นอกจากนี้ สระแก้วยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมผลผลิตเกษตรที่เปิดจุดเด่นของจังหวัด เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้ และ ชมพู่หวาน (ฝรั่งหวานพันธุ์พื้นเมือง) โดยนโยบายด้านเกษตรของจังหวัด ระบุให้มีการจัดงานเทศกาลส่งเสริมผลไม้เหล่านี้ควบคู่กับการท่องเที่ยวมาช้านาน

เทศกาลผลไม้ประจำปี จังหวัดสระแก้วมีงานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับผลไม้สำคัญอยู่สองรายการ ได้แก่ มะม่วงและเทศกาลชมพู่หวาน ดังนี้

1. งานเทศกาลมะม่วงสระแก้ว สระแก้วมีพื้นที่ปลูกมะม่วงน้ำดอกไม้และพื้นที่ปลูกมะม่วงอื่น ๆ จำนวนมากกรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับจังหวัดได้จัดงานเทศกาลมะม่วงขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงปลายเมษายนถึงพฤษภาคม เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวของมะม่วงของจังหวัด เช่น ในปี 2566 จัดงานระหว่างวันที่ 27 เม.ย. – 7 พ.ค. 2566 ณ โรงเรือนศูนย์รวบรวมคัดแยกผลไม้ ต.สระขวัญ อ.เมืองสระแก้ว มีพิธีเปิดและกิจกรรมตลอด 10 วัน 26 ภายในงานนอกจากจำหน่ายมะม่วงสายพันธุ์ต่าง ๆ แล้ว ยังมีการประกวดผลผลิต สาธิตแปรรูปมะม่วง และการเจรจาจับคู่ธุรกิจซื้อขายมะม่วง ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการค้าผลไม้จากพื้นที่อื่นมารวมตัวกัน

2. ชมพู่หวานและของดีอำเภอคลองหาด “ชมพู่หวานคลองหาด” เป็นผลไม้ขึ้นชื่อประจำถิ่นของอำเภอคลองหาดจังหวัดสระแก้ว (มีรสชาติหวานกรอบเป็นเอกลักษณ์) ชาวสวนและหน่วยงานท้องถิ่นได้จัดงานนี้มาอย่างยาวนาน โดยในปี 2566 จัดเป็นครั้งที่ 24 ช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2566 กิจกรรมประกอบด้วยการประกวดผลชมพู่หวานลูกสวย การจัดประกวดกระเช้า

ผลไม้ดีเด่นของชุมชน การออกร้านขายผลผลิตสดจากสวนในราคายุติธรรม และมหรสพสนุกสนาน งานนี้นอกจากประชาชนทั่วไปแล้ว ยังมีพ่อค้าแม่ค้าผลไม้จากทั่วประเทศซื้อชมพูหวานถึงสวน รวมทั้งนักท่องเที่ยวสายกินที่เดินทางเพื่อชิมผลไม้ตามฤดูกาลด้วย

นอกจากสองงานหลักข้างต้นแล้ว สระแก้วยังมีงานเทศกาลใหญ่ประจำปีของจังหวัดคือ “งานสืบสานวัฒนธรรมเบ็ญจบุรพาและงานกาชาดจังหวัดสระแก้ว” (จัดประมาณเดือนธันวาคม-มกราคมของทุกปี) ซึ่งบางปีจะมีโซนขายผลผลิตทางการเกษตรและผลไม้เข้าร่วมด้วย แต่โดยหลักแล้ว เทศกาลผลไม้ของสระแก้วจะเน้นไปที่มะม่วงและชมพูเป็นสำคัญ เดิมที่ไม่โด่งดังเรื่องสวนผลไม้เท่า จันทบุรี/ระยอง แต่มี “มะม่วงน้ำดอกไม้สระแก้ว” ที่สร้างชื่อในตลาดส่งออกนอกจากนี้ชมพูสายพันธุ์ทับทิมจันทร์ที่ปลูกอำเภอคลองหาดก็เป็นที่รู้จัก

#### 8. จังหวัดนครนายก

นโยบายการท่องเที่ยว จังหวัดนครนายกอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติสมบูรณ์ (เช่น น้ำตกสาริกา-นางรอง, เขื่อนขุนด่านปราการชล) และเป็นแหล่งผจญภัยกลางแจ้งยอดนิยม (ล่องแก่ง, แคมป์ปิ้ง) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของนครนายกจึงเน้นให้จังหวัดเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและผจญภัยที่ได้มาตรฐาน สำหรับนักท่องเที่ยวระยะใกล้รวมถึงเป็น เมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่มีผลไม้และสินค้าชุมชนโดดเด่น โดยภาครัฐได้สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน การท่องเที่ยว (เช่น ถนนเข้าพื้นที่ท่องเที่ยว, ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เขื่อนขุนด่านฯ) และส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (เช่น การแข่งขันวิ่งเทรลและจักรยานเสือภูเขาประจำปี) เพื่อ ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่นิยมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผจญภัยระยะสั้น

ในภาคเกษตร นครนายกมีผลไม้ขึ้นชื่อคือ มะยงชิด และ มะปรางหวาน (ผลไม้ตระกูลเดียวกับพลับพลึงทอง/มะปราง) ซึ่งทางจังหวัดถือเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงมีนโยบายสนับสนุนการจัดงานเทศกาลและตลาดผลไม้สำหรับผลไม้ทั้งสองชนิดนี้เป็นกรณี พิเศษควบคู่ไปกับการโปรโมตด้านการท่องเที่ยว

เทศกาลผลไม้ประจำปี ไฮไลท์ของนครนายก คือ เทศกาลผลไม้ต้นฤดูที่เฉลิมฉลองผลผลิต มะยงชิดและมะปราง ซึ่งจัดต่อเนื่องทุกปี

1. งานมะยงชิด มะปรางหวาน และของดีนครนายก มักจัดขึ้นช่วงต้นเดือนมีนาคมของทุกปี ซึ่งเป็นฤดูเก็บเกี่ยวมะยงชิด-มะปราง ณ บริเวณตลาดแยกข้าง หรือบางปีก็จัดที่เขื่อนขุนด่านปราการชล กิจกรรมสำคัญของงานได้แก่ การจำหน่ายผลมะยงชิด/มะปรางสดจากสวนที่คุณภาพ

(นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกล่องผลไม้ที่เกษตรกรนำมาขายโดยตรง), การแข่งขันประกวดมะยงชิดผลโตและรสชาติดี, ของจังหวัด (เช่น ส้มโอทองดี, ข้าวหลาม, ผักปลอดสาร) ในบรรยากาศงานวัดและการแสดงบนเวที ข้อมูลปี 2566 ระบุว่างาน “Fruits & Food Fest 2923 มะยงชิด มะปรางหวานและของดีนครนายก” จัดวันที่ 9-13 มีนาคม 2566 ที่ตลาดแยกข้างกลางเมืองนครนายก 28 ส่วนปี 2568 มีการประสมพันธ์ในชื่อ “เทศกาลมะยงชิด มะปรางหวาน ตระการตา @นครนายก 2025” จัดช่วง 6-10 มีนาคม 2568 ณ ลานอเนกประสงค์เขื่อนขุนด่านฯ โดยเน้นรวบรวมของดีจากเกษตรกรทั่วจังหวัดมาให้ชมและชิมถึงมือผู้บริโภค

2. งานเทศกาลของดีเมืองนครนายกและผลผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ: นอกเหนือจากงานมะยงชิดแล้ว ในช่วงกลางปี (ราวกรกฎาคม) เทศบาลเมืองนครนายกมักจัดงานเทศกาลของดีท้องถิ่น ซึ่งมีผลไม้ตามฤดูกาลอื่น ๆ มาจำหน่ายด้วย เช่น เงาะ ทุเรียนจากสวนในอำเภอต่าง ๆ แม้งานเหล่านี้จะไม่ใหญ่เท่างานมะยงชิด แต่ก็เป็นที่สนใจของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวน้ำตกช่วงหน้าฝนให้ได้แวะอุดหนุนผลไม้สดราคาถูกก่อนกลับ

โดยภาพรวม เทศกาลผลไม้ของนครนายกช่วยเสริมภาพลักษณ์จังหวัดในมิติการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดนอก EEC โดยเชื่อมกับจังหวัดใกล้เคียง เช่น ปราจีนบุรี (ที่มีมะยงชิดเช่นกัน) นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาเที่ยวงานและต่อยอดเที่ยวสถานที่ชื่อดังอย่างเขื่อนขุนด่านฯ น้ำตกสาลิกา ฯลฯ ซึ่งช่วยกระจายรายสู่ชุมชน

สรุป สำหรับภาพรวมภาคตะวันออกในช่วง 2566 – 2568 มีการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นทั้งในระดับจังหวัดกลุ่มจังหวัด เพื่อตอบสนองต่อนโยบายชาติและฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 รัฐบาลได้แบ่งกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกออกเป็น 2 กลุ่มหลักในการวางแผนพัฒนา ได้แก่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 (EEC) ซึ่งประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา และ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 ซึ่งประกอบด้วย จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี สระแก้ว และนครนายก เพื่อนำร่องการพัฒนาในลักษณะคลัสเตอร์ที่มีบทบาทคล้ายกัน

กลุ่มจังหวัด EEC (ชลบุรี-ระยอง-ฉะเชิงเทรา) ได้รับการส่งเสริมให้เป็น พื้นที่ท่องเที่ยวคุณภาพสูงระดับนานาชาติควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานทันสมัย แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 (2566-2570) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการเติบโตของ EEC เช่น การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน (ทั้งด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว), การส่งเสริม

กิจกรรมท่องเที่ยวไมซ์ (MICE City ในพัทยา), การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงระหว่าง 3 จังหวัด (เช่น เส้นทางท่องเที่ยวชายทะเลต่อเนื่องจากพัทยา-ระยอง หรือเส้นทางวัฒนธรรมจากบางปะกงถึงจันทบุรี) ตลอดจนการตลาดการท่องเที่ยวร่วมกันในนาม EEC Travel Cluster ในปี 2568 จังหวัดในกลุ่ม EEC ได้ร่วมกันจัดงาน “EEC Travel Mart” เพื่อโปรโมตแพ็คเกจท่องเที่ยวของภูมิภาคร่วมกัน สะท้อนถึงความร่วมมือแบบกลุ่มจังหวัดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และลงทุนด้านท่องเที่ยวยังภาคตะวันออก

กลุ่มจังหวัดนอก EEC (จันทบุรี-ตราด-ปราจีนบุรี-สระแก้ว-นครนายก) เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยจันทบุรี-ตราดเน้นที่ การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมผลไม้ (เป็น Fruit Paradise ของประเทศ) ผสานกับบทบาทศูนย์กลางของการค้าชายแดน (ตราดเชื่อมกัมพูชาด้านทะเล, จันทบุรีเชื่อมกัมพูชาด้านบก), ขณะที่ปราจีนบุรี-นครนายกเน้น ท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพ (ป่าเขา น้ำตก สมุนไพร) และสระแก้วเน้นท่องเที่ยวชายแดนและประวัติศาสตร์ ควบคู่ทรัพยากรธรรมชาติที่มี (อุทยานฯ ปางสีดา) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 จึงมุ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวผ่านการยกระดับคุณค่าของสินค้าเกษตรและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเพิ่มมูลค่าให้ผลไม้ท้องถิ่นด้วยเทศกาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว (กรณีจันทบุรี ตราด) และการส่งเสริม การท่องเที่ยวข้ามพรมแดน (cross-border tourism) โดยจับคู่กับจังหวัดประเทศเพื่อนบ้าน (กรณีสระแก้วที่มีแผนเชื่อมนครวัด-นครธมเข้ากับเส้นทางเที่ยวไทย)

บทบาทของเทศกาลผลไม้ จตุรรมสำคัญของทั้ง 8 จังหวัดภาคตะวันออก คือ การใช้เทศกาลผลไม้ประจำปี เป็นเครื่องกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจฐานรากอย่างมีประสิทธิภาพ ทุกจังหวัดต่างมีของดีด้านผลไม้และจัดงานเทศกาลที่กลายเป็นปฏิทินท่องเที่ยวประจำปีของภูมิภาค ในช่วงเดือนเมษายนถึงมิถุนายน ซึ่งเป็น ฤดูกาลผลไม้ภาคตะวันออก ที่ผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากทุกปี ตัวอย่างเช่น งานเทศกาลผลไม้ระยองและจันทบุรีในเดือน พฤษภาคมที่ดึงดูดทั้งคนไทยและต่างชาติให้มาชิมทุเรียน, งานวันมะม่วงฉะเชิงเทราและมะยงชิด นครนายกที่เชื่อมโยงคนเมืองกับชุมชนเกษตร, ตลอดจนงานระกำหวานตราดและชมพูหวานสระแก้ว ที่เผยแพร่ชื่อเสียงผลไม้พื้นเมืองสู่วงกว้าง กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงสร้างรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่นนับล้านบาท แต่ยังสอดคล้องกับแนวทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่กำลังได้รับความนิยม ซึ่งภาครัฐไทยที่กำลังผลักดันในภาคตะวันออกก็เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสายกินผลไม้ด้วยดังจะเห็นได้จากแคมเปญ “สบาย สบาย ภาคตะวันออก” ของ ททท. ที่เชิญชวน

นักท่องเที่ยวให้ออกเดินทางมาสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารในฤดูผลไม้ พร้อมโปรโมชั่นพิเศษผ่านสำนักงาน ททท. ในภูมิภาคทั้ง 6 แห่ง (ระยอง, จันทบุรี, ตราด, ชลบุรี, ฉะเชิงเทรา, สระแก้ว) เช่น ส่วนลดซื้อผลไม้ 100 บาท เมื่อท่องเที่ยววันธรรมดา หรือคูปองส่วนลดเข้าชมสวนผลไม้ต่าง ๆ 32 16 เป็นต้น

โดยสรุป นโยบายการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกในช่วงปี 2566-2568 มุ่งเน้น “คุณภาพและความยั่งยืน” ผสานกับเอกลักษณ์ท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเมืองท่องเที่ยว EEC ให้ทันสมัยเชื่อมโยงระดับนานาชาติ หรือการชูทรัพยากรธรรมชาติ-ผลไม้พื้นบ้านของจังหวัดนอก EEC ให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยวสูงสุด ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เพื่อเป้าหมายให้ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตามแผนพัฒนาภาคที่ตั้งเป้าหมายเพิ่มรายได้ท่องเที่ยวภูมิภาคไม่ต่ำกว่า 2% ต่อปี) พร้อมกับการรักษาความเป็นอยู่และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ควบคู่กันไป

## ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก

การนำเสนอผลการศึกษาในส่วนนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 16 ภาพรวมปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก

ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	2.83	1.345	ปานกลาง	2
ด้านกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	2.50	1.327	น้อย	4

ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
ด้านการตลาดการท่องเที่ยว	2.05	1.145	น้อย	5
ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว	2.68	1.430	ปานกลาง	3
ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	3.18	1.413	ปานกลาง	1
<b>รวม</b>	<b>2.64</b>	<b>1.333</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 16 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.64$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 2 ด้าน คือ ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.18$ ) ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.83$ ) ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.68$ ) ด้านกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.50$ ) และด้านการตลาดการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.05$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
1. ปัญหาจำนวนแรงงานในสวนทุเรียน	3.13	1.349	ปานกลาง	1
2. ปัญหาเงินลงทุนในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว สวนทุเรียน	2.53	1.339	น้อย	3
3. ปัญหาความเพียงพอของปริมาณทุเรียน	2.84	1.346	ปานกลาง	2

ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
รวม	2.83	1.345	ปานกลาง	

จากตารางที่ 17 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.83$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จะพบว่า มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง 2 ประเด็น และอยู่ในระดับน้อย 1 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 ปัญหาจำนวนแรงงานในสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 3.13$ ) ประเด็นที่ 3 ปัญหาความเพียงพอของปริมาณทุเรียน ( $\bar{X} = 2.84$ ) และประเด็นที่ 2 ปัญหาเงินลงทุนในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 2.53$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว

ด้านกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
1. ปัญหาการวางแผนธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว ทุเรียน	2.59	1.357	น้อย	3
2. ปัญหาความพร้อมของชาวสวนในการให้บริการ แก่นักท่องเที่ยว	2.65	1.380	ปานกลาง	1
3. ปัญหาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็น ระบบเป็นขั้นตอน	2.59	1.396	น้อย	2
4. ปัญหาผู้นำในการรับผิดชอบกิจกรรมการ ท่องเที่ยวสวนทุเรียน	2.48	1.329	น้อย	4

ด้านกระบวนการการบริหารจัดการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
5. ปัญหาในการบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องเงิน รายรับ-รายจ่าย	2.31	1.284	น้อย	6
6. ปัญหาเกี่ยวกับการสรุปผลการทำงานการ ท่องเที่ยวทุเรียนในแต่ละปี	2.39	1.218	น้อย	5
<b>รวม</b>	<b>2.50</b>	<b>1.327</b>	<b>น้อย</b>	

จากตารางที่ 18 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านกระบวนการการบริหารจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.50$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จะพบว่า มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านกระบวนการบริหารจัดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง 1 ประเด็น และอยู่ในระดับน้อย 5 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 2 ปัญหาความพร้อมของชาวสวนในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.65$ ) ประเด็นที่ 1 ปัญหาการวางแผนธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวทุเรียน ( $\bar{X} = 2.59$ ) ประเด็นที่ 3 ปัญหาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอน ( $\bar{X} = 2.59$ ) ประเด็นที่ 4 ปัญหาผู้นำในการรับผิดชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 2.48$ ) ประเด็นที่ 6 ปัญหาเกี่ยวกับการสรุปผลการทำงานการท่องเที่ยวทุเรียนในแต่ละปี ( $\bar{X} = 2.39$ ) และประเด็นที่ 5 ปัญหาในการบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องเงิน รายรับ-รายจ่าย ( $\bar{X} = 2.31$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านการตลาดการท่องเที่ยว

ด้านการตลาดการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
1. ปัญหาการเชื่อมร้อยเครือข่ายนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวที่สวน	2.28	1.180	น้อย	1
2. ปัญหาการสร้างความเชื่อมั่นของสวนในสายตาของนักท่องเที่ยว	2.03	1.174	น้อย	2
3. ปัญหาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมในสวนทุเรียน	1.92	1.112	น้อย	4
4. ปัญหาการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม การท่องเที่ยวทุเรียน	1.95	1.114	น้อย	3
<b>รวม</b>	<b>2.05</b>	<b>1.145</b>	<b>น้อย</b>	

จากตารางที่ 19 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านการตลาดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.05$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จะพบว่า มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านการตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย 4 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 ปัญหาการเชื่อมร้อยเครือข่ายนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวที่สวน ( $\bar{X} = 2.28$ ) ประเด็นที่ 2 ปัญหาการสร้างความเชื่อมั่นของสวนในสายตาของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.03$ ) ประเด็นที่ 4 ปัญหาการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม การท่องเที่ยวทุเรียน ( $\bar{X} = 1.95$ ) และประเด็นที่ 3 ปัญหาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมในสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 1.92$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
1. ปัญหาการไม่มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพในการ รับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องทุเรียนโดยตรง	2.69	1.479	ปานกลาง	3
2. ปัญหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุเรียนของ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง	2.71	1.402	ปานกลาง	2
3. ปัญหาการประสานงานระหว่างหน่วยงานของ รัฐที่เกี่ยวข้องกับชาวสวนทุเรียน	2.56	1.417	น้อย	4
4. ปัญหาการประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในสวนทุเรียน	2.57	1.425	น้อย	5
5. ปัญหาการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนพอ เป็นพิธีของหน่วยงานรัฐ	2.89	1.429	ปานกลาง	1
<b>รวม</b>	<b>2.68</b>	<b>1.430</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 20 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.68$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จะพบว่า มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง 3 ประเด็น และอยู่ในระดับน้อย 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 5 ปัญหาการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนพอเป็นพิธีของหน่วยงานรัฐ ( $\bar{X} = 2.89$ ) ประเด็นที่ 2 ปัญหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุเรียนของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ( $\bar{X} = 2.71$ ) ประเด็นที่ 1 ปัญหาการไม่มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพในการรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องทุเรียนโดยตรง ( $\bar{X} = 2.69$ ) ประเด็นที่ 4 ปัญหาการประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 2.57$ ) และประเด็นที่ 3 ปัญหาการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับชาวสวนทุเรียน ( $\bar{X} = 2.56$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก  
ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	แปลความ หมาย	อันดับที่
1. ปัญหาความไม่ชัดเจนของมาตรการนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียน	3.35	1.419	ปานกลาง	1
2. ปัญหาความไม่แน่นอนของนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียน	3.25	1.285	ปานกลาง	2
3. ปัญหาความไม่สอดคล้องของนโยบายกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ทุเรียน	3.08	1.393	ปานกลาง	3
4. ปัญหา นโยบายของรัฐที่สนับสนุนผลประโยชน์ของคนกลุ่มน้อย เช่น ล้งผูกขาด เป็นต้น มากกว่าผลประโยชน์ของชาวสวนทุเรียนโดยรวม	3.04	1.555	ปานกลาง	4
<b>รวม</b>	<b>3.18</b>	<b>1.413</b>	<b>ปานกลาง</b>	

จากตารางที่ 21 ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.18$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น จะพบว่า มีปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง 4 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 ปัญหาความไม่ชัดเจนของมาตรการนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียน ( $\bar{X} = 3.35$ ) ประเด็นที่ 2 ปัญหาความไม่แน่นอนของนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียน ( $\bar{X} = 3.25$ ) ประเด็นที่ 3 ปัญหาความไม่สอดคล้องของนโยบายกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ทุเรียน ( $\bar{X} = 3.08$ ) และประเด็นที่ 4 ปัญหา นโยบายของรัฐที่สนับสนุนผลประโยชน์ของคนกลุ่มน้อย เช่น ล้งผูกขาด เป็นต้น มากกว่าผลประโยชน์ของชาวสวนทุเรียนโดยรวม ( $\bar{X} = 3.04$ ) ตามลำดับ

เมื่อนำผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงของไทย มาเปรียบเทียบกับคำสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์พบว่า ยังมีปัญหาและอุปสรรคหลายด้านที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียนในภูมิภาคนี้ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นหลัก ๆ ดังนี้

### 1. ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

หนึ่งในอุปสรรคสำคัญ คือ ความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในสวนทุเรียน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้า ห้องน้ำ ที่จอดรถ หรือป้ายสัญลักษณ์แนะนำเส้นทาง หลายพื้นที่ยังไม่มีการลงทุนหรือสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นเท่าที่ควร ส่งผลให้ชุมชนต้องแบกรับภาระเองในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ยกตัวอย่างเช่น สวนท่องเที่ยวทุเรียนแห่งหนึ่งในจังหวัดระยองระบุว่า มีนักท่องเที่ยวมาเยือนปีละนับแสนคน แต่ภาครัฐกลับเพียงเข้ามาแนะนำให้สร้างห้องน้ำสำหรับผู้พิการโดยไม่จัดสรรงบประมาณสนับสนุน *“มีคนมาหาที่นี่ปีเป็นแสนคน... หน่วยงาน... มาแนะนำว่า ‘คุณควรทำห้องน้ำผู้พิการ’ ... เราเถียงในใจว่าทำไมไม่จัดงบประมาณมาทำให้เราอยากทำแต่เราไม่มีตังค์”* (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยอง, 2568) สิ่งนี้สะท้อนถึงความขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวสวนทุเรียน อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การขาดจุดจอดหรือพื้นที่ตลาดริมทางอย่างเป็นทางการ ทำให้เกษตรกรบางรายต้องตั้งแผงขายริมถนนเองซึ่งผิดกฎหมายจราจร และถูกเจ้าหน้าที่กวดขันจับกุม แทนที่จะได้รับการส่งเสริมจัดสรรพื้นที่ขายอย่างเป็นทางการโดยองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ดังนั้น การขาดโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ไม่เพียงสร้างความไม่สะดวกแก่ผู้มาเยือน แต่ยังเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ และลดทอนประสบการณ์ท่องเที่ยวโดยรวมอีกด้วย

### 2. ปัญหาด้านนโยบาย กฎหมาย และบทบาทของภาครัฐ

กรอบนโยบายและกฎหมายบางประการของรัฐได้สร้างข้อจำกัดต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสวนผลไม้เป็นอย่างมาก ประเด็นสำคัญที่พบคือ ปัญหาด้านสิทธิการใช้ที่ดินทำกิน (พื้นที่ ส.ป.ก.) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่สวนทุเรียนจำนวนมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กฎหมายที่ดิน ส.ป.ก. กำหนดให้ใช้เพื่อเกษตรกรรมและห้ามใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อื่น ส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับนักท่องเที่ยวได้เต็มที่ ตัวอย่างจากอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรีชี้ให้เห็นว่า *“ปัญหาที่นี้ก็คือว่า พื้นที่ ส.ป.ก. เขาไม่ให้ทำลักษณะอย่างนั้น... พอนักท่องเที่ยวมาก ปัญหาเกิด... การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมันติดปัญหาเรื่องกฎหมาย ส.ป.ก.”* (ผู้ให้สัมภาษณ์ ชลบุรี, 2568) กล่าวคือ หากสวน

ทุเรียนเริ่มดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวจนมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยือน ย่อมส่งผลต่อการผิดเงื่อนไขการใช้ที่ดินตามกฎหมาย ส.ป.ก. ซึ่งเป็นปัญหาที่หลายพื้นที่ต้องเผชิญและยังไม่ได้รับการแก้ไขจากภาครัฐอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ยังพบปัญหาการใช้ที่ดินในเขตป่าสงวนหรือพื้นที่อนุรักษ์ (เช่น บางส่วนของจังหวัดจันทบุรีและสระแก้ว) ซึ่งกฎหมายจำกัดการใช้ประโยชน์เช่นกัน ส่งผลให้การสร้างที่พักหรือสิ่งปลูกสร้างรับนักท่องเที่ยวทำได้ยาก

นอกเหนือจากข้อจำกัดด้านกฎหมายที่ดินแล้ว บทบาทของหน่วยงานรัฐในระดับพื้นที่ต่อการส่งเสริมท่องเที่ยวทุเรียนยังคงมีช่องว่าง หลายพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสวนผลไม้ยังขับเคลื่อนโดยหน่วยงานเกษตรเป็นหลัก ขณะที่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวกลับมีส่วนร่วมน้อย ยกตัวอย่างกรณีเครือข่ายสวนทุเรียนในอำเภอท่าตะเียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ประสานงานชุมชนระบุว่าจนถึงขณะนี้ “ท่องเที่ยวจังหวัดยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมเลย... ที่มีอยู่เนี่ยคือเกษตรจังหวัดเข้ามาอย่างเดียว” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ฉะเชิงเทรา, 2568) สะท้อนว่า การบูรณาการระหว่างหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและการเกษตรยังไม่เกิดขึ้นอย่างเพียงพอในบางจังหวัด เช่นเดียวกับบางพื้นที่ในจังหวัดระยองที่ผู้ประกอบการระบุว่า การผลักดันการท่องเที่ยวยังเป็นความพยายามของกลุ่มชาวสวนและภาคประชาสังคมเป็นหลัก ส่วนภาครัฐมักเข้ามาหลังจากที่ชุมชนจัดการไปมากแล้ว ทำให้ขาดการสนับสนุนเชิงรุก ทั้งในด้านงบประมาณและการตลาดจากภาครัฐอย่างทันท่วงที ปัญหาดังกล่าวชี้ว่าจำเป็นต้องมีนโยบายและการประสานงานของรัฐที่ชัดเจนขึ้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนอย่างยั่งยืน

### 3. ปัญหาด้านการตลาดและการดึงดูดนักท่องเที่ยว

แม้ว่าภาคตะวันออกจะมีชื่อเสียงด้านผลไม้โดยเฉพาะทุเรียน แต่การสร้างสรรครูปแบบการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวยังเผชิญกับความท้าทายด้านการตลาดและการสร้างจุดขาย ประการแรก สวนทุเรียนหลายแห่งยังขาดจุดเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวบางรายยอมรับว่า “ปัญหาตอนนี้ก็คือว่าแต่ละสวนจะหาจุดเด่นอะไร... ถูกค่ะ เรายังไม่รู้ว่าจะหาจุดเด่นตรงไหน... บางทีก็มีพิชซ่าทุเรียน... ถ้าเราเปิดเราต้องมีอะไรเด่น ๆ ให้เขาสนใจ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ฉะเชิงเทรา, 2568) คำสัมภาษณ์นี้ชี้ให้เห็นว่า สวนต่าง ๆ กำลังพยายามหา “หมัดเด็ด” ของตนเอง เช่น เมนูไอศกรีมหรือพิชซ่าทุเรียน เพื่อสร้างความแตกต่าง แต่หลายแห่งก็ยังอยู่ในกระบวนการลองผิดลองถูก การไม่มีจุดขายที่ชัดเจนทำให้การโปรโมตดึงดูดลูกค้าเป็นไปได้ยาก นักท่องเที่ยวอาจรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในสวนทุเรียนคล้ายคลึงกันไปหมด ไม่ว่าจะแค่เดินชมสวน

ชิมบุฟเฟต์ผลไม้ หรือถ่ายรูปกับต้นทุเรียน การสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ ๆ เช่น เมนูอาหารคาวหวานจากทุเรียน การจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปหรือเทศกาลในสวน จึงเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องคิดค้นเพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

นอกจากนี้ การขาดแผนการตลาดเชิงบูรณาการและความร่วมมือกับกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ ทำให้การดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (เช่น นักท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือต่างชาติ) ยังทำได้ไม่เต็มที่ ผู้ประกอบการในจังหวัดระยองรายหนึ่งเสนอแนวคิดที่ว่า ควรผนวกการท่องเที่ยวสวนผลไม้เข้ากับอีเวนต์หรือเส้นทางท่องเที่ยวหลักของจังหวัด เช่น คอนเสิร์ตหรือการแข่งขันกีฬา “ถ้าจะดีกว่าไหม... ถ้ามีสวน มีหน่วยงานรัฐ...ไปด้วยกัน... เรามีอยู่แล้ว เราแค่สร้าง story... สิ่งที่ยากได้ก็คือ... การช่วยประสานงานระหว่างภาครัฐกับทีมออร์แกนไนซ์” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยอง, 2568) แนวคิดนี้สะท้อนถึงความต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเชื่อมโยงสวนทุเรียนเข้ากับกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น บัตรเข้าชมคอนเสิร์ตที่พ่วงส่วนลดค่าที่พักและคูปองเที่ยวสวนผลไม้ หรือการจัดงานเทศกาลผลไม้ควบคู่ไปกับการประเพณีท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มาเยือนสวนผลไม้มากขึ้นและพักค้างแรมในพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันยังมีน้อย (นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเที่ยวแบบเช้าไป-เย็นกลับ) การตลาดในลักษณะ Package หรือการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงหลายแหล่ง (เช่น จากจันทบุรี-ตราด-ระยอง) ยังเป็นเรื่องใหม่ที่ต้องอาศัยความร่วมมือทั้งระหว่างเอกชนกับรัฐ และระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ในภูมิภาค ดังจะเห็นได้ว่าจังหวัดจันทบุรีประสบความสำเร็จในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวผลไม้ควบคู่กับน้ำตก ทะเล และวัดวาอารามต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมหลากหลายและพักได้นานขึ้น ในขณะที่บางพื้นที่ของระยองยังขาดการเชื่อมต่องกล่าว นักท่องเที่ยวจึงแวะมาเที่ยวสวนน้อยและใช้เวลาไม่นานเท่าที่ควร (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยอง, 2568) ประเด็นนี้ชี้ว่า การตลาดและการวางแผนเส้นทางท่องเที่ยว ยังต้องพัฒนาอีกมากเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวทุเรียนภาคตะวันออก

#### 4. ปัญหาด้านบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ

ความพร้อมของบุคลากรในด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นอีกมิติหนึ่งที่พบว่าเป็นจุดอ่อนในหลายพื้นที่ของการท่องเที่ยวทุเรียน อันดับแรกคือ ปัญหาด้านทักษะและจำนวนบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างชาติหรือกลุ่มพิเศษ สวนทุเรียนส่วนใหญ่ดำเนินการโดยครอบครัวหรือกลุ่มชาวสวนในท้องถิ่นที่อาจไม่มีทักษะภาษาต่างประเทศหรือประสบการณ์ในธุรกิจบริการมากนัก ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของฟาร์มทุเรียนท่องเที่ยวรายหนึ่งยอมรับว่า “ของต่างชาติผมคิดว่าดีมากนะ แต่...

เราไม่มีบุคลากรที่สื่อสารได้ขนาดนั้น และตัวผม...ไม่ได้ทำธุรกิจแค่ด้านเดียว...เราไม่มีเวลาต้อนรับขนาดนั้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยอง, 2568) ข้อความนี้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดที่พบได้ทั่วไปผู้ประกอบการท่องเที่ยวสวนทุเรียนมักต้องแบ่งเวลาระหว่างงานสวน (การดูแลผลผลิต) กับการบริการนักท่องเที่ยว และหลายครั้งไม่มีพนักงานประจำคอยต้อนรับหรือนำชม หากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการการสื่อสารภาษาอังกฤษมาถึงโดยไม่ได้นัดหมายล่วงหน้า สวนอาจไม่สามารถให้บริการได้เต็มที่ นอกจากนี้ การขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือบุคลากรรุ่นใหม่ที่เข้ามาช่วยงานก็เป็นปัญหาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ผ่านการอบรมเฉพาะทาง และใช้การเรียนรู้จากประสบการณ์เป็นหลัก ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อมาตรฐานบริการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังในระยะยาว

ประการต่อมา ในระดับชุมชนพบว่า ความพร้อมในการปรับตัวของสมาชิกกลุ่มชาวสวนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ยังมีจำกัด ในบางพื้นที่ความคิดริเริ่มกิจกรรมใหม่ ๆ อาจไม่ได้รับการตอบรับจากสมาชิกทุกคนเนื่องจากกังวลเรื่องความยุ่งยากซับซ้อนในการจัดการ ยกตัวอย่างกรณีกลุ่มสวนทุเรียนชุมชนหนึ่งที่มีแนวคิดจะจัดประกวดเมนูอาหารจากทุเรียนและจัดการแข่งขันต่าง ๆ ในเทศกาลทุเรียน แต่สมาชิกกลุ่มบางส่วนเห็นว่าเป็นเรื่องลำบากเกินไป “สมาชิกบางคน...เวลาเราทำอะไรเราก็ต้องถามกลุ่มก่อน...สมาชิกเราก็มองว่ามันยุ่งยาก...ก็เลยโอเค (จัด) แข่งแค่นี้แล้วกัน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ฉะเชิงเทรา, 2568) ซึ่งทำให้สุดท้ายกิจกรรมที่จัดมีเพียงการแข่งขันและแข่งปอกทุเรียนแบบเดิม ๆ การที่สมาชิกในชุมชนยังไม่มั่นใจหรือไม่พร้อมจะลงทุนร่างกายเวลาเพิ่มในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้แปลกใหม่และน่าสนใจขึ้นสาเหตุอาจมาจากทั้งความเหนื่อยล้าในการทำสวน ประสบการณ์ที่จำกัดในการจัดอีเวนต์ หรือความกังวลเรื่องต้นทุนและความเสี่ยง หากปราศจากการสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ที่เพียงพอ ชุมชนอาจลังเลที่จะนำเสนอกิจกรรมใหม่ ซึ่งส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวหยุดนิ่งและไม่น่าสนใจมากนักในสายตานักท่องเที่ยวยุคใหม่

##### 5. ปัญหาด้านฤดูกาลผลิตและการจัดการผลผลิตทุเรียน

ฤดูกาลเก็บเกี่ยวทุเรียนที่สั้นและความไม่ต่อเนื่องของผลผลิต เป็นความท้าทายเชิงโครงสร้างที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของการท่องเที่ยวเชิงสวนผลไม้ เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ตามฤดูกาล (ออกผลหลักเพียงปีละครั้ง ช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยวประมาณ 2-3 เดือนแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด) ส่งผลให้กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการชิมทุเรียนสดมีช่วงเวลาจำกัดมาก ผู้ประกอบการหลายรายตระหนักถึงปัญหานี้และพยายามหาแนวทางแก้ไขเพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี

ตัวอย่างเช่น ฟาร์มท่องเที่ยวทุเรียนในระยะของแห่งหนึ่งได้ริเริ่มนำผลผลิตทุเรียนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลาย เพื่อให้มีของให้นักท่องเที่ยวชิมได้แม้นอกฤดูกาลทุเรียน โดยเจ้าของฟาร์มกล่าวว่า “ทุเรียน...เป็นผลไม้ที่เป็น session...ไม่เกิน 3 เดือน...นักท่องเที่ยว...อยากจะทานทุเรียน... เรามีวิธีแก้ปัญหา... แปรรูปทุเรียนทอด ทุเรียนกวน... และก็มีทุเรียนแช่แข็ง... เพื่อให้นักท่องเที่ยวมา...ยังมีทุเรียนได้ทาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยะเวลา, 2568) จะเห็นได้ว่าการทำทุเรียนทอด ทุเรียนกวน ทุเรียนเชื่อม ไอศกรีมทุเรียน น้ำทุเรียนปั่น รวมถึงการเก็บเนื้อทุเรียนสุกแช่แข็งไว้จำหน่าย เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยยืดระยะเวลาให้สวนสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้แม้นในช่วงที่ไม่มีทุเรียนสดจากต้น แนวทางนี้แม้จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องฤดูกาลได้บ้าง แต่ก็มีต้นทุนการผลิตและต้องอาศัยเทคนิคในการรักษาคุณภาพรสชาติ ทำให้ไม่ใช่ทุกสวนจะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยิ่งไปกว่านั้น ยังมีประเด็นเรื่องปริมาณผลผลิตและแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสวนทุเรียนโดยตรง กล่าวคือ สวนทุเรียนที่มีผลผลิตจำนวนมากมักเลือกที่จะขายส่งให้พ่อค้าหรือตลาดส่งออกเพื่อได้ราคาสูงอย่างรวดเร็ว มากกว่าจะเก็บผลผลิตไว้บริการนักท่องเที่ยวที่ละเอียดอ่อน ขณะที่สวนที่เน้นท่องเที่ยวจริง ๆ มักเป็นสวนขนาดย่อมหรือสวนที่จัดสรรพื้นที่บางส่วนไว้สำหรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะและไม่ได้คาดหวังรายได้หลักจากการขายผลผลิต ตัวแทนเกษตรกรในระยะของรายหนึ่งอธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า “คนทำเปิดสวนทำท่องเที่ยวไม่ได้มีทุเรียนไว้ให้คนกินหรือเอาไว้โชว์เอาไว้ถ่ายรูป... เขาไม่ได้ทำทุเรียน (จริงจัง) หรือ เขาทำท่องเที่ยว... ถ้ามีลูก (เยอะ) เขาจะทำทุเรียนทำไม เขาก็ขายทุเรียนไปเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยะเวลา, 2567) สิ่งนี้ชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์สองด้านของการทำสวนเพื่อท่องเที่ยว สวนที่เปิดให้นักท่องเที่ยวชมและชิมมักจะมีต้นทุเรียนไว้ “โชว์” บรรยากาศและเก็บผลผลิตบางส่วนไว้ให้ลองชิมเท่านั้น ส่วนผลผลิตหลักที่เหลือจะซื้อขายแลกเปลี่ยนกับสวนข้างเคียงหรือเกษตรกรรายอื่นเพื่อจัดเป็นบุฟเฟ่ต์ให้พอกับความต้องการ (ดังกรณีสวนทุเรียนชื่อดังอย่างในระยะที่ต้องรับซื้อทุเรียนจากเครือข่ายชาวสวนรายย่อยหลายแห่งมาบริการนักท่องเที่ยว) เพราะถ้าสวนใดมีผลผลิตมากจริง ๆ การขายส่งย่อมได้กำไรและง่ายกว่าการเปิดสวนทำท่องเที่ยวซึ่งมีความยุ่งยากในการจัดการคนหมู่มาก ดังนั้น ความผันผวนของผลผลิตและแรงจูงใจในการขายผลผลิต จึงเป็นอีกอุปสรรคที่ทำให้สวนผลไม้บางแห่งไม่เลือกทำท่องเที่ยว หรือทำเพียงช่วงสั้น ๆ ในฤดูที่ผลผลิตล้นตลาดเท่านั้น

#### 6. ประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกเหนือจากปัจจัยหลักข้างต้น ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียนในภาคตะวันออก ซึ่งแม้จะไม่ใช่ประเด็นทางตรงของรูปแบบการท่องเที่ยว แต่ก็มี ความสำคัญต่อความยั่งยืนของกิจการสวนผลไม้และชุมชนท้องถิ่น ปัจจัยหนึ่ง คือ ปัญหาด้าน สิ่งแวดล้อมและความขัดแย้งกับสัตว์ป่า ในบางพื้นที่ที่สวนทุเรียนอยู่ใกล้เขตป่า (เช่น แนวป่ารอยต่อ เขาใหญ่-ทับลานในจังหวัดสระแก้วและปราจีนบุรี) เกษตรกรต้องประสบกับปัญหาช้างป่าและสัตว์ป่า อื่นเข้ามากัดกินและทำลายผลผลิตและต้นทุเรียนอยู่เป็นประจำ “ช้างมันไม่ได้ฟังภาษาคน... มันก็ไป ทำลายพืชผลทางการเกษตรอย่างทุเรียน ล้มไป 5-6 ต้น... ทุเรียนต้นหนึ่งมูลค่าเท่าไร่... รัฐบาล... ชดใช้... ไร่หนึ่งร้อยกว่าบาท ลูกหนึ่งยังไม่หายเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ชลบุรี, 2568) คำบอกเล่านี้เผยให้เห็นถึงความเสียหายมหาศาลที่ชุมชนต้องแบกรับเมื่อเกิดเหตุสัตว์ป่าบุกรุกสวน และมาตรการชดเชย ของรัฐที่ยังไม่ครอบคลุมความเสียหายจริง ปัญหานี้หากไม่ได้รับการแก้ไขก็จะกระทบต่อทั้งปริมาณ ผลผลิตทุเรียน (ทำให้มีทุเรียนจำนวนน้อยลงสำหรับขายและท่องเที่ยว) และบัณฑิตของชาวทุเรียนกำลังใจของ เกษตรกรที่จะรักษาสวนหรือพัฒนาสวนเพื่อท่องเที่ยวต่อไป

อีกประเด็นหนึ่งที่อาจส่งผลในระยะยาว คือ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งมีผล ต่อฤดูกาลออกผลของทุเรียนแต่ละปีอย่างคาดการณได้ยาก ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ตั้งข้อสังเกตว่า อุณหภูมิและสภาพอากาศที่แปรปรวนทำให้บางปีทุเรียนออกช้าหรือเร็วผิดปกติ รวมถึงเกิดโรคและ แมลงระบาดง่ายขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ ระยอง, 2567) สภาพอากาศที่ไม่แน่นอนนี้สร้างความเสี่ยงต่อทั้ง ผลผลิตและการวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยว หากปีใดทุเรียนออกช้ากว่ากำหนด ฤดูกาลท่องเที่ยวก็ จะสั้นลง หรือหากผลผลิตเสียหายจากพายุฝนหนัก ย่อมกระทบต่อคุณภาพประสบการณ์ของ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสวนในปีนั้น ๆ ด้วย ดังนั้น การปรับตัวด้านการเกษตรควบคู่กับการท่องเที่ยว เช่น การวางแผนปลูกพันธุ์ทุเรียนให้กระจายช่วงเก็บเกี่ยว การทำประกันภัยพืชผล หรือการพัฒนา กิจกรรมทางเลือกเมื่อไม่มีทุเรียน (เช่น นำเสนอผลไม้ชนิดอื่นหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่) จึงเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาในอนาคต

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทยมี ศักยภาพสูง แต่ก็เผชิญกับปัญหาอุปสรรคหลากหลายมิติ ตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐานรองรับที่ยังไม่ เพียงพอ ข้อจำกัดเชิงนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวกับที่ดิน บทบาทภาครัฐที่ยังไม่บูรณาการ การตลาด และการสร้างจุดขายที่ต้องพัฒนา ความพร้อมของบุคลากรที่ยังเป็นจุดอ่อน ตลอดจนปัจจัยฤดูกาล และสิ่งแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

ทั้งเกษตรกร ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวและเกษตร รวมถึงภาคเอกชนและนักวิชาการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างสมดุลและยั่งยืน

### ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยถือเป็นแหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญของประเทศ มีชื่อเสียงด้านคุณภาพของผลผลิตและเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของเกษตรกรจำนวนมาก การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (gastronomic tourism) โดยเน้น “ทุเรียน” จึงถูกมองว่าเป็นหนึ่งในแนวทางที่จะเพิ่มมูลค่าและสร้างความยั่งยืนให้เศรษฐกิจทุเรียนในภูมิภาคนี้ ผ่านการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสประสบการณ์ชิมผลไม้สดจากสวน และเรียนรู้วิถีเกษตรท้องถิ่นควบคู่กัน อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนให้ประสบความสำเร็จยังเผชิญกับปัญหาและความท้าทายหลายประการ ทั้งในเชิงนโยบายภาครัฐและความพร้อมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลการสัมภาษณ์ในพื้นที่ ภายใต้บริบทที่นโยบายภาครัฐยังไม่มี ความชัดเจนต่อเรื่องนี้อย่างเพียงพอ นักท่องเที่ยวยังไม่ถูกเชื่อมโยงกับชุมชนสวนทุเรียนอย่างเต็มที่ และเกษตรกรบางส่วนยังขาดองค์ความรู้และศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ปัญหาดังกล่าวและนำไปสู่ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านทุเรียนเพื่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นรูปธรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและความท้าทายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล การสำรวจ และคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยพบประเด็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนที่ยั่งยืน ดังนี้

1. ความไม่ชัดเจนของมาตรการนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียน

ภาครัฐยังไม่มีนโยบายหรือแนวทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านทุเรียน ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งตั้งข้อสังเกตว่าในช่วงที่ผ่านมา “นโยบายแต่ละพรรคมันเป็นนโยบาย

ประชานิยมไปก่อน...ยังไม่มีใครเจาะจงเรื่องทุเรียนเลย” สะท้อนให้เห็นว่า ภาครัฐยังไม่ได้ให้ความสำคัญเฉพาะกับทุเรียนหรือการท่องเที่ยวทุเรียนอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม นโยบายที่มีอยู่กระจุกกระจายและเป็นเพียงส่วนหนึ่งของนโยบายการท่องเที่ยวหรือการเกษตรทั่วไป ทำให้ผู้ประกอบการสวนทุเรียนและหน่วยงานระดับพื้นที่ขาดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

## 2. ความไม่แน่นอนและไม่ต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐ

นโยบายที่เกี่ยวกับทุเรียนและการท่องเที่ยวมีลักษณะเปลี่ยนแปลงตามรัฐบาลหรือกระแสประชานิยมขณะนั้น ไม่มีความต่อเนื่องยาวนาน ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียปรับตัวลำบาก ผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่าสถานการณ์ทางการเมืองส่งผลให้นโยบายด้านทุเรียน “ยังฝุ่นตลบ... จับต้นชนปลายไม่ถูก” และหลายพรรคการเมืองไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุเรียนอย่างจริงจัง ความไม่ต่อเนื่องนี้ทำให้ขาดความมั่นใจในการลงทุนพัฒนาสวนเพื่อการท่องเที่ยวในระยะยาว

## 3. นโยบายบางด้านไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของอุตสาหกรรมทุเรียน

มาตรการภาครัฐหลายอย่างแม้มีเจตนาดี แต่เมื่อปฏิบัติกลับไม่เข้ากับสถานการณ์จริงของสวนทุเรียนหรือห่วงโซ่อุปทาน เช่น มาตรการควบคุมคุณภาพทุเรียนส่งออกที่กำหนดให้ตรวจเปอร์เซ็นต์แป้งเพื่อป้องกันการตัดทุเรียนอ่อน แม้หลักการดีแต่ในทางปฏิบัติผู้ค้าบางส่วนสามารถหลีกเลี่ยงโดยคัดผลแก่เฉพาะสำหรับตรวจ จากนั้นจึงตัดทุเรียนทั้งหมดออกสวนอยู่ดี ผลคือมาตรการไม่เกิดผลเท่าที่ควรในการแก้ปัญหาทุเรียนอ่อน “ทุเรียนเอามาตรการรัฐบาลออกมาวัดแป้ง...พอกลับมากรี๊ดเกลี้ยง...32% ไม่มีทาง (คุมได้) เมื่อไหร่ก็อ่อน” ผู้ให้สัมภาษณ์อธิบายถึงความท้าทายในการควบคุมคุณภาพเมื่อเผชิญวิธีการตัดทุเรียนแบบเร่งรีบของพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้ การจัดงานหรือกิจกรรมส่งเสริมทุเรียนบางอย่างในพื้นที่ กลับไม่ตรงจุดหรือไม่เอื้อให้เกิดรายได้จริงแก่ชาวสวน “แต่ก่อนมีการให้ชิมมาเลือกซื้อ...เดี๋ยวนี้ประกวดแล้วจบไปซื้อที่ไหน” สะท้อนว่างานเทศกาลทุเรียนปัจจุบันบางแห่งเน้นประกวดและกิจกรรมบันเทิง มากกว่าการสร้างช่องทางการขายผลผลิตให้เกษตรกร จึงเป็นนโยบาย/กิจกรรมที่ไม่ตอบโจทย์ข้อเท็จจริงเชิงเศรษฐกิจอย่างแท้จริง

## 4. นโยบายภาครัฐเอื้อประโยชน์กลุ่มผู้ค้า/นายทุนบางกลุ่มมากกว่าชาวสวน

โดยรวมผู้ให้สัมภาษณ์มีความกังวลว่ามาตรการของรัฐบางประการกลับสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหญ่หรือกลุ่มนายทุน (เช่น ผู้รับซื้อส่งออกหรือ “ล้ง” รายใหญ่) มากกว่าที่จะช่วยเหลือชาวสวนทั่วไป ตัวอย่างเช่น โครงการสร้างห้องเย็นเก็บทุเรียนเพื่อแก้ปัญหาล้นตลาดของบริษัทขนาดใหญ่ที่เข้ามาในนามความช่วยเหลือภาครัฐ แต่สุดท้ายกลับคิดค่าใช้จ่ายสูงเกินความ

จำเป็น ผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งเล่าว่า “หน่วยงานของรัฐ...ไม่ได้ตั้งใจมาช่วยชาวสวนจริง ๆ หรือทุกหน่วยมาหาผลประโยชน์... อย่าง ปตท. ปีที่แล้วบอกว่าจะช่วยสร้างห้องเย็นให้ฟรี...สุดท้ายคิดค่าเช่า 6 บาทต่อกิโล...นี่มันหากินกับชาวสวนนะสิ” กรณีนี้ชี้ให้เห็นว่าโครงการที่ควรจะช่วยชาวสวนกลับกลายเป็นโอกาสแสวงหากำไรของกลุ่มทุน และภาครัฐไม่ได้กำกับให้เกิดความเป็นธรรมหรือประโยชน์สูงสุดต่อเกษตรกรรายย่อยเท่าที่ควร

#### 5. การขาดหน่วยงานหลักหรือกลไกบูรณาการที่รับผิดชอบเรื่องทุเรียนโดยตรง

แม่ทุเรียนจะเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน (กระทรวงเกษตรฯ, กระทรวงพาณิชย์, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น) แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ “เจ้าภาพ” ที่ทำหน้าที่ประสานงานกลางด้านทุเรียนโดยเฉพาะ ส่งผลให้การดำเนินนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เป็นไปอย่างกระจัดกระจายและไร้เอกภาพ จากการสัมภาษณ์ พบว่าการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวและตลาดทุเรียนในจังหวัดระยอง เทียบกับจังหวัดจันทบุรียังมีความแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งเพราะระดับจังหวัดไม่มีองค์กรกลางที่ผนึกกำลังทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง ผู้ให้สัมภาษณ์ชี้ว่าที่จันทบุรี “องค์กรมันเป็นแม่งาน...ความร่วมมือแข็งแรง” ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ขณะที่ระยอง “ความร่วมมือขององค์กร...ไม่แข็งแรง...เหมือนต่างคนต่างทำ” นักท่องเที่ยวจึงกระจายไปจังหวัดอื่น ภาพสะท้อนนี้ชี้ว่าจำเป็นต้องมีหน่วยงานหรือกลไกบูรณาการระดับพื้นที่ที่รับผิดชอบกำหนดยุทธศาสตร์รวมด้านทุเรียน ไม่ใช่ต่างหน่วยต่างทำโดยไร้การประสาน

#### 6. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนของภาครัฐยังเป็นไปเชิงพิธีการมากกว่าการพัฒนาอย่างจริงจัง

ในหลายพื้นที่ที่มีการจัดเทศกาลหรืออีเวนต์เกี่ยวกับทุเรียน แต่รูปแบบกิจกรรมจำนวนไม่น้อยเป็นการจัดแบบเดิม ๆ เน้นสร้างสีสันชั่วคราว (เช่น ประกวดธิดาทุเรียน การแข่งกินทุเรียน ฯลฯ) มากกว่าจะสร้างประโยชน์ระยะยาวแก่ท้องถิ่น ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งวิจารณ์ว่า “สมัยก่อนจัดงานมีการให้ชิมให้ซื้อ...ปัจจุบันเน้นสวนสนุก...นักท่องเที่ยวมาแล้วไม่ได้ซื้อ” ซึ่งเท่ากับไม่ได้ช่วยระบายผลผลิตหรือสร้างรายได้จริงให้ชุมชน กิจกรรมบางอย่างจึงอาจเป็นเพียงพิธีการหรือประชาสัมพันธ์ระยะสั้น มากกว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนอย่างยั่งยืน

#### 7. ความพร้อมของชาวสวนในการให้บริการนักท่องเที่ยวยังมีจำกัด

ชาวสวนทุเรียนจำนวนมากมุ่งเน้นการผลิตเพื่อการค้าเป็นหลัก การปรับตัวมาทำการท่องเที่ยวต้องอาศัยทักษะและทรัพยากรเพิ่มเติม ทั้งด้านการบริการ ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และ

การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน (ที่พัก ห้องน้ำ ร้านค้า เป็นต้น) ซึ่งเกษตรกรบางรายยังไม่พร้อม จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่าชาวสวนหลายคนขาดบุคลากรหรือทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งการทำสวนต้องใช้เวลา จึงไม่สะดวกต้อนรับแขกตลอดเวลา “เราไม่มีบุคลากรที่สื่อสารได้...เราทำธุรกิจหลายด้าน เราไม่มีเวลาต้อนรับขนาดนั้น” เจ้าของสวนรายหนึ่งกล่าวถึงข้อจำกัดในการต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบ Walk-in นอกจากนี้ แนวคิดในการเปิดสวนให้นักท่องเที่ยวเข้าชมยังไม่จูงใจชาวสวนบางกลุ่ม เนื่องจากรายได้จากการขายผลผลิตดิบในบางปีสูงมากจนรู้สึกว่าการท่องเที่ยวสู้ไม่ได้ ผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งตั้งข้อสังเกตไว้อย่างน่าสนใจว่า “คนที่เปิดสวนท่องเที่ยวไม่ได้มีทุเรียนไว้ให้คนกินหรือ (มีไว้) เอาไว้โชว์...ถ้ามีลูกเขาก็ขายทุเรียนไปเลย” กล่าวคือ สวนท่องเที่ยวบางแห่งที่ประสบความสำเร็จกลับเป็นสวนที่ไม่ได้พึ่งพาทุเรียนจากพื้นที่ตนเองทั้งหมด ต้องซื้อมาจากสวนอื่นเพื่อจัดบุฟเฟต์ให้นักท่องเที่ยว ในขณะที่ชาวสวนที่มีผลผลิตมากจริงๆ มักเลือกขายส่งออกมากกว่าจะกันผลผลิตไว้จัดการท่องเที่ยว เรื่องนี้สะท้อนว่าหากจะส่งเสริมให้ชาวสวนหันมาทำท่องเที่ยวจริงจังก็น่าจะต้องทำให้เห็นว่ารายได้และประโยชน์ที่ได้รับคุ้มค่ากับการลงทุนและเสียสละผลผลิตบางส่วนให้กับนักท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่า ปัญหาเหล่านี้ครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบายมหภาคไปจนถึงระดับจุลภาคของผู้ปฏิบัติในพื้นที่ การแก้ไขจำเป็นต้องอาศัยแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน การปรับปรุงกลไกบริหารจัดการ และการพัฒนาศักยภาพของคนในระบบ ดังที่กล่าวไว้เป็นข้อเสนอแนะในส่วนถัดไป

### ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ปัญหาข้างต้น สามารถกำหนดข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออกได้ดังต่อไปนี้

#### 1. กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวทุเรียนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง

รัฐบาลควรกำหนด “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทุเรียนอย่างยั่งยืน” เป็นวาระสำคัญในระดับชาติหรือระดับภูมิภาคตะวันออก เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ มีทิศทางร่วมกัน ยุทธศาสตร์นี้ควรครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการท่องเที่ยว เช่น กำหนดเป้าหมายระยะยาวในการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนสวนทุเรียน หรือเป้าหมายในการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งใหม่ ๆ อย่างสมดุล นอกจากนี้ควรมีแผนปฏิบัติการ (action plan) รายปีหรือ

รายระยะ 5 ปี ที่ต่อเนื่องไม่ว่าจะเปลี่ยนรัฐบาลหรือผู้บริหารแค่ไหน โดยอาจตราเป็นมติคณะรัฐมนตรี หรือแผนแม่บทของหน่วยงานกลาง เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของนโยบาย ลดภาวะ “ขาดตอน” จาก การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ทั้งนี้ การจัดทำนโยบายควรตั้งอยู่บนฐานข้อมูลและงานวิจัย เช่น ฐานข้อมูลสวนทุเรียนแหล่งท่องเที่ยว จุดเด่นของแต่ละพื้นที่ ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่ออกมาตอบโจทย์สถานการณ์จริง ไม่เป็นนโยบายลอย ๆ ที่ปฏิบัติไม่ได้จริง ดังที่ในอดีตมีบทเรียนว่าหลายนโยบายเป็นแบบประชานิยมฉาบฉวย ทำไปก่อนโดยไม่ศึกษาความเป็นไปได้ (ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “นโยบายแต่ละพรรค...เอาประชานิยมไปก่อน”) ยุทธศาสตร์ที่ดีจึง ควรยึดข้อมูลและการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

## 2. การจัดตั้งกลไกบูรณาการและหน่วยงานเจ้าภาพด้านทุเรียนระดับภูมิภาค

เพื่อแก้ปัญหาการทำงานที่กระจัดกระจาย จำเป็นต้องมีหน่วยงานหรือคณะกรรมการกลาง ที่รับผิดชอบเรื่องทุเรียนโดยตรงในภาคตะวันออก ทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการประสานงานระหว่าง หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตัวอย่างเช่น “คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวและ เศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออก” ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดในภูมิภาค ผลัดเปลี่ยนกันเป็นประธาน และมีตัวแทนจากกระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงพาณิชย์ ภาคผู้ผลิต (สมาพันธ์ ชาวสวนทุเรียน) และภาคเอกชนการท่องเที่ยว (เช่น สมาคมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร) เข้าร่วม คณะกรรมการนี้จะทำหน้าที่ผลักดันยุทธศาสตร์ที่วางไว้ให้เกิดผลจริง ติดตามและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว รวมถึงเป็นเวทีให้ทุกฝ่ายหารือร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ ในระดับจังหวัด ก็ควรมี “คณะทำงานท่องเที่ยวทุเรียน” ที่บูรณาการหน่วยงานท้องถิ่น (อบจ., เทศบาล) กับหน่วยงานรัฐส่วน ภูมิภาค (เกษตรจังหวัด, พาณิชย์จังหวัด, ททท.ท้องถิ่น เป็นต้น) และตัวแทนชาวสวน ผู้ประกอบการ ท่องเที่ยว เข้ามาร่วมประชุมวางแผนกัน สิ่งสำคัญ คือ การสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบบูรณาการ แทนที่จะต่างคนต่างทำให้เกิดช่องว่างและความไม่ต่อเนื่อง ดังที่มีข้อสังเกตว่าในบางจังหวัดองค์กร ส่งเสริมการท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และกลุ่มชุมชนยังทำงานแยกส่วนกัน “ไม่ผนึกกำลังกัน ...หรือพอชวนผนึกกำลังก็เถียงกันไม่เห็นอนาคต” การมีหน่วยประสานจะช่วยลดปัญหานี้ และทำให้เกิดพลังร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุเรียน เช่น กรณีจังหวัดจันทบุรีที่องค์กรท้องถิ่นหลายฝ่าย รวมตัวกันอย่างเข้มแข็งจนจำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตต่อเนื่อง ถือเป็นแบบอย่างที่ดีควรนำมาปรับใช้ พร้อมกันนั้น ควรกำหนดบทบาทความรับผิดชอบที่ชัดเจนให้แต่ละหน่วยงานภายใต้โครงสร้างใหม่นี้ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รับผิดชอบด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ทุเรียนทั้งในและต่างประเทศ กระทรวงเกษตรฯ ดูแลด้านมาตรฐานคุณภาพและองค์ความรู้ท้องถิ่น กระทรวงพาณิชย์สนับสนุนด้านช่องทางการขายและการลงทุน เป็นต้น ซึ่งการทำงานจะต้องสอดคล้องประสานภายใต้เป้าหมายร่วมกัน

### 3. ปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

นโยบายหรือมาตรการส่งเสริมใด ๆ ที่จะนำมาใช้ควรผ่านการประเมินความเป็นไปได้และทดลองปฏิบัติ (pilot) ในพื้นที่จริงก่อนขยายผล เพื่อป้องกันปัญหานโยบายไม่ต่อบ้จทย์หรือเกิดผลข้างเคียง เช่น มาตรการควบคุมคุณภาพทุเรียน ควรมีระบบตรวจสอบที่รัดกุมและยืดหยุ่นไปพร้อมกัน อาจพิจารณาใช้ “เทคโนโลยีและนวัตกรรม” เข้ามาช่วย เช่น ระบบตรวจคุณภาพด้วย AI หรือ บาร์โค้ดติดตามผลผลิต เพื่อให้ทราบแหล่งที่มาและคุณภาพของทุเรียนแต่ละลูก ลดช่องโหว่ที่ผู้ค้าอาจใช้หลีกเลี่ยงมาตรการ นอกจากนี้ ในด้านการท่องเที่ยว ควรออกแบบกิจกรรมและแคมเปญที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและวิถีชีวิตชุมชน เช่น แทนที่จะจัดเพียงงานประกวดหรือมหกรรมในเมือง ควรกระจายกิจกรรมไปจัดในชุมชนสวนทุเรียนโดยตรง มีการเปิดสวนให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชม ชิมผลไม้สด และซื้อผลผลิตในราคาสวน ซึ่งมีเสียงสะท้อนจากผู้รู้ในพื้นที่ว่า โมเดลนี้จะ “ได้ประโยชน์...นักท่องเที่ยวมาเลือกซื้อได้ในราคาชาวสวนที่รับประกันคุณภาพ” ตรงไปตรงมา มากกว่าการจัดงานเพียงกลางเมืองที่คนมาเที่ยวถ่ายรูปแต่ไม่ได้อุดหนุนชาวสวนเลย ดังนั้น มาตรการควรกำหนดให้มี “ชุมชนท่องเที่ยวทุเรียน” ต้นแบบในแต่ละจังหวัด ที่จัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น เส้นทางชิมทุเรียนคุณภาพตามสวนต่าง ๆ การแสดงนวัตกรรมแปรรูปทุเรียน การแข่งขันทำอาหารหรือขนมจากทุเรียน เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สนใจอาหารและวัฒนธรรม และสร้างรายได้ให้ชุมชนโดยตรง นโยบายควรสนับสนุนงบประมาณและวิทยากรไปยังพื้นที่ในการจัดกิจกรรมเหล่านี้อย่างต่อเนื่องทุกปี ไม่ใช่แค่จัดครั้งเดียวแล้วหายไป เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและความเชื่อมั่นแก่ชาวสวนที่จะลงทุนพัฒนาสวนของตนรองรับนักท่องเที่ยว

### 4. สร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานทุเรียน ให้ชาวสวนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง

การแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบหรือการผูกขาดของกลุ่มนายทุน โดยภาครัฐควรเข้ามากำกับดูแลกลไกราคาหรือสร้างทางเลือกช่องทางตลาดใหม่ ๆ ที่ให้ชาวสวนรายย่อยมีอำนาจต่อรองมากขึ้น ตัวอย่างหนึ่งคือ การส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมชาวสวนทุเรียน ให้เข้มแข็ง สามารถรวบรวมผลผลิตและทำตลาดร่วมกัน ทั้งตลาดสดและตลาดท่องเที่ยว เช่น การตั้งศูนย์จำหน่ายทุเรียนคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดพักริมทาง ซึ่งบริหารโดยกลุ่มเกษตรกรเอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อทุเรียน

จากมือชาวนาโดยตรงในราคายุติธรรม ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง แนวทางนี้สอดคล้องกับกรณีศึกษาที่มีการนำเสนอ เช่น แนวคิด “หมู่บ้านทุเรียนท่องเที่ยว” ที่ทุกครัวเรือนในหมู่บ้านร่วมกันเปิดสวนขายผลไม้หน้าบ้านตนเอง จัดเป็นเทศกาลผลไม้ระดับชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวกระจายไปซื้อทั่วทุกบ้าน ชาวบ้านขายของไม่พอขายกันเลย และสร้างแรงบันดาลใจให้หมู่บ้านอื่นอยากทำตามกรณีตัวอย่างจากจังหวัดศรีสะเกษที่รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเคยทำ (ทุเรียนศรีสะเกษ) ก็ประสบผลสำเร็จในลักษณะคล้ายกัน คือเมื่อนำผู้ว่าราชการจังหวัดไปโปรโมทผ่านสื่อ โทรทัศน์জনคนรู้จัก นักท่องเที่ยวก็เดินทางไปเยือนชุมชนและเกิดการจับจ่ายใช้สอยจริง ดังนั้น ภาครัฐควรหยิบยกแนวคิดเหล่านี้มาผลักดันในวงกว้างขึ้น สนับสนุนงบประมาณและการประชาสัมพันธ์ให้ชาวนารายเล็กรายน้อยเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง แทนการปล่อยให้กลุ่มทุนใหญ่หรือสวนเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่ไม่กี่รายได้เปรียบแต่ฝ่ายเดียว นอกจากนี้ การดำเนินนโยบายใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนหรือโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โครงการท่องเที่ยว ระบบโลจิสติกส์ ควรมีการตรวจสอบความโปร่งใสและกำหนดเงื่อนไขไม่ให้เอกชนคิดค่าใช้จ่ายเกินควร หรือรัฐอาจลงทุนเองแล้วให้ชาวนาใช้บริการในอัตราต้นทุน เพื่อป้องกันกรณีเช่นที่ผู้ให้สัมภาษณ์เล่าว่าโครงการท่องเที่ยวเอกชนมีค่าบริการสูงถึง 6 บาท/กก. ขณะที่ต้นทุนจริงเพียง 2 บาท ทำให้ชาวนาเสียประโยชน์ ดังนั้น หลักการคือทุกมาตรการควรมุ่งลดความเหลื่อมล้ำในระบบ และทำให้ชาวนาส่วนใหญ่มีรายได้และอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น ไม่ใช่ตกอยู่ใต้กลไกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

##### 5. พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับทุเรียน

ปัญหาสำคัญที่พบคือเจ้าหน้าที่รัฐบางส่วนขาดความรู้ความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับทุเรียนและตลาดทุเรียน ทำให้นโยบายที่ออกมาหรือการปฏิบัติงานในพื้นที่ไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังคำให้สัมภาษณ์ของเกษตรกรที่ว่า “ข้าราชการไม่ใช่คนทำสวน...ข้อมูลทุกอย่างก็ต้องเอาจากผม” ซึ่งชี้ว่าภาครัฐยังต้องพึ่งพาข้อมูลและประสบการณ์ภาคสนามจากชาวนามาก ทางแก้คือควรมีโครงการฝึกอบรมและสร้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านภายในหน่วยงานรัฐเอง เช่น อบรมเจ้าหน้าที่เกษตร/ท่องเที่ยวในพื้นที่เกี่ยวกับสายพันธุ์ทุเรียน ระบบการผลิต เทรนด์ตลาดผู้บริโภค และการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยอาจทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยในท้องถิ่น นอกจากนี้ควรเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้ได้ลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มเกษตรกรต้นแบบอยู่เสมอ เช่น “โครงการพี่เลี้ยงสวนทุเรียนท่องเที่ยว” ที่ให้เจ้าหน้าที่จับคู่กับเกษตรกรเจ้าของสวน นำคณะนักท่องเที่ยวลงพื้นที่จริง เพื่อเรียนรู้ทั้งการจัดการสวนและการบริการนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

มาตรการนี้จะช่วยให้เจ้าหน้าที่เกิดความเข้าใจในบริบทจริง เพิ่มทักษะในการส่งเสริมงานท่องเที่ยวได้ตรงจุดยิ่งขึ้น นอกจากการพัฒนาคนแล้ว การจัดทำคลังความรู้ (Knowledge Base) เกี่ยวกับทุเรียนก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ควรดำเนินการ เช่น รวบรวมกรณีศึกษาสวนทุเรียนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น จัดทำเป็นคู่มือหรือระบบออนไลน์ให้เจ้าหน้าที่และผู้สนใจเข้าถึงได้ง่าย เพื่อยกระดับความรู้โดยรวมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีความเชี่ยวชาญทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

#### 6. ยกระดับรูปแบบกิจกรรมและการตลาดการท่องเที่ยวทุเรียนให้สร้างมูลค่าจริง

ภาครัฐและเครือข่ายท้องถิ่นควรปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนจากที่เคยเป็นงานเทศกาลเชิงพิธีการ มาเป็นกิจกรรมการตลาดเชิงรุกที่เชื่อมโยงตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับสวนมากขึ้น ตัวอย่างแนวทางที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน เช่น โครงการ “อร่อยทุກไร๋ ชิมไปทุกสวน” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออก ที่เปิดฤดูกาลผลไม้ด้วยการจัดโปรโมชั่นพิเศษและความร่วมมือกับผู้ประกอบการในพื้นที่ ทั้งลดราคาบุฟเฟ่ต์ผลไม้และส่วนลดที่พักเพื่อดึงดูดคนรักผลไม้ให้เดินทางมาเที่ยวสวนและชิมผลไม้สดถึงที่ (แนวหน้า, 2568) แนวคิดนี้เป็นการใช้ “รสชาติของผลไม้” และเสน่ห์อาหารพื้นถิ่นเป็นจุดขายหลัก กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมาลองลิ้มชิมรสทุเรียนและผลไม้ตามฤดูกาลในจังหวัดตะวันออก โดยเชื่อมโยงประสบการณ์อื่น ๆ เช่น อาหารทะเลสด กิจกรรมธรรมชาติ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นเข้าด้วยกัน ทำให้การท่องเที่ยวผลไม้ไม่ใช่ฤดูกาลสั้น ๆ แต่สามารถหมุนเวียนผู้คนมาตลอดทั้งปี โดยที่ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมลักษณะนี้อย่างแพร่หลาย เช่น จัด Calendar การท่องเที่ยวผลไม้ตลอดปี ที่แต่ละเดือนจะมีกิจกรรมในจังหวัดต่าง ๆ หมุนเวียนกันไป (ช่วงเมษา-มิถุนา เทศกาลทุเรียน uly-กันท์-ตราด, ช่วงอื่นอาจมีเทศกาลผลไม้ชนิดอื่นหรือกิจกรรมเที่ยวสวนผสมผสาน) พร้อมทั้งทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และ influencer เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ควรยกระดับงานเทศกาลประจำปีที่มีอยู่แล้วให้สร้างประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมากขึ้น เช่น ในงานเทศกาลทุเรียนและของดีเมือง..... (แต่ละจังหวัด) นอกจากประกวดและมหรสพ ควรเพิ่มส่วนของการจำหน่ายและประมวลผลผลิตคุณภาพ การตั้งศูนย์นิทรรศการให้ความรู้เรื่องทุเรียนและการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทั้งความเพลิดเพลินและความรู้ และเกิดการซื้อขายจริงจัง ไม่ใช่แค่เที่ยวชมแล้วจบไปเฉย ๆ ขณะเดียวกัน การโปรโมทออนไลน์ก็สำคัญควบคู่ อาจพัฒนา แอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ “Durian Tourism” สำหรับภาค

ตะวันออก ที่รวมข้อมูลสวนท่องเที่ยว โปรโมชันช่วงเทศกาล และระบบจองกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ในทีเดียว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเพิ่มช่องทางการตลาดให้เกษตรกร

#### 7. เสริมสร้างความพร้อมของชาวสวนในการรองรับนักท่องเที่ยว

ชาวสวนถือเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้นจำเป็นต้องยกระดับศักยภาพและสร้างแรงจูงใจให้ชาวสวนเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมนี้อย่างเต็มที่ มาตรการที่เสนอ ได้แก่

##### 7.1 จัดฝึกอบรมและดูงานด้านการท่องเที่ยวให้ชาวสวนทุเรียน

ควรมีหลักสูตรระยะสั้นที่ให้ความรู้พื้นฐานด้านการบริการนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย สุขอนามัยอาหารในสวน ภาษาอังกฤษพื้นฐานสำหรับการต้อนรับแขก ตลอดจนการพัฒนาสินค้า/เมนูแปรรูปจากทุเรียนเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว เช่น ไอศกรีมทุเรียน พืชชาทุเรียน เป็นต้น (ซึ่งหลายสวนได้นำร่องทำแล้วและได้ผลดีตามที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน เช่น สวนหนึ่งทำไอศกรีมทุเรียนอร่อย สวนหนึ่งทำพืชชาทุเรียนเป็นจุดขาย) การฝึกอบรมนี้อาจดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นกับหน่วยงานเกษตร/ท่องเที่ยว เพื่อให้เนื้อหาสอดคล้องกับบริบทจริงของแต่ละพื้นที่

##### 7.2 สนับสนุนเงินทุนและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ

สำหรับชาวสวนที่ต้องการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในสวนเพื่อการท่องเที่ยว เช่น การสร้างห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะ การปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงามปลอดภัย การทำป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ หรือแม้แต่การสร้างที่พักแบบโฮมสเตย์ขนาดย่อม สิ่งเหล่านี้ต้องการการลงทุนที่เกษตรกรอาจไม่พร้อม รัฐจึงควรเข้ามาช่วยเหลือด้านการเงิน อาจผ่านกองทุนหมุนเวียน หรือความร่วมมือกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในการปล่อยสินเชื่อพิเศษ โดยมีเงื่อนไขให้ใช้งบตามแผนพัฒนาที่ผ่านการรับรองจากคณะทำงาน (ป้องกันการนำเงินไปใช้ในวัตถุประสงค์)

##### 7.3 สร้างเครือข่ายหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวทุเรียน

การรวมกลุ่มจะช่วยให้ชาวสวนแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแบ่งปันทรัพยากรกันได้ เช่น สลับกันนำนักท่องเที่ยวชมสวนเป็นเส้นทาง (route) เพื่อกระจายรายได้, รวมกลุ่มกันจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวกลางในพื้นที่, ทำการตลาดออนไลน์ร่วมกันในนามชุมชน เป็นต้น การรวมกลุ่มยังช่วยให้สามารถรับคณานักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ได้ โดยไม่เป็นภาระที่สวนใดสวนหนึ่งต้องรองรับทั้งหมด ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์บางรายก็เห็นด้วยว่าหากมีการเชื่อมโยงเป็นรูปทรงแบบหลายสวน นักท่องเที่ยวจะรู้สึกว่ามีอะไรหลากหลายคุ้มค่าที่จะมาเยือน ภาครัฐควรส่งเสริมบทบาท “ผู้นำชุมชน”

หรือผู้จัดการท่องเที่ยวชุมชนขึ้นมาจากในกลุ่มชาวสวน เพื่อเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการประสานงานกับภายนอก และอาจจัดให้มี “Mentor” หรือพี่เลี้ยงจากสวนที่ทำสำเร็จแล้วมาคอยให้คำแนะนำสวนอื่นๆ ที่เริ่มต้นใหม่

#### 7.4 ใช้มาตรการจูงใจทางเศรษฐกิจ

มาตรการจูงใจทางเศรษฐกิจ เช่น ในช่วงแรกอาจมี เงินอุดหนุนพิเศษ สำหรับสวนที่เปิดการท่องเที่ยว (คล้ายการชดเชยโอกาสขายผลผลิตบางส่วน) หรือจัดโครงการประกวดสวนทุเรียนท่องเที่ยวดีเด่น พร้อมรางวัลเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้ชาวสวนพัฒนาสวนของตน นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเกี่ยวกับชาวสวนที่เป็นต้นแบบในการทำท่องเที่ยว ก็จะช่วยสร้างทัศนคติที่ดีและแรงบันดาลใจให้ชาวสวนคนอื่น ๆ กล่าวปรับตัวตาม

โดยข้อเสนอทั้ง 7 ด้านข้างต้น ควรดำเนินการควบคู่กันไปอย่างเป็นระบบ เพราะแต่ละด้านล้วนสัมพันธ์กัน กล่าวคือ นโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน (ข้อ 1) จะต้องมาพร้อมกับ กลไกการบริหารที่เหมาะสม (ข้อ 2) จึงจะผลักดันลงไปสู่การปฏิบัติได้จริง ขณะเดียวกันนโยบายต่าง ๆ ต้องเท่าทันและยืดหยุ่นต่อสถานการณ์จริง (ข้อ 3) และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (ข้อ 4) ไม่เช่นนั้นก็จะขาดการสนับสนุนจากชาวสวน นอกจากนี้ ศักยภาพของบุคลากรภาครัฐ (ข้อ 5) และรูปแบบกิจกรรมการตลาด (ข้อ 6) เป็นปัจจัยหนุนเสริมที่ทำให้แนวนโยบายบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ สุดท้าย ความพร้อมของชาวสวน (ข้อ 7) คือ หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หากชาวสวนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมจะนำเสนอของดีของตนแก่ผู้มาเยือน ความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภูมิภาคก็จะเกิดขึ้นจริง

สรุป การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ “ทุเรียน” เป็นตัวชูโรง มีศักยภาพสูงในการสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้กับภาคตะวันออก หากได้รับการวางแผนและดำเนินการอย่างมียุทธศาสตร์ ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้พยายามเสนอแนวทางแก้ไขปัญหายุทธศาสตร์ในมิติต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับนโยบาย โครงสร้างการบริหาร จนถึงระดับชุมชนและเกษตรกร โดยอาศัยข้อมูลจากพื้นที่และบทเรียนที่ผ่านมาเป็นพื้นฐาน สำคัญ คือ การทำให้ทุกภาคส่วนเห็นเป้าหมายร่วมกัน ในการยกระดับทุเรียนจากสินค้าเกษตรไปสู่สินค้าเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติอยากเดินทางมา “ชิมถึงถิ่น” อย่างต่อเนื่อง 365 วัน ดังวิสัยทัศน์ “ดินแดนบูรพาตลอดทั้งปี” (แนวหน้า, 2568) การจะไปถึงจุดนั้นได้ ต้องอาศัยการปรับปรุงทั้งเชิงนโยบาย (เช่น ความชัดเจนและต่อเนื่องของยุทธศาสตร์, กลไกประสานงานกลาง) และเชิงปฏิบัติ (เช่น การพัฒนาคน รูปแบบกิจกรรม และ

ความร่วมมือในชุมชน) ไปพร้อม ๆ กัน เมื่อทุกองค์ประกอบดำเนินไปอย่างสอดประสาน อันจะสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เยี่ยมยอดที่มีเอกลักษณ์ สร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างเป็นธรรม และรักษาความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจเรียนภาคตะวันออกได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

## บทที่ 4

### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion & Conclusion)

การศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์ หนึ่ง เพื่อสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก สอง เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก และ สาม เพื่อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนของภาคตะวันออกในอนาคต เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียน จำนวน 75 ชุด และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจากจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด สระแก้ว ปราจีนบุรี และนครนายก รวม 8 จังหวัด สามารถสรุปการศึกษาและอภิปรายผล ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

**ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1** การสำรวจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก พบว่า ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มาจากพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ระยอง ปราจีนบุรี และจันทบุรี มีการปลูกทุเรียนมาแล้ว ประมาณ 33 ปี มีพื้นที่สวน ประมาณ 50 ไร่ มีผลผลิตทุเรียน ประมาณ 140 ตันต่อปี ส่วนใหญ่เป็นการปลูกแบบผสมผสานกับผลไม้อื่น ๆ เช่น มังคุด เงาะ ลองกอง เป็นต้น มีการใช้แรงงานในครอบครัวเป็นหลัก และมีการจ้างแรงงานประจำสวน หรือมีการจ้างแรงงานชั่วคราวเข้ามาเสริมเป็นบางกรณีและบางส่วน

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียน เมื่อเรียงลำดับรูปแบบกิจกรรม 10 กิจกรรม สามารถเรียงลำดับการดำเนินการจากมากไปน้อย คือ (1) กิจกรรมการขายทุเรียนในสวน (2) กิจกรรมการเปิดให้นักท่องเที่ยวมีจุดเช็คอิน หรือจุดถ่ายรูปภายในสวนทุเรียน (3) กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าชมสวนทุเรียนเพื่อการเรียนรู้เป็นหลัก (4) กิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปจาก

ทุเรียนที่เป็นของฝาก (นอกเหนือจากทุเรียนลูก) (5) กิจกรรมการเก็บผลไม้ในสวน (6) กิจกรรมการให้บริการอาหารและเสิร์ฟทุเรียน (7) กิจกรรมการเปิดร้านค้าเพื่ที่มีการขายอาหารและเครื่องดื่ม (8) กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนและผลไม้อื่น ๆ ภายในสวน (9) กิจกรรมการทานบุฟเฟ่ต์ทุเรียนในสวน และ (10) กิจกรรมการเปิดให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวภายในสวนทุเรียน เช่น โฮมสเตย์ บ้านพัก กางเต็นท์ เป็นต้น ตามลำดับ

**ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2** ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่มีอยู่ใน 8 จังหวัดภาคตะวันออก พบว่า จากการสำรวจปัญหาอุปสรรคที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ปัญหาการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนพอเป็นพิธีของหน่วยงานรัฐ (2) ปัญหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุเรียนของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง และ (3) ปัญหาการไม่มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพในการรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องทุเรียนโดยตรง

2. ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ปัญหาความไม่ชัดเจนของมาตรการนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียน (2) ปัญหาความไม่แน่นอนของนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุเรียน (3) ปัญหาความไม่สอดคล้องของนโยบายกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ทุเรียน และ (4) ปัญหานโยบายของรัฐที่สนับสนุนผลประโยชน์ของคนกลุ่มน้อย เช่น ล้งผูกขาด เป็นต้น มากกว่าผลประโยชน์ของชาวสวนทุเรียนโดยรวม

3. ด้านหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ปัญหาจำนวนแรงงานในสวนทุเรียน และ (2) ปัญหาความเพียงพอของปริมาณทุเรียน

4. ด้านกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ปัญหาความพร้อมของชาวสวนในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคหลายด้านที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียนในภาคตะวันออก มีดังนี้

1. ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การขาดโครงสร้างพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยวสวนทุเรียน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จำหน่าย ที่จอดรถ และป้ายแนะนำเส้นทาง ซึ่งชุมชนต้องแบกรับภาระเองโดยไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น สวนทุเรียนแห่งหนึ่งในระยอง

มีนักท่องเที่ยวปีละแสนคน แต่ภาครัฐแนะนำให้จัดห้องน้ำผู้พิการโดยไม่ให้เงินสนับสนุน และเกษตรกรยังต้องตั้งแผงริมถนนผิดกฎหมายเนื่องจากไม่มีตลาดหรือจุดจอดอย่างเป็นทางการ การขาดโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ไม่เพียงสร้างความไม่สะดวกแก่ผู้มาเยือน แต่ยังเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่และลดคุณภาพประสบการณ์ท่องเที่ยวโดยรวม

2. ปัญหาด้านนโยบาย กฎหมาย และบทบาทของภาครัฐ คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสวนทุเรียนในภาคตะวันออกยังเผชิญข้อจำกัดจากนโยบายและกฎหมายของรัฐ โดยเฉพาะประเด็นสิทธิการใช้ที่ดินในเขต ส.ป.ก. และพื้นที่ป่าสงวน ซึ่งไม่อนุญาตให้ใช้เพื่อกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังพบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยภาครัฐยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน โดยหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวมีบทบาทน้อยเมื่อเทียบกับภาคเกษตร และการสนับสนุนจากภาครัฐมักล่าช้าหรือเกิดขึ้นหลังจากชุมชนลงมือดำเนินการเองแล้ว ทำให้ขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างยั่งยืน

3. ปัญหาด้านการตลาดและการดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ แม้ภาคตะวันออกจะมีชื่อเสียงด้านทุเรียน แต่การท่องเที่ยวเชิงสวนผลไม้ยังเผชิญปัญหาด้านการตลาดและการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยสวนทุเรียนหลายแห่งยังขาดจุดขายหรือเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจน ทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวดูคล้ายคลึงกัน ขาดแรงจูงใจในการเยี่ยมชม ขณะเดียวกัน การไม่มีแผนการตลาดเชิงบูรณาการและการเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ส่งผลให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือต่างชาติได้มากนัก ผู้ประกอบการเสนอให้ภาครัฐเข้ามาช่วยประสานงาน สร้างเส้นทางท่องเที่ยวและแพ็คเกจร่วมกับกิจกรรมหลักของจังหวัด เช่น คอนเสิร์ตหรือเทศกาลท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบค้างคืนและกระจายรายได้ในพื้นที่อย่างยั่งยืน

4. ปัญหาด้านบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ คือ การท่องเที่ยวเชิงสวนทุเรียนในภาคตะวันออกยังประสบปัญหาด้านบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการ โดยเฉพาะการขาดทักษะภาษาและประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของเจ้าของสวนหรือผู้ให้บริการ ซึ่งมักต้องแบ่งเวลาระหว่างงานสวนกับการดูแลนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาอย่างไม่ได้นัดหมาย นอกจากนี้ยังขาดมัคคุเทศก์หรือบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความชำนาญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ อีกทั้งในระดับชุมชน ยังพบข้อจำกัดด้านความพร้อมและความเข้าใจในการปรับตัวสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น การ

จัดเทศกาลหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่มีมุมมองว่าเป็นเรื่องยุ่งยากและเสี่ยงสูง ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวยังคงจำกัดอยู่กับกิจกรรมเดิม ๆ ขาดความแปลกใหม่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

5. ปัญหาด้านฤดูกาลผลิตและการจัดการผลผลิตทุเรียน คือ ฤดูกาลเก็บเกี่ยวทุเรียนที่สั้นและความไม่ต่อเนื่องของผลผลิต เป็นอุปสรรคเชิงโครงสร้างสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสวนทุเรียน เนื่องจากทุเรียนออกผลเพียงปีละครั้งในช่วงเวลาเพียง 2-3 เดือน ทำให้กิจกรรมที่เน้นการชิมทุเรียนสดมีข้อจำกัดด้านเวลา ผู้ประกอบการบางรายจึงแก้ปัญหาด้วยการแปรรูปทุเรียน เช่น ทำทุเรียนทอด ทุเรียนกวน หรือแช่แข็ง เพื่อยืดเวลาให้สามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี อย่างไรก็ตาม การแปรรูปมีต้นทุนสูงและต้องใช้เทคนิคในการรักษาคุณภาพ ขณะเดียวกัน ยังมีประเด็นเรื่องแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่สวนทุเรียนหลายแห่งเลือกขายส่งผลผลิตเพื่อกำไรสูงกว่า มากกว่าจะเก็บไว้บริการนักท่องเที่ยว ทำให้สวนที่เน้นท่องเที่ยวจริง ๆ มักเป็นสวนขนาดเล็กหรือจัดสรรพื้นที่เพียงบางส่วนเท่านั้น ส่งผลให้หลายสวนไม่สามารถทำท่องเที่ยวได้ต่อเนื่อง หรือเลือกเปิดสวนเฉพาะช่วงที่ผลผลิตล้นตลาดเท่านั้น.

6. ประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ นอกเหนือจากปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวโดยตรงแล้ว ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียนในภาคตะวันออก โดยเฉพาะปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งสร้างผลกระทบทั้งต่อผลผลิตและขวัญกำลังใจของเกษตรกร เช่น ในพื้นที่ใกล้ป่าธรรมชาติ เกษตรกรต้องเผชิญกับการบุกรุกของช้างป่าที่ทำลายต้นทุเรียนโดยไม่มีมาตรการชดเชยที่เพียงพอ ขณะที่ความแปรปรวนของภูมิอากาศทำให้อุณหภูมิของทุเรียนไม่แน่นอน ส่งผลให้ไม่สามารถวางแผนกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ล่วงหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวสวนผลไม้จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัวร่วมระหว่างภาคเกษตรและการท่องเที่ยว เช่น การปลูกทุเรียนพันธุ์ต่างช่วง การประกันภัยพืชผล และการพัฒนากิจกรรมเสริมที่ไม่พึ่งพาทุเรียนโดยตรงในช่วงนอกฤดูกาล.

**ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3** ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนของภาคตะวันออกในอนาคต พบว่า สามารถกำหนดข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออกได้ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและต่อเนื่อง คือ รัฐบาลควรกำหนด “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นวาระระดับชาติหรือระดับภูมิภาค ตะวันออก เพื่อให้เกิดทิศทางร่วมกันในการขับเคลื่อนนโยบายและการปฏิบัติของหน่วยงานต่าง ๆ อย่างสอดคล้อง โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวควรครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการท่องเที่ยว เช่น การตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวให้ชุมชนสวนทุเรียน หรือการกระจายนักท่องเที่ยวสู่แหล่งใหม่อย่างสมดุล พร้อมทั้งจัดทำแผนปฏิบัติการรายปีหรือรายห้าปีที่มีความต่อเนื่องแม้มีการเปลี่ยนรัฐบาล เพื่อลดปัญหาการขาดตอนของนโยบาย ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ควรตั้งอยู่บนฐานข้อมูลจริง เช่น ข้อมูลสวนทุเรียน จุดเด่นแต่ละพื้นที่ และความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง เพื่อหลีกเลี่ยงการออกนโยบายแบบประชานิยมฉาบฉวยที่ไม่ตอบโจทย์การปฏิบัติในพื้นที่

2. การจัดตั้งกลไกบูรณาการและหน่วยงานเจ้าภาพด้านทุเรียนระดับภูมิภาค คือ เพื่อแก้ปัญหาการทำงานที่กระจัดกระจายในการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ควรจัดตั้ง “หน่วยงานกลาง” หรือ “คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออก” ขึ้นมาโดยเฉพาะ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และภาคเกษตร เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงพาณิชย์ สมาพันธ์ชาวสวนทุเรียน และสมาคมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดในภูมิภาคหมุนเวียนกันเป็นประธาน ซึ่งจะช่วยผลักดันยุทธศาสตร์ให้เป็นรูปธรรม แก้ปัญหาเชิงระบบ และสร้างเวทีหารือร่วมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมกันนี้ ในระดับจังหวัดควรตั้ง “คณะทำงานท่องเที่ยวทุเรียน” เพื่อบูรณาการหน่วยงานท้องถิ่นกับหน่วยงานรัฐในพื้นที่ และผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้ทำงานร่วมกันแทนการแยกส่วนดังที่ผ่านมา ทั้งนี้ จำเป็นต้องกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น ให้ ททท. รับผิดชอบด้านการตลาด กระทรวงเกษตรฯ ดูแลมาตรฐานการผลิต และกระทรวงพาณิชย์สนับสนุนการค้าและการลงทุน โดยทั้งหมดต้องทำงานภายใต้เป้าหมายร่วมเดียวกัน เพื่อให้การท่องเที่ยวทุเรียนเติบโตอย่างมีเอกภาพและยั่งยืน

3. ปรับปรุงนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง คือ นโยบายหรือมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรผ่านการประเมินความเป็นไปได้และทดลองใช้ในพื้นที่จริงก่อนขยายผล เพื่อป้องกันปัญหา นโยบายที่ไม่ตอบโจทย์หรือก่อให้เกิดผลข้างเคียง โดยเฉพาะมาตรการควบคุมคุณภาพทุเรียน ควรมีระบบตรวจสอบที่ทั้งรัดกุมและยืดหยุ่น อาทิ การใช้เทคโนโลยี

เช่น AI ตรวจสอบคุณภาพ หรือระบบบาร์โค้ดเพื่อติดตามแหล่งที่มาและมาตรฐานของทุเรียนแต่ละลูก ในด้านการท่องเที่ยว ควรเน้นการออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและวิถีชุมชน เช่น การเปิดสวนให้เยี่ยมชม ชิม และซื้อผลผลิตในราคาชาวสวน มากกว่าการจัดกิจกรรมในเมืองที่ไม่ได้สร้างรายได้ถึงชาวสวนโดยตรง จึงควรจัดตั้ง “ชุมชนท่องเที่ยวทุเรียนต้นแบบ” ในแต่ละจังหวัด พร้อมกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น เส้นทางชิมทุเรียน การแสดงนวัตกรรม การแข่งขันทำอาหารจากทุเรียน ฯลฯ เพื่อสร้างแรงจูงใจ สร้างรายได้ และส่งเสริมความภาคภูมิใจของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ นโยบายควรสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรไปยังชุมชนอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เพียงครั้งเดียว เพื่อสร้างความยั่งยืนและความมั่นใจแก่ชาวสวนในการพัฒนาสวนเพื่อการท่องเที่ยวในระยะยาว

4. สร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานทุเรียน ให้ชาวสวนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง คือ การแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบหรือการผูกขาดของกลุ่มนายทุนในระบบการค้าทุเรียน ควรมีบทบาทนำโดยภาครัฐในการกำกับดูแลกลไกราคาและส่งเสริมช่องทางตลาดทางเลือกให้ชาวสวนรายย่อยมีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น หนึ่งในแนวทางสำคัญคือการส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมชาวสวนให้มีความเข้มแข็ง สามารถรวบรวมผลผลิตและทำตลาดร่วมกัน ทั้งในตลาดสดและตลาดท่องเที่ยว เช่น การจัดตั้งศูนย์จำหน่ายทุเรียนคุณภาพที่บริหารโดยกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงผลผลิตได้โดยตรงในราคายุติธรรม แนวทาง “หมู่บ้านทุเรียนท่องเที่ยว” ที่แต่ละครัวเรือนเปิดสวนขายหน้าบ้าน และจัดเทศกาลผลไม้ในชุมชนเป็นตัวอย่างความสำเร็จที่ควรผลักดันขยายผลในวงกว้าง ขณะเดียวกัน รัฐควรสนับสนุนงบประมาณและประชาสัมพันธ์ให้ถึงมือชาวสวนรายย่อยอย่างทั่วถึง ไม่ให้กลุ่มทุนใหญ่ได้เปรียบฝ่ายเดียว อีกทั้งควรลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องเย็นหรือระบบโลจิสติกส์ ด้วยต้นทุนที่โปร่งใสและเป็นธรรม เช่น ให้ชาวสวนใช้บริการในราคาต้นทุน แทนการปล่อยให้เอกชนคิดค่าใช้จ่ายเกินจริง หลักการสำคัญของทุกมาตรการควรมุ่งลดความเหลื่อมล้ำในระบบการผลิตและการตลาด และส่งเสริมให้ชาวสวนส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีอำนาจต่อรองในระบบเศรษฐกิจทุเรียน

5. พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับทุเรียน คือ ปัญหาสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนคือ เจ้าหน้าที่รัฐบางส่วนยังขาดความรู้และความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับทุเรียนและตลาดที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้นโยบายหรือการดำเนินงานในพื้นที่ไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งสะท้อนจากเสียงของเกษตรกรที่ระบุว่าราชการยังต้องพึ่งพาข้อมูลภาคสนามจากชาวสวนอยู่มาก ทางออกคือการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ภาครัฐผ่านการอบรมเฉพาะ

ทางด้านสายพันธุ์ทุเรียน ระบบการผลิต เทรนด์ตลาด และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยควรร่วมมือกับสถาบันวิจัยหรือมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น อีกทั้งควรมีโครงการลงพื้นที่ เช่น "โครงการที่เลี้ยงสวนทุเรียนท่องเที่ยว" ที่เปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ได้เรียนรู้จากชาวสวนต้นแบบโดยตรง พร้อมฝึกปฏิบัติการดูแลนักท่องเที่ยวควบคู่กัน นอกจากนี้ การจัดทำคลังความรู้หรือฐานข้อมูลกลางที่รวบรวมแนวปฏิบัติที่ดี กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ และแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จะช่วยยกระดับความรู้ให้เจ้าหน้าที่และผู้เกี่ยวข้องมีความเชี่ยวชาญและพร้อมปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

6. ยกระดับรูปแบบกิจกรรมและการตลาดการท่องเที่ยวทุเรียนให้สร้างมูลค่าจริง คือภาครัฐและเครือข่ายท้องถิ่นควรปรับรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุเรียนจากงานเทศกาลเชิงพิธีการ มาเป็นกิจกรรมการตลาดเชิงรุกที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับสวนโดยตรงมากขึ้น โดยใช้รสชาติของผลไม้และอาหารพื้นถิ่นเป็นจุดขายหลัก เช่น กรณีโครงการ “อร่อยทุກไร๋ ชิมไปทุกสวน” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออก ที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยโปรแกรมชั้นพิเศษและความร่วมมือกับผู้ประกอบการในพื้นที่ ทั้งนี้ ควรขยายแนวทางนี้ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น เช่น การจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวผลไม้ประจำปี (Fruit Tourism Calendar) ที่แต่ละเดือนมีเทศกาลหรือกิจกรรมหมุนเวียนในจังหวัดต่าง ๆ ตลอดปี พร้อมทั้งทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และ influencer เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ขณะเดียวกัน งานเทศกาลประจำปีที่มีอยู่ควรยกระดับให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น เช่น เพิ่มพื้นที่จำหน่ายและประมวลผลผลิตคุณภาพ จัดนิทรรศการให้ความรู้ควบคู่กับความบันเทิง และส่งเสริมการซื้อขายจริง ไม่ใช่เพียงงานชมเชยเท่านั้น นอกจากนี้ ควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ “Durian Tourism” สำหรับภาคตะวันออก ที่รวบรวมข้อมูลสวนท่องเที่ยว โปรแกรมชั้น เทศกาล และระบบจองกิจกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่ชาวสวนรายย่อยอย่างยั่งยืน

7. เพื่อยกระดับศักยภาพของชาวสวนให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภาครัฐควรดำเนินมาตรการเสริมสร้างความพร้อมในหลายด้าน โดยเริ่มจากการฝึกอบรมและดูงานที่มุ่งให้ความรู้ด้านการบริการนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย สุขอนามัย การสื่อสารเบื้องต้น รวมถึงการพัฒนาเมนูหรือสินค้าทุเรียนแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างจุดขายเฉพาะตัวของแต่ละสวน ทั้งนี้ควรดำเนินการผ่านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เนื้อหาตรงกับบริบทของพื้นที่ นอกจากนี้ ควรมีการสนับสนุนเงินทุนและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้

ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในสวน เช่น ห้องน้ำ บ้ายสื่อความหมาย และที่พักขนาดย่อม พร้อมระบบติดตามการใช้จ่ายตามแผนที่ผ่านการอนุมัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ภาครัฐยังควรส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายหรือวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน การตลาด และการแบ่งปันทรัพยากร ตลอดจนส่งเสริมบทบาท “ผู้นำชุมชน” และระบบที่เลี้ยงจากสวนต้นแบบ เพื่อเป็นแรงสนับสนุนภายในกลุ่มเอง สุดท้าย ควรมีมาตรการจูงใจทางเศรษฐกิจเช่น เงินอุดหนุนเบื้องต้น หรือการจัดประกวดสวนทุเรียนท่องเที่ยวดีเด่น เพื่อกระตุ้นให้ชาวสวนกล้าลงทุนและปรับตัวเข้าสู่ระบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างภาคภูมิใจและต่อเนื่อง

โดยข้อเสนอทั้ง 7 ด้านข้างต้น ควรดำเนินการควบคู่กันไปอย่างเป็นระบบ เพราะแต่ละด้านล้วนสัมพันธ์กัน กล่าวคือ นโยบายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน (ข้อ 1) จะต้องมาพร้อมกับ กลไกการบริหารที่เหมาะสม (ข้อ 2) จึงจะผลักดันลงไปสู่การปฏิบัติได้จริง ขณะเดียวกันนโยบายต่าง ๆ ต้องเท่าทันและยืดหยุ่นต่อสถานการณ์จริง (ข้อ 3) และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (ข้อ 4) ไม่เช่นนั้นก็จะขาดการสนับสนุนจากชาวสวน นอกจากนี้ ศักยภาพของบุคลากรภาครัฐ (ข้อ 5) และรูปแบบกิจกรรมการตลาด (ข้อ 6) เป็นปัจจัยหนุนเสริมที่ทำให้แผนนโยบายบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ สุดท้าย ความพร้อมของชาวสวน (ข้อ 7) คือ หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หากชาวสวนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมจะนำเสนอของดีของตนแก่ผู้มาเยือน ความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภูมิภาคก็จะเกิดขึ้นจริง

## อภิปรายผล

สำหรับการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในภาคตะวันออก จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนในภาคตะวันออกได้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารหลายรูปแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ที่กล่าวถึงการมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ด้านอาหารพื้นถิ่นและวัฒนธรรมอาหารของพื้นที่ (สาธิตา สกุรัตนกุลชัย และกรรณิกา สงวนสินธุกุล, 2563) กิจกรรมที่ดำเนินบ่อยที่สุด คือ การขายผลผลิตทุเรียนสดในสวน และการจัดมุม “จุดเช็คอิน” หรือจุดถ่ายรูปในสวนทุเรียน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่นิยมแสวงหาประสบการณ์เชิงรูปภาพ

และการแบ่งปันผ่านโซเชียลมีเดีย ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญข้าว พูลเพิ่ม และคณะ (2564) ที่พบว่า แรงจูงใจสำคัญของนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ ความสวยงามของภูมิทัศน์และกิจกรรมหลากหลายภายในสวน การที่ถูกจัดอยู่ในระดับสูงสุด อย่างการสร้างจุดถ่ายภาพในสวนทุเรียน จึงเป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อแรงจูงใจดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ กิจกรรมเยี่ยมชมสวนทุเรียนเพื่อการเรียนรู้ก็ถือเป็นอีกกิจกรรมสำคัญที่ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนดำเนินค่อนข้างมาก ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกระบวนการปลูกและดูแลทุเรียน พฤติกรรมนี้ตรงกับนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ Macionis & Cambourne (2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่แหล่งผลิตอาหารเพื่อพักผ่อน เรียนรู้ และชิมผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพในท้องถิ่น การเปิดสวนให้นักท่องเที่ยวได้ชมสวนและทดลองชิมทุเรียนสด “ถึงถิ่น” ทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ประสาทสัมผัสครบถ้วนและซาบซึ้งในรสชาติผลไม้ในบริบทวัฒนธรรมของพื้นที่ (Macionis & Cambourne, 2003) ลักษณะดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของขวัญข้าว พูลเพิ่ม และคณะ (2564) ที่เสนอรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสวนผลไม้ควรรวมถึงการชิมผลไม้และบุฟเฟ่ต์ผลไม้ รวมทั้งการนั่งรถชมสวนพร้อมมัคคุเทศก์ให้ความรู้ ซึ่งช่วยสร้างคุณค่าและความทรงจำแก่นักท่องเที่ยวได้ งานวิจัยนี้พบว่า หลายสวนมีการให้นักท่องเที่ยวชิมและซื้อทุเรียนสดถึงสวน รวมถึงมีการบรรยายให้ความรู้ จึงเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวทางดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมบุฟเฟ่ต์ทุเรียน ถือว่าเป็นจุดขายสำคัญที่รู้จักกันดีในการท่องเที่ยวสวนผลไม้จังหวัดตะวันออก (เช่น “บุฟเฟ่ต์ผลไม้” ของจังหวัดระยองและจันทบุรี) กลับพบในระดับที่ค่อนข้างน้อยในการดำเนินงานของสวนทุเรียน สาเหตุอาจมาจากข้อจำกัดด้านต้นทุนและปริมาณทุเรียนที่มีราคาสูง ทำให้สวนหลายแห่งเลือกเน้นการจำหน่ายผลผลิตแบบขายตรงเป็นหลักมากกว่าการจัดบุฟเฟ่ต์ตามเก็บค่าบริการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของสุรีย์พร พาณิชัตรา และธงชัย ศรีเบญจโชติ (2561) ที่พบว่า การตั้งราคาค่าบริการควรเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และแนะนำไม่ขายแบบบุฟเฟ่ต์ หากราคาไม่จูงใจผู้บริโภคหรือส่งผลต่อคุณค่าของผลผลิต นอกจากนี้ การเสนอขายผลผลิตสดโดยตรงยังทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในคุณภาพและที่มา ซึ่งตรงกับแนวคิด “Farm-to-table” ที่ให้นักท่องเที่ยวได้บริโภคอาหาร ณ แหล่งผลิตโดยตรง (National Geographic, 2562)

สำหรับการให้บริการอาหารหรือเมนูจากทุเรียน และการจำหน่ายสินค้าทุเรียนแปรรูป (เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน) พบว่า มีการดำเนินการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการ

ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การบริโภค ไปจนถึงหลังการบริโภค โดยการนำผลผลิตมาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นของฝากหรือผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับบ้าน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ, 2562) การจำหน่ายของฝากทุเรียนแปรรูปจึงเป็นการต่อยอดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มากกว่าแค่การกิน ณ จุดหมายปลายทาง แต่ยังสร้างความทรงจำและมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตท้องถิ่น (สาธิตา สกุรัตนกุลชัย และกรรณิกา สงวนสินธุกุล, 2563) อีกด้วย

สุดท้าย กิจกรรมที่พบน้อยที่สุด คือ การให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวในสวนทุเรียน เช่น โฮมสเตย์หรือลานกางเต็นท์ สวนทุเรียนส่วนใหญ่ยังไม่มีศักยภาพในการจัดที่พัก เนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่และการลงทุน รวมถึงการที่สวนผลไม้เน้นการผลิตเชิงเกษตรมากกว่าธุรกิจบริการ อย่างไรก็ตาม ไร่ที่มีกรณีตัวอย่างสวนขนาดเล็กบางแห่งที่สามารถจัดที่พักแบบโฮมสเตย์จำนวนน้อยเพื่อเพิ่มประสบการณ์ “ใช้ชีวิตในสวน” ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น สวนยายดา-เจ็ญชัย ที่จันทบุรี ซึ่งเปิดโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวพักค้างและสัมผัสบรรยากาศสวนทุเรียนได้โดยตรง การดำเนินการในลักษณะนี้ช่วยสร้างความใกล้ชิดระหว่างเจ้าของสวนกับนักท่องเที่ยว ถือเป็นจุดแข็งของสวนขนาดเล็กที่สามารถสร้างประสบการณ์เชิงอารมณ์ที่ดี (สวนลักษณะ “อบอุ่นใกล้ชิด”) ซึ่งตรงกับที่เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์ (2563) ที่กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเพิ่มขึ้นหากมุ่งเน้นการให้ความรู้และสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่นักท่องเที่ยวหาไม่ได้จากแหล่งอื่น ควบคู่กับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่ ดังนั้น แม้การให้บริการที่พักจะยังพบน้อย แต่ก็เป็นที่ทิศทางที่มีศักยภาพในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียนในอนาคต หากมีการสนับสนุนที่เหมาะสม

สำหรับปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกี่ยวกับทุเรียน ผลการวิจัย พบว่า ด้านปัญหาและอุปสรรคบ่งชี้ว่า โดยภาพรวมแล้ว ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนมองว่า อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในสวนทุเรียนอยู่ในระดับปานกลาง และปัญหาอุปสรรคสำคัญที่สุด ก็คือ ด้านนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กล่าวคือ การขาดนโยบายหรือทิศทางที่ชัดเจนจากภาครัฐในการส่งเสริม “การท่องเที่ยวทุเรียน” โดยเฉพาะส่งผลให้ทั้งเกษตรกรและหน่วยงานระดับพื้นที่ขาดแนวทางที่แน่นอนในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า “ภาครัฐยังไม่มีใครเจาะจงเรื่องทุเรียนเลย นโยบายมีแต่แบบกระจาย” ซึ่งสะท้อนถึงสัญญาณเชิงนโยบายในปัจจุบัน ส่วนปัญหาอุปสรรคด้านนโยบายนี้สอดคล้องกับวงธรรม สรณะ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานทุเรียนและพบว่าภาครัฐยังขาด

มาตรการที่ทำให้ชาวสวนเข้มแข็งอย่างจริงจังในระบบตลาดทุเรียน ต้องอาศัยการพัฒนานโยบายเชิงรุกเพื่อลดการพึ่งพากลุ่มทุนและสร้างอำนาจต่อรองให้เกษตรกรรายย่อย ดังนั้น ในมุมของการท่องเที่ยว การไม่มีนโยบายสนับสนุนเฉพาะด้านเท่ากับว่า ชาวสวนยังไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังให้ใช้การท่องเที่ยวมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของทุเรียน

ปัญหาอุปสรรคสำคัญรองลงมา คือ ด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัญหาเรื่องแรงงานในสวนที่ไม่เพียงพอรองรับงานบริการนักท่องเที่ยว และความไม่เพียงพอของปริมาณทุเรียน สำหรับให้นักท่องเที่ยวชิมหรือจำหน่ายตลอดฤดูกาล สถานการณ์นี้สอดคล้องกับความท้าทายที่เกิดจากการเติบโตของอุตสาหกรรมทุเรียนในทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งถึงแม้พื้นที่ปลูกและผลผลิตจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ก็เผชิญข้อจำกัดด้านแรงงานและทรัพยากรธรรมชาติที่อาจกระทบความยั่งยืน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2568) หลายสวนยังคงดำเนินกิจการในรูปแบบธุรกิจครอบครัว ทำให้แรงงานหลักคือคนในครอบครัวที่อาจไม่เพียงพอเมื่อเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยวผลไม้ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ขณะที่ปริมาณผลผลิตทุเรียนของสวน (ซึ่งส่วนใหญ่มีสัญญาการค้ากับพ่อค้าส่งออกอยู่แล้ว) อาจเหลือไม่มากสำหรับการจัดกิจกรรมชิมหรือขายให้นักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ ภาวิณี พวงงาม และคณะ (2565) ที่ระบุว่า “ความหลากหลายของผลผลิตในสวน” และ “การมีบริการเสริมให้ความรู้ในสวน” เป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวสวนผลไม้ หากสวนใดมีผลไม้หลายชนิดและมีบริการให้ความรู้ที่ดี นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยนั้นชี้ว่า สวนที่พึ่งพาทุเรียนชนิดเดียวและไม่มีบริการเสริม อาจประสบปัญหาในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปหรือเรียกราคาค่าบริการ ดังนั้น การขาดทรัพยากรทั้งด้านแรงงานและผลผลิตที่หลากหลายจึงนับเป็นอุปสรรคต่อการขยายกิจกรรมท่องเที่ยวเช่นกัน

ในส่วนของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนมองว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอหรือไม่เป็นรูปธรรมมากนัก หลายพื้นที่การทำงานของหน่วยงานท้องถิ่นยังแยกส่วนและขาดการประสานงานร่วมกัน ตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยพบว่าในบางจังหวัด องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และกลุ่มชุมชนสวนผลไม้ “ยังทำงานแยกกัน ไม่ผนึกกำลัง” ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ในพื้นที่หนึ่งว่า “พอชวนผนึกกำลังก็เสียงกัน ไม่เห็นอนาคต” นั่นคือ ยังขาดกลไกหรือเวทีที่ทำให้ทุกฝ่ายได้หารือและทำงานไปในทิศทาง

เดียวกัน ความไม่เป็นเอกภาพนี้เป็นอุปสรรคเชิงโครงสร้างที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเรียนไม่ต่อเนื่อง

สิ่งที่น่าสนใจ ก็คือ ด้านกระบวนการบริหารจัดการในสวน (เช่น การวางแผนธุรกิจท่องเที่ยว การจัดระบบกิจกรรม การบริหารรายรับรายจ่าย) และด้านการตลาดการท่องเที่ยว ได้คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ แสดงว่า ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่มองว่าการบริหารจัดการภายในสวนตนเองหรือการทำการตลาดเป็นปัญหาใหญ่ในการดำเนินการท่องเที่ยว อาจเนื่องจากหลายสวนยังจัดการกันเองแบบไม่เป็นทางการ (informal) และมีลูกค้าหลักเป็นกลุ่มเดิมหรือนักท่องเที่ยวที่รู้จักผ่านคำบอกเล่า ทำให้ยังไม่รับรู้ถึงความจำเป็นของการตลาดเชิงรุกมากนัก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องบางชิ้นชี้ให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้ประกอบการกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สุรีย์พร พานิชอัตรา และธงชัย ศรีเบญจโชติ (2561) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจันทบุรีต่ำกว่าที่คาดหวังในทุกด้าน ไม่ว่าจะด้านตอบสนองความต้องการ ความสะดวกในการเข้าถึง หรือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายบอกทางและสื่อออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด นอกจากนี้ส่วนเกินของผู้บริโภค (consumer surplus) ในการท่องเที่ยวสวนผลไม้จันทบุรีกลับติดลบ แสดงว่านักท่องเที่ยวรู้สึกจ่ายแพงเกินคุณค่าที่ได้รับ ส่งผลให้ สุรีย์พร พานิชอัตรา และธงชัย ศรีเบญจโชติ (2561) เสนอแนวทางการตลาดหลายประการ เช่น การสร้างความแตกต่างของสินค้าและกิจกรรมให้มีตลอดปี (ไม่ใช่แค่ฤดูกาลสั้น ๆ) การตั้งราคาที่เหมาะสมและชี้แจงให้ข้อมูลชัดเจนแก่ผู้บริโภค การเพิ่มช่องทางติดต่อและป้ายบอกทางให้เข้าถึงสวนง่ายขึ้น รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับบริษัททัวร์ชั้นนำ ข้อเสนอเหล่านี้สะท้อนว่า สวนผลไม้จำเป็นต้องยกระดับการบริหารจัดการและการตลาดเพื่อให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งตรงกันข้ามกับมุมมองของผู้ประกอบการบางส่วนในงานวิจัยนี้ที่ยังไม่มองเรื่องเหล่านี้เป็นปัญหา ดังนั้น ช่องว่างดังกล่าวควรได้รับการแก้ไข โดยการสร้างความตระหนักแก่ผู้ประกอบการให้เห็นความสำคัญของการบริหารจัดการเชิงธุรกิจและการตลาดสมัยใหม่ เพื่อยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกลับมาช่วยเพิ่มรายได้ให้สวนและชุมชนอย่างยั่งยืน

ต่อมาในส่วนของการเสนอเชิงยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอเชิง

ยุทธศาสตร์ 7 ประการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านทุเรียนในภาคตะวันออกให้เติบโตอย่างยั่งยืน รองรับทั้งเป้าหมายด้านเศรษฐกิจของชุมชนและการอนุรักษ์คุณค่าท้องถิ่น ดังนี้

1. กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวทุเรียนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง โดยที่รัฐบาลควรกำหนด “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ในระดับชาติหรืออย่างน้อยระดับภูมิภาค เพื่อให้ทุกหน่วยงานมีวิสัยทัศน์ไปในทิศทางเดียวกัน ยุทธศาสตร์นี้ควรครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการท่องเที่ยว (Mintzberg, 1987) ได้อธิบายว่า ยุทธศาสตร์ที่ดีต้องกำหนดเป้าหมายและแนวทางล่วงหน้าอย่างมีวิสัยทัศน์ และเกิดความร่วมมือของทุกฝ่าย ตัวอย่างเช่น ควรกำหนดเป้าหมายระยะยาวว่าการท่องเที่ยวจะช่วยเพิ่มสัดส่วนรายได้ให้ชุมชนสวนทุเรียนกี่เปอร์เซ็นต์ หรือช่วยกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปยังชุมชนใหม่ ๆ อย่างไร รวมถึงจัดทำแผนปฏิบัติการรายปี/ระยะกลางที่มีความต่อเนื่อง แม้มีการเปลี่ยนรัฐบาลก็ไม่กระทบนโยบาย (อาจทำเป็นมติ ครม. หรือเป็นแผนแม่บทที่หน่วยงานต้องยึดปฏิบัติ) แนวทางนี้จะช่วยแก้ปัญหานโยบายไม่ต่อเนื่องที่ผู้ประกอบการกังวลไว้ และสร้างความเชื่อมั่นให้ชาวสวนกล้าลงทุนพัฒนาสวนเพื่อการท่องเที่ยวระยะยาวยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ว่าอาหารควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างจริงจัง (National Geographic, 2562)

2. จัดตั้งกลไกบูรณาการและหน่วยงานเจ้าภาพระดับภูมิภาค เพื่อแก้ปัญหาการทำงานที่ต่างคนต่างทำ ควรมีการจัดตั้ง “คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออก” ที่มีผู้ว่าราชการจังหวัดในภูมิภาคหมุนเวียนเป็นประธาน และมีผู้แทนจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง (ท่องเที่ยว, เกษตร, พาณิชยกรรม) ตลอดจนตัวแทนเกษตรกร (สมาพันธ์ชาวสวนทุเรียน) และภาคเอกชนท่องเที่ยว (เช่น สมาคมท่องเที่ยวเชิงเกษตร) เข้าร่วม คณะกรรมการนี้จะทำหน้าที่ “ประสานกลาง” ผลักดันยุทธศาสตร์ให้เกิดผลจริง ติดตามความคืบหน้า และแก้ปัญหาอุปสรรคอย่างรวดเร็ว รวมถึงเป็นเวทีให้ทุกฝ่ายพบปะแลกเปลี่ยนกันสม่ำเสมอ นอกจากนี้ในระดับจังหวัดควรจัดตั้ง “คณะทำงานท่องเที่ยวทุเรียน” บูรณาการหน่วยงานท้องถิ่น (อบจ., เทศบาล) กับหน่วยงานรัฐภูมิภาค (สำนักงานเกษตรจังหวัด, พาณิชยกรรมจังหวัด, ททท. เขตพื้นที่) และตัวแทนชาวสวนในพื้นที่ เพื่อวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน สิ่งสำคัญ คือ การสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบบูรณาการแทนการต่างคนต่างทำ ดังที่มีบทเรียนว่าบางพื้นที่หน่วยงานหลายฝ่ายยังแยกกันทำงานไม่ประสานการมีโครงสร้างกลไกกลางจะช่วยลดความซ้ำซ้อนและการแข่งขันกันเองระหว่างหน่วยงาน ทำให้เกิดพลังร่วม (synergy) ในการพัฒนา การเสริมสร้างความร่วมมือเชิงสถาบันเช่นนี้ยังสอดคล้องกับ

ข้อเสนอของ เปรมปรีดา ทองลา และเพ็ญศิริ สมารักษ์ (2563) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมาก เพราะเครือข่ายที่เข้มแข็งจะเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและความรู้ ช่วยยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยรวม

3. ปรับปรุงนโยบายและมาตรการให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง มาตรการส่งเสริมต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ควรผ่านการศึกษาความเป็นไปได้และทดลองในพื้นที่จริงก่อนดำเนินการทั่วภูมิภาค เพื่อป้องกันการออกนโยบายที่ไม่ตอบโจทย์ ตัวอย่างเช่น มาตรการควบคุมคุณภาพทุเรียนส่งออก (ตรวจเปอร์เซ็นต์แป้งเพื่อป้องกันตัดทุเรียนอ่อน) แม้หลักการดี แต่ในทางปฏิบัติกลับมีช่องโหว่ที่ผู้ค้าเลี่ยงได้ ทำให้มาตรการไม่ได้ผลตามเป้าหมาย ดังนั้นรัฐควรใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย เช่น ระบบตรวจคุณภาพด้วย AI หรือการติดบาร์โค้ดผลติดตามแหล่งที่มา เพื่อลดการโกงมาตรการ นอกจากนี้ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและวิถีชุมชน เช่น แทนที่จะจัดงานเทศกาลทุเรียนใหญ่โตในเขตเมืองเพียงอย่างเดียว (ที่นักท่องเที่ยวมาเดินถ่ายรูปแล้วจบไป) ก็ควรกระจายกิจกรรมออกไปจัดในชุมชนสวนทุเรียนโดยตรง ในช่วงฤดูการทุเรียน เช่น จัดกิจกรรม “เปิดสวนทุเรียนให้นักท่องเที่ยวเข้าชม-ชิม-ซื้อ” ในราคาสวนที่เป็นธรรม เป็นต้น แนวคิดนี้ตรงกับที่ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ให้ข้อมูลว่าโมเดลให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงสวนโดยตรงจะ “ได้ประโยชน์...นักท่องเที่ยวซื้อได้ในราคาชาวสวนที่รับประกันคุณภาพ” อย่างแท้จริง นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวควรสนับสนุนให้แต่ละจังหวัดมี “ชุมชนท่องเที่ยวทุเรียนต้นแบบ” ที่จัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์หลากหลาย เช่น เส้นทางชิมทุเรียนคุณภาพตามสวน, สาธิตนวัตกรรมการแปรรูปทุเรียน, การแข่งขันทำอาหารหรือขนมจากทุเรียน เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มสนใจอาหารและวัฒนธรรมให้เดินทางมามีส่วนร่วมมากขึ้น อีกทั้งรายได้กระจายตรงสู่ชุมชนมากกว่าการจัดงานในเมือง นโยบายภาครัฐควรหนุนงบประมาณและวิทยากรให้ชุมชนจัดกิจกรรม เช่นนี้ อย่างต่อเนื่องทุกปี ไม่ใช่ทำครั้งเดียวแล้วยุติไป ความต่อเนื่องจะสร้างความเชื่อมั่นให้ชาวสวนว่าการลงทุนพัฒนาสวนเพื่อท่องเที่ยวคุ้มค่าและมีอนาคต

4. สร้างความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานทุเรียน ให้ชาวสวนได้ประโยชน์ทั่วถึง การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องควบคู่ไปกับการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในระบบตลาดทุเรียน ปัจจุบันชาวสวนรายย่อยยังเสียเปรียบผู้ประกอบการรายใหญ่บางกลุ่ม รัฐควรเข้ามามีบทบาทดูแลกลไกราคาและสร้างช่องทางตลาดทางเลือกที่เกษตรกรต่อรองได้มากขึ้น เช่น ส่งเสริมสหกรณ์หรือสมาคมชาวสวนทุเรียนให้เข้มแข็ง เพื่อรวบรวมผลผลิตและทำตลาดร่วมกันทั้งในรูปแบบตลาดสดและตลาดท่องเที่ยวท้องถิ่น

โดยอาจจัดตั้งศูนย์จำหน่ายทุเรียนคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหรือจุดพักริมทาง ซึ่งบริหารโดยกลุ่มเกษตรกรเอง นักท่องเที่ยวจะได้เลือกซื้อทุเรียนจากชาวสวนโดยตรงในราคายุติธรรม ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง แนวทางนี้สอดคล้องกับกรณีศึกษาที่มีการนำเสนอ เช่น แนวคิด “หมู่บ้านทุเรียนท่องเที่ยว” ที่ให้ทุกครัวเรือนเปิดสวนขายผลไม้หน้าบ้าน จัดเป็นเทศกาลผลไม้ระดับชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวกระจายไปอุดหนุนทุกบ้าน ชาวบ้านขายแทบไม่ทันและเกิดแรงบันดาลใจให้หมู่บ้านอื่นทำตาม ซึ่งมีตัวอย่างความสำเร็จในจังหวัดศรีสะเกษเมื่อไม่นานนี้ ภาครัฐควรหยิบยกโมเดลดังกล่าวมาขยายผลในจังหวัดภาคตะวันออก สนับสนุนทั้งงบประมาณและการประชาสัมพันธ์ให้ “ทุเรียนชุมชน” เหล่านี้เป็นที่รู้จัก เพื่อพลิกโฉมภาพการท่องเที่ยวทุเรียนให้เป็นกิจกรรมที่ทุกครัวเรือนมีส่วนร่วม ไม่ใช่กระจุกตัวอยู่ที่สวนเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่เพียงไม่กี่ราย ยิ่งไปกว่านั้น โครงการพื้นฐานใด ๆ เช่น โครงการสร้างห้องเย็นเก็บทุเรียนหรือระบบโลจิสติกส์ ควรมีความโปร่งใสและกำกับไม่ให้เอกชนคิดค่าบริการเกินควร (หรือรัฐลงทุนทำเองแล้วให้ชาวสวนใช้ในอัตราต้นทุน) เพื่อป้องกันมิให้มาตรการที่มุ่งช่วยเหลือ เกิดผลตรงกันข้ามเป็นการเอาไรต์เอาเปรียบชาวสวนตามที่เคยมีกรณีตัวอย่าง หลักการสำคัญคือทุกยุทธศาสตร์ควรมุ่งลดความเหลื่อมล้ำ ทำให้ชาวสวนส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีอำนาจต่อรองทางการตลาดมากขึ้น จึงจะถือว่าสร้างความยั่งยืนในภาคการผลิตควบคู่กับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

5. พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้แก่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้พบปัญหาว่าเจ้าหน้าที่รัฐบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับทุเรียนและตลาดทุเรียน ทำให้การกำหนดนโยบายหรือการปฏิบัติงานขาดประสิทธิภาพ (จากคำสัมภาษณ์ที่ว่า “ข้าราชการไม่ใช่คนทำสวน... ข้อมูลทุกอย่างก็ต้องเอาจากผม” สะท้อนว่า ภาครัฐยังต้องพึ่งพิงความรู้จากชาวสวนเป็นหลัก) ดังนั้น จึงควรมีโครงการฝึกอบรมและพัฒนา “ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านทุเรียน” ภายในหน่วยงานรัฐเอง เช่น อบรมเจ้าหน้าที่เกษตร/ท่องเที่ยวประจำจังหวัดเกี่ยวกับสายพันธุ์ทุเรียน ระบบการผลิต แนวโน้มตลาดผู้บริโภค และการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยอาจประสานงานกับมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยในพื้นที่ร่วมดำเนินการ นอกจากนี้ ควรเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้ได้ลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเกษตรกรต้นแบบอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัด “โครงการที่เลี้ยงสวนทุเรียนท่องเที่ยว” ให้เจ้าหน้าที่จับคู่กับสวนทุเรียนที่ดำเนินการท่องเที่ยว นำคณะนักท่องเที่ยวลงพื้นที่จริงร่วมกับเกษตรกร เพื่อเรียนรู้ทั้งการจัดการสวนและบริการนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน มาตรการนี้จะช่วยให้เจ้าหน้าที่เข้าใจบริบทหน้างาน เพิ่มทักษะในการส่งเสริมชุมชนได้ตรงจุดยิ่งขึ้น นอกจากการพัฒนาคน

แล้ว การจัดทำคลังความรู้ (Knowledge Base) เกี่ยวกับทุเรียนก็สำคัญ ควรรวบรวมกรณีศึกษาสวนทุเรียนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ จัดทำเป็นคู่มือหรือเว็บไซต์ให้เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการเข้าถึงง่าย เพื่อยกระดับองค์ความรู้ของหน่วยงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม แนวคิดนี้สอดคล้องกับหลัก “Creative Industries” ซึ่งเป็น 1 ใน 4 เสาหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ระบุว่าการนำเสนออาหารและการท่องเที่ยวต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ ต้องอัปเดตนวัตกรรมใหม่ ๆ และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง (National Geographic, 2562)

6. ยกระดับรูปแบบกิจกรรมและการตลาดการท่องเที่ยวทุเรียน ภาครัฐและเครือข่ายท้องถิ่นควรปรับปรุงการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวทุเรียนจาก งานเทศกาลแบบพิธีการไปสู่กิจกรรมการตลาดเชิงรุก ที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับสวนโดยตรงมากขึ้น ปัจจุบันมีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จแล้ว เช่น โครงการ “อร่อยทุกรั้ว ชิมไปทุกสวน” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภาคตะวันออก ที่เปิดฤดูกาลท่องเที่ยวผลไม้ด้วยโปรโมชั่นพิเศษ จับมือกับสวนทุเรียนหลายแห่งลดราคาบุฟเฟต์ผลไม้และค่าที่พัก เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวสายกินให้เดินทางมาชิมผลไม้สดถึงสวนในพื้นที่ (แนวหน้า, 2568) แนวคิดนี้ใช้ “รสชาติของผลไม้” เป็นจุดขายหลัก ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ “มาเที่ยวสวน ชิมถึงถิ่น” ซึ่งสอดคล้องกับที่ Hall et al. (2012) กล่าวว่า มากกว่า 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวมักหมดไปกับอาหารการกิน ดังนั้น อาหารท้องถิ่นจึงเป็นทั้งจุดหมายและหัวใจสำคัญของประสบการณ์ท่องเที่ยวคุณภาพ การทำตลาดโดยเน้นให้เห็นเสน่ห์อาหารพื้นถิ่นเช่นนี้ ไม่เพียงแต่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนสวน แต่ยังช่วยขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ยาวนานขึ้น เช่น ถ้าเชื่อมโยงกับอาหารทะเลหรือผลไม้อื่น ๆ ในพื้นที่ ก็สามารถจัดกิจกรรมหมุนเวียนทั้งปี ไม่จำกัดแค่ฤดูทุเรียน ภาครัฐควรสนับสนุนและจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวผลไม้ตลอดปี ที่แต่ละเดือนมีไฮไลต์ในจังหวัดต่าง ๆ หมุนเวียนกันไป เช่น ช่วงเมษา-มิถุนาจัดเทศกาลทุเรียนที่ระยอง/จันทบุรี/ตราด ช่วงอื่นอาจมีเทศกาลผลไม้ชนิดอื่น หรือท่องเที่ยวสวนผสมผสานในพื้นที่ใกล้เคียง พร้อมทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์เพื่อเข้าถึงคนรุ่นใหม่ ขณะเดียวกัน งานเทศกาลประจำปีของแต่ละจังหวัดก็ควรยกระดับเนื้อหาให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมากขึ้น เช่น ในงาน “เทศกาลทุเรียนและของดีเมือง.....” ก็ควรเพิ่มส่วนการจำหน่าย/ประมูลผลผลิตคุณภาพ การตั้งขุมนิทรรศการให้ความรู้เรื่องทุเรียนและชุมชนท่องเที่ยว เพิ่มกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมซื้อหา ไม่ใช่แค่เดินชมแล้วจบไปเฉย ๆ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ก็มีความสำคัญควบคู่ อาจพัฒนาแอปพลิเคชัน

ชั้นหรือเว็บไซต์ “Durian Tourism” สำหรับภาคตะวันออกที่รวมข้อมูลสวนที่เปิดท่องเที่ยว โปรโมชัน ช่วงเทศกาล และระบบจองกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ในทีเดียว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเพิ่มช่องทางการตลาดให้เกษตรกรรายย่อยได้โดยตรง

7. เสริมสร้างความพร้อมของชาวสวนในการรองรับนักท่องเที่ยว เกษตรกรเจ้าของสวนคือหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนั้นยุทธศาสตร์หนึ่งที่สำคัญคือการยกระดับศักยภาพและสร้างแรงจูงใจให้ชาวสวนมีบทบาทในอุตสาหกรรมนี้อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับแนวคิด “Story of Food” ที่ชี้ว่า เรื่องราวและภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นเบื้องหลังอาหาร คือ สิ่งที่ทำให้อาหารมีคุณค่าและน่าจดจำ ดังนั้น การส่งเสริมให้ชาวสวนเล่าเรื่องและนำเสนอคุณค่าของตนเองจะยิ่งเพิ่มเสน่ห์ให้การท่องเที่ยว มาตรการที่เสนอ ได้แก่ (7.1) การจัดอบรมและดูงานด้านการท่องเที่ยวแก่ชาวสวนทุเรียน ควรมีหลักสูตรระยะสั้นให้ความรู้พื้นฐานเรื่องการบริหารนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสุขอนามัยในสวน รวมถึงภาษาอังกฤษพื้นฐาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าหรือเมนูแปรรูปใหม่ ๆ จากทุเรียนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (ปัจจุบันมีสวนบางแห่งเริ่มทดลองทำ เช่น ไอศกรีมทุเรียน, พิซซ่าทุเรียน แล้วได้ผลตอบรับดี) การอบรมนี้ควรเป็นความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาในพื้นที่กับหน่วยงานเกษตร/ท่องเที่ยว เพื่อให้เนื้อหาตรงกับบริบทจริงของแต่ละท้องถิ่น (7.2) สนับสนุนเงินทุนและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ สำหรับชาวสวนที่ต้องการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในสวน เช่น สร้างห้องน้ำให้ถูกสุขอนามัย ปรับภูมิทัศน์ให้สวยงามปลอดภัย ติดป้ายสื่อความหมาย หรือสร้างที่พักโฮมสเตย์เล็ก ๆ แต่ยังคงเงินทุน รัฐควรสนับสนุนผ่านกองทุนหมุนเวียนหรือความร่วมมือกับ ธ.ก.ส. ในการปล่อยสินเชื่อพิเศษ โดยกำหนดเงื่อนไขให้ใช้เงินตามแผนพัฒนาที่ผ่านการอนุมัติ เพื่อป้องกันการใช้ผิดวัตถุประสงค์ (7.3) สร้างเครือข่ายหรือวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวทุเรียน การรวมกลุ่มจะช่วยให้ชาวสวนแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแบ่งปันทรัพยากรกัน เช่น จัดเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน (เกษตรกรผลัดกันนำนักท่องเที่ยวชมสวนของแต่ละคนเป็นรูป) มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวกลางของชุมชน หรือทำการตลาดออนไลน์ร่วมกันในนามชุมชน สิ่งนี้ยังช่วยรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ได้โดยไม่กระจุกที่สวนใดสวนหนึ่ง ผู้ประกอบการสวนท่องเที่ยวทุเรียนหลายรายเห็นด้วยว่าถ้าจัดเป็นรูปหลายสวน นักท่องเที่ยวจะรู้สึกคุ้มค่าและได้ประสบการณ์หลากหลายกว่า ภาครัฐควรส่งเสริมบทบาท “ผู้นำชุมชน” หรือผู้จัดการท่องเที่ยวชุมชน จากในกลุ่มชาวสวนเอง เพื่อเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และจัดให้มี “Mentor” คือ เกษตรกรสวนที่ประสบความสำเร็จแล้วมาคอยเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำสวนอื่น ๆ ที่เพิ่งเริ่มต้น (7.4) มาตรการจูงใจทางเศรษฐกิจ ระยะแรกอาจมีเงิน

อุดหนุนพิเศษให้สวนที่เปิดรับนักท่องเที่ยว (คล้ายการชดเชยโอกาสที่สวนนำผลผลิตบางส่วนมาใช้จัดกิจกรรมแทนขายส่ง) หรือจัดประกวด “สวนทุเรียนท่องเที่ยวดีเด่น” พร้อมรางวัลจูงใจให้ชาวสวนปรับปรุงสวนของตน นอกจากนี้ ควรประชาสัมพันธ์ยกย่องเกษตรกรต้นแบบที่ทำการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและทัศนคติที่ดีให้ชาวสวนรายอื่นกล้าทำตาม

การจะบรรลุจุดนั้นได้จำเป็นต้องอาศัยการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ตั้งแต่ระดับนโยบาย โครงสร้างการบริหาร ไปจนถึงระดับชุมชนและเกษตรกร ดังคำกล่าวของ National Geographic (2562) ที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ยั่งยืน ต้องผสมผสานการอนุรักษ์วิถีชีวิตท้องถิ่น การปกป้องมรดกอาหารของชุมชน และการเปิดประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งเข้าด้วยกัน เมื่อทุกภาคส่วนเห็นเป้าหมายร่วมและลงมือทำอย่างบูรณาการ ย่อมจะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวทุเรียนที่มีเอกลักษณ์ สร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างเป็นธรรม และรักษาการเติบโตของเศรษฐกิจทุเรียนภาคตะวันออกให้มั่นคงยั่งยืนได้ในระยะยาว

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อการส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวทุเรียนในระดับชาติและภูมิภาคอย่างเป็นรูปธรรม ที่หน่วยงานภาครัฐควรมีการกำหนดแผนแม่บทหรือยุทธศาสตร์ “ท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียน” ระดับภูมิภาคภาคตะวันออกที่ชัดเจน ครอบคลุมด้านการผลิต การตลาด และการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดทิศทางที่สอดคล้องกันใน 8 จังหวัด ลดภาวะการดำเนินงานแบบกระจัดกระจายหรือไม่ต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

2. การจัดตั้งหน่วยงานเจ้าภาพระดับภูมิภาคด้านการท่องเที่ยวทุเรียน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดตั้งคณะกรรมการหรือหน่วยงานกลางในระดับภูมิภาค เพื่อทำหน้าที่บูรณาการนโยบายระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น ภาคเอกชน และชาวสวน รวมถึงวางระบบกำกับติดตามผลการดำเนินงาน

3. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยบุคลากรภาครัฐควรได้รับการเสริมทักษะและองค์ความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับการผลิต การตลาด และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่

เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรอำเภอ พาณิชย์จังหวัด และเจ้าหน้าที่ ททท. เพื่อให้สามารถส่งเสริมชุมชนได้ตรงประเด็น ลดการพึ่งพาชาวสวนในการถ่ายทอดข้อมูลเพียงฝ่ายเดียว

4. การสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยและลดความเหลื่อมล้ำในห่วงโซ่อุปทาน หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดมาตรการที่ส่งเสริมความเป็นธรรมในการค้าขาย เช่น การควบคุมค่าบริการของห้องเย็น การจัดตั้งตลาดกลางผลผลิตโดยชาวสวน และการตรวจสอบไม่ให้เอกชนผูกขาดช่องทางจัดจำหน่าย

5. การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการตลาดเชิงประสบการณ์ เพื่อเป็นการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น จุดเช็คอิน ชิมทุเรียนแปรรูป เวิร์กช็อปทำขนมทุเรียน และบุฟเฟ่ต์ผลไม้ ควรทำควบคู่ไปกับกิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเพิ่ม “คุณค่าทางประสบการณ์” ให้นักท่องเที่ยวและยืดฤดูกาลท่องเที่ยวให้ยาวนานขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจทุเรียนในภาคตะวันออก ดังต่อไปนี้

1. การศึกษารูปแบบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ เอกชน และชาวสวนในแต่ละจังหวัด เพื่อเปรียบเทียบจุดแข็ง-จุดอ่อนของกลไกการจัดการ และแสวงหาโมเดลที่สามารถถ่ายทอดหรือปรับใช้ในพื้นที่ อันจะนำมาสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้

2. การศึกษาความต้องการ ประสบการณ์ที่คาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวสวนทุเรียนในภาคตะวันออกในเชิงลึก เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลพัฒนาแพ็คเกจท่องเที่ยวหรือกลยุทธ์การตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

3. การศึกษาแนวทางการพัฒนา “ผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์จากทุเรียน” เช่น ขนมเครื่องดื่ม หรืออาหารฟิวชัน เพื่อค้นหาแนวทางเพิ่มมูลค่าและขยายตลาดใหม่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการท่องเที่ยวทุเรียนกับพื้นที่อื่นในอาเซียน เพื่อสร้างความรู้เชิงเปรียบเทียบระหว่างไทยกับประเทศผู้ผลิตทุเรียนสำคัญ เช่น มาเลเซีย เวียดนาม หรืออินโดนีเซีย โดยศึกษาว่าแต่ละประเทศมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในสวนทุเรียนอย่างไร และข้อได้เปรียบ/เสียเปรียบของไทยคืออะไร

## บทที่ 5

### ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบ

#### (Output/Outcome/Impact)

##### 1. ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ คือ การวิเคราะห์บทบาทของสภาองค์กรชุมชนกับการพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ในภาคตะวันออกเฉียงและนำเสนอทางเลือกในการใช้สภาองค์กรชุมชนพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยสภาองค์กรชุมชนตำบลในภาคตะวันออกเฉียงมีบทบาทพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย 5 มิติ ได้แก่ 1) เป็นกลไกช่วยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการจัดการตนเอง 2) เป็นกลไกสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการมีส่วนร่วมเชิงนโยบาย 3) เป็นกลไกที่ส่งเสริมให้เกิดการตระหนักถึงการสร้างและพัฒนาความเป็นธรรมทางสังคม 4) เป็นกลไกที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาประชาธิปไตยแบบปรีชาหาหรือ 5) เป็นกลไกส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาประชาธิปไตยที่กินได้ ส่วนทางเลือกในการใช้สภาองค์กรชุมชนพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ผลการวิจัยพบว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ คือ 1) การพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของสภาองค์กรชุมชนตำบล 2) วางบทบาทให้สภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นกลไกที่ช่วยสร้างเครือข่ายพลเมือง 3) ขยายภารกิจของสภาองค์กรชุมชนตำบลให้กว้างขวางขึ้น 4) ส่งเสริมหรือยกระดับให้สภาองค์กรชุมชนตำบลเป็นพื้นที่สร้าง พัฒนาหรือทดลองนวัตกรรมประชาธิปไตยรากหญ้า

2. ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง (Output) โดยข้อมูลนี้ต้องสอดคล้องกับข้อเสนอการวิจัย (Proposal) ที่ได้เสนอกับแหล่งทุน

ผลผลิต	จำนวน นำส่ง	รายละเอียดผลผลิต	ปีที่น่าส่ง ผลผลิต	% ความก้าวหน้า การดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง	เชิงคุณภาพ	หลักฐาน/เอกสารประกอบ
การพัฒนา ทักษะนิสิต/ นักศึกษา ระดับปริญญา ตรี	35	นิสิตมีทักษะ ความเข้าใจเกี่ยวกับ การพัฒนาพลเมืองในระดับรากฐาน ผ่านการใช้สภากองคกรชุมชนตำบล เป็นกลไกขับเคลื่อน	2568	100%	บรรยาย ยกกรณีศึกษา อภิปรายในชั้นเรียน		รายชื่อนิสิตระดับปริญญาตรี
การ พัฒนา ทักษะนิสิต/ นักศึกษา ระดับปริญญา โท	7	นิสิตระดับบัณฑิตศึกษามีทักษะด้าน การวิเคราะห์ สังเคราะห์ ปัญหา ข้อจำกัด ตลอดจนแนวทางการ พัฒนาพลเมืองและการพัฒนา ประชาธิปไตยรากฐาน	2568	100%	บรรยาย ยกกรณีศึกษา อภิปรายในชั้นเรียน ยก ประเด็นที่นำไปสู่การ ค้นคว้าวิจัยในเชิงลึก		รายชื่อนิสิตระดับปริญญาโท
การพัฒนา ทักษะชุมชน ท้องถิ่น/ ประชาสังคม	1	เกิดนักวิจัย/นวัตกรรมท้องถิ่นที่มีทักษะ ด้านการการวิจัย ตลอดจนการ สังเคราะห์ วิเคราะห์สถานการณ์ทาง การเมืองในท้องถิ่น	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	-		ภาพถ่ายเวทีเสวนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และถ่ายทอดผลการวิจัยสู่ ท้องถิ่น (แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)
ต้นฉบับ บทความวิจัย (Manuscript) ต่างประเทศ	-	ต้นฉบับบทความวิจัยเรื่อง “การ พัฒนาและยกระดับความเป็น พลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของ นักขับเคลื่อนสังคมในพื้นที่ภาค ตะวันออก”	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	-		บทความภาษาอังกฤษที่ ตีพิมพ์ในวารสาร ต่างประเทศ (แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)

ผลผลิต	จำนวน นำส่ง	รายละเอียดผลผลิต	ปีที่น่าส่ง ผลผลิต	% ความก้าวหน้า การดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง	เชิงคุณภาพ	หลักฐาน/เอกสารประกอบ
ต้นฉบับ บทความวิจัย (Manuscript) ในประเทศ	1	บทความวิจัย (Research article) ระดับชาติที่อยู่ในฐาน TCI 1-2 เรื่อง “บทบาทของสภาองค์กรชุมชนกับ การพัฒนาพลเมืองในระบอบ ประชาธิปไตยในภาคตะวันออก”	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	-		
เทคโนโลยี/ กระบวนการ ใหม่ระดับ ภาคสนาม	-	กระบวนการหรือนวัตกรรมทาง สังคม ( Social Innovation) เกี่ยวกับการพัฒนาและยกระดับ ความเป็นพลเมืองในระบอบ ประชาธิปไตยของนักขับเคลื่อน สังคมซึ่งกระบวนการหรือนวัตกรรม ทางสังคมจะเกิดขึ้นจากการถอด บทเรียนในภาคสนาม กฎหมายที่ เกี่ยวข้องตลอดจนประเทศที่ประสบ ความสำเร็จในการพัฒนาและ ยกระดับความเป็นพลเมืองใน ระบอบประชาธิปไตยจำนวน 1 นวัตกรรม	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ			(แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)
		ฐานข้อมูล (Database) เกี่ยวกับ กลุ่ม องค์กร หรือนักขับเคลื่อนสังคม ที่ได้ระบบหรือกลไกเพื่อพัฒนาและ ยกระดับความเป็นพลเมืองใน	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ			(แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)

ผลผลิต	จำนวน นำส่ง	รายละเอียดผลผลิต	ปีที่น่าส่ง ผลผลิต	% ความก้าวหน้า การดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง	เชิงคุณภาพ	หลักฐาน/เอกสารประกอบ
		ระบอบประชาธิปไตย จำนวน 1 ฐานข้อมูล					
เครือข่าย ความร่วมมือ	-	เครือข่ายความร่วมมือทางด้าน วิชาการระหว่างนักวิจัยของ มหาวิทยาลัยบูรพากับมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาในภาค ตะวันออก จำนวน 2 เครือข่าย	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ			(แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)
เครือข่าย ความร่วมมือ	-	เครือข่ายเพื่อการพัฒนาเมืองและ ชุมชนท้องถิ่นระหว่างนักวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพากับภาค ประชาชน เครือข่ายภาครัฐ ตลอดจนองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น จำนวน 3 เครือข่าย	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ			(แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)
ข้อเสนอแนะ เชิงนโยบาย (Policy Recommendation) และ มาตรการ (Measures)	-	เอกสารนโยบาย (Policy Paper) เกี่ยวกับการพัฒนาและยกระดับ ความเป็นพลเมืองในระบอบ ประชาธิปไตย ซึ่งเอกสารฉบับนี้ ประกอบด้วย (1) นำเสนอข้อเสนอ เชิงนโยบาย แก่หน่วยงานที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ( Policy Formulation) แล ะ ตัดสินใจนโยบาย ( Policy Decisions)(2) การนำเสนอข้อเสนอ	2569-2570	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ			(แผนงานวิจัยรับผิดชอบ)

ผลผลิต	จำนวน นำส่ง	รายละเอียดผลผลิต	ปีที่น่าส่ง ผลผลิต	% ความก้าวหน้า การดำเนินงาน	ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง	เชิงคุณภาพ	หลักฐาน/เอกสารประกอบ
		เชิงปฏิบัติการกำหนดหน่วยงานที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไป ปฏิบัติ (Policy Implementation) (3) มาตรการหรือแนวทางการพัฒนา และยกระดับความเป็นพลเมืองใน ระบอบประชาธิปไตย					

## 3. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง (Outcome)

ผลลัพธ์	จำนวน	รายละเอียดของ ผลลัพธ์	ผู้ได้รับผลกระทบ
ผลงานตีพิมพ์ (Publications)	1	บทความวิจัยเรื่อง “บทบาทของสภาองค์กรชุมชนกับการพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในภาคตะวันออก” เพื่อเตรียมตีพิมพ์ในรูปแบบบทความวิจัย (Research article) ระดับชาติ	นิสิต นักศึกษา นักวิจัย นักการเมือง ข้าราชการ ตลอดจนประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับการพัฒนาและยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย (อยู่ระหว่างดำเนินการ)
การอ้างอิง (Citations)	14 ภาพรวมของ แผนงานวิจัย	บทความวิจัยถูกนำไปใช้อ้างอิงเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำวิจัย การทำวิทยานิพนธ์ หรือประกอบการเขียนบทความวิชาการและบทความวิจัย โดยสืบค้นจากฐานข้อมูลวารสารวิชาการ	นิสิต นักศึกษา นักวิจัยที่สนใจหรือทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาและยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย (อยู่ระหว่างดำเนินการ)
ความร่วมมือหรือหุ้นส่วน ความร่วมมือ (Collaborations and Partnerships)	1 ภาพรวมของ แผนงานวิจัย	ความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือที่เกิดขึ้นหลังจากโครงการวิจัยเสร็จสิ้น โดยเป็นความร่วมมือที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรืออาจจะทางอ้อมจากการดำเนินโครงการ	องค์กรพัฒนาเอกชนหรือนักขับเคลื่อนสังคมที่ทำงานในองค์กรภาคประชาชน สังคมซึ่งถูกจัดตั้งโดยรัฐหรือนักพัฒนาเอกชนอิสระ (อยู่ระหว่างดำเนินการ)
กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement Activities)	1 ภาพรวมของ แผนงานวิจัย	การสื่อสารผลงานวิจัยต่อกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และเป็นเส้นทางที่ส่งผลให้เกิดผลกระทบในวงกว้างต่อไป	(1) หน่วยงานราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น (2) องค์กรพัฒนาเอกชนหรือนักขับเคลื่อนสังคมที่ทำงานในองค์กรภาคประชาชนสังคมซึ่งถูกจัดตั้งโดยรัฐหรือนักพัฒนาเอกชนอิสระ (อยู่ระหว่างดำเนินการ)

#### 4. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง (Impact)

-

#### 5. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

##### ✓ ด้านวิชาการ

ค้นพบบทบาทของสภาองค์กรชุมชนกับการพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนำเสนอทางเลือกในการใช้สภาองค์กรชุมชนพัฒนาพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้านวิชาการ ประกอบด้วย นิสิตนักศึกษาทั้งในระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษา ตลอดจนนักวิจัย ตลอดจนผู้นำ/สมาชิกในองค์กรภาคประชาสังคม

##### ✓ ด้านสังคม

○ ด้านสาธารณะ    ✓ ด้านชุมชนและพื้นที่    ○ ด้านสิ่งแวดล้อม

การเผยแพร่ผลการศึกษาวิจัยต่อสาธารณชนในรูปแบบบทความวิจัย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะในระดับท้องถิ่น เช่น หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ภาคประชาชนในท้องถิ่น ภาคประชาสังคม เป็นต้น ให้รับทราบและนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการปฏิบัติงาน

##### ✓ ด้านนโยบาย

ผลการวิจัยนี้นำไปสู่การสร้างข้อเสนอเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพของสภาองค์กรชุมชนตำบลในกระบวนการพัฒนาพลเมืองจากเบื้องล่าง

#### 6. ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)

ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL) ก่อนเริ่มโครงการวิจัยอยู่ในระดับ (1) หลักการพื้นฐานได้รับการพิจารณาและมีการรายงาน (Basic principles observed and reported) โดยมีหลักการพัฒนาและยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นโครงการวิจัยอยู่ที่ (2) การแสวงหาตลอดจนประยุกต์หลักการเพื่อสร้างแนวทางที่เป็นรูปธรรมเพื่อพัฒนาและยกระดับความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย

#### 7. ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL)

ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL) ณ ปัจจุบัน (ก่อนเริ่มโครงการวิจัย) ระดับ (2) การกำหนดปัญหา การเสนอแนวคิดในการพัฒนาหรือการแก้ปัญหาและคาดการณ์ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ในโครงการ (Formulation of problem, proposed solution(s) and potential impact, expected societal readiness;

identifying relevant stakeholders for the project.) ดังเห็นได้จากอุปสรรคหรือข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาและยกระดับความเป็นเมืองในระบบอบประชาธิปไตยในสังคมไทย เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นระดับ (3) แนวทางการแก้ปัญหาได้รับการตรวจสอบ ถูกนำเสนอแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่เกี่ยวข้องของ area (Proposed solution(s) validated, now by relevant stakeholders in the area) คือ มีกลไกหรือแนวทางการพัฒนาและยกระดับความเป็นพลเมืองในระบบอบประชาธิปไตยได้รับการตรวจสอบและถูกนำเสนอแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ตามภารกิจที่รับผิดชอบ

## เอกสารอ้างอิง

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). ทูเรียน : เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล รายภาค และจังหวัด ปี 2563. เข้าถึงได้จาก

<https://oae.go.th/uploads/files/2025/06/26/de94699b2fc6b558.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2564). ทูเรียน : เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล รายภาค และจังหวัด ปี 2564. เข้าถึงได้จาก

<https://oae.go.th/uploads/files/2025/06/26/7da09798279024aa.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2565). ทูเรียน : เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล รายภาค และจังหวัด ปี 2565. เข้าถึงได้จาก

<https://oae.go.th/uploads/files/2025/06/26/0b30ffffb7615012.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). ทูเรียน : เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล รายภาค และจังหวัด ปี 2566. เข้าถึงได้จาก

<https://oae.go.th/uploads/files/2025/06/26/c0c7bef772e054d1.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). ทูเรียน : เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อเนื้อที่ให้ผล รายภาค และจังหวัด ปี 2567. เข้าถึงได้จาก

<https://oae.go.th/uploads/files/2025/06/26/4d6ef602eeb033af.pdf>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). ทูเรียน : จำนวนคร่าวเรือนผู้ปลูกทูเรียน ปี2563-2567. เข้าถึงได้จาก <https://oae.go.th/uploads/files/2025/06/26/3f7fc3fbbdb6faa0.pdf>

คู่มือปฏิบัติ จันทบุรีโมเดล ทูเรียนคุณภาพ ตลาดพรีเมียม. (2565). เข้าถึงได้จาก [https://](https://www.doa.go.th/oard6/wp-content/uploads/2024/03/คู่มือ_จันทบุรีโมเดล-.pdf)

[www.doa.go.th/oard6/wp-content/uploads/2024/03/คู่มือ\\_จันทบุรีโมเดล-.pdf](https://www.doa.go.th/oard6/wp-content/uploads/2024/03/คู่มือ_จันทบุรีโมเดล-.pdf)

รายงานการศึกษา การครอบครองที่ดินข้ามพรมแดนของทุนจีน กรณีสวนทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด. (2567) . เข้าถึงได้จาก

<https://drive.google.com/file/d/1Y17JMKFj2O8sNgPYuCZfDJJaL9FfRESY/view>

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). กรมส่งเสริมการเกษตรเตรียมจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร สัมผัสวิถีชาวสวน ต้อนรับฤดูกาลผลไม้ภาคตะวันออก. เข้าถึงได้จาก

<https://doanews.doae.go.th/archives/11967>