



Investment Solutions Towards Sustainable Locals

การลงทุนสู่ชุมชนที่ยั่งยืนจากฐานภูมิปัญญา
และมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น

โดย

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.)

สารบัญ

หน้าที่

ส่วนที่ 1 แนะนำ สกพอ.

4

บทบาทและเป้าหมายของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

5

ส่วนที่ 2 การสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อผลกระทบเชิงบวกในพื้นที่ EEC

7

ที่มาและความสำคัญ

8

การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อผลกระทบเชิงบวกในพื้นที่ EEC

9

การส่งเสริมภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ EEC

11

ประเภทของภูมิปัญญา

14

ส่วนที่ 3 ตัวอย่างภูมิปัญญาที่สำคัญในพื้นที่ EEC

15

ข้าว จังหวัดฉะเชิงเทรา

16

สับปะรด จังหวัดชลบุรี

24

ทุเรียน จังหวัดระยอง

30

เทศกาลประเพณี จังหวัดชลบุรี

36

	หน้าที่
หนังสือวัดบ้านดอน จังหวัดระยอง	42
อาหาร ผลไม้แปรรูป จังหวัดฉะเชิงเทรา	48
เครื่องจักสาน จังหวัดชลบุรี	56
ประมงแปรรูป จังหวัดระยอง	64
เมืองเก่าฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา	72
เมืองเก่าระยอง จังหวัดระยอง	78
ส่วนที่ 4 โครงการต้นแบบตัวอย่างการพัฒนา	83
โครงการส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการประยุกต์ใช้วัสดุเหลือทิ้งและเทคโนโลยีทางการเกษตร	84
โครงการยกระดับมาตรฐานและภาพลักษณ์สินค้าและบริการ	94
โครงการส่งเสริมระบบนิเวศภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรม	104
โครงการอนุรักษ์ ป่าฟู และใช้ประโยชน์อาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม	114
โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย	124
โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและเมืองเก่า	134
ติดต่อเรา	144

1 แนะนำ สกพอ.



บทบาทและเป้าหมายของ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ผลักดันนโยบายและกำกับดูแลด้านการลงทุนในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor หรือ EEC) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับพื้นที่ทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ ดึงดูดเม็ดเงินลงทุนเข้าสู่ประเทศผ่านการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายสมัยใหม่และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้ยกระดับทักษะสู่อาชีพรายได้สูงโดยยึดหลักการที่ว่า “การลงทุนต้องมาพร้อมกับคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในพื้นที่” ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่าย ปัจจุบันเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของ สกพอ. มีขอบเขตพื้นที่ครอบคลุม 3 จังหวัดในภาคตะวันออกได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และ จังหวัดระยอง

จุดมุ่งหมาย



สร้างงาน สร้างอาชีพ

มีโรงงานใหม่ บริษัทใหม่ ๆ เกิดขึ้น



เพิ่มรายได้ให้ชุมชน

ส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนให้มีช่องทางจำหน่ายมากขึ้น



ยกระดับคุณภาพชีวิต

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น

การเดินทางสะดวก ระบบสาธารณสุข และการศึกษาที่ทันสมัย



ปกป้องสิ่งแวดล้อม

มีมาตรการดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

อุตสาหกรรมเป้าหมาย



การแพทย์/สุขภาพ



ดิจิทัล



ยานยนต์สมัยใหม่



BCG



บริการ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



รัฐบาล/ข้าราชการระดับจังหวัด



เยาวชน (มัธยม-มหาวิทยาลัย)



นักลงทุน



ประชาชนทั่วไป



ประชาชนในพื้นที่ EEC



วิสาหกิจชุมชน
กลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น



ผู้นำชุมชน

2 การสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อ ผลกระทบเชิงบวกในพื้นที่ EEC



การสำรวจและจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้และภูมิปัญญา เพื่อจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกซึ่งประกอบด้วยจังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ควบคู่กับการพัฒนาพื้นที่และชุมชน รวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการสร้างศักยภาพของพื้นที่และชุมชนให้เป็นห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) พื้นที่ดำเนินการของ สกพอ. เป็นพื้นที่ที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาหรือทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเฉพาะ (Particular Values) ที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับ การอุตสาหกรรมและการลงทุนในพื้นที่ การสำรวจและจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้และภูมิปัญญา

เพื่อจัดทำฐานข้อมูล และพัฒนาต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสายงานพื้นที่และชุมชน มุ่งเน้นที่จะสร้างฐานข้อมูล (Baseline Data) ครอบคลุมเกี่ยวกับศักยภาพและข้อจำกัดในพื้นที่อีอีซี ซึ่งจะเป็ข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการวางแผนพัฒนาพื้นที่ในระยะยาว อีกทั้งยังเป็นการระบุแนวทางการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากิจกรรรมและโครงการตามความต้องการของชุมชน รวมไปถึงการใช้ข้อมูลเพื่อการยกระดับ ต่อยอด และสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่องค์ความรู้ภูมิปัญญาหรือทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่ดำเนินการของ สกพอ. ให้เกิดความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมการลงทุนในพื้นที่



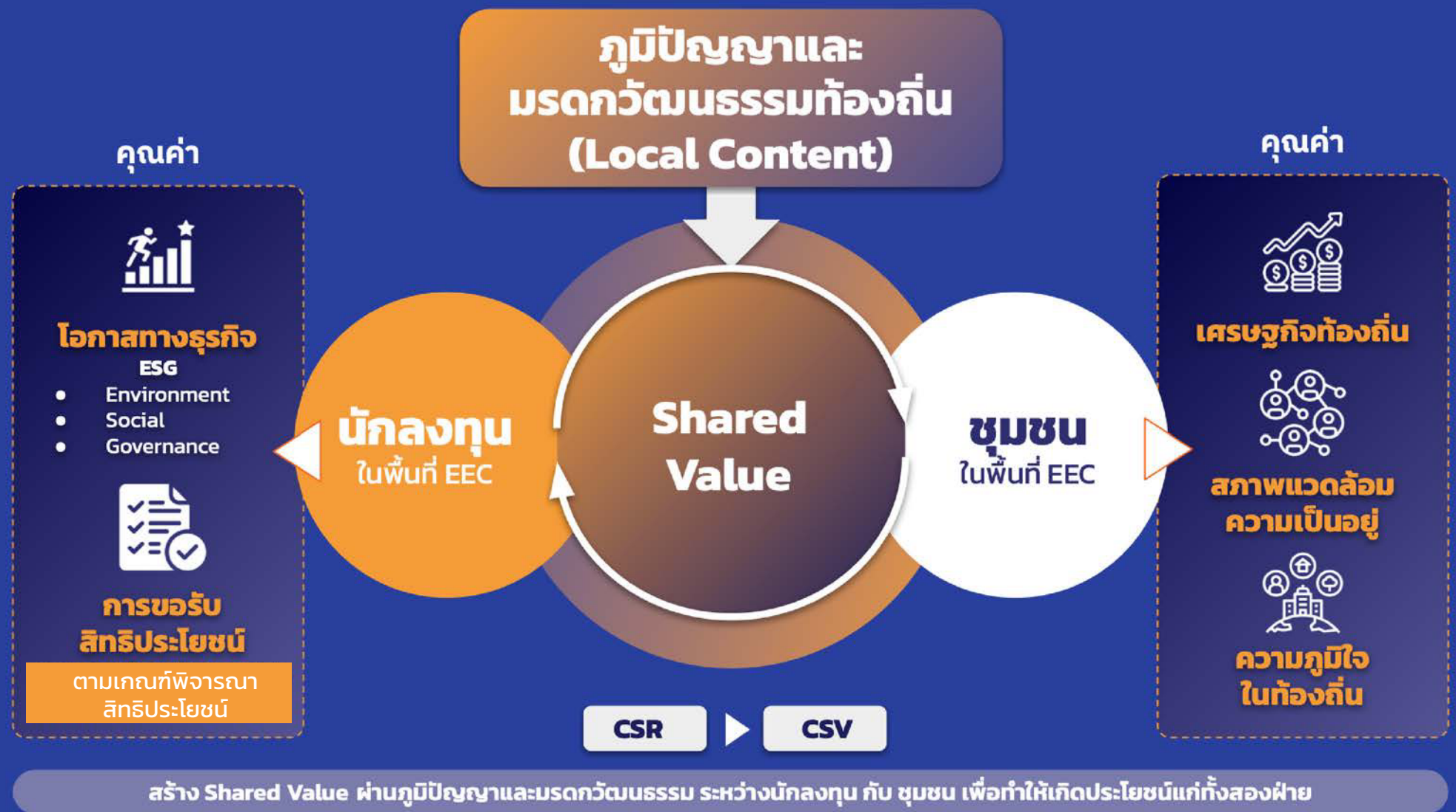
การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อผลกระทบเชิงบวกในพื้นที่ EEC

ระบบนิเวศเชื่อมโยงการลงทุนอย่างยั่งยืนที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์



ใช้ภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมสร้างระบบนิเวศ ในการร่วมลงทุนเพื่อสังคม เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อผลกระทบเชิงบวกในพื้นที่ EEC



การส่งเสริมภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ EEC

ข้อมูล

ภายใต้วิสัยทัศน์

Investment Solution Towards Sustainable Locals
เปิดเสรีสำหรับการลงทุนสู่ชุมชนที่ยั่งยืน

การตัดสินใจ
ร่วมพัฒนา
/ลงทุน

จัดเก็บ

รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและ
ข้อมูลทุติยภูมิ จากหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุม

ลักษณะภูมิปัญญาและการใช้
ทรัพยากรท้องถิ่น

ข้อมูลของเจ้าของ

ศักยภาพในการพัฒนา

ความต้องการในการพัฒนา

ข้อมูลด้านการตลาด

วิเคราะห์

วิเคราะห์แนวทางการพัฒนา

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส
และอุปสรรคในการพัฒนา

แนวทาง/รูปแบบโครงการ
ที่หน่วยงานซึ่งเป็นเจ้าของ
สามารถสร้างความร่วมมือกับ
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อการ
พัฒนาต่อยอดทรัพยากร
ท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่มและ
ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนา

จัดทำฐานข้อมูล

นำข้อมูลเข้าสู่
คลังข้อมูลภูมิปัญญาและมรดก
ท้องถิ่น
ที่ผ่านกระบวนการการจัดเก็บ
และการจัดการเพื่อการใช้
ประโยชน์

เผยแพร่

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์นำเสนอ

ข้อมูลภูมิปัญญาและมรดกท้องถิ่น

แนวทางหรือรูปแบบ
โครงการต่อยอด

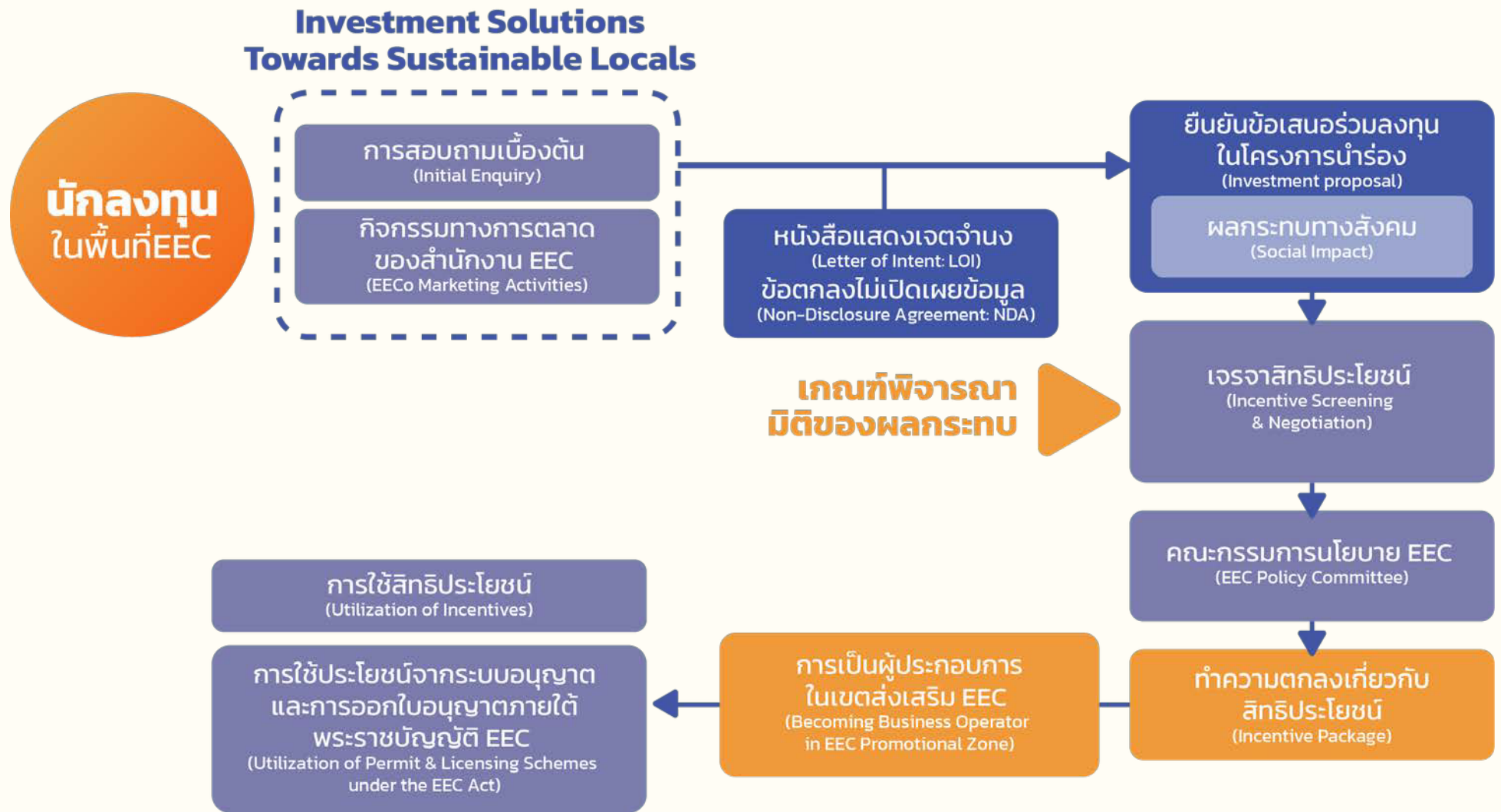
ต้นแบบตัวอย่างการพัฒนา

เพื่อขยายโอกาสในการสื่อสารไป
ยังกลุ่มเป้าหมาย และยกระดับ
องค์ความรู้ภูมิปัญญาและ
มรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่
เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

สร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านการลงทุนในภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรม นำไปสู่ผลกระทบเชิงสังคม เชิงเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

การส่งเสริมภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ EEC

เส้นทางของนักลงทุนในพื้นที่ EEC



ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาให้สิทธิประโยชน์

มิติของผลกระทบ	ปัจจัยพิจารณา
 ยุทธศาสตร์	1. ประเภหอุตสาหกรรมเป้าหมาย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง หรือกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายพิเศษภายใต้ พรบ. EEC
	2. ความสำคัญของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมเป้าหมาย/พิเศษ
	3. การเป็นผู้บุกเบิกกิจการในอุตสาหกรรม (Pioneer to the Thai Industry)
 เศรษฐกิจ	1. แผนการลงทุน รวมถึงกำหนดเวลาที่ต้องเริ่มประกอบกิจการ
	2. มูลค่าเงินลงทุนสุทธิ รวมถึงมูลค่าการลงทุนเครื่องจักรต่อเนื้อที่ภายในพื้นที่
	3. การใช้ทรัพยากรในประเทศ (Local Content) หรือ ผลกระทบต่ออุปสงค์/อุปทานของระบบเศรษฐกิจไทย
	4. ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในการประกอบกิจการ
	5. แผนการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี
	6. กิจกรรมการทำวิจัยและพัฒนา (Research and Development)
	7. การจ้างงานคนพิการมีส่วนแบ่งของแรงงานทักษะสูง (Local Skilled Workers)
 สิ่งแวดล้อม	1. ความยั่งยืนของการดำเนินกิจการ (Sustainability in Business Operation)
	2. การมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก, ความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือ การปลดปล่อยเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์
	3. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนในพื้นที่

การแบ่งประเภท ของภูมิปัญญา

แบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลักดังนี้

ภูมิปัญญาเป็นองค์ความรู้ที่มีลักษณะพลวัต เกิดจากการสั่งสม ถ่ายทอด และพัฒนาโดยมนุษย์ภายใต้บริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมโยงกับองค์ประกอบในสังคม โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง สามารถถูกใช้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ผ่านการต่อยอดในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์และการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของพื้นที่ และความเข้มแข็ง ของชุมชนในระดับต่าง ๆ

วิถีชีวิตเกษตรกรรม

(มนุษย์ - ทรัพยากรธรรมชาติ)

องค์ความรู้ที่เกิดจากการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ซึ่งมีบทบาทในการสร้างภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมและการดำรงชีพของชุมชนท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น ความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรรม พื้นบ้าน การทำประมงแบบดั้งเดิม ความรู้เกี่ยวกับฤดูกาล ทิศทางลม หรือระบบชลประทานที่เป็นภูมิปัญญาเฉพาะถิ่น

ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม

(มนุษย์ - มนุษย์)

วิถีคิด ความเชื่อ พิธีกรรม ประเพณี เทศกาล ตำนาน ศิลปะการแสดง วรรณกรรมพื้นบ้าน ไปจนถึงองค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิม เช่น วิธีการรักษาโรคด้วยสมุนไพร ภูมิปัญญาในกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์แนบแน่นกับการดำรงอยู่ของชุมชนและสังคมไทยในฐานระบบวัฒนธรรมที่มีชีวิต

ผลิตภัณฑ์ในการดำรงชีวิต

(มนุษย์ - กระบวนการผลิต)

ภูมิปัญญาที่สะท้อนอยู่ในผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการดำรงชีวิต เช่น อาหารพื้นบ้าน สิ่งทอพื้นเมือง งานหัตถกรรม หรือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยภูมิปัญญาเหล่านี้มักเกิดจากการคิดค้น ปรับปรุง และพัฒนากระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่น

สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง

(มนุษย์ - สถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้าง)

สถาปัตยกรรม อาคาร โบราณสถาน เมืองเก่า และสิ่งปลูกสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวตามภูมิปัญญาและระบบความคิดของแต่ละชุมชน เช่น บ้านเรือนไทย ศาลาวัด ตลาดน้ำ หรือพื้นที่เมืองที่มีองค์ประกอบทางวัฒนธรรมสอดแทรกอยู่ในโครงสร้างทางกายภาพ

3 ตัวอย่างภูมิปัญญาที่สำคัญ ในพื้นที่ EEC



วิถีชีวิตเกษตรกรรม

ข้าว

จังหวัดฉะเชิงเทรา



ข้าวหอมมะลิ 105

อำเภอราชสาส์น จังหวัดฉะเชิงเทรา

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

ข้าวหอมมะลิ 105 เป็นข้าวเจ้าที่ถูกรวบรวมจากอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อคัดพันธุ์ข้าวบริสุทธิ์ (Pure Line Selection) จากจำนวน 199 รวง โดยนายสุนทร สีหะเนน เจ้าพนักงานข้าว ไปปลูกคัดเลือกพันธุ์บริสุทธิ์ที่สถานีทดลองข้าวโคกสำโรง จนได้สายพันธุ์บริสุทธิ์ข้าวดอกมะลิ 4-2-105 (หมายเลข 4 หมายถึง อำเภอบางคล้า หมายเลข 2 หมายถึง ชื่อพันธุ์ข้าวหอมมะลิ หมายเลข 105 หมายถึง ตำแหน่งรวงข้าวที่ 105) จึงถูกเรียกว่า “ข้าวขาวดอกมะลิ 105” หรือโดยทั่วไปเรียกว่า “ข้าวหอมมะลิ” (Thai Jasmine Rice) ที่คณะกรรมการพิจารณาพันธุ์ข้าวได้รับการรับรองสายพันธุ์และอนุมัติให้ส่งเสริมแก่เกษตรกรเพาะปลูก เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2502

ลักษณะของสายพันธุ์ข้าวขาวดอกมะลิ 105 เป็นข้าวเจ้าสูงประมาณ 140 เซนติเมตร มีความไวต่อแสง ส่งผลให้ออกดอกในช่วงเวลากลางวันสั้นกว่าเวลากลางคืน (หรือในช่วงฤดูหนาว) จึงเหมาะสมกับการปลูกข้าวนาปี (ปลูกได้เพียงปีละหนึ่งหน) ข้าวขาวดอกมะลิ 105 สามารถทนแล้งได้ดี ทนต่อสภาพดินเปรี้ยวและดินเค็ม แต่ไม่ต้านทาน

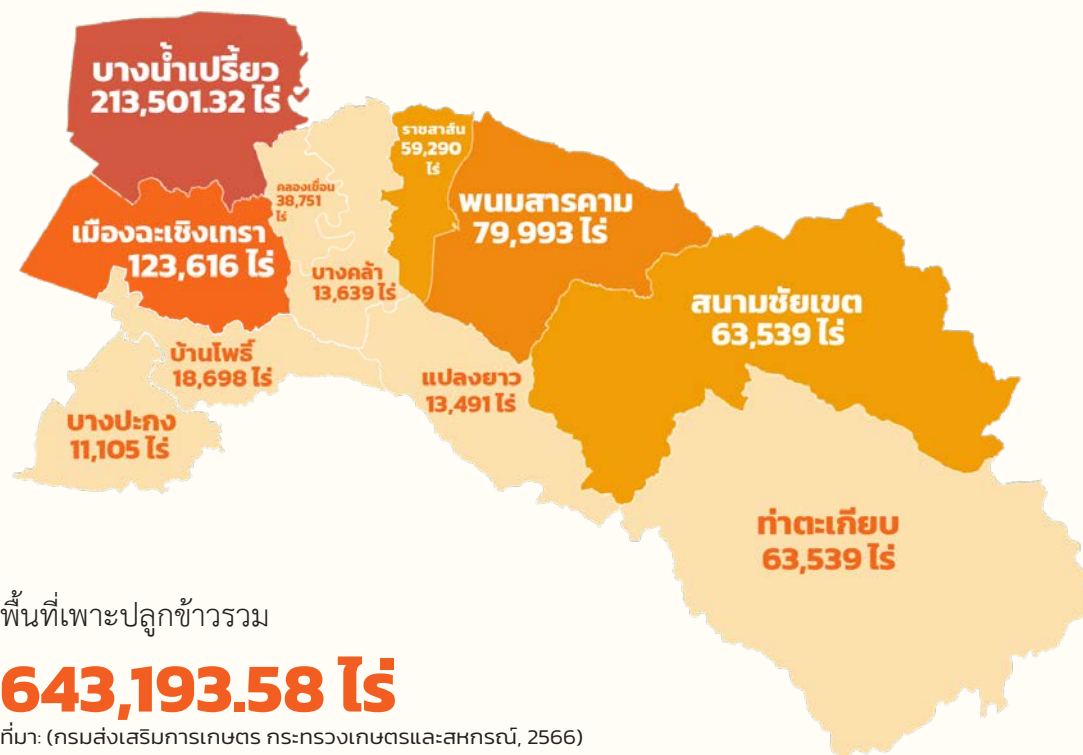
โรคใบสีส้ม โรคใบขอบแห้ง โรคไหม้ และใบหงิก รวมถึงเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล เพลี้ยจักจั่นสีเขียว และหนอนกอ ข้าวขาวดอกมะลิ 105 มีลักษณะลำต้นสีเขียวจาง ใบสีเขียวยาวค่อนข้างแคบ ฟางอ่อน ใบงอทำมุมกับคอรวง เมล็ดข้าวรูปร่างเรียวยาว ข้าวเปลือกมีสีฟาง อายุเก็บเกี่ยวประมาณช่วงวันที่ 25 พฤศจิกายน ระยะพักตัวของเมล็ดประมาณ 8 สัปดาห์ เมล็ดข้าวสารใส แกร่ง คุณภาพการสีดี เมื่อหุงจะมีกลิ่นหอม อ่อนนุ่ม (กองวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559; สายันต์ กมลนคร, สัมภาษณ์, 2568)



รายละเอียดของภูมิปัญญา

ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปีใน

จังหวัดฉะเชิงเทรา



พื้นที่เพาะปลูกข้าวรวม

643,193.58 ไร่

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2566)

เกษตรกร-วิสาหกิจชุมชน

เกษตรกร

34,954 ครัวเรือน

วิสาหกิจชุมชน

73 กลุ่ม

มาตรฐานและรางวัล

มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ



มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) หรือ GAP (Good Agricultural Practices)



มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP (Primary Good Manufacturing Practice)



การรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP (One Tambon One Product)

รางวัล

รางวัล World Best Rice 2021-2022 โดย The Rice Trader (TRT)

ข้อมูลทางการตลาด

สถานการณ์ข้าวภายในจังหวัดฉะเชิงเทรา เน้นภาคการส่งออกแต่มีแนวโน้มการจำหน่ายผลผลิตโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เนื่องจากการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกร

ช่องทางการจำหน่าย

โรงสี (พ่อค้าคนกลาง)

ร้านจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ห้างสรรพสินค้าที่รับซื้อผลผลิตโดยตรงจากเกษตรกร

ช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)

ตลาดนัดภายในพื้นที่

ที่มา: (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2567)

มูลค่าและปริมาณผลผลิต

ข้อมูลภาพรวม

ปริมาณผลผลิต	483,755,193.50 กก.
ราคาเฉลี่ย	10.67 บาท/กก.
มูลค่าผลผลิตรวม	5,015.09 ล้านบาท

ปริมาณผลผลิต (3 อันดับแรก)

บางน้ำเปรี้ยว	173,509,716 กก. (35.86%)
เมืองฉะเชิงเทรา	105,065,310 กก. (21.71%)
พนมสารคาม	55,444,730 กก. (11.46%)

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านการเกษตรที่ปลูกข้าวนาปีในจังหวัดฉะเชิงเทราปี 2567 มีจำนวน 29,828 ครัวเรือน ทั้งนี้สำนักงานเกษตรอำเภอและสำนักงานเกษตรจังหวัดมีนโยบายในการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรผ่านการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

ปัจจุบันผลการสำรวจรายชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2565) มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทราทั้งหมด 73 กลุ่ม ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา		18. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านหนองยางใหม่	36. กลุ่มเกษตรปลอดสารรวมใจพัฒนาตำบลบางโรง
1. คนบางลำภู		19. กลุ่มสุรากลั่นบ้านบางมะเฟือง	37. เกษตรอินทรีย์บ้านวังควาย หมู่ 5 ตำบลคลองเขื่อน
2. บางพระ-ท่าอิฐ		20. กลุ่มผลิตอาหารปลอดภัยในที่ดินน้อมเกล้าบ้านห้วยน้ำใส	38. กลุ่มข้าวปลอดสารพิษ ตำบลบางโรง
3. แปรรูปสินค้าเพื่อการเกษตร ตำบลบางพระ		21. ปลูกยางพารา เบญจมาศ นายาว	อำเภอบางน้ำเปรี้ยว
4. ผู้ผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร ตำบลคลองหลวงแพ่ง		22. กลุ่มทำนาข้าวบ้านนาอีสาน	39. บ้านดอนฉิมพลี
5. ศูนย์ข้าวชุมชนคลองหลวงแพ่ง		23. โรงสีชุมชนบ้านหนองแสง หมู่ 1 ลาดกระบัง	40. คนทำข้าว
6. สร้างอาชีพผู้สูงวัย ตำบลคลองหลวงแพ่ง		24. โรงสีชุมชนบ้านนางาม	41. แปลงใหญ่ข้าวหมู่ 1-14 ตำบลดอนเกาะกา
7. โสธรบุญยากร		25. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านบึงตะเข้	42. แปลงใหญ่ข้าวศาลาแดง 1
8. แปลงใหญ่ข้าวตำบลคลองอุดมชลจร	อำเภอราชสาส์น		43. กลุ่มข้าวเพื่อสุขภาพบ้านโพธิ์เย็น
9. แปรรูปข้าวบ้านวัดคู่เกษมสโมสร	26. กลุ่มบริหารจัดการการเกษตรครบวงจรตำบลดงน้อย		44. เกษตรพอเพียง หมู่ 8 ตำบลดอนเกาะกา
10. นครเนื่องเขต	27. ข้าวหอมมะลิราชสาส์นปลอดภัย		45. ไร่นาสวนดอกปลอดสาร
11. พันธุ์ไม้งามบ้านหนามแดง	28. ข้าวซ้อมมือทิพย์มงคลบ้านทางข้าม		46. เกษตรกรก้าวหน้า หมู่ 1 ดอนฉิมพลี
12. โสธรพัฒนา	29. ข้าวอินทรีย์เปลี่ยนสุขภาพคุณได้		47. เกษตรกรก้าวหน้า ตำบลสิงโตทอง
อำเภอบางปะกง	30. โรงสีชุมชนบ้านบางพุทรา		48. ข้าวโยธะกา
13. ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลพิมาพา	31. ศูนย์ส่งเสริมข้าวชุมชนตำบลเมืองใหม่		49. อำเภอบางน้ำเปรี้ยว Bangnampriew Community
14. กลุ่มแปลงใหญ่ข้าวตำบลเขาติน	32. ผลิตข้าวซ้อมมือเพชรณี		50. กลุ่มร่ำเพยเรือนไทยย่อส่วน
อำเภอสนามชัยเขต	33. กลุ่มทำนาบางคา		51. หมู่ลิบร่วมใจ ตำบลบึงน้ำรักษ์
15. แปลงใหญ่ข้าวตำบลท่ากระดาน	อำเภอคลองเขื่อน		52. ผลิตพันธุ์ข้าวบ้านลาดบางกระเบน
16. กลุ่มเกษตรกรเศรษฐกิจพอเพียงบ้านทุ่งวัว	34. ท้องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอคลองเขื่อน		53. กลุ่มผลิตพันธุ์ข้าวคลองบ้านใหม่

อำเภอพนมสารคาม	62. กลุ่มธารทิพย์	70. ศูนย์ข้าวชุมชนฯ ตำบลลาดขวาง
54. ชัน แอนด์ ชัน ออแกนิก	63. ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลท่าถ่าน	อำเภอแปลงยาว
55. ข้าวบ้านปากคลองม่วง	อำเภอบ้านโพธิ์	71. กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนหนองไม้แก่น
56. ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านหนองปรือ	64. 11 คอก หมู่ 3 รวมใจ	72. เกษตรผสมผสานบ้านแปลงชุดทราย ตำบลวังเย็น
57. กลุ่มพัฒนาเกษตรกร หมู่ 13 ตำบลบ้านช่อง	65. หัตถกรรมและการแปรรูป	73. โรงสีข้าวร่วมใจ
58. วิถียั่งยืน	66. กลีกรมธรรมชาติและการแปรรูปอาหารพื้นถิ่นฉะเชิงเทรา	
59. เมืองเก่าแปรรูป	67. บ้านดอนสินนท์	
60. คนรักษ์ท่าถ่าน	68. กลุ่มทำนาคลองประเวศ	
61. ข้าวตำบลบ้านช่อง	69. ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนตำบลหนองบัว	

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2566)



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ข้าวขาวดอกมะลิ 105 มีถิ่นกำเนิดแม่พันธุ์ข้าวบริสุทธิ์จากโครงการ ถิ่นกำเนิดข้าว ในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา และถูกนำไป พัฒนาสายพันธุ์เป็นข้าวข15
- สภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดฉะเชิงเทรามีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะสม ต่อการเพาะปลูกข้าว ส่งผลต่อคุณภาพข้าว
- เกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรามีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- ข้าวหอมมะลิได้รับรางวัล World's Best Rice in 2020-2021

จุดแข็ง (Strengths)

S

- ค่านิยมของผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของอาหาร มากขึ้น
- ภายในจังหวัดฉะเชิงเทรามีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุน ด้านการเกษตรเป็นจำนวนมาก เพื่อช่วยส่งเสริมเกษตรกรในการ บริหารจัดการแบบครบวงจร
- การใช้ปุ๋ยหมักและปุ๋ยชีวภาพช่วยลดต้นทุนทางการเกษตร
- ปัจจุบันมีเทคโนโลยีหลายด้านทางการเกษตรที่พัฒนาแล้ว

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- ข้าวเปลือกมีราคาตกต่ำ เฉลี่ย 8-11 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากผลผลิต มีปริมาณมาก
- ข้าวขาวดอกมะลิ 105 เป็นข้าวเจ้าที่มีความไวต่อแสง ปลูกได้เพียงปี ละหนึ่งหน จึงเหมาะสมกับการปลูกข้าวนาปีเท่านั้น
- เกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทรานิยมใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ทำให้ ผลผลิตที่ได้เป็นพืชปลอดสารแต่ไม่ไร้สาร
- ปัญหาของเหลือทิ้งทางการเกษตรหลังจากการเก็บเกี่ยว เช่น แกลบ ฟางข้าว มีปริมาณมาก ขาดตลาดรองรับ

อุปสรรค (Threats)

T

- วิกฤตการสืบทอดภูมิปัญญา สถานการณ์ปัจจุบันที่มีสังคมไทย เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คนรุ่นใหม่หันไปประกอบอาชีพบริการนอกภาค การเกษตร
- การสวมสิทธิราคาข้าวต่างสายพันธุ์
- การขาดแคลนทุนด้านอุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตร ขาดเครื่องมือ ทางการผลิตที่ทันสมัย
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลต่อประสิทธิภาพใน การเพาะปลูกและคุณภาพของผลผลิต

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- ส่งเสริมการปลูกพืชทางเลือกเสริมหรือพืชผสมผสาน เพื่อเลี่ยงความเสี่ยงจากราคาพืชผลตกต่ำ
- พัฒนากองทุนชุมชนร่วมกับโครงการสนับสนุนภาครัฐ
- ส่งเสริมการแปรรูปของเหลือทิ้งทางการเกษตรและลดการพึ่งพาสารเคมีในการเกษตร
- รวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อสร้างระบบจัดการหลังเก็บเกี่ยวแบบครบวงจร

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ใช้ชื่อเสียงและคุณภาพของข้าวดอกมะลิ 105 ผลักดันการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- สร้างเครือข่ายระหว่างธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business - B2B) เพื่อให้สามารถขายผลผลิตโดยตรงถึงผู้บริโภค
- พัฒนาเครือข่ายชุมชนวิถีชีวิตเกษตรกรรมเป็นศูนย์การเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้
- สร้างเครือข่ายอาหารปลอดภัย (คลัสเตอร์เกษตรอินทรีย์)

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- ลดการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูและต้นทุนการผลิต ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพและปุ๋ยอินทรีย์
- สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการเกษตรในกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่สู่เกษตรกรอัจฉริยะ (Young Smart Farmers)
- จัดหาและสนับสนุนเครื่องจักรเกษตรสมัยใหม่ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- ผลักดันการแปรรูปของเหลือทิ้ง (Zero Waste) และส่งเสริมการใช้วัสดุจากของเหลือทิ้งในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- ส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์ (Organic Farming) โดยใช้ปุ๋ยชีวภาพจากฟางและตอซังข้าว
- สนับสนุนการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) ร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 73 กลุ่ม ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเกษตร
- วิจัยและพัฒนาการแปรรูปของเหลือทิ้งทางการเกษตร (Zero Waste) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ อิฐบล็อกจากแกลบ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง
- พัฒนาศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรมยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



วิถีชีวิตเกษตรกรรม

สับปะรด

จังหวัดชลบุรี



สับปะรดศรีราชา

อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

สับปะรดศรีราชาเป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียจากภาคใต้ที่ถูกนำมาปลูกในช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่ 2 ในที่ดินรกร้างของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชาโดยเจ้าอาธิการเทโอฟาน (ชิน บุญนาค) อธิการบดีคนแรกของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จนกระทั่งได้รับความนิยมเนื่องจากผลสับปะรดมีน้ำหนักมาก ขนาดใหญ่กว่าสับปะรดพื้นบ้าน โดยประมาณ 4-5 เท่า เมื่อแก่จัดจะมีรสหวานฉ่ำ เดิมสับปะรดศรีราชาจะมีการประทับตราด้วยตัวอักษร “AC” ตามชื่อย่อของโรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา จึงนิยมเรียกโดยทั่วไปว่า “สับปะรด เอ ซี” ภายหลังใน พ.ศ. 2500 โรงเรียนได้เลิกปลูก แต่เกษตรกรชาวไร่สับปะรดในพื้นที่ได้ซื้อหน่อมาเพาะปลูกและขยายพันธุ์จนล้นตลาดทำให้ใน พ.ศ. 2508 มีการตั้ง “โรงงานอาหารสยาม” เพื่อแปรรูปสับปะรดจึงมีการส่งเสริมให้เกิดการปลูกสับปะรดในจังหวัดชลบุรีเรื่อยมากระทั่งปัจจุบัน

ลักษณะเด่นของสับปะรดศรีราชาเป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย มีผลรูปร่างกลมรี มีปลายจุกแหลม น้ำหนักผลอยู่ระหว่าง 1.5-3.5 กิโลกรัม ก้านผลสั้น มีไส้ใหญ่ตามผลค่อนข้างตัน สีดำและแบน เวลาสุกจะมีสีดำเข้ม มีมันวาว เมื่อสุกจัดบริเวณส่วนล่างของผล จะมีสีเขียวอมเหลืองอมส้ม ขึ้นอยู่กับฤดูกาลที่มีแสงแดดมากหรือน้อย ผลดิบเปลือกผิวจะมีสีเขียวคล้ำ ผลสุกเปลือกผิวจะมีสีเขียวอมเหลืองอมส้ม เนื้อสับปะรดมีความละเอียด สีเหลืองอ่อนแต่จะเปลี่ยนเป็นสีเข้มในฤดูร้อน รสชาติหวานฉ่ำ น้ำมาก และกลิ่นหอม มีความหวานวัดได้ 13-19 Brix สับปะรดศรีราชาสามารถเจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่ดินร่วนปนทรายที่มีการระบายน้ำดี มีค่าความ

เป็นกรดเป็นด่างประมาณ 4.5-6.0 ตามสภาพภูมิศาสตร์ติดชายฝั่งทะเลที่ได้รับลมทะเลสม่ำเสมอ ปัจจุบันสับปะรดศรีราชาได้รับ การขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดชลบุรีนับตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2548 ครอบคลุมการเพาะปลูกสับปะรดศรีราชาในพื้นที่ 8 อำเภอของจังหวัดชลบุรี ได้แก่ อำเภอศรีราชา อำเภอบางละมุง อำเภอบ่อทอง อำเภอหนองใหญ่ อำเภอบ้านบึง อำเภอสัตหีบ อำเภอนนทบุรี และอำเภอเกาะจันทร์ (ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สับปะรดศรีราชา, 2549)



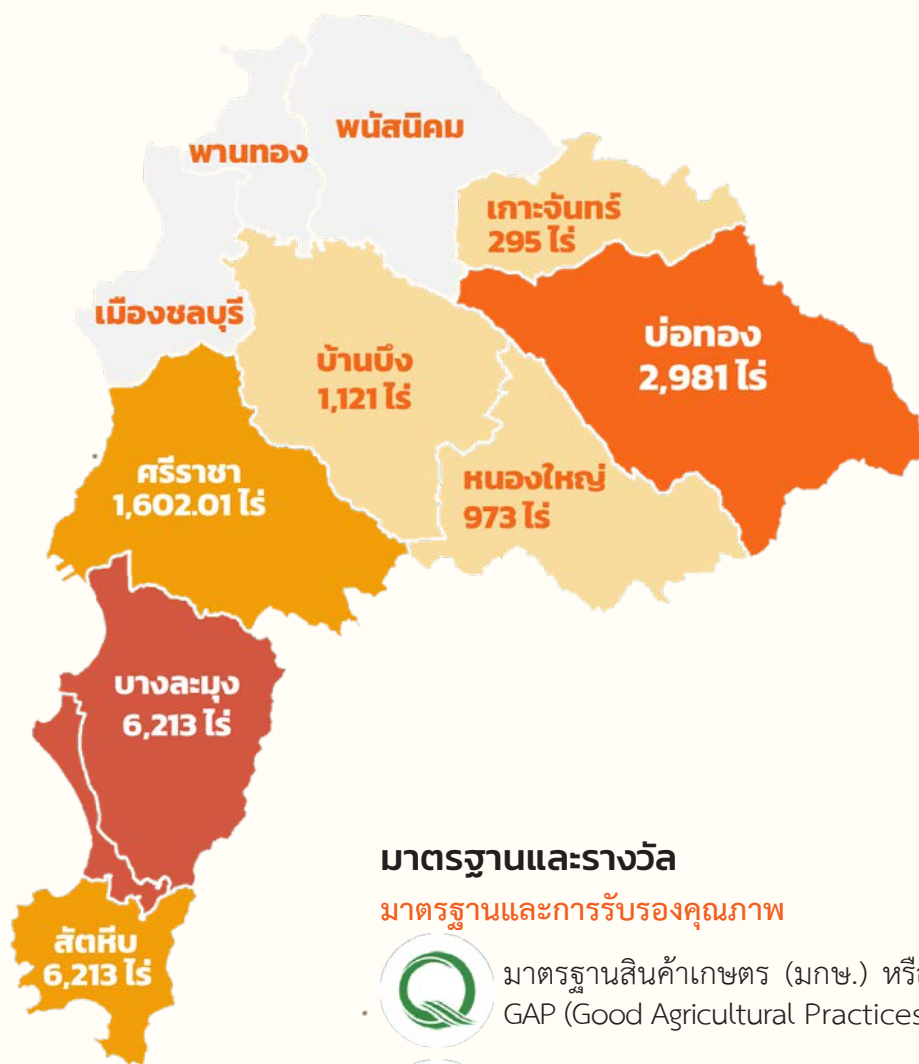
รายละเอียดของภูมิปัญญา

ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดศรีราชา

จังหวัดชลบุรี

พื้นที่เพาะปลูกสับปะรดรวม

14,877.51 ไร่



มาตรฐานและรางวัล

มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ



มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) หรือ GAP (Good Agricultural Practices)



ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) พ.ศ. 2548

รางวัล

จังหวัดชลบุรีมีการส่งเสริมการประกวดผลผลิตสับปะรดศรีราชาหลายรายการ เช่น งานประกวดผลผลิตทางการเกษตร งานชลบุรีแฟร์ 2025 และงานสับปะรดหวานฉ่ำของดีศรีราชา เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลผลิตทางการเกษตรรายย่อย

ข้อมูลทางการตลาด

สถานการณ์ตลาดสับปะรดปี 2567 เน้นการส่งออกผลสด และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยมีสัดส่วนภายในประเทศ

- ส่งออก 94%
- บริโภคภายในประเทศ 6%

ช่องทางการจำหน่าย

โรงงานแปรรูป

พ่อค้าคนกลาง

ซูเปอร์มาร์เก็ต

อีคอมเมิร์ซ

เทศกาลผลไม้

ที่มา: (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2567)

มูลค่าและปริมาณผลผลิต

ข้อมูลภาพรวม

ปริมาณผลผลิต	45,890,800 กก.
ราคาเฉลี่ย	8.32 บาท/กก.
มูลค่าผลผลิตรวม	381.81 ล้านบาท

ปริมาณผลผลิต (3 อันดับแรก)

บางละมุง	21,273,500 กก. (46.36%)
ศรีราชา	12,407,300 กก. (27.04%)
บ้านบึง	4,490,000 กก. (9.78%)

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2566)

เกษตรกร-วิสาหกิจชุมชน

เกษตรกร	975 ครัวเรือน
วิสาหกิจชุมชน	9 กลุ่ม

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านการเกษตรที่ปลูก
สับปะรดในจังหวัดชลบุรีปี 2567 มีจำนวน 975 ครัวเรือน ปัจจุบันผลการสำรวจรายชื่อ
วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2565) มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน
หรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ปลูกสับปะรดในจังหวัดชลบุรีทั้งหมด 6 กลุ่ม ดังนี้

อำเภอศรีราชา	อำเภอบ่อทอง
1. ชาวไร่สับปะรดศรีราชา	4. เกษตรอินทรีย์
2. กลุ่มสับปะรดสุรศักดิ์	5. กลุ่มชุมชนสับปะรดอ่างกระพงค์
อำเภอบางละมุง	อำเภอสัตหีบ
3. บ้านหนองผักกูด	6. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- สับปะรดศรีราชาเป็นสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียที่มีผลผลิตขนาดใหญ่กว่าสับปะรดพื้นเมือง 4-5 เท่า
- สับปะรดศรีราชาสามารถเจริญเติบโตได้ดีในสภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดชลบุรี
- การเพาะปลูกสับปะรดในจังหวัดชลบุรีใช้ระบบเกษตรพันธสัญญา
- การแปรรูปสับปะรดไม่มีของเหลือทิ้งทางการเกษตร

จุดแข็ง (Strengths)

S

- ปัจจุบันมีนวัตกรรมในการแปรรูปผลผลิตมีหลายแนวทาง ทำให้นักลงทุนหลายรายสนใจนำสับปะรดและของเหลือทางการเกษตรไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอื่น ๆ
- การจัดมหกรรมสับปะรดหรือเทศกาลสับปะรดหวานฉ่ำเป็นประจำทุกปี
- เกษตรกรต้นแบบมีความพร้อมในการถ่ายทอดองค์ความรู้

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- สถานการณ์พื้นที่เกษตรกรรมเพาะปลูกสับปะรดในจังหวัดชลบุรีมีการกระจายตัวของพื้นที่เกษตรกรรม
- สับปะรดเป็นพืชไร่หมุนเวียนมีอายุประมาณ 18 เดือน จึงต้องปลูกสลับกับมันสำปะหลังเพื่อตรึงแร่ธาตุในดิน
- การปลูกสับปะรดมีต้นทุนแฝงจากค่าแรงงานในการห่อด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ที่สั่งผลิตเฉพาะในการห่อผลผลิต
- เนื้อสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียมีความฉ่ำน้ำ เมื่อปอกแล้วต้องทานทันที

อุปสรรค (Threats)

T

- สถานการณ์พื้นที่เกษตรกรรมเพาะปลูกสับปะรดในจังหวัดชลบุรีมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากการเปลี่ยนสถานะการใช้ประโยชน์ที่ดิน
- การขาดแคลนแรงงานเกษตรกรรมในการเพาะปลูกและเตรียมการของเหลือทางการเกษตร
- คุณภาพผลผลิตลดลงเนื่องจากการเร่งเก็บเกี่ยวของพ่อค้าคนกลางในช่วงที่สับปะรดมีราคาสูง
- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเพาะปลูกและคุณภาพของผลผลิต

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- สนับสนุนกองทุนเกษตรกรอัจฉริยะ (Smart Farming)
- พัฒนาทักษะการใช้งานเทคโนโลยีเกษตรอัจฉริยะและระบบการจัดการให้แก่เกษตรกรรายย่อย
- สร้างมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของผลผลิต (GAP) และมาตรฐานสินค้าออร์แกนิก เพื่อแก้ปัญหาผลผลิตคุณภาพต่ำ รวมถึงมาตรฐานความปลอดภัยของผลผลิตก่อนส่งสู่ตลาด

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- อาศัยระบบเกษตรพันธสัญญา เพื่อผลักดันการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลผลิต และลดปัญหาการเร่งเก็บเกี่ยวและการกดราคา
- สร้างเครือข่ายระหว่างธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business - B2B)
- ส่งเสริมการแปรรูปสับปะรดและวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรแบบครบวงจร
- พัฒนาศูนย์การเรียนรู้เกษตรกรมัยยืนในการถ่ายทอดองค์ความรู้การปลูกสับปะรด

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- พัฒนาคัลเลเตอร์เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดแปลงเล็ก สนับสนุนเครื่องจักรและเทคโนโลยีการเกษตรอัจฉริยะ
- วิจัยและพัฒนาอุปกรณ์สับปะรดที่สามารถใช้ซ้ำได้ เพื่อลดต้นทุนค่าวัสดุในการห่อผลสับปะรด
- แก้ปัญหาผลผลิตไม่แน่นอนด้วยการส่งเสริมการปลูกสับปะรดสลับพืชอินทรีย์อื่น
- ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้เกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร รวมถึงการผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- อาศัยจุดแข็งด้านคุณภาพและชื่อเสียงของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) ของสับปะรดศรีราชา เพิ่มมูลค่าผลผลิตในตลาดผลไม้พรีเมียม
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากของเหลือทิ้งทางการเกษตรตามแนวคิดขยะเป็นศูนย์ (Zero Waste)
- สนับสนุนการสร้างเครือข่ายเกษตรกรร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่
- ใช้เทคโนโลยีเพื่อการเกษตร เพื่อยกระดับคุณภาพผลผลิตและ ความแม่นยำในการเพาะปลูกสับปะรด

วิถีชีวิตเกษตรกรรม

ทุเรียน

จังหวัดระยอง



ทุเรียนหมอนทองระยอง อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

ทุเรียนหมอนทองระยอง (Monthong Rayong Durian) เป็นทุเรียนพันธุ์หมอนทองที่เริ่มนำเข้ามาปลูกในตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง ราว พ.ศ. 2480 โดยนายผาด สุขสุด เกษตรกรชาวสวนจากอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ปรากฏหลักฐานจากต้นทุเรียนหมอนทองอายุประมาณ 80 ปี ของหลานสาวนายผาด ต่อมามีการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนหมอนทอง และนำภูมิปัญญาด้านการปลูกผลไม้มาปรับใช้ เช่น การยกทรงหรือโคกเพื่อป้องกันน้ำท่วมขัง ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพดีขึ้น จนกระทั่งมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคทุเรียน

ลักษณะเด่นของทุเรียนหมอนทองระยองเป็นทุเรียนพันธุ์หมอนทอง รูปทรงของผลกลมรี ก้นผลค่อนข้างแหลม แยกเป็นพูชัดเจน เปลือกมีความบาง ฐานหนามห่างปานกลาง ปลายสอบเข้า ยอดหนามแหลมคม เนื้อผลหนาละเอียด สีเหลืองนวล ห้าง เหนียว เนียนนุ่ม เส้นใยน้อย รสชาติหวานมัน กลิ่นหอมอ่อน ลักษณะเมล็ดมีสีน้ำตาลเล็กน้อย

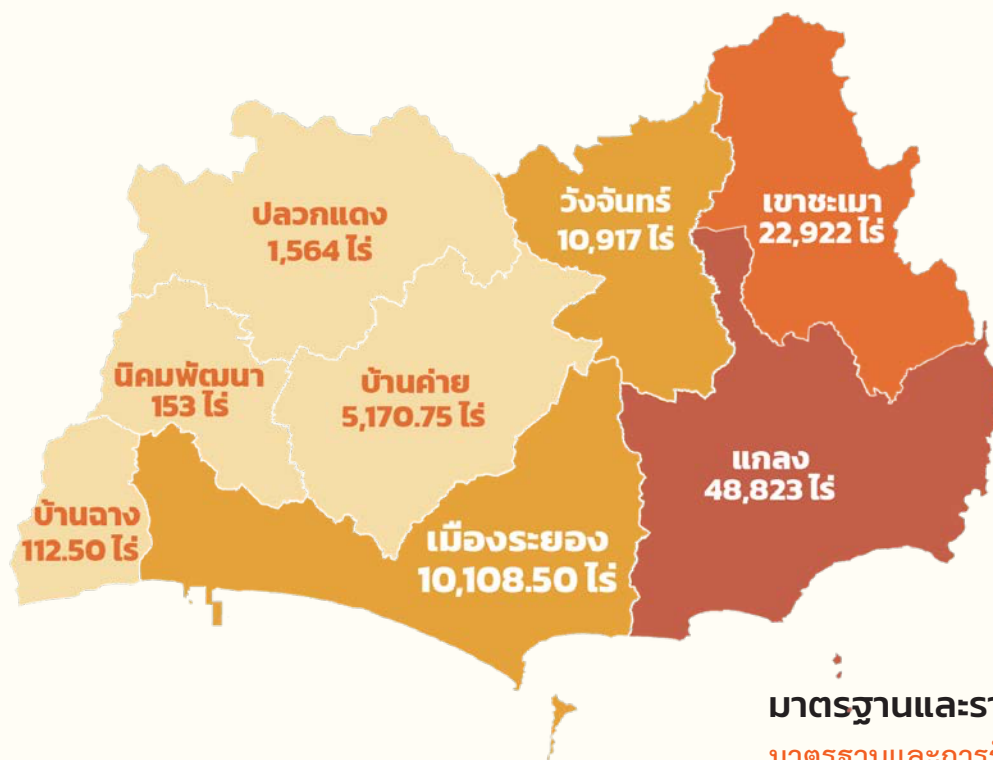
ทุเรียนหมอนทองระยองสามารถเจริญเติบโตได้ดีสภาพดินร่วนปนทรายที่สามารถระบายน้ำได้ดีมีค่าความเป็นกรดเป็นด่าง (PH) อยู่ระหว่างกรดจัดถึงกรดอ่อนประมาณ 5.5-6.5 และสภาพอากาศแบบร้อนชื้นลมทะเลพัดผ่าน ทำให้ดินแห้งและผลทุเรียนสามารถคายน้ำได้ดี (ความชื้นภายในผล) ส่งผลต่อคุณภาพผลผลิต ปัจจุบันทุเรียนหมอนทองระยองได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดระยองนับตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 ครอบคลุมการเพาะปลูกทุเรียนหมอนทองระยองในพื้นที่ 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอวังจันทร์ อำเภอเขาชะเมา อำเภอแกลง อำเภอเมืองระยอง อำเภอบ้านค่าย อำเภอปลวกแดง อำเภอพนัสนิคม อำเภอบ้านฉาง (ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทุเรียนหมอนทองระยอง, 2567)



รายละเอียดของภูมิปัญญา

ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนหมอนทองระยอง

จังหวัดระยอง



พื้นที่เพาะปลูกทุเรียนรวม

99,770.75 ไร่

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2566)

เกษตรกร-วิสาหกิจชุมชน

เกษตรกร

8,275 ครัวเรือน

วิสาหกิจชุมชน

58 กลุ่ม

ข้อมูลทางการตลาด

สถานการณ์ตลาดทุเรียนปี 2567 เน้นการส่งออกทุเรียนสด ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนแปรรูป โดยมีสัดส่วนภายในประเทศ

- ส่งออก 76%
- บริโภคภายในประเทศ 24%

ช่องทางการจำหน่าย

- พ่อค้าคนกลาง
- โรงงานแปรรูป
- ซูเปอร์มาร์เก็ต
- อีคอมเมิร์ซ
- เทศกาลผลไม้

ที่มา: (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2567)

มูลค่าและปริมาณผลผลิต

ข้อมูลภาพรวม

ปริมาณผลผลิต	131,136,517 กก.
ราคาเฉลี่ย	155.37 บาท/กก.
มูลค่าผลผลิตรวม	20,374.68 ล้านบาท

ปริมาณผลผลิต (3 อันดับแรก)

แกลง	21,273,500 กก. (55.08%)
วังจันทร์	28,122,906 กก. (21.44%)

มาตรฐานและรางวัล

มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ



มาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) หรือ GAP (Good Agricultural Practices)



ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พ.ศ. 2548 โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา



GI Premium และ GI Premium+ ภายใต้ “โครงการผู้ว่าฯ รันตีทุเรียนดีจังหวัดระยอง”

รางวัล

ส่งเสริมการประกวดผลไม้ในระดับจังหวัดในงานเทศกาลผลไม้และของดีจังหวัดระยอง และการประกวดในระดับอำเภอในงานเทศกาลถนนผลไม้อำเภอวังจันทร์ เพื่อส่งเสริม การพัฒนาคุณภาพผลผลิตแก่เกษตรกรรายย่อย นอกจากนี้กรมส่งเสริมการเกษตรได้มีการคัดเลือกเกษตรกร บุคลากรทางการเกษตร และสถาบันเกษตรกรดีเด่นระดับประเทศ

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านการเกษตรชาวสวนทุเรียนในจังหวัดระยองปี 2567 มีจำนวน 8,275 ครัวเรือน ปัจจุบันผลการสำรวจรายชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2565) มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับทุเรียนในจังหวัดระยองทั้งหมด 26 กลุ่มตามรายชื่อดังต่อไปนี้

อำเภอวังจันทร์	อำเภอเมืองระยอง	อำเภอแกลง
1. แปลงใหญ่ทุเรียนพลตาเอี่ยม 2	9. แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลกะเจ็ด อำเภอเมืองระยอง	16. แปลงใหญ่ทุเรียน วังหว่า ๑
2. แปลงใหญ่ปรับปรุงคุณภาพทุเรียนบ้านวังจันทร์	10. แปลงใหญ่ทุเรียน ตำบลตะพง อำเภอเมืองระยอง	17. แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลคลองปูน
3. แปลงใหญ่ทุเรียนบ้านเขาหินแทน	11. เกษตรปลอดสาร ตำบลนาตาขวัญ	18. กลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนบ้านเนินหย่อง
4. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนบ้านวังจันทร์	12. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนบ้านแลง 1	19. กลุ่มแปลงใหญ่ทุเรียนสองสลึง 1
5. กลุ่มผลิตทุเรียนนอกฤดูอำเภอวังจันทร์	13. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนสำนักทอง 1	20. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนคุณประยูร
6. กลุ่มเกษตรกรุ่นใหม่ตำบลวังจันทร์	อำเภอบ้านค่าย	21. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุด-ทุเรียนตำบลพังราด 1
7. รวมใจพัฒนาอาชีพบ้านคลองบางบ่อ	14. แปลงใหญ่ไม้ผลจังหวัดระยอง	22. แปรรูปผลไม้และรวบรวมผลผลิตเกษตรตำบลทุ่งควายกิน
8. วังทุเรียน	15. ชาวสวนผลไม้อำเภอบ้านค่าย	23. ไร่ทิพย์เกษตร
อำเภอเขาชะเมา	อำเภอปลวกแดง	
24. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนตำบลห้วยทับมอ	26. เกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลแม่น้ำคู้	
25. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพทุเรียนบ้านสามแยกน้ำเป็น		

ที่มา: (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565)



ตัวอย่างภูมิปัญญาที่สำคัญในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ทุเรียนหมอนทองระยองได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) ของจังหวัดระยอง
- สภาพภูมิศาสตร์มีความเหมาะสมต่อการปลูก ส่งผลต่อคุณภาพทุเรียน
- ทุเรียนหมอนทองระยองเป็นผลไม้ส่งออกที่นิยมของตลาดคู่ค้า ในต่างประเทศ
- ทุเรียนหมอนทองมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานจากหลายหน่วยงาน ในการส่งเสริมการเพาะปลูก

จุดแข็ง (Strengths)

S

- ผู้บริโภคคำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้าอุปโภคและบริโภคมากขึ้น
- หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมากเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุน การปลูกทุเรียน
- สำนักงานเกษตรมีการรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ GI Premium และ GI Premium+
- นวัตกรรม Magik Growth ช่วยป้องกันศัตรูพืชและช่วยลดการใช้สารเคมี
- วัสดุเหลือทิ้งจากการบริโภค

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- ปัญหาสารเคมีตกค้างในผลผลิต เกษตรกรยังนิยมใช้สารเคมีกำจัด ศัตรูพืชซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งออก
- ข้อจำกัดด้านแรงงาน เกษตรกรชาวสวนทุเรียนขาดแรงงานและ เวลาในการบริหารจัดการผลผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ(E-commerce) และ สื่อโซเชียลมีเดีย
- เกษตรกรมีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางหรือล้งรับซื้อผลผลิตน้อย ในขั้นตอนการคัดเกรดทุเรียนที่แม่นยำ ทำให้ถูกกดราคาผลผลิต

T

อุปสรรค (Threats)

- ราคาผลผลิตมีความผันผวน เนื่องจากปัญหาคอขวดในการส่งออก จากการกีดกันทางการค้า รวมถึงการแข่งขันจากตลาดทุเรียน
- การสวมสิทธิ์ทุเรียนจากแหล่งอื่น ๆ มาจำหน่ายนอกฤดูกาล
- เกษตรกรขาดความรู้และความเข้าใจในการใช้นวัตกรรมและการคำนวณ ต้นทุนของนวัตกรรมปลูกต่าง ยังขาดความนิยมในการนำนวัตกรรม มาใช้อย่างแพร่หลาย รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเกษตร

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรทุเรียนหมอนทองระยอง เพื่อรวมกลุ่มในการต่อรองราคา
- จัดทำคู่มือการใช้นวัตกรรม Magik Growth ให้เกษตรกรเข้าใจได้ง่าย และมีเจ้าหน้าที่ติดตามการใช้จริง
- สนับสนุนระบบการเกษตร การประกันภัยพืชผล หรือกองทุนชุมชน
- พัฒนาโมเดลเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ใช้มาตรฐานตราสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GAP และมาตรฐานสินค้า GI Premium มาสร้างกลไกป้องกันการสวมสิทธิ์ทุเรียน
- พัฒนาศูนย์การเรียนรู้หรือแปลงสาธิตทุเรียนหมอนทองระยอง ประยุกต์ใช้นวัตกรรม Magik Growth
- ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีโดรนเพื่อการเกษตรและเซนเซอร์เกษตรอัจฉริยะ
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- ขยายผลการใช้นวัตกรรม Magik Growth แจกจ่ายให้แก่เกษตรกรรายย่อย
- จัดอบรมและสนับสนุนเกษตรกรในการใช้งานแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ(E-commerce)
- ประชาสัมพันธ์เชิงรุกในตลาดออนไลน์เกี่ยวกับผลผลิตทุเรียนหมอนทองระยองที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GI Premium และ GI Premium+
- สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตร

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- อาศัยจุดแข็งเรื่องตราสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และชื่อเสียงคุณภาพทุเรียนหมอนทองระยอง
- ต่อยอดนวัตกรรม Magik Growth ที่สนับสนุนโดย EECi และองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยองให้เชื่อมกับมาตรฐาน GAP และ GI Premium+
- อาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสวนทุเรียนต้นแบบเกษตรอินทรีย์เกษตรแม่นยำ
- ส่งเสริมการแปรรูปของเหลือทิ้งทางการเกษตร สร้างภาพลักษณ์ทุเรียนหมอนทองระยองที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม

เทศกาลประเพณี

จังหวัดชลบุรี



เทศกาลประเพณี อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

เทศกาลประเพณีในอำเภอเมืองชลบุรี ประกอบด้วย 6 รายการ ได้แก่ (1) งานนมัสการพระพุทธสิหิงค์ และงานสงกรานต์จังหวัดชลบุรี (2) งานประเพณีก่อพระทรายวันไหล (3) ประเพณีวิ่งควาย (4) ประเพณีคราดนาควายดี (5) มวยตำบลจาก และ (6) การเล่นส่บ้า พร้อมด้วยรายละเอียดอันเกี่ยวข้องกับที่มาและจุดเด่นของแต่ละเทศกาลดังต่อไปนี้

(1) **งานนมัสการพระพุทธสิหิงค์และงานสงกรานต์จังหวัดชลบุรี** เป็นเทศกาลสำคัญที่ผสมผสานพิธีกรรมทางศาสนาพุทธกับกิจกรรมสร้างความสามัคคีของชุมชน ภายในงานมีการอัญเชิญพระพุทธสิหิงค์ออกจากพระบรมมหาราชวังมาประดิษฐาน ณ จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ประชาชนได้ สักการะบูชา ควบคู่ไปกับกิจกรรมรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ตามประเพณีสงกรานต์ กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนความศรัทธาทางศาสนา และการดำรงไว้ซึ่งสายสัมพันธ์ทางสังคม

(2) **งานประเพณีก่อพระทรายวันไหล** จัดขึ้นหลังเทศกาลสงกรานต์ โดยประชาชนนำทรายมาก่อเป็นเจดีย์

ริมชายหาดหรือวัด เพื่อแสดงความกตัญญูต่อสถานที่และสร้างกุศลตามความเชื่อทางพุทธศาสนา กิจกรรมภายในงานประกอบด้วย การแข่งขันก่อพระทรายประเภทต่าง ๆ การละเล่นพื้นบ้าน การออกบูธอาหาร และการแสดงดนตรีจากศิลปินชื่อดัง

(3) **ประเพณีวิ่งควาย** เป็นงานประเพณีพื้นบ้านที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม โดยมีการจัดแข่งขันวิ่งควายในลักษณะคล้ายกีฬา งานนี้สะท้อนความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างเกษตรกรกับควายในฐานะแรงงานสำคัญของวิถีเกษตรกรรม อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานและความสามัคคีในระดับชุมชน

(4) **ประเพณีคราดนา-ควายดี** เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงวิถีเกษตรกรรมเข้ากับการอนุรักษ์คุณค่าของควายไทย โดยมีการจัดกิจกรรมไถนาและการประกวดควาย ซึ่งเน้นย้ำบทบาทของควายในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อวิถีชีวิตชุมชน กิจกรรมนี้ยังเป็นกลไกในการถ่ายทอดความรู้ทางเกษตรกรรมสู่คนรุ่นใหม่



(5) มวยตบจาก เป็นกีฬาพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ โดยผู้แข่งขันจะปิดตาและอาศัยเสียงฝีเท้าของคู่ต่อสู้บนตบจากเพื่อระบุตำแหน่งและโจมตี การแข่งขันลักษณะนี้แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนากิจกรรมเพื่อความบันเทิงและเป็นเครื่องสะท้อนอารมณ์ขันและวัฒนธรรมการเล่นแบบพื้นบ้าน

สถานะการอนุรักษ์

ประเพณีวิ่งควายได้รับการขึ้นบัญชีเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติใน พ.ศ. 2555 และต่อมาได้รับการขึ้นบัญชีเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมระดับจังหวัดใน พ.ศ. 2560 (มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ, 2568) นอกจากนี้ประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย (Songkran in Thailand) ยังได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ โดยองค์การยูเนสโก (UNESCO) เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2566 ในการประชุมคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการสงวนรักษามรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ครั้งที่ 18 ณ ประเทศบอตสวานา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

(6) การเล่นสบบ้า เป็นการละเล่นพื้นบ้านที่สืบทอดจากวัฒนธรรมมอญ โดยนิยมจัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ การละเล่นนี้เปิดโอกาสให้หนุ่มสาวได้พบปะและสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในชุมชน ภายใต้กรอบของประเพณีและการควบคุมทางสังคม ถือเป็นกิจกรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาในการสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อความบันเทิงและการสานสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านเพจ Facebook เช่น เพจสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดชลบุรี – Chonburi PR เพจเทศบาลเมืองชลบุรี เพจเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี และผ่านเว็บไซต์ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (thailandfestival.org) และ Amazing Thailand ผ่าน LINE TODAY



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ความเป็นเอกลักษณ์และประวัติที่ยาวนาน หาชมได้เฉพาะที่จังหวัดชลบุรีเท่านั้น และสืบทอดมานานกว่า 100 ปี
- การยอมรับในระดับชาติและระดับนานาชาติ การขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ ได้รับการประกาศจากองค์การยูเนสโกให้เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
- ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่ การจัดงานเทศกาลประเพณีหนึ่งครั้งสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันได้

จุดแข็ง (Strengths)

S

- การยกระดับสู่เมืองสร้างสรรค์ระดับโลก ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านภาพยนตร์ ยกระดับเทศกาลและประเพณีท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น
- นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำเสนอเทศกาลเหล่านี้เป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- การปรับปรุงภูมิทัศน์มีข้อจำกัด โดยเฉพาะการขยายสถานที่จัดงานซึ่งบางพื้นที่อยู่นอกเขตรับผิดชอบของหน่วยงาน
- ข้อจำกัดด้านสถานที่จัดงาน เข้าถึงพื้นที่ได้ยาก
- งานเทศกาลประเพณีในพื้นที่ขาดความเชื่อมโยงกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
- ขาดการส่งเสริมต่อเนื่อง โดยเฉพาะการละเล่นพื้นบ้าน อย่างมวยตบจากและสะบ้า ไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างสม่ำเสมอ

T

อุปสรรค (Threats)

- ยังขาดการลงทุนหรือการสนับสนุนจากภาคเอกชนที่อาจช่วยยกระดับและประชาสัมพันธ์งานให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หันไปสนใจกิจกรรมหรือสื่อบันเทิงสมัยใหม่ การดึงดูดผู้เข้าร่วมงานประเพณีเผชิญความท้าทายมากขึ้น
- การแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรง เช่น เชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการจัดงานเทศกาลขนาดใหญ่ กระทบต่อบรรยากาศและความต่อเนื่องของงานประเพณี

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- จัดทำแผนพัฒนาพื้นที่จัดงานอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมการบริหารจัดการขยะ การควบคุมสุขลักษณะ และระบบการจราจร
- สร้างกลไกความร่วมมือกับภาคเอกชน เพื่อร่วมลงทุนและสนับสนุนกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ลดการพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว
- พัฒนากิจกรรมออนไลน์หรือดิจิทัลที่ถ่ายทอดประเพณี

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ใช้ความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์และความหลากหลายของวัฒนธรรมในพื้นที่ พัฒนาเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานความดั้งเดิมกับความทันสมัย
- ใช้ความเข้มแข็งด้านชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ประชาสัมพันธ์เทศกาลในตลาดต่างประเทศ ลดผลกระทบจากการขาดการสนับสนุนจากภาคเอกชน

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- อาศัยนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ สนับสนุนการปรับปรุงภูมิทัศน์และโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่จัดงาน ลดข้อจำกัดด้านสถานที่และการเข้าถึง
- ใช้โอกาสจากแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างกิจกรรมต่อเนื่อง
- เชื่อมโยงเทศกาลกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เพื่อสร้างเนื้อหาใหม่ ๆ และเพิ่มคุณค่า ทำให้การจัดงานไม่จำกัดอยู่เฉพาะในช่วงเทศกาลใหญ่

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

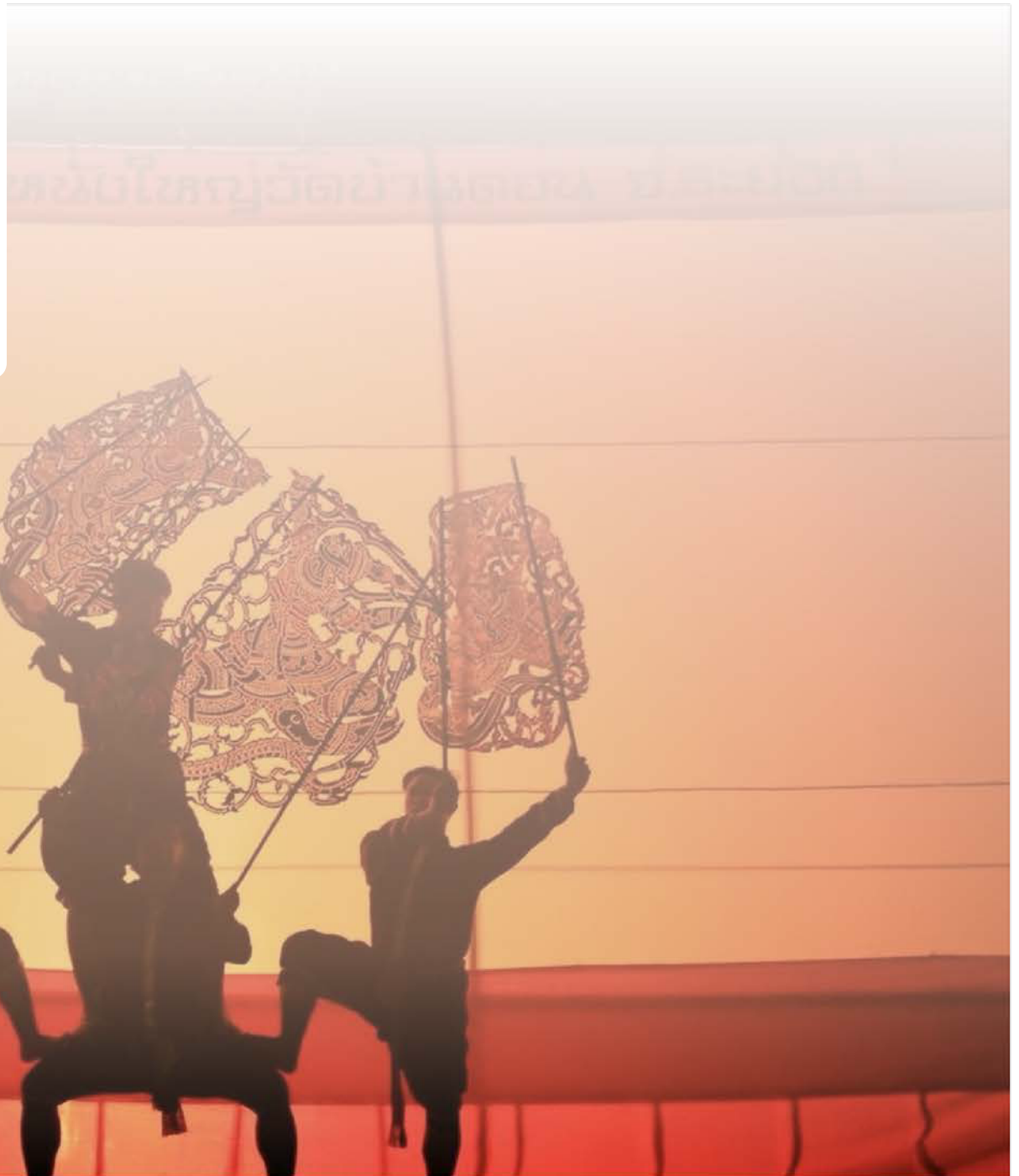
- นำอัตลักษณ์และความเก่าแก่ของเทศกาลประเพณีที่ได้รับการยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ มาส่งเสริมเชื่อมโยงกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างการรับรู้เชิงคุณค่าต่อทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ
- ใช้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเทศกาลกับโอกาสการยกระดับเมืองพัทยาเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านภาพยนตร์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ระดับโลก
- ผนึกการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐกับอัตลักษณ์ที่มีอยู่แล้ว



ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม

หนังใหญ่วัดบ้านดอน

จังหวัดระยอง



หนังใหญ่วัดบ้านดอน

อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

การแสดงหนังใหญ่วัดบ้านดอน จังหวัดระยอง ถือเป็นส่วนสำคัญแห่งหนึ่งในการอนุรักษ์หนังใหญ่ในประเทศไทย โดยมีรากฐานทางประวัติศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์จากการอุปถัมภ์ของชนชั้นนำ โดยใน พ.ศ. 2430 พระยาศรีสมุทรโกศชัยโชคชิตสงคราม (เกตุ ยมจินดา) เจ้าเมืองระยอง ได้สั่งซื้อชุดตัวหนังโบราณอายุกว่า 200 ปี จำนวนประมาณ 100 ตัวจากจังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของหนังตะลุง และนำมาถ่ายทอดแก่คนในพื้นที่ระยองในฐานะศิลปะชั้นสูง ตัวหนังชุดนี้ซึ่งใช้แสดงเรื่องราวเกียรติยศสำคัญต่าง ๆ ถูกจัดเก็บและใช้ฝึกซ้อมอย่างต่อเนื่องที่วัดบ้านดอน ตำบลเชิงเนิน อำเภอเมืองระยอง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนี้ จุดเด่นทางวัฒนธรรมของคณะหนังใหญ่วัดบ้านดอนคือการพากย์ด้วยภาษาถิ่นระยอง ซึ่งเป็นการสร้างความผูกพันกับชุมชนและรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น

เพื่อให้การอนุรักษ์เป็นไปอย่างยั่งยืน ในปี พ.ศ. 2534 อดีตเจ้าอาวาสวัดบ้านดอนได้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานหนังใหญ่วัดบ้านดอนขึ้น เพื่อเก็บรักษาตัวหนังอย่างเป็นระบบและทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ ซึ่งปัจจุบันวัดบ้านดอนยังสร้างคามยั่งยืนทางการเงินด้วยการผนวกบริการนวดแผนไทยและอบสมุนไพรโบราณที่ดำเนินการโดยกลุ่มอนุรักษ์เข้ากับพื้นที่วัด

เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงศิลปะการแสดงที่ซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายสูงนี้ นอกจากนี้ คณะหนังใหญ่วัดบ้านดอนยังแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการสืบสานโดยการเข้าร่วมโครงการวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเทคนิคการพากย์และการเชิดสมัยใหม่ รวมถึงการทดลองนำวรรณกรรมอื่น ๆ เช่น พระอภัยมณี มาปรับใช้ ด้วยความพยายามในการอนุรักษ์และสืบสานอย่างต่อเนื่อง ทำให้กระทรวงวัฒนธรรมของไทยมีแผนเสนอ “โครงการฟื้นฟูหนังใหญ่โดยชุมชน” (CRNT) ซึ่งระบุถึงวัดบ้านดอนให้ขึ้นทะเบียนกับ UNESCO ในฐานะแบบอย่างการสงวนรักษาที่ดีภายในปี 2569



สถานะการอนุรักษ์

หนังใหญ่วัดบ้านดอน ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นหนึ่งในมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติเมื่อปี พ.ศ. 2553 ร่วมกับหนังใหญ่วัดขนอน จังหวัดราชบุรี และหนังใหญ่ วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี (มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ, ม.ป.ป.)

การประชาสัมพันธ์

กิจกรรมต่าง ๆ ได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ Facebook หนังใหญ่วัดบ้านดอนระยอง เป็นหลัก



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเฉพาะถิ่น ทั้งการพากย์ด้วยภาษาระยอง และเนื้อหาการแสดงที่นำไปประยุกต์ร่วมกับเรื่องราวอื่น ๆ ได้หลากหลาย
- เป็นการแสดงที่สำคัญและมีเพียงหนึ่งเดียวของจังหวัด และมักได้รับการรับเชิญให้ไปทำการแสดงในงานสำคัญต่าง ๆ
- มีบทบาทสำคัญในการสืบสาน ดูแล และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาการแสดงหนังใหญ่

จุดแข็ง (Strengths)

S

- กำลังอยู่ระหว่างการเสนอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมในบัญชี “แผนงาน โครงการ และกิจกรรมที่มีการสงวนรักษาที่ดี” (Register of Good Safeguarding Practices) ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งเป็นโอกาสในการยกระดับการอนุรักษ์และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ
- บรรจุไว้ในแผนพัฒนาจังหวัด เป็นโอกาสในการผลักดันอย่างเป็นระบบ
- ความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- นิทรรศการขาดความน่าสนใจและขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสม
- ขาดแคลนผู้สืบทอดบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีทักษะความชำนาญที่อาศัยทักษะเฉพาะและยากต่อการถ่ายทอด
- มีค่าใช้จ่ายสูงทำให้ขาดผลกำไร โอกาสในการเผยแพร่และสร้างรายได้ของคณะหนังใหญ่ลดลง
- เนื่องด้วยสภาพอากาศและการเก็บรักษาที่ผิดวิธีส่งผลให้อุปกรณ์อย่างวัสดุหนังที่ใช้ประกอบการแสดงเกิดการเสื่อมสภาพ

อุปสรรค (Threats)

T

- การแข่งขันจากสื่อบันเทิงอื่น พฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยหันไปให้ความสนใจกับสื่อบันเทิงสมัยใหม่ ความนิยมในการชมหนังใหญ่ค่อย ๆ ลดลง
- ความเข้าใจในภาษาและเนื้อหา การใช้ภาษาระยองในการพากย์เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ชมที่ไม่ใช่คนท้องถิ่น ทั้งยังไม่มีคำบรรยายหรือสื่อภาษาอังกฤษรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- ข้อจำกัดด้านงบประมาณและระบบการเบิกจ่ายของรัฐ ข้อจำกัดด้านงบประมาณและกระบวนการเบิกจ่ายของหน่วยงานภาครัฐที่มีความซับซ้อนและล่าช้า ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรม

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- จัดตั้งกองทุนชุมชนหรือโครงการความร่วมมือกับเอกชน เพื่อแก้ปัญหา ค่าจ้างสูงและขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาพิพิธภัณฑ์และการจัดแสดงตัวหนังใหญ่ โดยใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลหรือมัลติมีเดียเพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่และลดข้อจำกัดด้านสถานที่จริง
- จัดทำระบบจัดเก็บและอนุรักษ์ตัวหนังใหญ่อย่างเป็นมาตรฐาน เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจรุนแรงขึ้นเมื่อมีปัจจัยเสี่ยง เช่น อุทกภัยหรือการขาดงบประมาณสนับสนุน

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ใช้ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความสำคัญในระดับจังหวัด เพื่อดึงดูดการสนับสนุนจากภาคเอกชน ในการจัดงานและประชาสัมพันธ์
- ใช้เครือข่ายคณะกรรมการและความร่วมมือกับชุมชน เพื่อพัฒนา เนื้อหาและรูปแบบการแสดงให้เห็นสมัย ตอบสนองพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่
- พัฒนาการแสดงหนังใหญ่แบบดิจิทัลหรือออนไลน์ โดยอาศัยจุดแข็ง ด้านอัตลักษณ์และการสืบทอด เพื่อรับมือกับสถานการณ์โรคระบาด

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- ใช้การสนับสนุนจากแผนพัฒนาจังหวัดเพื่อแก้ไขปัญหาพิพิธภัณฑ์ ขาดความน่าสนใจ และจัดเก็บตัวหนังใหญ่อย่างเหมาะสม
- ผลักดันโครงการฝึกอบรมและถ่ายทอดทักษะเฉพาะ โดยใช้โอกาส จากการสนับสนุนภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญ
- สร้างเครือข่ายการแสดงผลร่วมกับเทศกาลวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อลดข้อจำกัด เรื่องค่าจ้างการแสดงสูง โดยทำให้เกิดความคุ้มค่าต่อผู้จัดงาน

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- ใช้เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความสำคัญระดับจังหวัด เพื่อผลักดันการ ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมในระดับสากลของยูเนสโก (UNESCO)
- พัฒนาเครือข่ายคณะกรรมการอนุรักษ์หนังใหญ่วัดบ้านดอนร่วมกับ ภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อจัดกิจกรรมสาธิต การแสดง และอบรม การเชิดหนังใหญ่ให้กว้างขวางขึ้น
- ใช้ชื่อเสียงการแสดงผลในงานสำคัญเชื่อมโยงกับการสนับสนุนจากแผนพัฒนา จังหวัด เพื่อบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาลประจำจังหวัด/ภูมิภาค



2010

ผลิตภัณฑ์ในการดำรงชีวิต

อาหาร ผลไม้แปรรูป

จังหวัดฉะเชิงเทรา



อาหาร ผลไม้แปรรูป

อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

ผลไม้แปรรูปนับเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทราอย่างชัดเจน ภูมิปัญญานี้เกิดขึ้นจากการจัดการผลผลิตทางการเกษตรที่มีมากจนไม่สามารถบริโภคได้หมดภายในฤดูกาล จึงพัฒนาเป็นวิธีการถนอมอาหารที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีจุดแข็งสำคัญอยู่ที่วัตถุดิบซึ่งเพาะปลูกในพื้นที่ที่มีภูมิประเทศแบบ “ดิน 3 น้ำ” ได้แก่ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย ลักษณะของดินดังกล่าวทำให้ผลไม้มีรสชาติและคุณภาพแตกต่างจากพื้นที่อื่น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากบางคล้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่นและตลาดที่กว้างขึ้น

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปในบางคล้า ถือเป็นอีกจุดเด่นที่สะท้อนความสามารถของชุมชนในการใช้ทรัพยากรอย่างสร้างสรรค์และคุ้มค่า ผลไม้ที่ถูกนำมาแปรรูปมีหลายประเภท ได้แก่

1. **มะม่วง** ถือเป็นผลไม้ที่มีการแปรรูปมากที่สุดและสร้างชื่อเสียงให้กับบางคล้าอย่างกว้างขวาง มะม่วงจากพื้นที่ดิน 3 น้ำมีคุณลักษณะเนื้อแน่น รสชาติดี และมีกลิ่นหอม โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์เด่นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์ (GI) ได้แก่ มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองบางคล้า มะม่วงเขียวเสวยแปดริ้ว มะม่วงแรดแปดริ้ว และมะม่วงชายตึกแปดริ้ว ซึ่งมีการนำมาแปรรูปเป็นมะม่วงกวน มะม่วงแช่อิ่ม และมะม่วงอบแห้ง ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ใช้ประโยชน์จากผลผลิตส่วนเกิน แต่ยังต่อยอดให้มะม่วงท้องถิ่นกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

2. **มะพร้าว** โดยเฉพาะมะพร้าวน้ำหอมบางคล้า ที่ขึ้นชื่อในด้านความหอมและรสชาติสดชื่น มีการนำมาแปรรูปหลากหลาย สะท้อนถึงการนำทุนทางเกษตรกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม และยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ

3. **ผลไม้พื้นถิ่น** มีตามฤดูกาลที่สะท้อนภูมิปัญญาการถนอมอาหารของชุมชน เช่น มะกอก มะดัน กระท้อน มะขาม ตลอดจนกล้วยและสับปะรด ซึ่งมักถูกแปรรูปในรูปแบบแช่อิ่มและอบแห้ง ผลไม้เหล่านี้ช่วยเพิ่มความหลากหลายและเสริมความแข็งแรงให้กับอัตลักษณ์ของผลไม้แปรรูปบางคล้า โดยไม่จำกัดอยู่เพียงผลไม้หลักอย่างมะม่วงหรือมะพร้าว



ในพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการจำนวนมากทั้งที่เป็นรายย่อยไปจนถึงรายใหญ่ที่มีชื่อเสียง การขายทั่วประเทศ เมื่อพิจารณาในภาพรวมระดับจังหวัด ข้อมูลจากระบบสารสนเทศ วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ม.ป.ป.) พบว่า ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลไม้แปรรูปกระจายอยู่หลายพื้นที่ รวมกว่า 36 กลุ่ม โดยอำเภอบางคล้ามีจำนวน 11 กลุ่ม มากที่สุดเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่น แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของบางคล้าในฐานะแหล่งผลิตผลไม้แปรรูปที่เข้มแข็ง ที่สุดของจังหวัด ทั้งในเชิงปริมาณของผู้ประกอบการและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็น ที่ยอมรับในวงกว้าง สอดคล้องกับด้านมาตรฐาน ที่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ได้รับการรับรอง มาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ทำให้สามารถสร้างความเชื่อมั่น แก่ผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ ยังมีการปรับตัวเข้าสู่ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ ทั้งการ จำหน่ายในร้านขายของฝาก การนำเสนอในแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Shopee, Lazada, TikTok และ Facebook ตลอดจนการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ อย่าง Golden Place และ The Mall หลายสาขา ขณะที่ผู้ประกอบการบางราย ที่สามารถสร้างโอกาสในการส่งออก และมีแผนที่จะต่อยอดเข้าสู่ช่องทางการ จำหน่ายในตลาดโมเดิร์นเทรด(Modern Trade)

ผลไม้แปรรูปของอำเภอบางคล้าไม่เพียงแต่เป็นการใช้ประโยชน์จากผลผลิตทาง การเกษตรเพื่อการบริโภคและการสร้างรายได้ แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ ของท้องถิ่นที่ใช้ภูมิปัญญาสืบทอดและปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดปัจจุบัน ผลไม้แปรรูปจากบางคล้าจึงมีโอกาสูงในการก้าวสู่ตลาดที่มั่นคงและ ยั่งยืนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

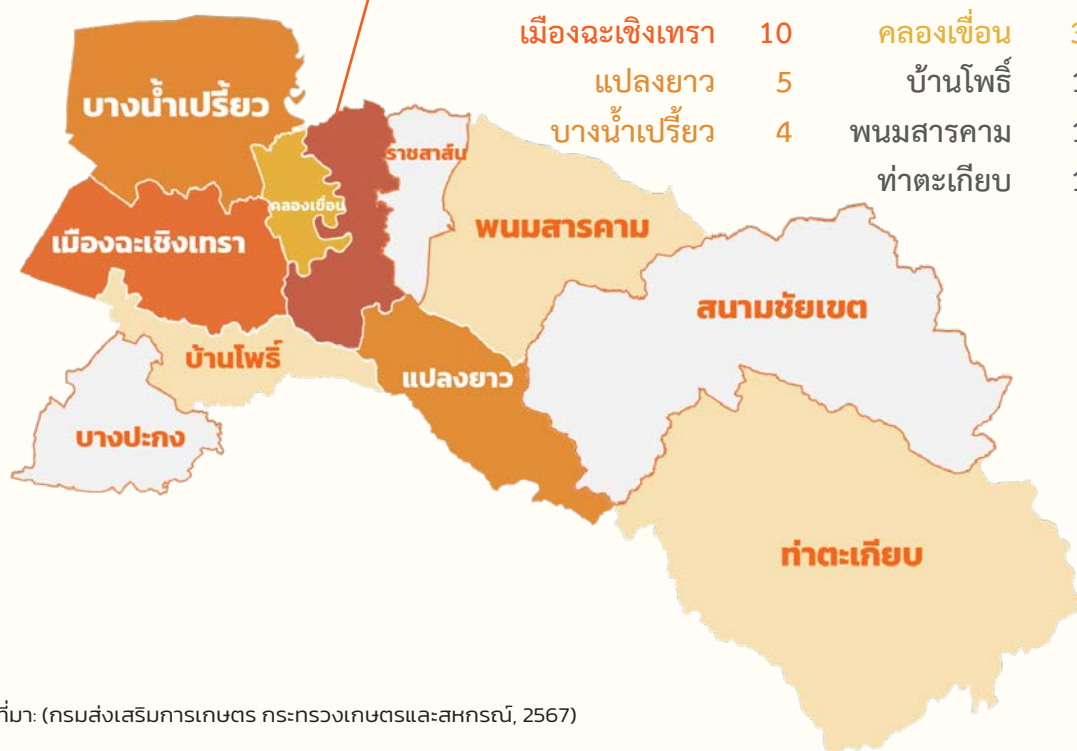


รายละเอียดของภูมิปัญญา

จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลไม้แปรรูป

จังหวัดฉะเชิงเทรา

อำเภอบางคล้า 11 กลุ่ม



ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

มาตรฐานและรางวัล

มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ



สำนักงานคณะกรรมการอาหาร
และยา (อย.)



มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ
Primary GMP (Primary
Good Manufacturing
Practice)



HACCP (Hazard Analysis
and Critical Control Point)



OTOP Product Champion
(ระดับจังหวัด / ระดับประเทศ)

มูลค่าการตลาด

ข้อมูลภาพรวม

ผลไม้แปรรูป

มูลค่าผลผลิตรวม 1,030 ล้านบาท

ปริมาณผลผลิต (3 อันดับแรก)

บางคล้า 196 ล้านบาท
วังจันทร์ 177 ล้านบาท
บ้านบึง 96 ล้านบาท

มะม่วงแปรรูป

น้ำดอกไม้สีทองบางคล้า (GI)
เขียวเสวย (GI)
แรด (GI)
แก้วขมิ้น
ขายดี (GI)

ผลไม้พื้นถิ่นแปรรูป

มะดัน
มะกอก
กล้วย

มะม่วงแปรรูป

มะพร้าวน้ำหอมบางคล้า (GI)

ช่องทางการจำหน่าย

ห้างสรรพสินค้า

ร้านขายของฝาก

ร้านค้าปลีก

การรับไปจำหน่าย

งานแสดงสินค้า

อีคอมเมิร์ซ

ที่มา: (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2567)

รางวัล

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจรายชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.) พบว่า ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรามีจำนวนวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับผลไม้แปรรูปทั้งหมด 27 กลุ่ม ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา	อำเภอลองเขื่อน	อำเภอแปลงยาว
1. ชาวสวนท้องร่องคลองจุกกระเทียมเมืองแปดริ้ว	10. บ้านดวงดาว	20. กินกับปี
2. คลองลัดยายหรั่ง	11. กลุ่มผู้ผลิตมะม่วงคุณภาพตำบลคลองเขื่อน	21. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรไทรทองพัฒนา
3. แปรรูปเกษตรก้าวหน้า	12. แปลงใหญ่มะพร้าวน้ำหอมบางตลาด	22. กลุ่มผลไม้แปรรูปแม่สมบูรณ์
4. เกษตรหมู่บ้านบางไผ่	อำเภอบางคล้า	23. บ้านแปลงนกเป่า
5. เกษตรนครเนื่องเขต	13. กลุ่มขนมบ้านบุญมี	24. ร่ำรวยจริงปาร์ค
อำเภอบางน้ำเปรี้ยว	14. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรปากน้ำโจ้โล้	อำเภอบ้านโพธิ์
6. ต้นข้าว บึงน้ำรักษ์	15. กลุ่มสตรีแปรรูปผลไม้อำเภอบางคล้า	25. ส่งเสริมแปรรูปสินค้าเกษตรบ้านชวดล่าง หมู่ 4 ตำบลหนอง
7. กลุ่มสตรีแม่บ้านเกษตรกรศรีหมอนทอง (ขนมหวาน)	16. แปรรูปผลผลิตเกษตรอำเภอบางคล้า	อำเภอบ้านโพธิ์
8. การเกษตรและแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านวงศ์เจริญ	17. มะพร้าวน้ำหอมจังหวัดฉะเชิงเทรา	26. กลุ่มมิตรสัมพันธ์
9. กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาอาชีพตำบลบึงน้ำรักษ์	18. ผลไม้แช่อิ่มสดตามฤดูกาล	อำเภอท่าตะเียบ
	19. คิดถึงบางคล้า	27. ผู้ปลูกผักปลอดสารพิษอำเภอท่าตะเียบ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ภูมิประเทศและคุณภาพวัตถุดิบที่โดดเด่น ส่งผลให้ผลไม้จากพื้นที่ดิน 3 น้ำ (น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย) มีรสชาติและเนื้อสัมผัสเฉพาะตัว
- ผู้ประกอบการสืบทอดสูตรและเทคนิคการแปรรูปจากรุ่นสู่รุ่น พร้อมทั้งพัฒนาต่อยอดด้วยนวัตกรรม
- ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองจาก ออ.
- ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าสู่ตลาดพรีเมียมและเป็นที่ยอมรับในตลาด
- การรวมกลุ่มและความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการ
- ความหลากหลายของการแปรรูปและช่องทางจำหน่าย

จุดแข็ง (Strengths)

S

- มีโครงการสนับสนุนต่อเนื่องจากกรมการพัฒนาชุมชน (พช.) ทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และการอบรมการตลาดออนไลน์
- ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดที่เน้นสุขภาพ
- การเติบโตของตลาดออนไลน์และดิจิทัล มีบทบาทสำคัญในการขยายฐานลูกค้าครอบคลุมทั่วประเทศ
- กระแสผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและโภชนาการ เป็นปัจจัยเอื้อต่อการเติบโตของตลาดผลไม้แปรรูป

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นรายย่อยที่มีต้นทุนจำกัด ไม่สามารถลงทุนในอุปกรณ์หรือการปรับปรุงสถานที่ผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานที่สูงขึ้น
- ผู้ประกอบการบางรายยังขาดทักษะในการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงโอกาสและการสนับสนุนได้เต็มที่
- ผู้ประกอบการไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในเชิงข้อมูลได้ทันที
- การเก็บรักษาและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์บางประเภทมีอายุการเก็บรักษาสั้น ส่งผลให้การขยายตลาด

อุปสรรค (Threats)

T

- ความผันผวนของราคาวัตถุดิบและผลผลิตเกษตร ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุนล่วงหน้า อีกทั้งภาวะภัยพิบัติและสภาพอากาศที่ไม่แน่นอน
- กระบวนการขอรับรองมาตรฐานหรือการตรวจโภชนาการกับหน่วยงานรัฐ ใช้เวลานานและซับซ้อน ขณะที่การตรวจในห้องแล็บเอกชนมีค่าใช้จ่ายสูง
- ความเข้มงวดของมาตรฐานตลาดส่งออก
- ปัญหาการประสานงานและข้อจำกัดเชิงนโยบาย ส่งผลให้เกิดความล่าช้า

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- ส่งเสริมการจัดตั้งคณะทำงานหรือคณะผู้ประสานงานภายในกลุ่มผู้ประกอบการ
- ผลักดันการรวมกลุ่มผู้ผลิตหรือผลิตภัณฑ์เพื่อดำเนินการขอรับรองมาตรฐานในรูปแบบกลุ่ม
- ส่งเสริมการวางแผนการผลิตตามฤดูกาล
- พัฒนาระบบการจัดเก็บ การกระจายสินค้า และการบริหารสต็อกที่เหมาะสม
- พัฒนาโมเดลเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ส่งเสริมการวางแผนการผลิตในลักษณะกลุ่ม กระจายความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบ ภัยธรรมชาติ และสภาพอากาศที่ไม่แน่นอน
- จัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์ในรูปแบบมาตรฐานกลาง (Template) ใช้ชื่อเสียงของวัตถุดิบคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- ส่งเสริมการจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลแก่ผู้ประกอบการ
- ประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนหรือสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญ
- ส่งเสริมการจัดทำฉลากแสดงข้อมูลโภชนาการเบื้องต้นสำหรับผลิตภัณฑ์หลัก
- สนับสนุนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- สนับสนุนการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์
- พัฒนาแบรนด์ร่วมของกลุ่มผู้ประกอบการที่รวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง
- ขยายตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับในประเทศ



ผลิตภัณฑ์ในการดำรงชีวิต

เครื่องจักสาน

จังหวัดชลบุรี



เครื่องจักสาน

อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

งานจักสานพนัสนิคมถือเป็นหัตถกรรมดั้งเดิมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งสืบทอดจากบรรพบุรุษ โดยเกิดจากการผสมผสานของสามเชื้อชาติ ได้แก่ ไทย ลาว และจีน ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานร่วมกันในพื้นที่ จนหล่อหลอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของลวดลายและเทคนิคการสานที่ละเอียดอ่อนและประณีต งานจักสานมิได้เป็นเพียงเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดวิถีชีวิตและมรดกทางวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนพนัสนิคม จากการที่พื้นที่แห่งนี้ในอดีตเคยเป็นเมืองป่าที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยไม้ไผ่ อันเป็นทรัพยากรสำคัญที่ทำให้ชุมชนมีวัตถุดิบเพียงพอต่อการสร้างสรรค์งานจักสานและพัฒนาฝีมือจนเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ความสำคัญดังกล่าวได้รับการยืนยันด้วยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2548 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2548) ซึ่งเป็นหลักฐานตอกย้ำถึงคุณค่าและชื่อเสียงของงานจักสานพนัสนิคมในระดับประเทศ

จากจุดเริ่มต้นที่เป็นเพียงเครื่องใช้พื้นบ้าน งานจักสานพนัสนิคมได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นสินค้าที่มีทั้งมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและมูลค่าเชิงวัฒนธรรม ความโดดเด่นของงานจักสานพนัสนิคมอยู่ที่ลวดลายซึ่งมีความหลากหลายและประณีต ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพนัสนิคมที่นิยมสานและเป็นที่รู้จัก ได้แก่ ลายพิกุลร่วง ลายพิกุลลายไทย ลายพิกุลดาวล้อมเดือน ลายพิกุลดอกบัว และลายดอกแหวน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2548) ผลงานเหล่านี้ได้พัฒนาจากเครื่องใช้พื้นบ้านดั้งเดิมที่เน้นประโยชน์ใช้สอย เช่น กระบุง ตะกร้า สุ่ม และไซดักปลา มาสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและทันสมัย เช่น กระเป๋าถือสุภาพสตรีในหลายรูปทรงของตกแต่งบ้าน โคมไฟ และงานสานหุ้มสำหรับภาชนะ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการยังมีศักยภาพในการรับงานสั่งทำ (Made-to-Order) โดยมีการออกแบบและเก็บต้นแบบผลิตภัณฑ์ไว้ในพิพิธภัณฑ์หรือศูนย์เรียนรู้ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในด้านสี ขนาด และฟังก์ชันการใช้งาน



ผลิตภัณฑ์จักสานพนักสนิมไม่ได้จำกัดอยู่เพียงตลาดท้องถิ่นเท่านั้น แต่มีการขยายเข้าสู่ตลาดส่งออกต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นที่ให้ความสนใจในงานจักสาน ซึ่งผสมผสานไทยเข้ากับความคิดของงานฝีมือ เช่น การร่วมออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดชงชา หรือกระเป๋าไม้ไผ่ที่นำไปจับคู่กับชุดกิโมโน รวมถึงตลาดยุโรปซึ่งนิยมผลิตภัณฑ์ในกลุ่มโคมไฟและของตกแต่งบ้าน การขยายตัวของตลาดเหล่านี้มิได้สะท้อนเพียงการยอมรับในเชิงการค้า แต่ยังเป็นหลักฐานที่แสดงถึงคุณภาพ มาตรฐาน และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันในระดับสากลได้อย่างแท้จริง งานจักสานพนักสนิมจึงได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ เช่น รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น (Prime Minister's Export Award) ที่แสดงถึงความโดดเด่นด้านคุณภาพและความสามารถในการสร้างชื่อเสียงให้กับงานหัตถกรรมไทยบนเวทีโลก

ข้อมูลจากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.) พบว่าในพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีวิสาหกิจชุมชนด้านเครื่องจักสานรวมทั้งสิ้น 19 กลุ่ม กระจายอยู่ในหลายอำเภอ โดยเฉพาะที่อำเภอพนักสนิมมีมากถึง 9 กลุ่ม ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางสำคัญของงานจักสานในภูมิภาค

ความหนาแน่นของกลุ่มผู้ประกอบการในพนักสนิมสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของพื้นที่แห่งนี้ในฐานะแหล่งผลิตที่มีทั้งเครือข่าย ความเชี่ยวชาญ และศักยภาพ ในการต่อยอดสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างยั่งยืน

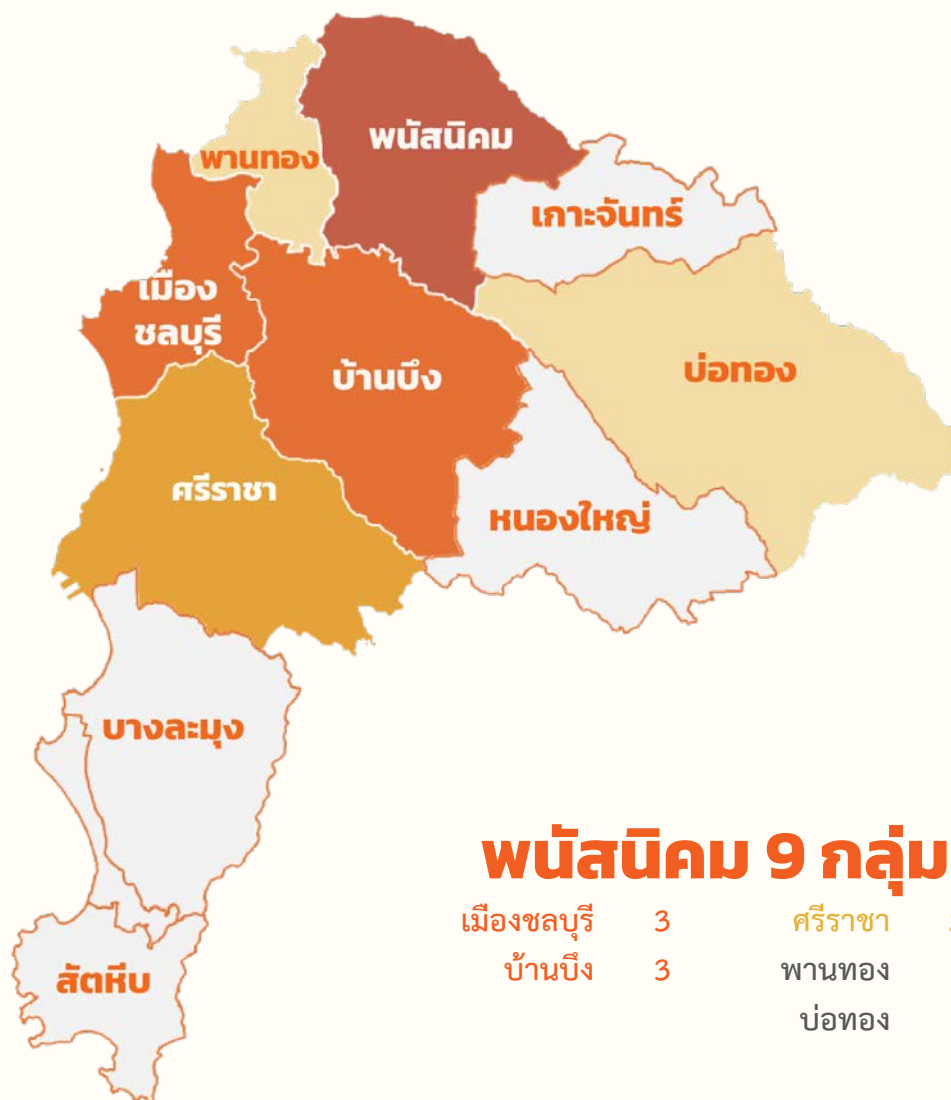


ตัวอย่างภูมิปัญญาที่สำคัญในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

รายละเอียดของภูมิปัญญา

จำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องจักสาน

จังหวัดชลบุรี



ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)

มูลค่าการตลาด

ข้อมูลภาพรวม

ของใช้ของตกแต่ง

มูลค่าผลผลิตรวม 749 ล้านบาท

ปริมาณผลผลิต (3 อันดับแรก)

บ้านบึง 440 ล้านบาท

พนัสนิคม 83 ล้านบาท

พานทอง 74 ล้านบาท

ผู้ประกอบการเด่น

ศูนย์ส่งเสริมฝีมือจักสานด้วยไม้ไผ่ อ.พนัสนิคม

ร้านโชคเจริญจักสาน

กระเป๋

อุปกรณ์งาช

ของแต่งบ้าน

ของแต่งบ้าน

ของขวัญ

กลุ่มจักสานชุมชนย่อยที่ 1 ศูนย์จักสานใหญ่ที่สุดในโลก

พิพิธภัณฑ์ แหล่งเรียนรู้

มาตรฐานและรางวัล

มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ

 การรับรองผลิตภัณฑ์ OTOP (One Tambon One Product)

 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

 ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) พ.ศ. 2548
โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา

รางวัล

 OTOP Product Champion

 Prime Minister's Export Award (PM Award) ในปี พ.ศ. 2548 และ 2559

 Thailand Trust Mark (T Mark)

รางวัลทนายศิลปหัตถกรรม ผู้ประกอบการ คุณคมกฤช บริบูรณ์ ได้รับการยกย่องให้เป็น ทนายศิลปหัตถกรรมไทยใน สาขาจักสาน

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจรายชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.) พบว่าในพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีจำนวนวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้านเครื่องจักสานทั้งหมด 19 กลุ่ม ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

อำเภอพนัสนิคม	9. บ้านขากยายจิ้น	อำเภอศรีราชา
1. หัตถกรรมจักสานหมู่ 1 ตำบลสระสี่เหลี่ยม	อำเภอบ้านบึง	16. อำเภอศรีราชา
2. กลุ่มสินค้าเกษตรชุมชนตำบลสระสี่เหลี่ยม	10. บ้านหนองซาก	17. รักสานบ้านบ่อวิน
3. จักสานไม้ไผ่บ้านหนองโมก	11. กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านหนองอุดม	อำเภอพานทอง
4. ชมรมส่งเสริมท่องเที่ยวชุมชนตำบลไร่หลักทอง	12. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจักรสานตำบลหนองอิรุณ	18. กลุ่มหัตถกรรม ตำบลเกาะลอย
5. จักสานไม้ไผ่ไร่หลักทอง	อำเภอเมืองชลบุรี	อำเภอบ่อทอง
6. กลุ่มแม่บ้านสวนตาล	13. กลุ่มพัฒนาอาชีพตำบลคลองตำหรุ	19. กวางทองผลิตภัณฑ์พลาสติกสาน
7. จักสานกลุ่มชุมชนย่อยที่ 1 เทศบาลพนัสนิคม	14. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบ้านสวน	
8. รัชพงษ์มโหตร เครื่องจักสาน (บ้านเกาะลอย)	15. คลองตำหรุ	

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ งานจักสานสืบทอดจากวิถีชีวิตของชุมชนไทย-ลาว-จีน ที่มีฝีมือด้านจักสานและนำทรัพยากรไม้ไผ่ซึ่งอุดมสมบูรณ์ในพื้นที่มาสร้างสรรค์ผลงาน
- ลวดลายประณีตและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีลายสานสำคัญที่ขึ้นชื่อ สะท้อนถึงความประณีตของภูมิปัญญาท้องถิ่น
- มาตรฐานการผลิตที่เน้นคุณภาพสูง เป็นงานฝีมือที่อาศัยความประณีตและความละเอียดอ่อนในทุกกระบวนการ
- การได้รับการรับรองและรางวัลระดับประเทศ
- การเข้าถึงตลาดส่งออกที่หลากหลาย และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

จุดแข็ง (Strengths)

S

- การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น มีการใช้ฐานข้อมูลและศูนย์การเรียนรู้เป็นแหล่งถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ พร้อมดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรม การอบรมระยะสั้น
- การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นและระดับชาติ
- การพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่ มีการจัด Workshop และการเรียนการสอนในโรงเรียนและวิทยาลัยอาชีวศึกษา เพื่อสร้างคนรุ่นใหม่ที่สืบทอดทักษะงานจักสาน

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- การขาดแคลนผู้สืบทอด ช่างฝีมือส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยสูงกว่า 60 ปี และมีคนรุ่นใหม่เข้าสู่อาชีพน้อย ทำให้การถ่ายทอดความรู้เริ่มยากขึ้น
- ข้อจำกัดด้านกำลังการผลิต กำลังการผลิตโดยรวมลดลงมาก
- ความไม่คุ้มค่าทางรายได้ งานจักสานต้องใช้เวลาและแรงงานฝีมือสูง แต่รายได้ต่อหน่วยไม่เพียงพอ
- ปัญหาด้านวัตถุดิบและต้นทุน
- ความเสี่ยงด้านความสม่ำเสมอของคุณภาพ
- ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด High-End จากการขาดแคลนวัสดุประกอบคุณภาพสูง

อุปสรรค (Threats)

T

- การแทนที่ด้วยสินค้าสมัยใหม่ ผลิตภัณฑ์จากพลาสติกและวัสดุอุตสาหกรรมทำให้งานหัตถกรรมจักสานถูกลดความจำเป็นลง
- การแข่งขันด้านแรงงานและรายได้ โรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่เสนอรายได้สูงกว่า ทำให้แรงงานจำนวนมากเปลี่ยนไปทำงานในภาคอุตสาหกรรม
- ทัศนคติเรื่องราคาและมูลค่า ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยยังมองว่างานไม้ไผ่ไม่ควรมีราคาแพง
- ปัญหาความยั่งยืนด้านวัตถุดิบ ไม้ไผ่ท้องถิ่นลดลงอย่างต่อเนื่องและไม่มี การปลูกทดแทนอย่างจริงจัง

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- มุ่งเน้นสินค้าสั่งทำเฉพาะกลุ่ม (Made-to-Order) เพื่อลดความเสี่ยงจากการผลิตจำนวนมากโดยใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวแทน
- จำกัดตลาดเฉพาะที่ควบคุมคุณภาพได้ เลือกลผลิตในปริมาณน้อยแต่คงมาตรฐานสูง
- สร้างผลิตภัณฑ์ที่ผูกกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น(Local Identity)เพื่อรักษามูลค่าและหลีกเลี่ยงการแข่งขันราคา
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- สร้างมูลค่าเชิงศิลป์เพื่อต่อสู้สินค้าราคาถูก สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน
- เสริมระบบรวมกลุ่มผู้ผลิต ผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ
- พัฒนากลยุทธ์แรงงานรักษาช่างฝีมือ ใช้ระบบแบ่งปันผลตอบแทนและค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
- ขยายการทำงานร่วมกับแบรนด์ต่างประเทศ สร้างความน่าเชื่อถือ
- ใช้รางวัลและการรับรองมาตรฐานเป็นเครื่องมือสื่อสาร

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- จัดเวิร์กชอป(Workshop) เพื่อสร้างผู้สืบทอด ผ่านการใช้ศูนย์การเรียนรู้และกิจกรรมท้องถิ่น
- พัฒนาโครงการปลูกไม้ทดแทน เพื่อแก้ปัญหาลำบากการขาดแคลนวัตถุดิบ
- สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วม เพื่อแก้ปัญหาลำบากผู้สืบทอดและสร้างรายได้ทางเลือก
- สร้างความรู้ด้านดิจิทัลให้ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อยกระดับทักษะและเพิ่มการเข้าถึงตลาด
- เชื่อมโยงงานวิจัยกับการพัฒนาวัสดุประกอบ ทำงานร่วมกับนักวิชาการเพื่อผลิต Accessories คุณภาพสูง และวิจัยการย้อมสีธรรมชาติ

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- สร้างแบรนด์ที่แตกต่างในตลาดโลก ยกกระดับสู่ตลาดส่งออกพรีเมียม
- สร้างศูนย์การเรียนรู้ถาวร เพื่อบรรวบรวมฐานข้อมูล ประวัติ และต้นแบบผลิตภัณฑ์ ต่อยอดเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นและพื้นที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้
- ออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยใช้ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการทำงานร่วมกับนักออกแบบรุ่นใหม่ สร้างผลิตภัณฑ์แฟชั่นหรือของตกแต่งบ้านที่เข้ากับตลาดโลก



ตัวอย่างภูมิปัญญาที่สำคัญในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาค

ผลิตภัณฑ์ในการดำรงชีวิต

ประมงแปรรูป

จังหวัดระยอง



ประมงแปรรูป อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

ผลิตภัณฑ์ประมงแปรรูปในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง เป็นตัวอย่างสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเลอย่างรู้คุณค่าและคุ้มค่า จังหวัดระยองมีพื้นที่ชายฝั่งยาวกว่า 100 กิโลเมตร ทำให้การทำประมงเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชนชายฝั่งมาอย่างยาวนาน ส่งผลให้จังหวัดนี้ขึ้นชื่อด้านอาหารทะเลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลาย โดยเฉพาะในอำเภอแกลงซึ่งมีพื้นที่ประมงชายฝั่งสำคัญ เช่น บริเวณแหลมแม่พิมพ์จนถึงปากน้ำประแส ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวเอื้อให้ชุมชนมีวัตถุดิบคุณภาพสูงสำหรับการแปรรูปและยังคงรักษากรรมวิธีถนอมอาหารพื้นบ้านที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น

ภูมิปัญญาการแปรรูปอาหารทะเลในพื้นที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หลากหลายที่ใช้ทรัพยากรอย่างเต็มประสิทธิภาพแต่ละประเภทมีจุดเด่นเฉพาะตัว ได้แก่ (1) กะปิ ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์เด่นที่สุดของจังหวัด โดยใช้กุ้งเคยสดเป็นวัตถุดิบหลัก กะปิแท้ของระยองจะมีสีแดงอมม่วง เนื้อเนียน และมีกลิ่นหอมแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น เนื่องจากเคยในพื้นที่จับได้จากพื้นทราย ไม่ปนโคลนหรือกลิ่นสาบ อีกทั้งยังคง

กรรมวิธีการหมักดั้งเดิมที่สืบทอดมายาวนานจนกลายเป็นสินค้าประจำถิ่น (2) อาหารทะเลตากแห้ง เช่น ปลาแดดเดียว ปลาเค็ม กุ้งแห้ง และปลาหวาน เป็นวิธีถนอมอาหารที่ช่วยยืดอายุ เพิ่มมูลค่า และได้รับความนิยมทั้งในครัวเรือนและเป็นของฝาก (3) น้ำปลา ซึ่งมีชื่อเสียงด้านคุณภาพจากการใช้น้ำปลาสดที่จับได้จากทะเลพื้นทราย ทำให้น้ำปลาที่หมักมีรสชาติกลมกล่อมและไม่มีกลิ่นโคลนเจือปน และ (4) น้ำพริกที่ต่อยอดจากการใช้วัตถุดิบประมง เช่น กะปิหรือกุ้งแห้ง นับเป็นทั้งเครื่องปรุงพื้นบ้านและสินค้าสร้างรายได้เสริม

ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร (2567) ระบุว่าจังหวัดระยองมีวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ประมงแปรรูปจำนวน 81 กลุ่ม โดยมีการกระจุกตัวมากที่สุดในอำเภอเมืองระยอง 46 กลุ่ม ขณะที่อำเภอแกลงมี 15 กลุ่ม แม้จะมีจำนวนน้อยกว่า แต่มีความโดดเด่นด้านวัตถุดิบและภูมิปัญญาเฉพาะถิ่น โดยเฉพาะกะปิและน้ำปลา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงเป็นครัวเรือนหรือกลุ่มเล็ก ๆ ใช้แรงงานครอบครัวเป็นหลัก และแม้จะไม่ได้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน แต่ผลิตภัณฑ์ยังคงมีคุณภาพที่ได้รับการยอมรับในตลาดชุมชนและนักท่องเที่ยว



รายละเอียดของภูมิปัญญา

จำนวนวิสาหกิจชุมชน ประมงแปรรูป

จังหวัดระยอง

ที่มา: (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567)



เมืองระยอง 46 กลุ่ม

แกลง	15	ปลวกแดง	1
บ้านค่าย	10	เขาชะเมา	1
บ้านฉาง	4		
นิคมพัฒนา	4		

มาตรฐานและรางวัล

มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)



มาตรฐานการผลิตขั้นต้น หรือ Primary GMP (Primary Good Manufacturing Practice)



HACCP (Hazard Analysis and Critical Control)



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้จัดทำ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

มูลค่าการตลาด

ข้อมูลภาพรวม

ประมงแปรรูป

มูลค่าผลผลิตรวม 2,391 ล้านบาท

ปริมาณผลผลิต (3 อันดับแรก)

บางคล้า 714 ล้านบาท

วังจันทร์ 471 ล้านบาท

บ้านบึง 378 ล้านบาท

ช่องทางการจำหน่าย

ส่วนมากเน้นการขายในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นหลัก มีเพียงผู้ประกอบการมีชื่อเสียงบางรายที่ครอบคลุมทั้งช่องทางภายในประเทศ ออนไลน์ และการส่งออก

ร้านค้าปลีก

การรับไปจำหน่าย

อีคอมเมิร์ซ

ประเภทของประมงแปรรูป

กะปิ (เคย)

- ใช้กุ้งเคยสด
- ผลิตตามภูมิปัญญาดั้งเดิม
- มีชื่อเสียงเรื่องรสชาติกลมกล่อม กลิ่นหอม

อาหารทะเลตากแห้ง

ปลาทุ

ปลาหมึก

ปลาข้าวสาร

ปลาโอต้มฉุย

น้ำปลา

น้ำพริก

รางวัล

ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสินค้าของฝากที่มีชื่อเสียงของจังหวัดระยองสร้างมูลค่าเพิ่มและภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับชุมชน

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มเครือข่ายของผู้ประกอบการ

ผลการสำรวจรายชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (ม.ป.ป.) พบว่าในพื้นที่จังหวัดระยองมีจำนวนวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้านประมงแปรรูปทั้งหมด 81 กลุ่ม ตามรายชื่อดังต่อไปนี้

อำเภอเมืองระยอง		
1. ประมงเรือเล็กสวนสน 3	21. กลุ่มประมงพื้นบ้านทะเลงาม	42. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลกร่ำ
2. โครงการบ้านปลาบ้านชน	22. ประมงสามัคคีคลองแกลง	43. กลุ่มอาชีพชุมชนมาบข่า-สำนักอ้ายจอน
3. กลุ่มประมงเรือเล็กบ้านกรอกยายชา	23. กะปิ ชุมชนสำนักกะบาก	44. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งต้นเลียบ
4. ประมงเรือเล็กเก้ายอด	24. กลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านธรรมสถิต	45. คนเอาถ่าน
5. ประมงเรือเล็กหนองแพบ	25. กลุ่มผลิตกะปิบ้านหนองสนม	46. ส่งเสริมอาชีพบ้านหนองละลอกหมู่3
6. ชายฝั่งตำบลปากน้ำระยอง	26. แปรรูปอาหารวัดกรอกยายชา	อำเภอแกลง
7. ชมรมประมงเรือเล็กพื้นบ้าน อำเภอเมือง	27. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านศาลเจ้า	47. ส่งเสริมอาชีพเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
8. ประมงเรือเล็กตากวน - อ่าวประตู่	28. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านสะพานหิน	48. กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านทะเลน้อยระยองอี
9. กลุ่มประมงเรือเล็กหาดสุชาดา	29. กลุ่มประมงเลี้ยงปลาน้ำจืดแหลมมะขาม	49. บริษัท เจ พี จี โฟรเซน ฟู้ดส์ แอนด์ ฟรุ๊ต จำกัด
10. สะพานไม้ บ้านเพ	30. ผู้ให้บริการรถยนต์/เรือยนต์ตากวน-อ่าวประตู่	50. แม่บ้านชาวประมงดอกกราย
11. แม่บ้านอาหารทะเลแปรรูปตำบลเนินพระ	31. กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาบ้านตะพงนอก	51. ประมงเรือเล็กพื้นบ้านปลา-อู่ตะเภา
12. เนินพระพิวชั้นฟุต	32. กลุ่มสตรีแม่บ้านปากัน	52. พัฒนาและผลิตอาหารพื้นบ้าน บ้านหนองกบ
13. มายองแฉะปึก	33. กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาหนองตารส	53. ซอยประปา
14. เพื่อการใช้ประโยชน์ทางชีวภาพมาบตาพุด	34. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรปลวกเกตุ	54. ส่งเสริมอาชีพเกษตรกรบ้านแหลมยาง-ตรอกสมุทร
15. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านมาบจันทร์ ตำบลแกลง	35. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรเขาโบสถ์	55. แปรรูปผลิตภัณฑ์สินค้าปราชญ์ชุมชนบ้านหนองกรับ
16. ประมงพื้นบ้านกรอกยายชาเนินพระ	36. ท้องเที่ยวท้องถิ่นบ้านแหลมสน	56. บ้านหนองคอกหมูตำบลตาขัน
17. เลี้ยงหอยนางรมและแปรรูปเปลือกหอยของบ้านถนนนอก	37. กลุ่มแม่ครัวพานทอง	57. ปูนาท่าเสา หมู่ 4
18. อัตลักษณ์วิถีสวนพื้นถิ่นปากน้ำประแสร์	38. กลุ่มแม่บ้านบุญนา	58. กลุ่มสตรีบ้านซากเล็ก
19. บ้านเขาจันทร์	39. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสุนทรภู์	59. ป่าหวายรวมพลคนพอเพียง
20. ศูนย์เรียนรู้บ้านอาจารย์เป่า	40. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรเนินหย่องสามัคคี	60. กลุ่มเกษตรกรพึ่งตนเองตามรอยพ่อ
	41. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรธารเกษม ตำบลวังหว้า	61. ป่าหวายร่วมใจพัฒนาอาชีพ

อำเภอบ้านค่าย	69. กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านปากแพรก	อำเภอบ้านฉาง
62. ศูนย์จัดการดินปุ๋ยชุมชนตำบลแม่น้ำคู้	70. บ้านฉางพัฒนา	76. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองมะหาด
63. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลวังจันทร์	71. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรราชบัลลังก์	77. อาหารและขนมพื้นบ้านหนองน้ำเย็น
64. ห้องเที่ยวเชิงสุขภาพพ่อนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชาวบ้านตำบลเขา	อำเภอนิคมน้ำอ่าว	78. แห่ลมรุ่งเรืองสามัคคีพัฒนา
65. ประมงเรือเล็กเก้ายอด	72. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำพริกแกง หมู่1 ตำบลชากบก	79. แม่บ้านประมงเรือเล็กตากวน-อ่าวประดู่
66. ประมงเรือเล็กหนองแฟบ	73. แปรรูปข้าวเกษตรสัมพันธ์	อำเภอเขาชะเมา
67. กลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรและประมงบ้านหนองเงิน	74. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ใช้น้ำบ้านพลาสัมคคี	80. แม่บ้านเกษตรกรบ้านในอนุรักษ์
68. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชากม้นเทศ	75. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเชิงเขา	อำเภอปลวกแดง
		81. แปรรูปสมุนไพรหมู่ 6 ตำบลเชิงเนินระยอง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ภูมิศาสตร์พื้นที่เหมาะสมต่อการเป็นแหล่งวัตถุดิบ เข้าถึงวัตถุดิบทะเลสดใหม่ได้ต่อเนื่อง
- คุณภาพวัตถุดิบและภูมิปัญญาดั้งเดิม ใช้วัตถุดิบคุณภาพดี ผ่านกรรมวิธีหมัก-ตาก-ตำแบบดั้งเดิม
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่น เชื่อมโยงเรื่องราววิถีประมงพื้นบ้าน สร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและของฝากประจำถิ่น

จุดแข็ง (Strengths)

S

- อุปสงค์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ต่อเนื่อง ร้านอาหารในจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียงต้องการวัตถุดิบคุณภาพดี คนไทยในต่างประเทศมีความนิยมในการสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
- ยกระดับคุณภาพ ภาพลักษณ์ และมาตรฐาน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย การระบุโภชนาการ และการเข้าสู่มาตรฐานที่เหมาะสม เพื่อเข้าสู่ตลาดคุณภาพสูง
- ต่อยอดฐานการท่องเที่ยวและกิจกรรมจังหวัด ระยองมีทรัพยากรท่องเที่ยว ร้านอาหาร และงานเทศกาลจำนวนมาก ทดลองตลาดและแนวทางสื่อสารอัตลักษณ์อาหารทะเลท้องถิ่นร่วมมือกับหน่วยงานท่องเที่ยว

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

- โครงสร้างผู้ผลิตพึ่งพาผู้สูงอายุขาดผู้สืบทอด ความต่อเนื่องขององค์ความรู้เสี่ยงต่อการสูญหาย
- การเข้าสู่มาตรฐานยังจำกัด ผู้ผลิตจำนวนมากยังไม่เข้าสู่มาตรฐาน ขั้นพื้นฐาน อีกทั้งยังมองว่าการขอมาตรฐานนั้นมีขั้นตอนซับซ้อน ต้นทุนสูง และไม่เห็นความจำเป็นเมื่อขายได้ในตลาดท้องถิ่น
- ทักษะด้านการตลาด คอนเทนต์ดิจิทัลและการสร้างแบรนด์จำกัด
- ข้อจำกัดด้านวัตถุดิบและกำลังการผลิต วัตถุดิบบางอย่าง เช่น กุ้งเคย มีฤดูกาลชัดเจนและปริมาณผันผวน

อุปสรรค (Threats)

T

- ความผันผวนของทรัพยากรทะเลและสิ่งแวดล้อม ปริมาณหรือคุณภาพวัตถุดิบขึ้นกับฤดูกาลและสภาพแวดล้อมทางทะเล
- การแข่งขันจากพื้นที่ผลิตใกล้เคียงจังหวัดใกล้เคียงมีสินค้าประเภทเดียวกันในราคาต่ำกว่าและเครือข่ายกระจายสินค้าที่กว้าง
- ความผันผวนของต้นทุนและภาวะเศรษฐกิจ ราคาวัตถุดิบทะเล เกลือบรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่งมีแนวโน้มผันผวนตามฤดูกาลและเศรษฐกิจมหภาค ส่งผลต่อความสามารถในการกำหนดราคาและอัตรากำไรของผู้ผลิตรายย่อย

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- คัดเลือกตลาดเป้าหมายจำกัดความเสี่ยง เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีปริมาณจำกัด โดยอาจมุ่งเน้นที่ลูกค้า 2-3 กลุ่ม ที่สอดคล้องศักยภาพ
- จัดทำคู่มือมาตรฐานการแปรรูป และสุขอนามัยแบบเข้าใจง่าย พร้อมระบบการถ่ายทอดทักษะ เพื่อคงคุณภาพเมื่อมีการเปลี่ยนมือหรือขยายกำลังผลิต

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- การสร้างความแตกต่างเพื่อสู้กับสินค้าคู่แข่งราคาถูก
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันความเสื่อม และฉลากติดตามย้อนกลับ เพื่อให้สามารถตรวจสอบแหล่งวัตถุดิบ-วันผลิต เพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค
- สร้างปฏิทินการจัดการวัตถุดิบร่วมกับชาวประมงพื้นบ้าน เพื่อลดความเสี่ยงของคุณภาพหรือปริมาณ และกระจายความเสี่ยงต้นทุนในช่วงราคาวัตถุดิบผันผวน
- ตั้งกลไกขายรองรับกำลังซื้อที่เปลี่ยนแปลงตามเศรษฐกิจ

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- ผลักดันกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการขยายตลาดไปยังกลุ่มตลาดออนไลน์หรือของฝากพรีเมียม
- ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือภาคเอกชน เพื่อให้เข้ามาช่วยพัฒนาสื่อการตลาดสมัยใหม่ (TikTok, Influencer) และช่วยดึงดูดผู้เยี่ยมชมเข้ามาในพื้นที่อำเภอแกลง
- ผลักดันให้ผู้ประกอบการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อกระจายภาระงานและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว ดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้กลับมาสืบทอดกิจการ

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- ยกระดับกระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ สร้างตรารับรองระดับชุมชน และฉลากที่สามารถเล่าเรื่องภูมิปัญญา
- ออกแบบชุดของฝากพรีเมียมและบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยที่สื่อถึงจุดเด่นของพื้นที่ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และปรับรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับร้านของฝาก
- พัฒนาแบรนด์หรือร้านค้าออนไลน์มาตรฐานเดียวกันของชุมชน พร้อมคอนเทนต์จุดแข็งวัตถุดิบ-กรรมวิธี และระบบการส่งออกไปต่างประเทศ
- เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมเข้าด้วยกัน เพิ่มรายได้จากค่ากิจกรรมพร้อมการปลูกฝังความรู้ด้านภูมิปัญญา



สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง

เมืองเก่าฉะเชิงเทรา

จังหวัดฉะเชิงเทรา



เมืองเก่าฉะเชิงเทรา

อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

เมืองเก่าฉะเชิงเทราเป็นพื้นที่ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน ผ่านองค์ประกอบทางกายภาพ ได้แก่ ตึก อาคาร และสถานที่สำคัญภายในเขตเมืองเก่า การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องระบุว่า วัดโสธรวรารามวรวิหารเป็นศาสนสถานที่มีศักยภาพสูงในการส่งเสริมและยกระดับคุณค่าของพื้นที่ ทั้งในด้านกายภาพ เนื่องจากมีพื้นที่ขนาดใหญ่และตั้งอยู่ริมแม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตและการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออก นอกจากนี้พื้นที่ยังประกอบด้วยตลาดทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมอาหารท้องถิ่นและสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารของเมืองเก่าได้อย่างโดดเด่น

ขอบเขตพื้นที่เมืองเก่ามีเนื้อที่รวม 3.96 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,475.69 ไร่ อยู่ภายใต้การปกครองของเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา ครอบคลุมองค์ประกอบทางกายภาพและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและความสำคัญ (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2564) จากการศึกษาโดยวิลาวัณย์ ภูมิสุวรรณ และคณะ (2563) พบว่า องค์ประกอบเมืองที่มีศักยภาพของเมืองเก่าฉะเชิงเทราประกอบด้วย 4 ประเภทหลัก ได้แก่

- สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ แม่น้ำบางปะกง คลองท่าไข่และประตูน้ำท่าไข่ และคลองกลาง
- สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) ป้อมและกำแพงเมืองฉะเชิงเทรา และ (2) ศาสนสถาน จำนวน 12 แห่ง ได้แก่ วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ (วัดเมือง) วัดภิกขุสังฆาราม (วัดแหลมไต้) วัดอุภัยภาติการาม (วัดช้างปอก) วัดเทพนิมิตร วัดพยัคฆอินทาราม (วัดเจตีย์) วัดสายชล ณ รั้งสี วัดจินประศาสน์ (วัดเล่งฮกยี่) วัดเขตน้บ่อ ศาลหลักเมืองฉะเชิงเทรา ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา และศาลเจ้าแม่กวนอิมลอยน้ำ
- อนุสรณ์สถาน จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ อนุสาวรีย์พระยาศรีสุนทรโวหาร (น้อย อาจารยางกูร)
- มรดกสถาปัตยกรรม จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ (1) ตำนกกรมหมื่นมรุพงษ์ศิริพัฒน์ (2) อาคารสำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์จังหวัดฉะเชิงเทรา (ศาลาว่าการมณฑลปราจีน) (3) อาคารพุทธสมาคมฉะเชิงเทรา (ศาลาว่าการมณฑลปราจีน) (4) อาคารไรรณีย์หลังเก่า (5) อาคารไม้สักร้อยปี กองบัญชาทหารบกมณฑลปราจีน (6) อาคารสถานีตำรวจภูธรฉะเชิงเทรา (7) ชุมชนหน้าเมืองหรือตลาดหน้าเมือง (8) ย่านตลาดบ้านใหม่ (9) ย่านการค้าตลาดทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ และ (10) กลุ่มย่านการค้าบริเวณปากคลองท่าไข่



สถานการณ์อนุรักษ์

ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกรุงรัตนโกสินทร์และเมืองเก่า พ.ศ. 2564 เมืองเก่าฉะเชิงเทราได้รับการประกาศเขตเมืองเก่าเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักคือ สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดฉะเชิงเทรา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2567) ภายในเขตเมืองเก่าประกอบด้วยโบราณสถานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วจำนวน 8 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ประเภทศาสนสถานทางพุทธศาสนา และอาคารสถาปัตยกรรมสำคัญ ได้แก่ กำแพงเมืองฉะเชิงเทรา วัดโสธรวรารามวรวิหาร วัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎ์ (วัดเมือง) วัดสายชล ณ รั้งชี (วัดแหลมบน) วัดพยัคฆอินทาราม (วัดเจดีย์) อาคารศาลากลางจังหวัดฉะเชิงเทราหลังเก่า อาคารพุทธสมาคมฉะเชิงเทรา และอาคารไพบรณีย์หลังเก่า (สำนักศิลปากรที่ 5 ปราจีนบุรี, ม.ป.ป.)

การประชาสัมพันธ์

หน่วยงานในพื้นที่ไม่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยตรง อย่างไรก็ตามพบว่า มีเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น Tripadvisor Wongnai Sanook และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

นอกจากนี้ยังมีแหล่งโบราณสถานและโบราณคดีที่กรมศิลปากรได้สำรวจและจัดเก็บข้อมูลไว้แล้วแต่ยังไม่ได้ประกาศขึ้นทะเบียน รวมทั้งสิ้น 11 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ประเภทศาสนสถานทางพุทธศาสนา ที่ยังคงมีการใช้งานในปัจจุบัน เช่น วัดภิกขุสังฆาราม วัดอุทัยภาติการาม (วัดชำปอก) วัดจีนประชาสโมสร (วัดเล่งฮกยี่) ศาลหลักเมืองฉะเชิงเทรา ตลอดจนแหล่งอาคารและสถานที่สำคัญในเขตเมือง เช่น ตำหนักกรมหมื่นมรุพงษ์ศิริพัฒน์ (จวนผู้ว่าราชการจังหวัดหลังเก่า) ประตูนํ้าท่าไข่ ชุมชนตลาดหน้าเมือง ตลาดทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ สถานีตำรวจภูธรเมืองฉะเชิงเทรา และอาคารไม้สัก 100 ปี (สำนักศิลปากรที่ 4 ลพบุรี, ม.ป.ป.)



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและมีศักยภาพ เมืองเก่าฉะเชิงเทรา มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพสูง
- ท่าเลที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ เมืองเก่าฉะเชิงเทรามีพื้นที่ตั้งอยู่ใกล้กับ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสนามบินสุวรรณภูมิ อีกทั้ง มีระบบคมนาคมที่สะดวกสบายทั้งทางรถยนต์และรถไฟ ซึ่งเป็น จุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

- แนวทางการพัฒนาเขตเมืองเก่า หน่วยงานในจังหวัดฉะเชิงเทราได้ เริ่มประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการผลักดันแนวทางการพัฒนาเมือง
- นโยบายสนับสนุนจากโครงการ EEC นโยบายของรัฐบาลสนับสนุน การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (East Economic Corridor: EEC) ส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยว เชิงคุณค่าในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

จุดแข็ง (Strengths)

S

โอกาส (Opportunities)

O

จุดอ่อน (Weaknesses)

W

อุปสรรค (Threats)

T

- ความเสื่อมโทรมของอาคาร อาคารและสถาปัตยกรรมเก่าแก่เริ่มเสื่อมโทรม ลงตามกาลเวลา หากขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสมจะทำให้คุณค่าทาง ประวัติศาสตร์ลดลง
- เศรษฐกิจในพื้นที่ซบเซา จากการขาดกิจกรรมที่น่าสนใจหรือไม่สอดคล้องกับ ความต้องการของคนรุ่นใหม่
- การสูญเสียอัตลักษณ์ทางพื้นที่ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวิถีชีวิต รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางสถาปัตยกรรม (Modern Building) เข้ามาใน พื้นที่เมืองเก่า ส่งผลให้เกิดการลดทอนคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นและ เอกลักษณ์ของเมืองเก่า

- การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม การพัฒนาพื้นที่ชุมชนเดิมให้เป็น แหล่งท่องเที่ยว อาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้อยู่อาศัยดั้งเดิม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอัตลักษณ์ของความเป็นชุมชนเมืองเก่า
- เมืองเก่าฉะเชิงเทราต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากจังหวัด ใกล้เคียง
- ข้อจำกัดทางกฎหมาย การใช้ประโยชน์ในเขตเมืองเก่ายังมีข้อจำกัด ด้านกรรมสิทธิ์ เนื่องจากพื้นที่ในเขตเมืองเก่าส่วนใหญ่เป็นที่ดิน ราชพัสดุกรมธนารักษ์และทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ ส่งผลให้การ ใช้งานในเขตพื้นที่ดังกล่าวเป็นไปได้ยาก

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- จัดทำแผนบริหารจัดการพื้นที่เมืองเก่าที่ชัดเจน ครอบคลุมเรื่องสิทธิการใช้ที่ดิน การปรับปรุงอาคาร และการอนุรักษ์ เพื่อแก้ไขข้อจำกัดทางกฎหมาย
- สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในการบำรุงรักษาอาคารและฟื้นฟูเศรษฐกิจ เพื่อป้องกันการเสื่อมโทรมและการสูญเสียเอกลักษณ์
- ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน ที่เน้นคุณค่ามากกว่าปริมาณ

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ใช้ความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชนในการมีส่วนร่วมตรวจสอบและกำหนดทิศทางการลงทุน เพื่อป้องกันผลกระทบจากการเข้ามาของทุนภายนอกที่อาจทำลายอัตลักษณ์
- พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสถาปัตยกรรมและมรดกท้องถิ่น เพื่อสร้างแบรนด์เมืองเก่าระยองที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ใช้โครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่พร้อมจัดกิจกรรมเป็นเครื่องมือสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า โดยจัดระบบการบริหารจัดการที่เคารพวิถีชีวิตของคนในชุมชน

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- จัดทำโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาคารเก่า โดยอาศัยงบประมาณและแรงสนับสนุนจากนโยบาย EEC เพื่อชะลอการเสื่อมโทรมและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว
- สร้างกิจกรรมสร้างสรรค์และร่วมสมัย เช่น งานเทศกาล ศิลปะร่วมสมัย ตลาดสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่และฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่
- ใช้แนวทางการพัฒนาเมืองเก่าของจังหวัดเป็นกรอบในการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการปรับพื้นที่รองรับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- พัฒนา “เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม-ประวัติศาสตร์” โดยเชื่อมโยงวัด ตลาดเก่า พื้นที่ริมแม่น้ำ และโบราณสถาน เข้ากับโครงการและนโยบายพัฒนาของจังหวัดและ EEC
- ส่งเสริมเมืองเก่าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพใกล้กรุงเทพฯ อาศัยทำเลที่ตั้งและระบบคมนาคมที่สะดวก ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่เดินทางจากสุวรรณภูมิ
- ใช้ความร่วมมือของหน่วยงานท้องถิ่นและภายนอกในการบูรณะอาคารเก่าและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้กลายเป็น “ศูนย์กลางการเรียนรู้ประวัติศาสตร์-วัฒนธรรม” ของจังหวัด



สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง

เมืองเก่าระยอง

จังหวัดระยอง



เมืองเก่าระยอง

อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ประวัติความเป็นมา - จุดเด่นของภูมิปัญญา

ย่านเมืองเก่าระยอง (ย่านยมจินดา) เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการอนุรักษ์และพัฒนาต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่สะสมมาตั้งแต่อดีต โดยในเชิงกายภาพพื้นที่ดังกล่าวมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงพื้นถนนเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการสัญจร การจัดทำที่จอดรถ การนำสายไฟฟ้าลงดิน ตลอดจนการบูรณะอาคารบ้านเรือนให้มีความแข็งแรง ควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งความเก่าแก่และเอกลักษณ์ดั้งเดิม

ตามประกาศคณะกรรมการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์และเมืองเก่า ได้กำหนดพื้นที่เมืองเก่าระยอง ครอบคลุมพื้นที่ 0.11 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 67.10 ไร่ (สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดระยอง, 2564) ภายใต้การดูแลของเทศบาลนครระยอง โดยพื้นที่ดังกล่าวมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมสำคัญ ซึ่งสะท้อนคุณค่าและบทบาทของเมืองระยองในฐานะมรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในย่านมีความหลากหลาย ทั้งอาคารสมัยใหม่ (Modern Style) อาคารแบบจีน สถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส (Sino-Portuguese) ตลอดจนสิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและศาสนา เช่น

ศาลเจ้าแม่ทับทิมระยอง ร้านศรีประดิษฐ์ ดึกเก้าแก่เทียน ดึกกี้ฟง บ้านสตัยอุดม บ้านมาลีวนิชย์ บ้านเจ้าเมือง (ตระกูลยมจินดา) และบ้านบุญศิริ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดสะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองของชุมชนการค้าชาวจีนและความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่

ย่านเมืองเก่าระยองยังเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เช่น ดึกกี้ฟงที่ถูกพัฒนาให้เป็นทั้งร้านกาแฟและพื้นที่จัดกิจกรรมทางศิลปะ นิทรรศการ และเวิร์กช็อป ขณะที่ร้านศรีประดิษฐ์ได้ปรับเปลี่ยนเป็นศูนย์การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ บ้านมาลีวนิชย์ในฐานะอาคารไม้ดั้งเดิมที่ก่อสร้างด้วยเทคนิคฝีมือช่างจีน เช่น ผนังบานเกล็ดและประตูบานเฟี้ยม ยังเป็นหลักฐานเชิงกายภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการค้าของชุมชนจีนในอดีต



สถานะการอนุรักษ์

ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกรุงรัตนโกสินทร์และเมืองเก่า พ.ศ. 2564 เมืองเก่าระยอง ได้รับการประกาศเขตเมืองเก่าเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักคือสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จังหวัดระยอง (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2567) อย่างไรก็ตาม ภายในขอบเขตพื้นที่เมืองเก่าระยองยังไม่พบการขึ้นทะเบียนโบราณสถานโดยกรมศิลปากร แต่สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ระบุแหล่งศิลปกรรมที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ ได้แก่ ดึกกี้พง (ดึกพ่อสิงห์-แม่กราย) บ้านสัตย์อุดม (พิพิธภัณฑสถานเมืองระยอง) และศาลเจ้าแม่ทับทิม (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ม.ป.ป.)

การประชาสัมพันธ์

ประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านเพจ Facebook เช่น เพจถนนยมจินดา ระยอง เทียวเมืองเก่าระยอง โดยคนในพื้นที่เมืองเก่า และเพจประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง โดยสำนักประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง นอกจากนี้ยังพบเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว



ตัวอย่างภูมิปัญญาที่สำคัญในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

- ย่านเมืองเก่ามีเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่สะท้อนพัฒนาการของเมืองอย่างชัดเจน โดยตึก อาคาร บ้านเรือนในพื้นที่ยังคงสถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล (Colonial Style) และอาคารไม้ดั้งเดิม ซึ่งเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมของไทย จีน และตะวันตก
- มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว
- มีการรวมกลุ่มของเครือข่ายภาคประชาชนที่เข้มแข็ง มีช่วงวัยหลากหลายซึ่งสะท้อนพลังของการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนในกระบวนการพัฒนาเมือง

จุดแข็ง (Strengths)



โอกาส (Opportunities)

- กลุ่มอาคารในย่านเมืองเก่าสามารถนำมาใช้จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมความมีชีวิตชีวาให้กับย่าน
- เมืองเก่าระยองถูกระบุในแผนแม่บทว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงที่สามารถพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนได้
- นโยบายสนับสนุนจาก EEC จังหวัดระยองเป็นหนึ่งในพื้นที่หลักของการพัฒนาโครงการดังกล่าว ซึ่งมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม นับว่าเอื้อต่อการพัฒนาเมืองและการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าในพื้นที่อย่างมีศักยภาพ

จุดอ่อน (Weaknesses)



อุปสรรค (Threats)

- ความเสื่อมโทรมทางกายภาพ อาคารและสถาปัตยกรรมเริ่มเสื่อมโทรมตามกาลเวลา ส่งผลต่อความยั่งยืนของตัวอาคารและการสืบทอดคุณค่าทางประวัติศาสตร์
- การขาดการส่งเสริมกิจกรรมภายในย่านให้เกิดความต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังการกระจายรายได้ที่ลดลง
- การเปลี่ยนแปลงทางสังคม วิถีชีวิต ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ ที่เริ่มมีการก่อสร้างในพื้นที่เมืองเก่า ส่งผลให้เกิดการลดทอนคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของเมืองเก่า

- แม้ย่านเมืองเก่าจะถูกรวมไว้ในแผนแม่บทการพัฒนาของจังหวัด แต่รายละเอียดของแผนยังขาดความชัดเจน ส่งผลให้การสนับสนุนงบประมาณและการดำเนินงานขาดความต่อเนื่อง
- การพัฒนาธุรกิจภายในย่านโดยกลุ่มทุนซึ่งเป็นคนภายนอกพื้นที่ อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่ หากขาดความตระหนักและเข้าใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แท้จริงของย่านเมืองเก่า
- การพัฒนาย่านเมืองเก่าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้อยู่อาศัยดั้งเดิม ซึ่งหากไม่สามารถปรับตัวได้และเกิดการย้ายออกจากพื้นที่ จะส่งผลอย่างยิ่งต่ออัตลักษณ์และความเป็นชุมชนดั้งเดิม

โอกาสการพัฒนา (CSV)

WT

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

- จัดทำแผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าเฉพาะพื้นที่ที่มีความชัดเจน ครอบคลุมการบูรณะอาคาร การใช้ที่ดิน และมาตรการป้องกันการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์
- จัดตั้งกองทุนหรือกลไกสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับทุนภายนอกได้ และป้องกันการสูญเสียสิทธิในพื้นที่
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนแบบมีส่วนร่วม โดยกำหนดมาตรการลดผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน เช่น จำกัดกิจกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือกำหนดโซนนิ่งพื้นที่พัฒนา

ST

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

- ใช้ความเข้มแข็งของเครือข่ายชุมชนในการมีส่วนร่วมตรวจสอบและกำหนดทิศทางการลงทุน เพื่อป้องกันผลกระทบจากการเข้ามาของทุนภายนอกที่อาจทำลายอัตลักษณ์
- พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสถาปัตยกรรมและมรดกท้องถิ่น เพื่อสร้างแบรนด์เมืองเก่าระยองที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น
- ใช้โครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่พร้อมจัดกิจกรรมเป็นเครื่องมือสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า โดยจัดระบบการบริหารจัดการที่เคารพวิถีชีวิตของคนในชุมชน

WO

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- ใช้งบประมาณและการสนับสนุนจากแผนพัฒนาจังหวัดและนโยบาย EEC ในการฟื้นฟูอาคารเก่าเพื่อลดปัญหาความเสื่อมโทรม
- จัดกิจกรรมสร้างสรรค์และต่อเนื่องในพื้นที่ เช่น ตลาดวัฒนธรรม งานศิลปะร่วมสมัย หรือกิจกรรมเชิงนวัตกรรม เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจซบเซาและดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่
- จัดทำแนวทางการพัฒนาที่รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ เช่น การกำหนดมาตรการควบคุมอาคารใหม่ให้กลมกลืนกับเมืองเก่า

SO

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- นำสถาปัตยกรรมโคโลเนียลและอาคารไม้ดั้งเดิมมาสร้างเป็น “พื้นที่จัดกิจกรรมวัฒนธรรม” เชื่อมโยงกับแผนพัฒนาจังหวัดและนโยบาย EEC เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว
- ใช้โครงสร้างพื้นฐานที่ปรับปรุงแล้ว (เช่น ถนน ทางเดิน พื้นที่จอดรถ) สนับสนุนการจัดงานเทศกาลหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจ
- เสริมบทบาทของเครือข่ายชุมชนในการบริหารจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความยั่งยืนและเพิ่มการมีส่วนร่วม

4 โครงการต้นแบบตัวอย่างการพัฒนา



โครงการตัวอย่างที่ 1

โครงการส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผ่านการประยุกต์ใช้วัสดุเหลือทิ้งและเทคโนโลยีทางการเกษตร

อาหาร-ผลไม้แปรรูป, ขອງใช้ของตกแต่ง-เครื่องจักสาน, อาหาร-ประมงแปรรูป



โครงการส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการประยุกต์ใช้วัสดุเหลือทิ้งและเทคโนโลยีทางการเกษตร

ส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการประยุกต์ใช้วัสดุเหลือทิ้งและเทคโนโลยีทางการเกษตร โดยมุ่งเน้นเศรษฐกิจแบบองค์รวมในมิติด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio Circular and Green Economy: BCG Economy) เพื่อยกระดับคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรและเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูกพืชเกษตรกรรมทุกกลุ่ม เช่น ข้าว พืชไร่ พืชสวน ไม้ดอกไม้ประดับ ให้เกิดมาตรฐานความปลอดภัยและปริมาณผลผลิตทางการเกษตรที่แม่นยำ ลดความเสี่ยงต่อห่วงโซ่การผลิตในระบบอุตสาหกรรมแปรรูปจากความไม่แน่นอนของคุณภาพและปริมาณผลผลิตทางการเกษตรตามแนวคิดเกษตรอินทรีย์ (Organic Farming) และเกษตรอัจฉริยะ (Smart Agriculture) โดยมีพืชเศรษฐกิจนำร่องในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ ข้าวขาวดอกมะลิ 105 (จังหวัดฉะเชิงเทรา) สับปะรดศรีราชา (จังหวัดชลบุรี) และทุเรียนหมอนทองระยอง (จังหวัดระยอง) ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

โครงการส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการประยุกต์ใช้วัสดุเหลือทิ้งฯ อาศัยกลยุทธ์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการผ่านการสร้างคลัสเตอร์เกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ ให้ผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสามารถเข้าถึงอาหารปลอดภัย ช่วยสร้างความเข้าใจต่อคุณค่าของผลผลิตและส่งเสริมภาพลักษณ์ “เมืองอาหารปลอดภัย” ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก รวมถึงการนำหลักคิด 3Rs ได้แก่ ลดการใช้ (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) จากการนำผลผลิตทางการเกษตรและของเหลือทิ้งทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นปุ๋ยชีวภาพ ผลิตภัณฑ์หรือวัสดุใหม่ เพื่อนำกลับไปใช้ใหม่ และสร้างเครือข่ายนวัตกรรมเกษตรและธุรกิจจากฐานความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาดั้งเดิม เพื่อแก้ปัญหาวิกฤตการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น



ปัญหา

ความผันผวนและการตกต่ำของราคาผลผลิต

จากสาเหตุหลายปัจจัย เช่น ผลผลิตทางการเกษตรล้นตลาด การบังคับเก็บเกี่ยวก่อนฤดูกาลในช่วงที่ผลผลิตมีราคาสูง ปัญหาคอขวดในการส่งออกเนื่องจากสารพิษตกค้าง รวมถึงนโยบายกีดกันทางการค้าและการแข่งขันของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ผู้บริโภคได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพลดลง พ่อค้าคนกลางรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในราคาต่ำ

การขาดแคลนแรงงานและวิกฤตการสืบทอด

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรและสังคมผู้สูงอายุ คนรุ่นใหม่หันไปประกอบอาชีพอื่นนอกภาคการเกษตร ส่งผลต่อการขาดแคลนแรงงานในการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การคัดแยกของเหลือทิ้งทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการบริหารจัดการการผลิตเพื่อจำหน่ายโดยตรงสู่ผู้บริโภค รวมถึงปัญหาในเชิงพื้นที่จากการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินเกษตรกรรมเพื่อการอยู่อาศัยและการอุตสาหกรรม

ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและของเหลือทิ้งทางการเกษตร

ปัจจุบันเกษตรกรนิยมใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชส่งผลต่อต้นทุนในการเพาะปลูกและผลกระทบต่อสภาพดิน น้ำ และอากาศ เนื่องจากการฟุ้งกระจายของสารเคมี โดยเฉพาะในขั้นตอนหลังการเก็บเกี่ยวข้าวมีของเหลือทิ้งทางการเกษตรเป็นจำนวนมาก เช่น ฟางข้าว ตอซังข้าว ทำให้เกิดการเผาตอซังข้าวที่กระทบต่อคุณภาพอากาศและปริมาณฝุ่นควันในพื้นที่

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ส่งผลต่อการรักษาภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมวิถีชีวิตเกษตรกรรมในการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญในพื้นที่ เช่น ข้าว สับปะรด ทุเรียน ไม่ว่าจะเป็นฝนตกชุก น้ำท่วม หรือภัยแล้ง ทำให้ประสิทธิภาพการเพาะปลูกและคุณภาพของผลผลิตลดลง เนื่องจากการบังคับเก็บเกี่ยวก่อนฤดูกาล

ปัญหาการสวมสิทธิ์และการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค

ข้อจำกัดในการตรวจสอบและรับรองแหล่งที่มาของผลผลิต ทำให้เกิดปัญหาการสวมสิทธิ์ผลผลิตจากแหล่งอื่นในช่วงนอกฤดูกาล รวมถึงการตระหนักรับรู้คุณค่า และมาตรฐานความปลอดภัยของผลผลิตยังขาดความแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคต่อความเข้าใจด้านอาหารปลอดภัย และผลผลิตอินทรีย์

โครงการส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์เพื่อเมืองอาหารปลอดภัย

เป็นการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเกษตรอินทรีย์ให้แก่วิสาหกิจชุมชนและเกษตรกรรายย่อยในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเปลี่ยนแปลงกระบวนการเพาะปลูกจากการเกษตรเคมีสู่การเกษตรอินทรีย์ โดยหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ยเคมี สารกำจัดศัตรูพืช หรือยาฆ่าหญ้า ทดแทนด้วยปุ๋ยหมักและปุ๋ยคอกทดแทนจากของเหลือทิ้งทางการเกษตรและเศษอาหารเหลือทิ้งจากเครือข่ายธุรกิจภาคบริการและการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มาตรฐานของผลผลิตการ

เกษตรอินทรีย์ที่มีความปลอดภัยและอรรถประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสนับสนุนเกษตรกรจากการรับซื้อผลผลิตโดยตรง เพื่อเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคและแรงงานในพื้นที่ให้มีโอกาสเข้าถึงอาหารปลอดภัย สร้างภาพลักษณ์ของเมืองอาหารปลอดภัยจากมาตรฐานผลผลิตการเกษตรอินทรีย์ให้เกิดการรับรู้เป็นวงกว้าง

โครงการสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่สู่เกษตรอัจฉริยะ

สนับสนุนเกษตรกรรายย่อยให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรอัจฉริยะในการนำเทคโนโลยีทางการเกษตรและอุปกรณ์อัจฉริยะมาช่วยเพิ่มคุณภาพผลผลิตและประสิทธิภาพการเพาะปลูกที่แม่นยำ ผ่านการสนับสนุนองค์ความรู้ ทักษะ ทรัพยากร เครื่องมือ และเครื่องจักร เช่น การจำหน่ายอุปกรณ์และเทคโนโลยีในราคาพิเศษผ่าน

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและวิสาหกิจชุมชนในการบริหารจัดการและทดลองใช้เทคโนโลยีร่วมกัน รวมถึงการสร้างโรงเรือนหรือแปลงต้นแบบสำหรับพืชพันธุ์แต่ละประเภท เพื่อเป็นการถอดบทเรียนและเป็นตัวอย่างให้เกษตรกรเห็นถึงผลลัพธ์จากการนำเทคโนโลยีมาใช้จริง

โครงการแปรรูปของเหลือทิ้งทางการเกษตรเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

รับซื้อผลผลิตและของเหลือทิ้งทางการเกษตรจากเกษตรกรรายย่อย เพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หรือวัสดุใหม่ รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตผ่านเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาคการศึกษา เพื่อพัฒนา

สตาร์ทอัพ (Startup) จากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อมที่ต่อยอดจากภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมในท้องถิ่น เช่น การผลิตกระดาษหรือหนังสือพิมพ์จากใบสับปะรด การผลิตวัสดุตกแต่งหรือบรรจุภัณฑ์จากฟางและเกล็ด

กลยุทธ์ในการพัฒนา

การพัฒนาคลัสเตอร์เกษตรอินทรีย์

ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรในการบริหารทรัพยากรร่วมกันแบบครบวงจร ตั้งแต่การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ การบริหารจัดการทุนและทรัพยากรร่วมกัน รวมถึงการรับรองมาตรฐานผลผลิตการเกษตรอินทรีย์ และการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงในลักษณะเครือข่ายให้ผู้บริโภคและแรงงานได้เข้าถึงอาหารปลอดภัย

การร่วมลงทุนในแพลตฟอร์มเกษตรอัจฉริยะ

สนับสนุนทุน ทรัพยากร และองค์ความรู้ด้านเกษตรอัจฉริยะและเกษตรแม่นยำให้แก่เกษตรกรรายย่อย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกและคุณภาพผลผลิตการเกษตร รวมถึงการลดต้นทุนแรงงาน

การลงทุนในธุรกิจแปรรูปวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร

การศึกษา วิจัย และพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปของเหลือทิ้งทางการเกษตรมาแปรรูปผลิตภัณฑ์หรือวัสดุใหม่ เพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้ทางธุรกิจจากการนำวัสดุเหลือทิ้งกลับมาใช้ใหม่

การพัฒนาเครือข่ายนวัตกรรมเกษตร

จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจร่วมกับวิสาหกิจชุมชน ผ่านความร่วมมือกับภาคเอกชน และภาคการศึกษาในการต่อยอดนวัตกรรมและเทคโนโลยีการเกษตรให้เกิดวิสาหกิจเริ่มต้นหรือสตาร์ทอัพ (Startup) จากฐานภูมิปัญญาดั้งเดิม

โอกาสทางธุรกิจ

การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

และการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Environment, Social and Governance – ESG) ลดแรงต้านในการดำเนินธุรกิจ ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์เชิงบวกกับชุมชนและแรงงานในพื้นที่

ผลผลิตคุณภาพสูงและมีความแม่นยำในเชิงปริมาณและคุณภาพ

ในงานอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ลดความเสี่ยงต่อห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในการดำเนินธุรกิจ และสร้างฐานข้อมูลทางการเกษตร เพื่อคาดการณ์และวางแผนธุรกิจได้อย่างแม่นยำ

การสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง

จากการแปรรูปของเหลือทิ้งทางการเกษตรเป็นวัสดุและผลิตภัณฑ์ใหม่ และจากการนำผลผลิตทุกส่วนมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ช่วยลดของเสียในระบบห่วงโซ่การผลิตและการเพิ่มเครดิตด้านสิ่งแวดล้อม

สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตรใหม่

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรมร่วมกับภาคการศึกษาและเกษตรกรรุ่นใหม่ในพื้นที่

แผนการดำเนินงาน

ระยะที่ 1 (ระยะสั้น 1 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การสร้างเครือข่ายและถ่ายทอดความรู้
- การจัดตลาดนัดเกษตรอินทรีย์
- การให้ความรู้และสนับสนุนการทดลองใช้
- การสร้างแปลงต้นแบบเกษตรอินทรีย์
- การวิจัยและพัฒนาศักยภาพ
- การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีพื้นฐาน

ระยะที่ 2 (ระยะกลาง 2-5 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การยกระดับมาตรฐานและเพิ่มมูลค่า
- การสร้างเครือข่ายธุรกิจ
- การจัดตั้งกองทุนเกษตรอินทรีย์
- การพัฒนาทักษะขั้นสูง
- การลงทุนในธุรกิจแปรรูป
- การเชื่อมโยงตลาดอุตสาหกรรม

ระยะที่ 3 (ระยะกลาง 5-10 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การสร้างระบบเกษตรอินทรีย์ครบวงจร
- การยกระดับสู่ตลาดพรีเมียม
- การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง
- การส่งเสริมสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีเกษตร
- การสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่สมบูรณ์
- การสร้างทรัพย์สินทางปัญญา





ความปลอดภัยของผลผลิตทางการเกษตร

จากจำนวนเกษตรกรรายย่อยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร (GAP) เพิ่มขึ้น รวมถึงมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) หรือมาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture Certification Thailand – ACT)



การพัฒนาทักษะและขีดความสามารถทางการเกษตรสมัยใหม่

จากการเพิ่มจำนวนเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ได้รับการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเกษตร เช่น การควบคุมโดรนเพื่อการเกษตร การใช้เครื่องจักรทางการเกษตรสมัยใหม่ การใช้อุปกรณ์อัจฉริยะเพื่อตรวจวัดคุณภาพดินและน้ำผ่านระบบ IoT (Internet of Things) ผ่านแอปพลิเคชันในการสั่งการอุปกรณ์ รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เพื่อวางแผนการบริหารจัดการแปลงเกษตรกรรม



ผลิตภัณฑ์หรือวัสดุจากของเหลือทิ้งทางการเกษตร

จากจำนวนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการแปรรูปของเหลือทางการเกษตรที่สามารถลดปริมาณของเหลือทิ้งทางการเกษตร

รูปแบบผลลัพธ์



สินค้า



บริการ

ผู้ได้รับผลประโยชน์

ทางตรง



เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 105 กลุ่ม



กลุ่มผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมแปรรูป

ทางอ้อม



หน่วยงานภาครัฐ



สถาบันการศึกษา
และหน่วยงานวิจัยในพื้นที่



ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว
ภายในและภายนอกจังหวัด

โครงการต้นแบบตัวอย่างการพัฒนา

หุ้นส่วนความร่วมมือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชลบุรี สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
- หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์วิจัยข้าวฉะเชิงเทรา ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมดิจิทัล

- อุตสาหกรรมหุ่นยนต์

อุตสาหกรรม BCG

- อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

อุตสาหกรรมบริการ

- อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- อุตสาหกรรมพัฒนาบุคลากรและการศึกษา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรมจังหวัด สมาคมโรงสีข้าวไทย สมาคมอุตสาหกรรมสับปะรดไทย สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย สมาคมทุเรียนไทย สมาคมผู้ผลิตทุเรียนไทย ฯลฯ
- เครือข่ายมหาวิทยาลัยในพื้นที่

คุณค่าและผลกระทบ

1) คุณค่าด้านสังคม



ช่วยรักษาภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรม
วิถีชีวิตเกษตรกรรมจากการปลูกพืชเศรษฐกิจ
ในท้องถิ่นและพืชเกษตรกรรมที่ได้รับการ
ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
(GI)



ยกระดับทักษะอาชีพเกษตรกรผ่าน
นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกร
รุ่นใหม่



เสริมสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกร
ผู้ประกอบการและผู้บริโภคในพื้นที่สร้าง
ภาพลักษณ์เมืองอาหารปลอดภัยในเขต
พัฒนาพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก



ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ
ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม รวมถึง
ชุมชนและเกษตรกรรายย่อย ให้เกิดความ
ภาคภูมิใจในการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกัน
อย่างยั่งยืน

2) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ



สร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตทางการเกษตรผ่านมาตรฐาน
ผลผลิตอินทรีย์และแนวคิดอาหารปลอดภัยที่เป็นมิตร
กับผู้บริโภค



ขยายโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ
โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าการเกษตรที่มี
คุณภาพและปลอดภัย



สร้างงานและรายได้ให้กับชุมชนและคนในท้องถิ่น
จากการแปรรูปวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร

3) คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม



ลดการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและการฟุ้งกระจายของ
ละอองสารเคมีในภาคการเกษตร เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม
ช่วยฟื้นฟูสภาพดิน คุณภาพน้ำ และคุณภาพอากาศ



ส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรอย่างยั่งยืน
ด้วยการเกษตรแม่นยำ ลดของเหลือทิ้งทางการเกษตร
ผ่านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุด



รักษาความหลากหลายของระบบนิเวศ พื้นที่สีเขียว และ
ทรัพยากรป่าไม้

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพต้นแบบการพัฒนา

Before



After



โครงการยกระดับมาตรฐานและภาพลักษณ์สินค้าและบริการ

อาหาร-ผลไม้แปรรูป, ขອງใช้ของตกแต่ง-เครื่องจักสาน, อาหาร-ประมงแปรรูป



โครงการยกระดับมาตรฐานและภาพลักษณ์สินค้าและบริการ

อาหาร-ผลไม้แปรรูป, ของใช้ของตกแต่ง-เครื่องจักสาน, อาหาร-ประมงแปรรูป

โครงการยกระดับมาตรฐานและภาพลักษณ์สินค้าและบริการ พัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดยุคใหม่ โดยเน้นการเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าที่มีจุดแข็งด้านวัตถุดิบ คุณภาพ และองค์ความรู้ท้องถิ่น เช่น แหล่งผลไม้คุณภาพดีและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลิตภัณฑ์ประมงแปรรูปที่เป็นของฝากขึ้นชื่อจากแหล่งประมงชายฝั่งในจังหวัดระยอง และเครื่องจักสานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดชลบุรี สินค้าเหล่านี้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้ตอบโจทย์ตลาดสุขภาพและตลาดพรีเมียม ซึ่งกำลังขยายตัวทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามยังคงพบข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรฐานการผลิตที่ยังไม่สม่ำเสมอ ระบบควบคุมคุณภาพที่ไม่ทั่วถึง บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด และการเข้าถึงช่องทางจำหน่ายระดับสูงที่ยังมีข้อจำกัด ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเจาะตลาดผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อหรือขยายสู่ตลาดส่งออกได้อย่างเต็มศักยภาพ

โครงการนี้จึงมุ่งพัฒนาแบบบูรณาการ โดยเน้นการยกระดับมาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณภาพสินค้า ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรม การสร้างแบรนด์ และการขยายตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลายควบคู่กับการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในพื้นที่ เพื่อผลักดันให้เกิดระบบสนับสนุนที่เข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาว โดยมีผลิตภัณฑ์นำร่องในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ อาหารกลุ่มผลไม้แปรรูป (จังหวัดฉะเชิงเทรา) ของใช้และของตกแต่ง-เครื่องจักสาน (จังหวัดชลบุรี) และอาหาร-ประมงแปรรูป (จังหวัดระยอง) ซึ่งเป็นตัวแทนของทรัพยากรและอัตลักษณ์ในพื้นที่ EEC ที่พร้อมต่อการยกระดับสู่ตลาดที่มีมูลค่าสูง



ปัญหา

ข้อจำกัดในการเข้าถึง
มาตรฐานการผลิต

ผู้ประกอบการรายย่อยจำนวนมากยังไม่สามารถเข้าถึงระบบการตรวจสอบและการรับรองมาตรฐาน เช่น อย., GMP หรือการทดสอบ (Lab) เนื่องจากต้นทุนสูงและขั้นตอนซับซ้อน ทำให้ยังไม่สามารถเข้าสู่ตลาดที่มีกำลังซื้อสูงหรือตลาดส่งออกได้

การควบคุมคุณภาพ
ที่ยังไม่ทั่วถึง

การผลิตส่วนมากยังเป็นวิธีการแบบดั้งเดิม หรือเป็นรูปแบบการผลิตในครัวเรือน ยากต่อการควบคุมคุณภาพให้คงที่ได้โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ในรายการที่ต้องพึงทักษะสูง เช่น งานหัตถกรรม หรือการแปรรูปอาหารบางอย่าง ซึ่งกระบวนการแปรรูปและการเก็บรักษาส่งผลต่ออายุการเก็บและความน่าเชื่อถือของสินค้า

บรรทัดฐานและภาพ
ลักษณ์ที่ไม่ตอบโจทย์
ตลาดยุคใหม่

ผลิตภัณฑ์บางส่วนยังไม่มีการพัฒนาด้านการออกแบบและการสื่อสารแบรนด์ หรืออาจจะไม่มีการออกแบบที่เหมาะสมต่อการนำเสนอในตลาดที่ใหญ่ขึ้น ทำให้ไม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มพรีเมียมได้

ช่องทางการตลาดยังจำกัด
และกระจุกตัว

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขายสินค้าเฉพาะในตลาดท้องถิ่นหรือตลาดทั่วไป ทำให้ไม่สามารถขยายไปยังโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) หรือกลุ่มลูกค้าระดับบนได้

การแข่งขันสูงจากผลิตภัณฑ์
ใกล้เคียงในจังหวัดอื่นและ
ผลิตภัณฑ์ราคาถูก

มีการนำเข้าสินค้าราคาถูกจากต่างชาติ และหลายจังหวัดมีสินค้าในกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ EEC ต้องพัฒนาเพื่อไม่ให้เสียเปรียบในการแข่งขัน

กลยุทธ์ในการพัฒนา

สนับสนุนมาตรฐานและเครื่องมือพื้นฐาน (Standard Support)

ช่วยลดอุปสรรคให้ผู้ประกอบการเข้าถึงบริการตรวจสอบคุณภาพห้องทดสอบมาตรฐาน และจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองผ่านงบประมาณสนับสนุนหรือเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน

ลงทุนด้านนวัตกรรม (Innovation & R&D)

ส่งเสริมให้ทีมงานวิจัยร่วมเพื่อพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ ปรับคุณสมบัติเพื่อความคงที่ของคุณภาพ (Shelf Stability) พัฒนาเทคนิคการเก็บรักษา และรวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์มาตรฐานตลาด

สร้างแบรนด์และช่องทางตลาด (Co-branding & Channel Expansion)

ใช้เรื่องเล่า (Storytelling) จากภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ร่วมมือกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียง (Co-brand) และขยายช่องทางทั้งโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) งานแสดงสินค้า

สร้างเครือข่ายและพันธมิตร (Networking & Partnership)

เชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ผู้ประกอบการ และนักลงทุน เพื่อให้ระบบการสนับสนุนด้านการยกระดับมาตรฐานและภาพลักษณ์สินค้าอย่างบริการครบวงจร เช่น ช่วยเรื่องจัดตั้งคลินิกสินค้า หรือศูนย์กลางบริการร่วม

โอกาสทางธุรกิจ

เกิดแบรนด์ท้องถิ่นที่ได้รับการยอมรับในตลาด

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการต่อยอดจากวัตถุดิบท้องถิ่น พร้อมสื่อสารเรื่องราว วัฒนธรรม และภูมิปัญญาชุมชน เป็นจุดขาย ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้ ทั้งในตลาดสุขภาพ ตลาดพรีเมียม และตลาดของฝากเชิงวัฒนธรรม

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเครือข่ายความร่วมมือ และเกิดการรวมกลุ่มระหว่างวิสาหกิจชุมชน

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักลงทุน ทำให้เกิดระบบสนับสนุนที่ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่วัตถุดิบ การแปรรูป การสร้างแบรนด์ ไปจนถึงการจัดจำหน่าย ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจจริงและต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้รับการยกระดับมาตรฐานจนสามารถเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่

เช่น โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ผู้ประกอบการที่เคยจำกัดการขายเพียงในชุมชนสามารถขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคในวงกว้างและเจาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงได้

เกิดการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ตลาด

เช่น สินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้าพรีเมียม หรือสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถของผู้ประกอบการในการต่อยอดทรัพยากรท้องถิ่นให้มีคุณค่ามากขึ้น

ชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่สามารถขยายสู่ตลาดส่งออก

โดยอาศัยจุดแข็งด้านคุณภาพวัตถุดิบและอัตลักษณ์ท้องถิ่น เมื่อสินค้าได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐานสากล และเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตแล้ว จะสามารถสร้างรายได้เพิ่มและสร้างชื่อเสียงให้กับภูมิภาคในระดับนานาชาติ

โครงการยกระดับมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

มุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงบริการด้านมาตรฐานได้อย่างทั่วถึง ลดอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับต้นทุน ขั้นตอนทางเทคนิค และความรู้ความเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นด้านความปลอดภัยของอาหาร เช่น การทดสอบคุณภาพและการขึ้นทะเบียน อย. ซึ่งมักเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ทำให้

ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าสู่ตลาดระดับสูงหรือขยายสู่ตลาดส่งออกได้ โครงการนี้จึงมุ่งเน้นการให้คำปรึกษา การเชื่อมโยงกับหน่วยงานรับรองมาตรฐาน และ การสนับสนุนต้นทุนบางส่วน เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะถัดไป

โครงการวิจัยและพัฒนาผลผลิตท้องถิ่นเพื่อเปิดโอกาสเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคใหม่

ดำเนินการวิจัยและพัฒนาผลผลิตท้องถิ่น เพื่อเปิดโอกาสใหม่ทางการตลาด และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ โดยนำทรัพยากรในพื้นที่ เช่น ผลไม้คุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ประมง หรือวัตถุดิบจากชุมชน มายกระดับผ่านการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือก (Alternative Food) หรือสินค้าเพื่อสุขภาพ การดำเนินโครงการนี้ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น ผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย

เชฟ และโรงงานต้นแบบที่ได้มาตรฐาน เพื่อพัฒนาเทคนิคการแปรรูป สูตรผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และระบบควบคุมคุณภาพที่ตอบโจทย์ตลาด ทั้งนี้ยังมุ่งเน้นให้ผลลัพธ์ของการวิจัยสามารถนำไปใช้เชิงพาณิชย์ได้จริง ต่อยอดเป็นนวัตกรรมที่ช่วยสร้างจุดต่างทางการตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

โครงการสร้างแบรนด์ระดับสากลจากฐานทรัพยากรท้องถิ่น

มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์สินค้าและบริการจากฐานทรัพยากรท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล โดยวางกรอบแนวคิดที่ไม่เพียงเน้นรายได้ทางเศรษฐกิจ แต่ยังครอบคลุมมิติของการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โครงการจะส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาแบรนด์ควบคู่กับอาชีพ งานฝีมือ ท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมถึง

การจับคู่กับนักออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญการตลาดเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมสามารถเข้าถึงตลาดระดับกลางถึงพรีเมียม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ เกิดรายได้หมุนเวียนภายในชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาว

แผนการดำเนินงาน

ระยะที่ 1 (ระยะสั้น 1 ปี)

กิจกรรมหลัก

- สำรวจและคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการต้นแบบในพื้นที่
- จัดตั้งคลินิกให้คำปรึกษาด้านมาตรฐาน และสร้างฐานข้อมูลสินค้าเป้าหมาย
- สนับสนุนงบประมาณบางส่วนสำหรับการตรวจสอบและขึ้นทะเบียนมาตรฐานเบื้องต้น (เช่น อย., GMP)
- เชื่อมโยงหน่วยงานสนับสนุนในระดับจังหวัดและภูมิภาค เพื่อเป็นเครือข่ายร่วมดำเนินงาน

ระยะที่ 2 (ระยะกลาง 2-5 ปี)

กิจกรรมหลัก

- จัดทำความร่วมมือด้าน R&D ระหว่างมหาวิทยาลัย หน่วยวิจัย ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ
- พัฒนาโรงงานต้นแบบและศูนย์เรียนรู้ในพื้นที่ เพื่อใช้เป็นฐานทดลองสินค้าใหม่
- ทดสอบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รวมถึงเทคนิคการแปรรูปและการเก็บรักษาที่เหมาะสม
- พัฒนาแนวทางบรรจุภัณฑ์และการเล่าเรื่องสินค้า (Storytelling) ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- ส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และทดสอบตลาดเชิงพาณิชย์

ระยะที่ 3 (ระยะกลาง 5-10 ปี)

กิจกรรมหลัก

- พัฒนาทักษะอาชีพและงานหัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชน
- จัดตั้งศูนย์พัฒนาแบรนด์/ดีไซน์ระดับจังหวัด เพื่อเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชนและวิสาหกิจ
- สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ (Cultural-tourism Link)
- สนับสนุนการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) กับภาคเอกชน และตลาดต่างประเทศ
- ส่งเสริมการเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายในระดับพรีเมียม เช่น Modern Trade, E-commerce และตลาดส่งออก
- สนับสนุนการรวมกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อสร้างระบบโลจิสติกส์และการจัดจำหน่ายร่วม



ผลลัพธ์ที่คาดหวัง



ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีมาตรฐานและคุณภาพสูงขึ้น

ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการรับรองมาตรฐานได้มากขึ้น เช่น การขึ้นทะเบียน ออย. การตรวจสอบ GMP หรือ Lab Test ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าในระดับสากล



เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรม รวมถึงมีโอกาสเข้าถึงเครื่องมือเทคโนโลยี และโรงงานต้นแบบที่ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการผลิตในปริมาณมากและต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายสู่ตลาดพรีเมียม



เกิดนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่จากทรัพยากรท้องถิ่น

เกิดสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ การแปรรูปที่ยืดอายุสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดยุคใหม่ เช่น อาหารสุขภาพ อาหารทางเลือก หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ท้องถิ่นสู่มูลค่าเชิงนวัตกรรม



เกิดแบรนด์ท้องถิ่นที่มีศักยภาพระดับสากล

ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาให้สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง มีการสื่อสารเรื่องราวที่เชื่อมโยง กับอัตลักษณ์ชุมชน และเกิดเป็นแบรนด์ที่สามารถเข้าสู่ตลาดพรีเมียมในประเทศและต่างประเทศได้



ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าสู่ช่องทางจำหน่ายใหม่

เช่น โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) งานแสดงสินค้า รวมถึงการจับคู่ธุรกิจกับคู่ค้ารายใหญ่ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสการเติบโตและขยายฐานลูกค้า



สร้างระบบสนับสนุนและเครือข่ายความร่วมมืออย่างยั่งยืน

เกิดกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันวิชาการ และชุมชน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าในมิติต่าง ๆ อย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิต การพัฒนาแบรนด์ การตลาด ไปจนถึงการส่งออก

รูปแบบผลลัพธ์



สินค้า



บริการ

ผู้ได้รับผลประโยชน์

ทางตรง



วิสาหกิจชุมชนและ

ผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่
เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก



กลุ่มเกษตรกรและชาวประมง
ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษ
ภาคตะวันออก

ทางอ้อม



ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม



หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่น



สถาบันการศึกษาและ
หน่วยงานวิจัย

หุ้นส่วนความร่วมมือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
- สำนักงานสาธารณสุข/อย.
- สำนักงานเกษตรอำเภอ/จังหวัด
- สถาบันการศึกษาในพื้นที่

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมดิจิทัล

- อุตสาหกรรมดิจิทัล

อุตสาหกรรม BCG

- อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร

อุตสาหกรรมบริการ

- อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- อุตสาหกรรมการพัฒนาบุคลากรและการศึกษา

ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง

- กลุ่มเกษตรกร/กลุ่มชาวประมง
- กลุ่มผู้ประกอบการ /วิสาหกิจชุมชน
- กลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/กลุ่มอาชีพเฉพาะในชุมชน

นักลงทุน

- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
- ผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด(Modern Trade) อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) และโลจิสติกส์

คุณค่าและผลกระทบ

1) คุณค่าด้านสังคม



สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน
ท้องถิ่นจากการพัฒนาสินค้าและ
บริการที่มีความต้องการในตลาด



ยกระดับทักษะของชุมชนในด้าน
การผลิตตามมาตรฐาน การควบคุม
คุณภาพ และการสร้างแบรนด์



ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน
ในห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การผลิต
การแปรรูป จนถึงการตลาด



ยกระดับภาพลักษณ์ของพื้นที่
ในฐานะแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ
มีเอกลักษณ์ และสามารถแข่งขันได้



ส่งเสริมความภาคภูมิใจในท้องถิ่น
โดยการแปลงภูมิปัญญาและ
ทรัพยากรดั้งเดิมให้มีมูลค่าในตลาด
ยุคใหม่

2) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ



สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและ
บริการ ผ่านการยกระดับคุณภาพ
ความปลอดภัยและนวัตกรรม



ขยายโอกาสทางการตลาด ทั้งใน
ประเทศและต่างประเทศ
โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดพรีเมียม
และตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม



เสริมศักยภาพผู้ประกอบการ
ท้องถิ่นและ SME ให้สามารถพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ต่อยอดสู่ธุรกิจใหม่



เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
ของชุมชน โดยการเชื่อมโยงกับ
ช่องทางจัดจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น
โมเดิร์นเทรด(Modern Trade)
อีคอมเมิร์ซ (E-commerce)



สร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชน
ทำให้เศรษฐกิจฐานรากมีความ
เข้มแข็งและยั่งยืน

3) คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม



ลดการสูญเสียทรัพยากรในกระบวนการผลิต ด้วยการ
พัฒนาเทคโนโลยีแปรรูปและจัดการวัตถุดิบอย่างคุ้มค่า



ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผ่านการเลือกใช้วัสดุ
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้พลังงานอย่างมี
ประสิทธิภาพ



สนับสนุนกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
ลดการปล่อยของเสีย ลดการใช้สารเคมี และลดผลกระทบ
ต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพต้นแบบการพัฒนา

Before



After



โครงการส่งเสริมระบบนิเวศภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรม

ข้าว, สับปะรด, ทุเรียน, อาหาร (ผลไม้และประมงแปรรูป), ของใช้ของตกต่าง (เครื่องจักสาน)



โครงการส่งเสริมระบบนิเวศภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรม

โครงการส่งเสริมระบบนิเวศภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์และส่งเสริมระบบนิเวศ (Ecosystems) ของภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ครอบคลุมระบบนิเวศของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ตั้งแต่ในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัสดุหรือวัตถุดิบเฉพาะในท้องถิ่น ที่เชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เช่น การสร้างป่าชุมชนเพื่อฟื้นฟูแหล่งวัสดุดั้งเดิมในพื้นที่ และเทคนิคกระบวนการแปรรูปวัสดุในขั้นตอนการเตรียมวัสดุเพื่อผลิตงานหัตถกรรมดั้งเดิม หรือการรักษาระบบนิเวศทางทะเลเพื่ออนุบาลสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบเฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ ในการแปรรูปอาหารท้องถิ่น นอกจากนี้โครงการส่งเสริมระบบนิเวศภูมิปัญญายังมุ่งเน้นการแก้ไขสถานการณ์วิกฤตด้านการสืบทอดภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่ โดยเฉพาะภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมประเภทผลิตภัณฑ์ในการดำรงชีวิตที่ต้องอาศัยองค์ความรู้เชิงช่างที่มีกระบวนการผลิตเฉพาะบุคคล เช่น การย้อมสีวัสดุธรรมชาติ การทอผ้า การจักสาน การแปรรูปอาหารทะเลหรือสัตว์น้ำ ด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ เป็นต้น

โครงการส่งเสริมระบบนิเวศภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมจะอาศัยกลยุทธ์การดำเนินงานผ่านการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมครอบคลุมด้านบุคลากร หลักสูตร สถานที่ สื่อการเรียนรู้ และช่องทางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์องค์ความรู้แก่สาธารณะ เพื่อป้องกันการสูญหายของภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมถึงการนำเสนอภูมิปัญญาผ่านกระบวนการเรียนรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศและสมัยใหม่



ปัญหา

วิกฤตการสืบทอด ภูมิปัญญาและมรดก ทางวัฒนธรรม	จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและสังคมสู่สังคมผู้สูงอายุ ค่านิยมของคนรุ่นใหม่หันไปประกอบอาชีพอื่น ๆ ในภาคอุตสาหกรรมบริการที่มีรายได้สูงภายนอกพื้นที่เช่นกรุงเทพมหานครหรือเมืองอื่น ๆ ส่งผลต่อวิกฤตการสืบทอดภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมที่เสี่ยงต่อการสูญหาย เช่น กระบวนการและเทคนิคการผลิตสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาการเพาะปลูกพืชท้องถิ่น
การแข่งขันด้านราคาใน กลุ่มสินค้าและบริการ	ปัญหาการท่วมตลาดและการแข่งขันด้านราคาของสินค้าและบริการผ่านช่องทางที่มีราคาถูก ท่วมตลาดของสินค้านำเข้าที่ด้อยคุณภาพกว่า
ปัญหาด้านภาพลักษณ์ และค่านิยมในการ บริโภคสินค้า	ผู้บริโภคขาดความตระหนักในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นส่งผลต่อการตั้งราคาขายสินค้า รวมถึงค่านิยมในการซื้อสินค้าแบรนด์เนม
การขาดแคลนวัสดุ และวัตถุดิบสำคัญใน ท้องถิ่น	สำหรับแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารและการผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศทางธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน ส่งผลให้วัสดุหรือวัตถุดิบตามธรรมชาติมีปริมาณและคุณภาพไม่แน่นอน เช่น ปัญหาการปลูกไผ่ชางนวลที่เชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตงานหัตถกรรมจักสาน ปัญหาการขาดแคลนเคยในการผลิตกะปิตามฤดูกาล ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์กะปิได้

กลยุทธ์ในการพัฒนา

การสนับสนุนทุนในการจัดการองค์ความรู้

ผ่านการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาครอบคลุมการส่งเสริมด้านบุคลากร (ครูภูมิปัญญา) หลักสูตรด้านมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (การอบรมระดับเริ่มต้นและเชี่ยวชาญ) และการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยเพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าภูมิปัญญาให้แก่ผู้บริโภค (Value-based Approach) ผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการถอดบทเรียนองค์ความรู้เพื่อการรักษาและสืบทอดภูมิปัญญาต่อไป

การสนับสนุนทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม

เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เกิดความร่วมมือ เช่น การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากฐานภูมิปัญญาเดิม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนด้านการขนส่งและกระจายสินค้าผ่านช่องทางธุรกิจเดิม

การสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจในพื้นที่

สร้างพื้นที่ทางธุรกิจผ่านกิจกรรมตลาดนัดสินค้า งานเทศกาลสร้างสรรค์ และการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business – B2B) ระหว่างเกษตรกรหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นกับกลุ่มนักลงทุนในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจเรือสำราญ ธุรกิจการบิน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าคุณภาพจากเกษตรกรหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นโดยตรง

การฟื้นฟูระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม

เพื่อรักษาระบบนิเวศของสินค้าและบริการตั้งแต่แหล่งที่มาของวัสดุตั้งเดิมในพื้นที่ (ต้นน้ำ) กระบวนการแปรรูปวัสดุ (กลางน้ำ) ที่เชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านให้เกิดประโยชน์ต่อการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาตัวอย่าง เช่น กระบวนการผลิตเครื่องจักสานในขั้นตอนการปลูกไม้ การเตรียมวัสดุตอก การย้อมสีธรรมชาติ จนกระทั่งนำไปสู่กระบวนการสานและการขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์จักสาน

โอกาสทางธุรกิจ

การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

และการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (Environment, Social and Governance – ESG) ลดแรงต้านในการดำเนินธุรกิจ ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์เชิงบวกกับชุมชนและแรงงานในพื้นที่

สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตรใหม่

สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากสินค้าและบริการใหม่ที่ต่อยอดจากฐานภูมิปัญญาดั้งเดิม

โอกาสทางธุรกิจและการแข่งขัน

จากการสร้างเครือข่ายธุรกิจท้องถิ่นร่วมกับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการในท้องถิ่น ทำให้สามารถผลิตสินค้าคุณภาพสูง (Premium Product) หรือคัดสรรวัตถุดิบเฉพาะที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มในการดำเนินธุรกิจ

สิทธิพิเศษและรายได้จากคาร์บอนเครดิต (Carbon Credit)

จากการลงทุนในการฟื้นฟูระบบนิเวศระยะยาว ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรจากการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

โครงการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรมยั่งยืน

เป็นโครงการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิตด้านเกษตรกรรมมุ่งเน้นจัดการองค์ความรู้ด้านการเกษตรอินทรีย์และเกษตรอัจฉริยะ โดยพัฒนาต้นแบบแปลงเกษตรกรรมหรือโรงเรือนอัจฉริยะของอาสาสมัครเกษตรกรต้นแบบ เพื่อเป็นตัวอย่างเชิงรูปธรรมให้เกษตรกรหรือผู้สนใจทั่วไปเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการเกษตรผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงเกษตรกรรม ทั้งนี้จะครอบคลุมการถอดบทเรียนองค์ความรู้ การผลิต

สื่อการเรียนรู้ การอบรมระยะสั้น และการนำงานวิจัยต้นแบบและเทคโนโลยีการเกษตรมาประยุกต์ใช้ในพืชพันธุ์แต่ละชนิด ภายใต้ความร่วมมือระหว่างหลายหน่วยงาน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาคประชาสังคม และหน่วยงานภาคการศึกษา

โครงการเสริมสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ

เป็นโครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างธุรกิจสู่ธุรกิจ (B2B) ระหว่างผู้ประกอบการกับนักลงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจเรือสำราญ ธุรกิจการบิน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าคุณภาพสูงจากเกษตรกรหรือผู้ประกอบการ

ท้องถิ่นโดยตรง รวมถึงจัดกิจกรรมตลาดนัดสินค้า งานเทศกาลสร้างสรรค์ เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายและเปิดโอกาสในการพบคู่ค้าใหม่ ๆ ในพื้นที่

โครงการสร้างป่าชุมชนเพื่อฟื้นฟูวัสดุท้องถิ่นใหม่

เป็นโครงการฟื้นฟูระบบนิเวศทางธรรมชาติผ่านการปลูกป่าชุมชน เพื่อฟื้นฟูวัสดุท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตสินค้างานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เช่น การปลูกไผ่เพื่อเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่สำหรับงานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และวัสดุก่อสร้าง รวมถึงการฟื้นฟูแหล่งวัสดุดั้งเดิมเพื่อใช้ในงานจักสานที่เชื่อมโยงกับศูนย์การเรียนรู้

การจักสานพนักนิคมให้ผู้สนใจเข้าใจถึงกระบวนการผลิตสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งเชื่อมโยงกับระบบนิเวศและภูมิศาสตร์ของพื้นที่ รวมถึงการสร้างงานและรายได้ให้แก่ชุมชนจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากป่า และการจำหน่ายคาร์บอนเครดิตในระยะยาวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน

แผนการดำเนินงาน

ระยะที่ 1 (ระยะสั้น 1 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การถอดบทเรียนและจัดทำหลักสูตรอบรมเกษตรกรอินทรีย์เบื้องต้น
- การพัฒนาแปลงสาธิตและโรงเรือนต้นแบบ
- การจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจระหว่างเกษตรกรกับภาคบริการ
- การจัดเทศกาลงานสร้างสรรค์และตลาดนัดสินค้า
- การสำรวจและขึ้นทะเบียนพื้นที่เป้าหมายเพื่อปลูกป่าชุมชนฟื้นฟูผืนป่าชุมชนท้องถิ่น

ระยะที่ 2 (ระยะกลาง 2-5 ปี)

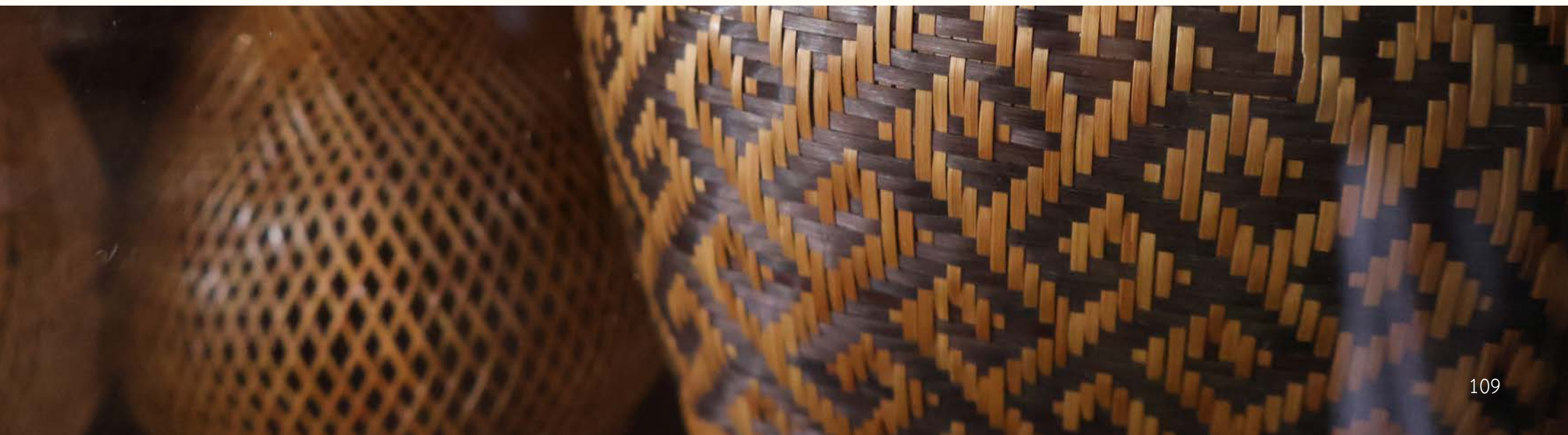
กิจกรรมหลัก

- การพัฒนาหลักสูตรและจัดอบรมเกษตรกรสู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมยั่งยืน (Agri-tourism)
- การจัดทำข้อตกลงและส่งเสริมการทำเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming)
- การพัฒนาแพลตฟอร์มการซื้อขายผลผลิตออนไลน์
- การดำเนินการปลูกป่าชุมชนและเริ่มขอรับรองคาร์บอนเครดิต
- การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัสดุท้องถิ่น

ระยะที่ 3 (ระยะกลาง 5-10 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การยกระดับศูนย์การเรียนรู้สู่การเป็นสถาบันฝึกอบรมมาตรฐาน
- การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มดิจิทัลภูมิปัญญาเกษตร
- การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์หรือคลังสินค้าร่วมของเครือข่าย
- การขยายเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจสู่ตลาดส่งออกพรีเมียม
- การสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในการจัดการวัสดุ
- การพัฒนาป่าชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศ





แหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกรรมยั่งยืน

- 1) ด้านสถานที่ เช่น โรงเรือนและแปลงสาธิตทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ เช่น พืชสวน พืชไร่ พืชสมุนไพร ไม้ดอกไม้ประดับ
- 2) ด้านบุคลากร เกษตรกรต้นแบบที่พร้อมถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่บุคคลทั่วไปและเกษตรกรรุ่นใหม่
- 3) หลักสูตรการเรียนรู้ด้านการเกษตรอินทรีย์และเกษตรอัจฉริยะสำหรับผู้เริ่มต้นและเกษตรกรอาชีพ
- 4) สื่อสารสนเทศเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์หรือช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์แก่บุคคลทั่วไปและผู้เรียนในการทบทวนองค์ความรู้



กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีชีวิตเกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์ในการดำรงชีวิตที่เล่าเรื่องภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายใต้ความร่วมมือระหว่างเกษตรกรในพื้นที่กับเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก



ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการมูลค่าสูง

ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และผลผลิตเกษตรอินทรีย์จากการสร้างเครือข่ายเกษตรกรและผู้ประกอบการที่มีเอกภาพภายใต้แบรนด์ EEC ผ่านช่องทางออนไลน์หรือร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่



ความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการและนักลงทุน

มีการทำเกษตรพันธสัญญาที่เป็นธรรมกับชุมชนท้องถิ่น เกษตรกรได้รับการสนับสนุนในการเพาะปลูกผลผลิตที่มีคุณภาพสูงให้แก่ผู้ประกอบการและนักลงทุน เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางทะเล

ที่ได้รับการฟื้นฟูผ่านการปลูกป่าและการบริการจัดการอย่างครบวงจร ครอบคลุมการนำผลผลิตไปใช้ประโยชน์โดยชุมชนในการสร้างงานและรายได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ รวมถึงการเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงนิเวศที่เชื่อมโยงที่มาของวัสดุในงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

รูปแบบผลลัพธ์



สินค้า



บริการ

ผู้ได้รับผลประโยชน์

ทางตรง



อาสาสมัครเกษตรกร



กลุ่มผู้ประกอบการ
อุตสาหกรรมแปรรูป

ทางอ้อม



หน่วยงานภาครัฐ



สถาบันการศึกษา
และหน่วยงานวิจัยในพื้นที่



ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว
ภายในและภายนอกจังหวัด

หุ้นส่วนความร่วมมือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการเกษตร เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชลบุรี สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
- หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์วิจัยข้าวฉะเชิงเทรา ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการค้า เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมดิจิทัล

- อุตสาหกรรมดิจิทัล

อุตสาหกรรม BCG

- อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร

อุตสาหกรรมบริการ

- อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- อุตสาหกรรมการพัฒนาบุคลากรและการศึกษา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรมจังหวัดหอการค้าจังหวัด สมาคมโรงสีข้าวไทย สมาคมอุตสาหกรรมสับปะรดไทย สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย สมาคมทุเรียนไทย สมาคมผู้ผลิตทุเรียนไทย ฯลฯ
- เครือข่ายมหาวิทยาลัยในพื้นที่

คุณค่าและผลกระทบ

1) คุณค่าด้านสังคม



อนุรักษ์องค์ความรู้และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ผู้บริโภคได้ตระหนักรับรู้ถึงคุณค่าของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เกษตรกรและผู้ประกอบการรุ่นใหม่เกิดความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมของตน สามารถนำไปต่อยอดภูมิปัญญาได้อย่างยั่งยืน



สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคส่วนต่าง ๆ ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคการศึกษา เชื่อมโยงเกษตรกร ผู้ประกอบการท้องถิ่นและนักลงทุนผ่าน กลไกความร่วมมือภายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก



ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผู้ประกอบการในการเข้าถึงองค์ความรู้ ทักษะด้านอาชีพ และโอกาสทางการพัฒนาทางการศึกษาและเทคโนโลยีที่สูงขึ้น

2) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ



สร้างความเชื่อมโยงทางธุรกิจในห่วงโซ่มูลค่า และเปิดโอกาสสู่การลงทุนใหม่ ๆ ให้แก่นักลงทุนในพื้นที่ผ่านภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น



สร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดจากการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง ในกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม



กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากผ่านการสร้างงาน สร้างรายได้ และการต่อยอดโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises - SME)

3) คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม



การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรอย่างคุ้มค่า ลดการสูญเสียผลผลิต และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ



ส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจแบบองค์รวมในมิติด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio Circular and Green Economy: BCG Economy) เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางทะเลที่เป็นแหล่งวัสดุและแหล่งวัตถุดิบท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับต้นทุนภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมในพื้นที่

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพต้นแบบการพัฒนา

Before



After



โครงการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และใช้ประโยชน์อาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม

(1) เมืองเก่า และ (2) การแสดง (พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดบ้านดอน)



โครงการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และใช้ประโยชน์อาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม

1) มุ่งอนุรักษ์ ฟื้นฟู และใช้ประโยชน์อาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม เน้นการดำเนินงานเพื่อคงสภาพและบูรณะอาคารที่มีความสำคัญทั้งในด้านสถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพในการนำอาคารกลับมาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

2) สร้างสมดุลระหว่างการคงคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์กับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมให้การอนุรักษ์ดำเนินไปควบคู่กับการสร้างรายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยไม่ลดทอนคุณค่าดั้งเดิมของอาคาร



ปัญหา

ความเสื่อมโทรมและการขาดการใช้ประโยชน์ของอาคาร

อาคารเก่าส่วนใหญ่อยู่ในสภาพทรุดโทรม ขาดการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่องและ เหมาะสม และไม่มีหรือนำมาใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ความเสื่อมโทรมดำเนินไปอย่างรวดเร็ว

ข้อจำกัดด้านการสนับสนุนทางการเงิน

การบำรุงรักษาและการฟื้นฟูอาคารขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากยังไม่มีการจัดตั้งกองทุนหรือกลไกการสนับสนุนที่แน่นอนและเป็นระบบ เพื่อรับผิดชอบในการดูแลและสนับสนุนโครงการอนุรักษ์อย่างต่อเนื่อง

ความไม่เหมาะสมของพื้นที่จัดแสดงและสภาพการเก็บรักษา

การออกแบบพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบันยังขาดความน่าสนใจและความดึงดูด อีกทั้งการจัดแสดงและการเก็บรักษาวัตถุโบราณโดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือโบราณที่ยังไม่เป็นไปตามหลักการอนุรักษ์ ส่งผลให้เกิดการเสื่อมสภาพอย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ในการพัฒนา

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงอาคารที่ทรุดโทรม

ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์เมือง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ให้เข้ามาใช้ประโยชน์และสร้างปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่มากขึ้น

การจัดตั้งกลไกทางการเงินเพื่อการอนุรักษ์

สนับสนุนการจัดสรรงบประมาณและจัดตั้งกองทุนเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาคาร โดยใช้กลไกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR/CSV) เป็นเครื่องมือหลัก เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านการลงทุนจากภาคธุรกิจ ชุมชน และภาครัฐ

การสร้างมูลค่าร่วมจากการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ส่งเสริมการอนุรักษ์และบูรณะอาคารให้สามารถใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างเจ้าของพื้นที่ ผู้ประกอบการและชุมชน และส่งเสริมให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่น

การสร้างความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนคุณค่าทางวัฒนธรรม

จัดตั้งกลไกความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการใช้ประโยชน์จากอาคารที่อนุรักษ์ เพื่อส่งเสริมและต่อยอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองให้มีคุณค่าและเอกลักษณ์

โอกาสทางธุรกิจ

โอกาสในการสร้างความยั่งยืนของการทำงานอาคาร

การปรับปรุงรูปแบบอาคารและฟังก์ชันการใช้งานให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพ จะช่วยให้เกิดการใช้นานอาคารอย่างต่อเนื่องและนำไปสู่การดูแลปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ

โอกาสในการสร้างจุดขายใหม่ทางการท่องเที่ยว

เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และดึงดูด ด้วยการพัฒนาและปรับปรุงอาคารที่ทรุดโทรมที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมให้มีคุณภาพ ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่มากขึ้น

โอกาสในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้แก่ท้องถิ่น

ผ่านการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Adaptive Reuse) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน ผู้ประกอบการ และเจ้าของอาคาร โดยการต่อยอดการใช้งานจากฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น

ความท้าทายในการบริหารจัดการความสมดุลระหว่างอนุรักษ์กับพาณิชย์

ให้การอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ดำเนินไปพร้อมกันอย่างเหมาะสม โดยต้องมั่นใจว่าจะไม่ลดทอนคุณค่าหรือทำลายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของอาคาร

ความท้าทายในการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วน

ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการลงทุนร่วมและการใช้ประโยชน์จากอาคารอย่างแท้จริง ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการความคาดหวังและผลประโยชน์ที่แตกต่างกันของทุกฝ่าย

โครงการสนับสนุนงบประมาณเพื่ออนุรักษ์และใช้ประโยชน์อาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม

ดำเนินการสนับสนุนงบประมาณเพื่ออนุรักษ์และปรับปรุงอาคารเก่าให้กลับมามีชีวิตและสามารถใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรมได้ เช่น การปรับเปลี่ยนอาคารให้เป็น พิพิธภัณฑ์หรือแหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ ตัวอย่างที่สำคัญคือพิพิธภัณฑ์ขบวนการวัฒนธรรม

ใหม่ไต้หวัน (Taiwan New Cultural Movement Museum) ซึ่งปรับปรุงมาจากอาคารสถานีตำรวจเดิม

โครงการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และฟื้นฟูอาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม

ดำเนินการจัดตั้งกองทุนสำหรับการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงินและการขับเคลื่อนโครงการอย่างยั่งยืน ตัวอย่างจากต่างประเทศ เช่น เมืองคาวาโกเอะ (Kawagoe) ประเทศญี่ปุ่น

ที่ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการระดมทุนเข้าสู่กองทุนเพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูและพัฒนาอาคาร บ้านเรือน และตึกเก่าในชุมชน

โครงการอนุรักษ์และบูรณะอาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมเพื่อใช้ประโยชน์ เชิงพาณิชย์

ดำเนินการอนุรักษ์และบูรณะอาคารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยใช้แนวคิดการปรับเปลี่ยนอาคาร (Adaptive Reuse) เพื่อส่งเสริมทั้งคุณค่าทาง

วัฒนธรรมและการใช้งานทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างที่สำคัญคือโรงแรมอุไทยเอราวัณ (UTHAI Heritage) จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นการปรับปรุงอาคารเดิมจากโรงเรียนอุทัยวิทยาลัย

แผนการดำเนินงาน

ระยะที่ 1 (ระยะสั้น 1 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การสำรวจและกำหนดอาคารเป้าหมายนำร่อง
- การจัดตั้งโครงสร้างการบริหารและกลไกกองทุน
- การพัฒนาเกณฑ์และแนวทางการดำเนินงาน
- การสร้างความตระหนักและการระดมทุนเบื้องต้น

ระยะที่ 2 (ระยะกลาง 2-5 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การพิจารณาและอนุมัติงบประมาณสนับสนุน
- การบูรณะและการปรับเปลี่ยนการใช้งานอาคาร (Adaptive Reuse)
- การบริหารจัดการและการระดมทุนกองทุนอย่างต่อเนื่อง
- การสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือ

ระยะที่ 3 (ระยะกลาง 5-10 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การเปิดตัวและการใช้งานเชิงกลยุทธ์
- การประเมินผลและการจัดทำบทเรียน (Lessons Learned)
- การขยายผลและต่อยอดโครงการ
- การส่งเสริมความยั่งยืนทางการเงินของกองทุน





การจรรักษ์คุณค่าทางสถาปัตยกรรม

อาคารเก่าและโบราณสถานที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์จะได้รับการอนุรักษ์และบูรณะ กระทั่งอยู่ในสภาพที่มั่นคง แข็งแรง และสามารถคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และความสมบูรณ์ทางสถาปัตยกรรมดั้งเดิม



การใช้ประโยชน์ที่สร้างมูลค่า (Adaptive Reuse)

เกิดการนำอาคารมาใช้ประโยชน์ใหม่เชิงสร้างสรรค์ (Adaptive Reuse) ที่หลากหลาย ทั้งในมิติของการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงพาณิชย์ โดยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อลวดลายคุณค่าดั้งเดิมของอาคาร



การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

เกิดการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชนท้องถิ่นจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่เกิดขึ้นในบริเวณอาคารที่ได้รับการฟื้นฟู



การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วม

เกิดการยกระดับความตระหนักรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคประชาชน ภาครัฐ และภาคเอกชน ในการดูแลรักษาและรับผิดชอบต่อการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมของชาติอย่างยั่งยืน

รูปแบบผลลัพธ์



สินค้า



บริการ

ผู้ได้รับผลประโยชน์

ทางตรง



ชุมชนท้องถิ่น

ผู้ประกอบการภาคเอกชน



นักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการ

ทางอ้อม



หน่วยงานภาครัฐ



หน่วยงานด้านวัฒนธรรม



หุ้นส่วนความร่วมมือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
- เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา
- เทศบาลนครระยอง
- เทศบาลตำบลเชิงเนิน
- มหาวิทยาลัยในพื้นที่
- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมบริการ

- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี
- และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- อุตสาหกรรมการพัฒนาบุคลากรและการศึกษา

ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง

- ชุมชนในย่านเมืองเก่าฉะเชิงเทราและระยอง
- ผู้ประกอบการในพื้นที่ย่านเมืองเก่า
- เจ้าของอาคารในพื้นที่ย่านเมืองเก่า
- คณะหนึ่งใหญ่วัดบ้านดอน
- วัดบ้านดอน จังหวัดระยอง (พิพิธภัณฑ์หนึ่งใหญ่วัดบ้านดอน)

นักลงทุน

- กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร คาเฟ่
- กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวที่สนใจพัฒนาอาคารเก่าเป็นจุดขายเชิงพาณิชย์
- กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่เข้าร่วมผ่านโครงการ CSR/CSV

คุณค่าและผลกระทบ

1) คุณค่าด้านสังคม



อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม: ช่วยรักษาอาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้



ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน: การจัดตั้งคณะกรรมการและกองทุนจะกระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการดูแลรักษาและพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน

2) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ



สร้างแหล่งรายได้ใหม่ให้กับชุมชน: การปรับปรุงอาคารเก่าเพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เช่น ร้านค้า โรงแรม หรือร้านอาหาร จะช่วยสร้างแหล่งรายได้ใหม่ให้กับชุมชน



ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง: อาคารที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมจะกลายเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้น

3) คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม

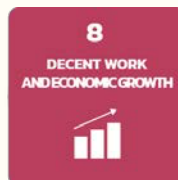


ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ: การนำอาคารเดิมกลับมาใช้ใหม่ ช่วยลดความต้องการใช้วัสดุก่อสร้าง



ส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน: โครงการนี้เป็นการส่งเสริมแนวคิดการพัฒนาที่คำนึงถึงทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปพร้อม ๆ กัน

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพต้นแบบการพัฒนา

Before



After



โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย (Meaningful Tourism)

(1) เทศกาลประเพณี (2) การแสดง (3) อาหาร (4) เครื่องดื่ม (5) ของใช้ของตกแต่ง
(6) ผ้า เครื่องแต่งกาย และ (7) เมืองเก่า



โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย (Meaningful Tourism)

(1) เทศกาลประเพณี (2) การแสดง (3) อาหาร (4) เครื่องดื่ม (5) ของใช้ของตกแต่ง (6) ผ้า เครื่องแต่งกาย

1) การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย มุ่งเน้นการบูรณาการคุณค่าของชุมชนท้องถิ่น ภูมิปัญญา และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงผสมผสาน (Integrated Tourism Area) เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมายและคุณค่าทางจิตใจ

2) การสร้างสมดุลแห่งความยั่งยืน มุ่งสร้างสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน ในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน



ปัญหา

การขาดระบบ การเชื่อมโยงกิจกรรม ในพื้นที่	กิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่มีความสำคัญในพื้นที่ยังคงดำเนินการอย่างแยกส่วน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น งานหัตถกรรม หรือการแสดงหนังใหญ่ พื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ ขาดการบูรณาการและการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยังไม่สมบูรณ์
ข้อจำกัดด้านการเข้าถึง ข้อมูลและการสื่อสาร	นักท่องเที่ยวประสบปัญหาในการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม เนื่องจากขาดช่องทางการค้นหาที่เป็นมาตรฐานและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในส่วนของการนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรม เช่น การแสดง ยังมีการใช้ภาษาถิ่นเป็นหลัก และขาดสื่อหรือคำบรรยายภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่สำคัญในการขยายฐาน ผู้ชมและสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และนักท่องเที่ยวต่างชาติ
อุปสรรคด้านความคล่อง ตัวในการบริหารจัดการ งบประมาณ	ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ความซับซ้อนและความล่าช้าของระบบเบิกจ่ายของหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความต่อเนื่องและความคล่องตัวในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การแสดง และ การพัฒนาโครงการที่จำเป็น ทำให้การขับเคลื่อนโครงการและการพัฒนาในระยะยาวเป็นไปได้อย่างยากลำบาก

กลยุทธ์ในการพัฒนา

การยกระดับกิจกรรมสู่การท่องเที่ยวที่มีความหมาย

เสริมสร้างและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) โดยใช้ภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นแกนกลางในการสร้างมูลค่า เช่น การจัดเวิร์กช็อปงานหัตถกรรม หรือการนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วิถีชุมชน

การจัดตั้งกลไกการบริหารจัดการที่ยั่งยืน

ดำเนินการลงทุนจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม

การขยายผลการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

ใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว และเทศกาลทางวัฒนธรรมไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่

การจัดทำระบบคลังข้อมูลดิจิทัลเพื่อการอนุรักษ์

จัดทำคลังข้อมูลดิจิทัล (Digital Repository) โดยการบันทึกภาพและวิดีโอ การแสดงหรือประเพณีอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ศิลปวัฒนธรรมนี้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทั่วโลก และเป็นการป้องกันการสูญหายของข้อมูลในอนาคต

โอกาสทางธุรกิจ

โอกาสในการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาและมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น

ให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่มอบประสบการณ์ “การท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย (Meaningful Tourism)” ซึ่งตอบโจทย์ตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่แสวงหาคุณค่าและเอกลักษณ์

โอกาสในการสร้างมูลค่าและโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่เชื่อมโยง

กับการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งจะช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาวและกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจท้องถิ่น

โอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าสู่ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

เสริมสร้างความเข้าใจถึงวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าสู่ประสบการณ์โดยตรง ด้วยการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ มรดกทางวัฒนธรรมให้มีความเป็นสากล ร่วมสมัย และสามารถสื่อสารได้หลายภาษา

ความท้าทายในการสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์กับการอนุรักษ์

โดยต้องบริหารจัดการความเสี่ยงที่จะเกิดการลดทอนคุณค่า หรือการนำเสนอที่ผิดเพี้ยน (Misrepresentation) ของวัฒนธรรมท้องถิ่น เมื่อมีการนำมาใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ความท้าทายในการพัฒนาที่คำนึงถึงความยั่งยืนของชุมชน

การดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการที่เพิ่มขึ้นจะต้องเป็นไปอย่างระมัดระวัง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

รายละเอียดโครงการย่อย

โครงการอุดหนุนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์ให้กับชุมชนและท้องถิ่น

ดำเนินการสนับสนุนด้านการเงินและกลไกตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (เช่น EEC) ว่าเป็นสินค้าที่สืบทอดจากภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม

โครงการส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความหมาย

ดำเนินการสนับสนุนชุมชนและท้องถิ่นในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางสังคม (Meaningful Tourism) โดยใช้ภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับประสบการณ์ของผู้มาเยือน

โครงการลงทุนจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมสำหรับพัฒนาและบริการจัดการการท่องเที่ยว

ดำเนินการลงทุนจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาและบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อิงกับภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายในการนำกำไรจากการดำเนินการกลับไปลงทุนในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

แผนการดำเนินงาน

ระยะที่ 1 (ระยะสั้น 1 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การสำรวจและคัดเลือกชุมชนหรือผลิตภัณฑ์นำร่อง
- การพัฒนากลไกการอุดหนุนและการรับรองมาตรฐาน
- การฝึกอบรมและยกระดับกิจกรรม Meaningful Tourism
- การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐาน

ระยะที่ 2 (ระยะกลาง 2-5 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การจัดตั้งและจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม (SE)
- การดำเนินงานเชิงพาณิชย์และการสร้างช่องทางตลาด
- การบริหารจัดการกองทุนและการระดมทุนต่อเนื่อง
- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางสังคม

ระยะที่ 3 (ระยะกลาง 5-10 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การประเมินผลกระทบและสรุปบทเรียน
- การนำกำไรไปลงทุนคืนสู่ชุมชน
- การขยายผลและต่อยอดโครงการ
- การสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจเพื่อสังคม



ผลลัพธ์ที่คาดหวัง



การยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมาย

นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและมีความหมายเชิงคุณค่า โดยเกิดการเชื่อมโยงอย่างแท้จริงกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น



การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่สมดุล

ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงผ่านกลไกการท่องเที่ยว พร้อมทั้งเกิดการพัฒนาในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



การอนุรักษ์และการต่อยอดมรดกภูมิปัญญา

เกิดการอนุรักษ์สืบสาน และต่อยอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อาหารและผลไม้แปรรูป งานหัตถกรรม หนังใหญ่ และผลิตภัณฑ์ประมงแปรรูป ซึ่งนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม



การสร้างกลไกการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การจัดการการท่องเที่ยวจะมีความยั่งยืนในระยะยาวผ่านการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งของชุมชน และการจัดตั้งกลไกการบริหารจัดการที่เป็นมืออาชีพ เช่น การก่อตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)



การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพื้นที่

พื้นที่ท่องเที่ยวจะได้รับการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และได้รับการยอมรับให้เป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาค

รูปแบบผลลัพธ์



สินค้า



บริการ

ผู้ได้รับผลประโยชน์

ทางตรง



ชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ
การท่องเที่ยว ศิลปิน และ
ช่างฝีมือท้องถิ่น



วิสาหกิจเพื่อสังคมหรือหน่วยงาน
ที่บริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว

ทางอ้อม



หน่วยงานภาครัฐ



ภาครัฐกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวและองค์กรพัฒนา
เศรษฐกิจท้องถิ่น



นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

โครงการต้นแบบตัวอย่างการพัฒนา

หุ้นส่วนความร่วมมือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด
- เทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา
- เทศบาลเมืองชลบุรี
- เทศบาลนครระยอง
- เทศบาลตำบลเชิงเนิน
- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมบริการ

- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี
- และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- อุตสาหกรรมการพัฒนาบุคลากรและการศึกษา

ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง

- คณะหนังใหญ่วัดบ้านดอน (การแสดงหนังใหญ่)
- ชุมชนหรือผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่

นักลงทุน

- กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ
- กลุ่มธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์
- กลุ่มธุรกิจผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่ม
- กลุ่มธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีที่สนับสนุนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยว

คุณค่าและผลกระทบ

1) คุณค่าด้านสังคม



สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น: การที่นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในพื้นที่จะช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน และกระตุ้นให้เกิดการสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมของตนเอง



สร้างความเข้าใจวัฒนธรรม: การท่องเที่ยวอย่างมีความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อให้เกิดความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกัน

2) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ



กระจายรายได้สู่ชุมชน: การอุดหนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชนโดยตรง จะช่วยให้รายได้จากการท่องเที่ยวเข้าถึงคนในท้องถิ่น



สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ: การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่น



สร้างงานในท้องถิ่น: การพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์จะช่วยสร้างอาชีพและเพิ่มการจ้างงานให้กับคนในชุมชน เช่น มัคคุเทศก์ ช่างฝีมือ และผู้ประกอบการรายย่อย

3) คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม



ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม: การพัฒนากิจกรรมที่เน้นคุณภาพและคำนึงถึงความยั่งยืน จะสามารถช่วยลดการใช้ทรัพยากรและลดปริมาณขยะ



สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์: เมื่อชุมชนและนักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็จะเกิดจิตสำนึกในการดูแลรักษาและอนุรักษ์

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพต้นแบบการพัฒนา

Before



After



โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและเมืองเก่า

(1) เทศกาลประเพณี และ (2) เมืองเก่า



โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและเมืองเก่า

(1) เทศกาลประเพณี และ (2) เมืองเก่า

1) การบูรณาการคุณค่าสู่การพัฒนาพื้นที่แบบองค์รวม มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับมรดกภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาบูรณาการสู่การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวที่ผสมผสานทั้งความสะอาดสวยงาม คุณภาพการบริการ และความยั่งยืน ในทุกมิติ

2) การสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเพิ่มมูลค่าและโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่น พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนนักท่องเที่ยว และภาคธุรกิจ ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ปัญหา

การจัดการของเสียที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาล

ปริมาณขยะที่สูงขึ้นในช่วงเทศกาล ยังขาดระบบการจัดการที่เหมาะสมและครบถ้วน ทั้งในด้านการคัดแยก การเก็บรวบรวม และการกำจัดซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและภาพลักษณ์ของการจัดงานในระยะยาว

ปัญหาความหนาแน่นด้านการคมนาคมขนส่ง

การเดินทางเข้าสู่พื้นที่จัดงานมักประสบกับความหนาแน่นและปัญหาการจราจรติดขัด เนื่องจากจำนวนผู้เข้าร่วมงานมีปริมาณสูงกว่าขีดความสามารถของระบบการคมนาคมที่มีอยู่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสะดวกและประสบการณ์ของผู้มาเยือน

ความไม่พร้อมของพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับ

พื้นที่จัดงานและแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันยังขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย ซึ่งรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะที่จำเป็น

กลยุทธ์ในการพัฒนา

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

จำเป็นต้องมีการปรับปรุงและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่จัดงาน โดยเน้นที่ระบบที่มีความสำคัญต่อการรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบการจราจร การจัดการขยะ และสุขาภิบาล

การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

วางแผนการใช้พื้นที่จัดงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสร้างมูลค่าและโอกาสทางเศรษฐกิจ ให้แก่ชุมชนและธุรกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะการจัดสรรพื้นที่สำหรับร้านค้า ชุมชนและการแสดงสินค้าพื้นเมือง

การสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจและดึงดูด

สร้างสรรค์และริเริ่มกิจกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถดึงดูดกลุ่มคนหลากหลายให้เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่ เพื่อสร้างบรรยากาศให้เมืองเก่ามีความมีชีวิตชีวาและมีความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ

การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นจุดขาย

พัฒนาและต่อยอดจากจุดแข็งด้านภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

โอกาสทางธุรกิจ

โอกาสในการพัฒนาธุรกิจการให้บริการสาธารณะ

ธุรกิจการให้บริการสาธารณะ เช่น ระบบขนส่งและระบบจัดการขยะและของเสีย ให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์ “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

โอกาสในการลงทุนและปรับปรุงองค์ประกอบสำคัญในระบบนิเวศการท่องเที่ยว

เช่น การยกระดับระบบขนส่งสาธารณะและการนำเทคโนโลยีมาบูรณาการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและยกระดับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้ทัดเทียมสากล

ความท้าทายในการยกระดับมาตรฐานบริการเทศกาลสู่สากล

ซึ่งต้องการการบริหารจัดการด้านบริการอย่างครอบคลุมทั้งในส่วนองระบบต้อนรับที่มีประสิทธิภาพ การอำนวยความสะดวกที่ทั่วถึง และการรักษามาตรฐานความปลอดภัย

โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่เมืองเก่าอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและประสบการณ์ของผู้มาเยือน เช่น การพัฒนาห้องน้ำสาธารณะและการติดตั้งบริการ Free-Wifi ในพื้นที่สำคัญ

โครงการสนับสนุนการจัดงานเทศกาลที่ได้มาตรฐานสากล

ดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานเทศกาลในทุกมิติ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานสากล ครอบคลุมถึงการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ การยกระดับคุณภาพกิจกรรม สินค้า และบริการ ตลอดจนการพัฒนา ระบบการจัดการจราจรและของเสียภายในงานเทศกาลให้มีประสิทธิภาพ

โครงการพัฒนารัฐกิจการให้บริการสาธารณะที่เป็นมิตรต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาบริการสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยเน้นการสร้างทางเลือกที่เป็นมิตรต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดตั้งและให้บริการรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบการเดินทางและเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ

แผนการดำเนินงาน

ระยะที่ 1 (ระยะสั้น 1 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การสำรวจและประเมินโครงสร้างพื้นฐานปัจจุบัน
- การจัดทำแผนแม่บทการพัฒนา
- การศึกษาความเป็นไปได้ของการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การจัดตั้งคณะทำงานและเครือข่าย

ระยะที่ 2 (ระยะกลาง 2-5 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก
- การนำร่องการจัดงานเทศกาลตามมาตรฐานสากล
- การจัดตั้งและทดลองใช้บริการสาธารณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการประเมินผลเบื้องต้น

ระยะที่ 3 (ระยะกลาง 5-10 ปี)

กิจกรรมหลัก

- การประเมินผลกระทบของโครงการ
- การจัดทำกลไกการบำรุงรักษาที่ยั่งยืน
- การถ่ายทอดองค์ความรู้และขยายผล
- การยกระดับสู่มาตรฐานระดับภูมิภาค





การยกระดับคุณภาพโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ

แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและเมืองเก่าจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะที่ได้มาตรฐานสากล (เช่น ห้องน้ำ ระบบ Free-Wifi) และมีการนำบริการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (EV) มาใช้ ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกและลดผลกระทบทางกายภาพต่อพื้นที่



การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ

พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและเมืองเก่ามีระบบการจัดการขยะและการจราจรที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล ทำให้ลดความหนาแน่น ความติดขัด และปัญหามลภาวะได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของเมืองและสิ่งแวดล้อมได้รับการปรับปรุง



การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่

พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและเมืองเก่ามีขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และได้รับการยกระดับให้เป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรม (Cultural Destination) ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค

รูปแบบผลลัพธ์



สินค้า



บริการ

ผู้ได้รับผลประโยชน์

ทางตรง



ชุมชนท้องถิ่น

ผู้ประกอบการท่องเที่ยว



ภาคเอกชน เยาวชนและ
ผู้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม

ทางอ้อม



หน่วยงานภาครัฐ



หน่วยงานด้านวัฒนธรรม



นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

หุ้นส่วนความร่วมมือ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- เทศบาล
- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมดิจิทัล

- อุตสาหกรรมดิจิทัล

อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

- อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

อุตสาหกรรมบริการ

- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง

- ชุมชน วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและเมืองเก่า
- ที่พักนักท่องเที่ยว
- ร้านค้า ร้านอาหาร
- ผู้ให้บริการทัวร์

นักลงทุน

- กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ
- กลุ่มธุรกิจผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่ม
- กลุ่มธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล

คุณค่าและผลกระทบ

1) คุณค่าด้านสังคม



อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม: การจัดงานเทศกาลและ
พัฒนาพื้นที่ช่วยอนุรักษ์ประเพณีและวิถีชีวิตดั้งเดิมของ
ชุมชน



เสริมสร้างความภาคภูมิใจ: การยกระดับแหล่งท่องเที่ยว
และเทศกาลสู่มาตรฐานสากล ทำให้คนในชุมชน
เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง



ส่งเสริมการมีส่วนร่วม: การพัฒนาที่คำนึงถึงชุมชน
เป็นหลัก ทำให้เกิดความร่วมมือและความสัมพันธ์

2) คุณค่าด้านเศรษฐกิจ



สร้างรายได้และกระจายรายได้: การพัฒนาโครงสร้าง
พื้นฐานและงานเทศกาลช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว เพิ่มการ
ใช้จ่าย และสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจท้องถิ่น



เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ: การยกระดับมาตรฐานและ
สิ่งอำนวยความสะดวกช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว
และกระตุ้นการลงทุน

3) คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม



ลดผลกระทบเชิงลบ: การพัฒนาอย่างยั่งยืนช่วยให้สามารถ
บริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม ลดขยะและ
มลภาวะที่เกิดจากการท่องเที่ยว



ส่งเสริมธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: การสนับสนุน
ธุรกิจบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยกระตุ้นให้
ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืน
มากขึ้น

การสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพต้นแบบการพัฒนา

Before



After



ติดต่อเรา

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.)

 **Eastern Economic Corridor Office**
ชั้น 25 อาคารโทรคมนาคม บางรัก เลขที่ 72 ซอยวัดม่วงแค ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500

 โทรศัพท์: +66 2033 8000

 EEC WE CAN

 saraban@eeco.or.th



โดย
สำนักพัฒนาพื้นที่และชุมชน 1-2 สายงานพื้นที่และชุมชน
สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.)
ร่วมกับ
ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการออกแบบเพื่อสังคม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



