

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกุฎีจีน แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

Approaches for Creative Cultural Tourism Development in Kudichin Community

พยอม ธรรมบุตร

รองศาสตราจารย์, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนกุฎีจีน แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ในชุมชนกุฎีจีน 3) สร้างแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกุฎีจีน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัยคือแบบรายการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัย พบว่า

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนกุฎีจีน ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ วัดประยูรวงศาวาส โบสถ์ซางตาครุส ศาลเจ้าเกียนอันเกง วัดกัลยาณมิตร มัสยิดบางหลวง วิถีชีวิตริมแม่น้ำ วัฒนธรรมอาหาร เทศกาลงาน ประเพณี 3 ศาสนา พุทธ คริสต์ อิสลาม กิจกรรมด้านการไหว้พระ ตามชมโบสถ์คริสต์และมัสยิด การศึกษาประวัติศาสตร์ สมัยกรุงธนบุรี การเดินเท้า ปั่นจักรยานในชุมชนกุฎีจีน การชิมและฝึกทำอาหารชาติต่างๆ

2. ผลการวิเคราะห์ SWOT ที่มีความสำคัญในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกุฎีจีน จุดแข็งคือมีที่ตั้งเหมาะสมและเข้าถึงโดยสะดวกเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวรอบๆ ได้ง่าย มีวิถีชีวิตริมน้ำลำคลอง มีชุมชน 3 ศาสนา พุทธ คริสต์ อิสลามอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข มีวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ได้แก่ โปรตุเกส จีน ไทย มุสลิม จุดอ่อน ได้แก่ การขาดการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดแผนการตลาดดิจิทัล วัฒนธรรมดั้งเดิม 200 กว่าปีกำลังถูกกลืนไปกับการขยายตัวและความเจริญทางวัตถุและเศรษฐกิจโลก โอกาส ได้แก่ การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวหมู่บ้าน 200 ปี กลางกรุงเทพมหานคร สนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรม วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และอุปสรรค ได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งโดยรอบ มีน้ำท่วมพื้นที่ ภาวะโลกร้อน วิกฤตเศรษฐกิจโลก การเมืองภายในประเทศ

3. ผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกุฎีจีน แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนโดยนำจุดแข็งด้านวัฒนธรรมชุมชนมาบูรณาการกับโอกาสต่างๆ ที่ชุมชนได้รับมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก ได้แก่ การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวชุมชนสามศาสนา สี่เชื้อชาติ แล้วนำจุดอ่อนของชุมชนมาผนวกกับโอกาสด้านการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อกำหนดแนวทางด้านการสร้างฐานองค์ความรู้วัฒนธรรมชุมชน และสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ในขณะเดียวกันได้มีการกำหนดแนวทางด้านการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว และสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนตลอดจน การเตรียมความพร้อมของชุมชนเพื่อรับภาวะความเสี่ยงด้านภัยพิบัติธรรมชาติ และการก่อการร้าย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม อุตสาหกรรม วัฒนธรรมชุมชนกุฎีจีน

ABSTRACT

The purposes of this research were to (1) conduct the tourism resource audit of KudiChin Community (2) conduct the SWOT analysis for the development of creative Cultural Tourism in Kudichin community (3) propose the development approaches for creative culture Tourism in Kudichin Community. Qualitative research was used in this research, together with Community study Checklist s, Tourism Resource Audit and In–depth Interview guideline.

The results of the research were as follows:

1. the most significant Tourism resources of Kudichin are Chao Phraya River and Bangkok Yai Canal, Prayoonrawongsawat Temple, Santa Cruz church, Kian An Keng Shrine, Kalayanamitr Temple, Bang Luang Mosque, Riverside way of life, food culture, festival, and traditions of three religions: Buddhism, Christianity and Islam For activities: Temple, Church and mosque visit, Thonburi historical study, Community biking and walking tour, international food Tourism

2. The most important results from SWOT analysis are as follows: strengths : appropriate location, convenient accessibility and good connectivity with surrounding attractions. Having riverside way of life, with three religions communities: Buddhists, Christians and Muslims, living together in peace, with cultural and ethical diversity: Portuguese, Thai, Chinese and Muslim. 2) Weaknesses: Lacking of strategic plan for Community Creative Tourism development, lacking of Destination Management Organization (DMO), lacking of Tourism resource preservation program, having land, water and air pollution, lacking of digital marketing plan, Two–hundred year culture traditional is vanishing, absorbed by Bangkok urbanization and the world material and economic growth, 3) Opportunities: Branding Two–hundred year urban village Tourism, Supports from Bangkok Metropolitan to create a diverse cultural attraction, government Policy to develop Tourism Cultural industry for creative Tourism, 4) Threats: having competitive attractions all around, sites flooded, global warming, world economic crisis, internal political conflicts.

3. It is proposed that there should be strategies to develop an integrated sustainable Creative Tourism in Kudichin Community: Branding Tourism in an old urban village with three religions and four races, creating the communities knowledge base and strategic plan for the development of sustainable Creative Tourism with the participation of the local people. Cultural Heritage should be managed in such a way that its price and value should be added, Community creative Tourism networking should be encouraged to empower the member communities. Terrorism and disaster preparedness program should be established

Keywords: 1. Creative Tourism 2. Development of Cultural Capital 3. Cultural Industry 4. Kudichin Community.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นทั้งปรากฏการณ์ทางสังคมของมนุษยชาติและเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกอย่างยิ่ง เป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกเพราะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่างๆ มีขนาดใหญ่เช่นกัน เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมกีฬาและนันทนาการ อุตสาหกรรมการบิน ฯลฯ (WTTC: WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL) หรือ สภาการเดินทางท่องเที่ยวโลก ได้สรุปความสำคัญเชิงเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกไว้ใน ค.ศ. 2010 ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้สูงถึงร้อยละ 9.4 ของ GDP โลก มีการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ถึงร้อยละ 9.2 ของการลงทุนทั่วโลก ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 235 ล้านงาน ซึ่งเท่ากับการจ้างงานถึงร้อยละ 8.1 ของการจ้างงานทั่วโลก (WTTC, 2010)

วัตถุประสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือทุนวัฒนธรรมและทรัพยากรทางธรรมชาติต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมนับเป็นขุมทรัพย์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินทางปัญญาที่บรรพบุรุษได้สะสมส่งต่อสืบทอดมารุ่นต่อรุ่น และยังคงดำรงอยู่ในสังคมปัจจุบันที่ยังนำมาใช้ประโยชน์ได้ นับเป็นทรัพยากรล้ำค่าของประเทศทุกประเทศในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเทศไทยนั้น นับว่ามีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่หลากหลายลึกซึ้งโดดเด่นและสืบทอดต่อกันมายาวนาน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาต่อยอดผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมองค์ความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นสร้างทั้งมูลค่าพร้อมกับเชิดชูคุณค่าในโลยุคโลกาภิวัตน์ การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นทิศทางและความหวังใหม่ในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ยังจะเป็นการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศบนเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เข้มแข็ง สร้างคุณค่าทางสังคม โดยสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยที่ได้เกิดบนผืนแผ่นดินไทย สร้างความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวในสังคมไทย การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์จึงจัดเป็นการพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ความเข้าใจในชุมชน ในพื้นที่ที่มีความสำคัญในเชิงสังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อมธรรมชาติ วิถีของคนในแต่ละยุคสมัยจวบจนถึงวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยมองสังคมหรือชุมชนที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปสัมผัสนั้น ในภาพรวม การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ จึงตั้งอยู่บนฐานของการนำมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาองค์ความรู้ที่ชุมชนมีเป็นอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของประเทศมาประยุกต์เข้ากับความคิดสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะต่อยอดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือการสร้างสรรค์คุณค่าตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นคู่แข่ง โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยวไทยให้อยู่ในระดับสูงขึ้น (วรวิทย์ อวิรุทชีวรกุล, 2553: 19)

ภาครัฐได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยว ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการใช้ยุทธศาสตร์ “7 Wonder Products” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำจุดเด่นวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมไทย 3 ประการได้แก่ ความเป็นไทย วิถีชีวิตไทย มรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาบูรณาการเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบที่เคยทำกันอยู่แต่เดิมเพื่อตอบสนองความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนแปลงไป (วรวิทย์ อวิรุทชีวรกุล, 2553: 32) หมู่บ้านท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์นับเป็นจุดเริ่มต้นของการวางฐานของการพัฒนา การท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมในแต่ละชุมชนในแต่ละหมู่บ้าน เป็นขุมทรัพย์ในการพัฒนาทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นไปพร้อมๆ กัน อันจะส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจระดับชาติต่อไป (พยอม ธรรมบุตร, 2558: 3)

ชุมชนแขวงวัดกัลยาณ์เป็นชุมชนที่เก่าแก่อายุ 230 กว่าปี ตั้งมาพร้อมกับการก่อตั้งราชธานีที่ 3 ของสยามประเทศ ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะ เพราะเป็นหมู่บ้านในเมือง (Urban Village) และเป็นหมู่บ้านที่มีประชาชน 3 ศาสนา 4 เชื้อชาติ อาศัยอยู่ร่วมกันมาอย่างยาวนานและสงบสุข ภายในชุมชนแห่งนี้ มีทรัพยากรที่หลากหลายและโดดเด่นสืบเนื่องมาจากความแตกต่างความเชื่อ ศาสนาและชาติพันธุ์ต่างๆ ได้แก่ ศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกของชาวโปรตุเกส ศาสนาอิสลามนิกายสุนี่ของชาวมุสลิม ศาสนาพุทธมหายานของชุมชนชาวจีนแต้จิ๋วและฮกเกี้ยน และศาสนาพุทธนิกายหินยาน หรือเถรวาทของชุมชนชาวไทย ชุมชนดังกล่าวของ 4 กลุ่มนี้ เป็นชุมชนดั้งเดิมเคยตั้งรากฐานที่กรุงศรีอยุธยา หลังจากเสียกรุงใน พ.ศ. 2310 และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงกอบกู้เอกราชกลับคืนมาให้ชาวไทย ประชาชนทั้ง 4 กลุ่มนี้ได้ตามเสด็จพระเจ้าตากสินมหาราชลงมายังกรุงธนบุรี และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โปรดให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ในที่ดินพระราชทาน โดยโปรดให้สร้างศาสนสถานตามความเชื่อของศาสนาตนเองและตั้งบ้านเรือนอยู่รายล้อมศาสนสถานดังกล่าวเพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจ ชุมชนเหล่านี้ต่างให้ความสำคัญนับถือในศาสนา ศรัทธา ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมวิถีชีวิตของแต่ละกลุ่ม โดยตั้งถิ่นฐานอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองบางกอกใหญ่หรือคลองบางหลวงสืบต่อกันมา ซึ่งคนปัจจุบันอยู่ในรุ่นที่ 5 ความโดดเด่นของทุนวัฒนธรรมดังกล่าว เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิต อาคารมรดกทางวัฒนธรรม เช่น วัดประยูรวงศาวาสวรวิหารและวัดกัลยาณ์ โบสถ์โรมันคาทอลิกข้างตาคอรุส มัสยิดบางหลวงที่มีอาคารทรงอุโบสถ พุทธแบบไทย และศาลเจ้าเกียนอันเกงที่มีสถาปัตยกรรมจีนโบราณที่ตั้งตระหง่านอยู่ริมฝั่งเจ้าพระยา ในด้านวิถีชีวิต นักท่องเที่ยวสามารถเดินเท้าหรือขี่จักรยานลัดเลาะไปในหมู่บ้านโปรตุเกส วัดประยูรวงศาวาสหรือที่เรียกว่าวัดรั้วเหล็กไหวหลวงพ่อบ้างป่าอง องค์ใหญ่ที่วัดกัลยาณ์มิตร ฟังเสียงระฆังใบใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ชมเขามอที่สร้างจากพระจินตนาการของรัชกาลที่ 3 เมื่อทรงทอดพระเนตรดูหอดน้ำตาเทียนที่ละลายไหลไล่กันลงสู่เบื้องล่าง ที่วัดประยูรวงศาวาส หรือชมมัสยิดงดงาม 3 ศิลปะในมัสยิดบางหลวงและตลอดปีในแต่ละเดือน นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าร่วมเทศกาลงานประเพณีมหกรรมอาหารหลากเชื้อชาติ ตลอดงานฉลองด้านศาสนา 3 ศาสนาที่จัดขึ้นเกือบจะทุกเดือนในชุมชนแห่งนี้

ชุมชนกุฎีจีน ได้พิจารณาว่า การท่องเที่ยวกำลังรุกเข้ามามากมายในชุมชนที่เคยสงบสุขและมีชีวิตถ้อยถ้อยอาศัยอยู่ร่วมกันมาริมลำน้ำเจ้าพระยา ร่วม 230 กว่าปี การศึกษาค้นคว้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่แห่งนี้ ย่อมสร้างผลกระทบต่อทั้งทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและทางจิตใจของชาวบ้านอย่างแน่นอน เพื่อให้การพัฒนาท่องเที่ยวของชุมชนกุฎีจีนเกิดขึ้นและดำเนินไปในทิศทางเชิงอนุรักษ์และยั่งยืน ชุมชนกุฎีจีนจึงขอความร่วมมือทางวิชาการจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา ด้านการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ชุมชนมีแนวทางในการต่อยอดทุกทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยอนุรักษ์คุณค่าและเพิ่มมูลค่าแก่ทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าว วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา จึงจัดโครงการงานวิจัยเรื่อง “แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกุฎีจีน” ร่วมกับชุมชนกุฎีจีน เพื่อสนองนโยบายของมหาวิทยาลัยพะเยาที่มีความมุ่งมั่นในการเสริมสร้างภูมิปัญญาและความเข้มแข็งของชุมชนต่างๆ ซึ่งจะหลอมขึ้นก่อให้เกิดภูมิปัญญาร่วมระดับชาติ (National Collective Wisdom)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนกุฎีจีน แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกุฎีจีน
3. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทำการศึกษาเอกสารข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนกู่จิ้น
2. ทำการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) ในภาคสนาม (Field Research) ดังนี้
 - 2.1 ผู้วิจัยลงพื้นที่ชุมชนกู่จิ้น แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อทำการศึกษาชุมชนและทำการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนโดยใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบรายการศึกษาชุมชน (Community Study Checklists) และแบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit)
 - 2.2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) การสังเกต การประชุมกลุ่มย่อย โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) กับชุมชน ซึ่งมีผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนกลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คน
3. ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ และการประชุมกลุ่มย่อยแบบปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อทำการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในชุมชน (Internal Environment) เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในปัจจุบัน ต่อจากนั้นจึงร่วมกันวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เพื่อหาโอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกู่จิ้นในอนาคต ทั้งนี้ที่ประชุมได้ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ของการพัฒนาดังกล่าว โดยนำข้อมูลมาจาก SWOT Analysis มาทำ TOWS เพื่อแสวงหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกู่จิ้น
4. การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวของข้อมูลในด้านแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2556, 128-129)
5. นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้หลักการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเรียบเรียงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกู่จิ้น ฉบับร่าง
6. ผู้วิจัยร่วมจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนกู่จิ้น เพื่อร่วมกันพิจารณาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกู่จิ้น
7. เขียนรายงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกู่จิ้น” ฉบับสมบูรณ์

ผลการวิจัย

บริเวณพื้นที่ศึกษา ผลการศึกษาชุมชนกู่จิ้น ชุมชนกู่จิ้นเป็นชุมชนในแขวงวัดกัลยาณ์ ซึ่งอยู่ในเขตธนบุรี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองบางหลวงหรือคลองบางกอกใหญ่ เป็นที่อยู่อาศัยของชุมชนสามศาสนา คือ ศาสนาคริสต์ อิสลาม และพุทธศาสนานิกายมหายานและหินยาน ซึ่งตามเสด็จสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชมาตั้งรากฐานในบริเวณดังกล่าว ครั้งที่ประเทศสยามเสียกรุงให้แก่พม่าใน พ.ศ. 2310 ลักษณะการตั้งบ้านเรือนจะอยู่กันเป็นกลุ่มรอบๆ ศาสนสถานของตน การเข้าสู่ชุมชนจะต้องเดินเท้าเข้าไปตามซอยแคบๆ ชุมชนแขวงวัดกัลยาณ์ มีวัฒนธรรม อาหาร การแต่งกายที่หลากหลาย และยังคงเป็นชุมชน หรือหมู่บ้านในนครหลวงที่ยังไม่ล่มสลาย สามารถต้านกระแสการเติบโตและการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของกรุงเทพมหานคร จึงเป็นหมู่บ้านในเมือง (Urban Village) ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางด้วยเท้า หรือปั่นจักรยานเข้ามาท่องเที่ยวสัมผัสบรรยากาศและเยี่ยมชมสถานที่ของชุมชนโบราณแห่งนี้

1. ผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนกุฎีจีน

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยาและคลองบางกอกใหญ่ ตลอดจนภูมิทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำลำคลอง ทรัพยากรวัฒนธรรมได้แก่ ศาสนสถาน เช่น วัดประยุรวงศาวาส วัดกัลยาณมิตรซึ่งมีศิลปะกรุงธนบุรี ศาลเจ้าเกียนอันเกงที่มีสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมจีนโบราณ วิถีชีวิตของชุมชน 3 ศาสนาริมฝั่งแม่น้ำลำคลอง มรดกทางวัฒนธรรมด้านอาหารและขนมโปรตุเกส มุสลิม จีนและไทย ตลอดจนบ้านโบราณสมัยทิวเดอริมแม่น้ำเจ้าพระยา ส่วนทรัพยากรท่องเที่ยวด้านเทศกาล มหกรรมงานคลอง ประเพณีได้แก่ เทศกาลคริสต์มาสของโบสถ์ซางตาครุส เทศกาลของศาสนาอิสลาม งานอันสำคัญของพุทธศาสนาหายานและหินยาน ตลอดจนเทศกาลงานไหว้เจ้าของศาลเกียนอันเกง ในด้านกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางหรือปั่นรถจักรยานและริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และริมคลองบางกอกใหญ่ เพื่อแวะเยี่ยมชุมชน 3 ศาสนา การไหว้พระและชมศิลปะด้านสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรมสมัยกรุงธนบุรีและสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ฝึกปฏิบัติสมาธิ วิปัสสนา หรือเข้าชมโบสถ์ซางตาครุสและมัสยิดบางหลวงทั้งเรื่องประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านแห่งแรกของราชธานีธนบุรี ซิมและฝึกการทำขนมและอาหาร โปรตุเกส มุสลิม ไทย จีน ในด้านทรัพยากรบริการ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงชุมชนกุฎีจีน แขวงวัดกัลยาณมิตร ทั้งทางบกและทางน้ำโดยใช้รถไฟฟ้า BTS หรือใช้เรือข้ามฝั่งพระนคร ท่าเรือราชินีมาขึ้นที่ท่าวัดกัลยาณมิตร ในชุมชนจะมีร้านกาแฟชุมชน ร้านอาหารโปรตุเกส และร้านอาหารมุสลิมในปัจจุบัน ชุมชนกุฎีจีนกำลังก่อสร้างพิพิธภัณฑ์กุฎีจีนซึ่งจะสามารถเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมได้ในอนาคตอันใกล้ (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2506, 1)

2. ผลการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกุฎีจีน

สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกุฎีจีนที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

1.1 จุดแข็ง (STRENGTHS) ได้แก่ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนได้แก่

1.1.1 ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามารถเข้าถึงได้สะดวกและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ

1.1.2 มีทุนทางวัฒนธรรม 3 ศาสนา 4 วัฒนธรรม

1.1.3 เป็นพื้นที่ย่านประวัติศาสตร์ที่สำคัญสำหรับความเป็นเอกราชของชาติไทย

1.1.4 มีเทศกาลประเพณี วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารที่สืบทอดมาจากสมัยอยุธยา

1.1.5 มีธรรมชาติและวิถีชีวิตริมแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองต่างๆ

1.1.6 ชุมชนมีความสามัคคีเข้มแข็งและต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

1.2 จุดอ่อน (WEAKNESSES) ได้แก่ปัจจัย ซึ่งเป็นข้ออ่อนด้อยภายในชุมชนซึ่งมีผลกระทบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในปัจจุบัน ได้แก่

1.2.1 ชุมชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ขาดความภาคภูมิใจและความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชนซึ่งกำลังถูกกลืนไปในวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ทุนนิยม

1.2.2 ขาดการอนุรักษ์ดูแลรักษามรดกวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

1.2.3 ขาดยุทธศาสตร์การจัดการองค์ความรู้ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาชุมชน เพื่อสร้างฐานข้อมูลวัฒนธรรมชุมชนและภูมิปัญญาชุมชนเพื่อสร้างฐานข้อมูลวัฒนธรรมชุมชนในรูปแบบ E-society

1.2.4 ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ระดับชุมชน

- 1.2.5 ขาดแผนการตลาดดิจิทัล ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์
- 1.2.6 ขาดแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อความหมายด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาและองค์ความรู้ชุมชน
- 1.2.7 ขาดทุนเพื่อพัฒนาระบบการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (EXTERNAL ENVIRONMENT) ของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชุมชนกู่ฉินซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคต

2.1 โอกาส (OPPORTUNITIES) ของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนกู่ฉินได้

- 2.1.1 มีกระแสโลกด้านความต้องการสัมผัสวัฒนธรรมเชิงลึกของนักท่องเที่ยวเพื่อด้านกระแสวัฒนธรรมเดียว (Macdonization)
- 2.1.2 มีกระแสโลกด้านความต้องการ การท่องเที่ยววิถีพุทธศาสนา เพื่อพัฒนาจิต
- 2.1.3 มีกระแสโลกด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่ทุนทางวัฒนธรรมโลก
- 2.1.4 มีกระแสโลก ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหาร
- 2.1.5 องค์การยูเนสโกมีโครงการส่งเสริม เมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (CREATIVE CITY)
- 2.1.6 นโยบายของกรุงเทพมหานครในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในหมู่บ้านในเมือง (URBAN VILLAGE)
- 2.1.7 มีกระแสการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาเซียนเชิงสร้างสรรค์
- 2.1.8 โครงการของภาครัฐ “CHAO PRAYA FOR ALL” ส่งเสริมการท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา

2.2 อุปสรรค (THREATS) ของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ได้แก่

- 2.2.1 มีแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นคู่แข่งโดย.....
- 2.2.2 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนมีน้ำท่วมในฤดูน้ำหลาก
- 2.2.3 มีวิกฤตทางเศรษฐกิจระดับโลกและภูมิภาค
- 2.2.4 มีปัญหาด้านภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย โรคระบาดระดับสากล ตลอดจนปัญหาทางการเมืองภายในประเทศ

3. แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในแขวงวัดกัลยาณัม

จากผลของการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมสมองหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ของชุมชนกู่ฉิน โดยการจัดทำ SWOT MATRIX หรือ TOWS เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาดังกล่าว โดยการจับคู่ปัจจัยหลัก 4 ด้าน ดังกล่าวเข้าด้วยกัน ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ทำให้เกิดแนวทางหรือกลยุทธ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ 4 ประเภท ตามคู่ที่จับดังนี้

3.1 กลยุทธ์เชิงรุก (STRENGTHS + OPPORTUNITIES: SO)

3.1.1 การสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ศึกษาจุดเด่นของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนกู่ฉิน ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้อย่างมั่นคง บูรณะลักษณะทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่หลากหลายที่กระจายกันอยู่ในชุมชนเข้าด้วยกัน ทำการศึกษาระบบโครงสร้างลึกของลักษณะร่วมทางวัฒนธรรมและนำมาออกแบบให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ โดยสร้างค่านิยมผ่านกลยุทธ์ การตลาดที่เหมาะสมกับยุคสมัยและโอกาส

3.1.2 การสร้างตราสินค้า (BRANDING) เพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนกู่ฉินมาเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่น และมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนกู่ฉินไว้ได้ยั่งยืน ซึ่งจะเป็นการพัฒนา “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (CULTURAL INDUSTRY) ซึ่งเน้นการนำเสนอคุณค่าในเชิงศิลปวัฒนธรรมของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยอนุรักษ์และนำเสนอวัฒนธรรมเป็นทุน เชื่อมโยงและบูรณาการการพัฒนาทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ

ในยุคโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการหลั่งไหลแลกเปลี่ยนสินค้าและวัฒนธรรมจากประเทศสู่ประเทศทั่วโลก (ปิยะชาติ อิศรภักดี 2559: 34-35)

3.1.3 การวางแผนการตลาด เพื่อเชื่อมโยงอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเข้ากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CREATIVE ECONOMY) ในระดับนโยบายและโครงสร้างงานบริหารจัดการอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ภาครัฐจะกำหนดการพัฒนาทุนวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นวาระแห่งชาติ โดยกำหนดกลยุทธ์และองค์กรวัฒนธรรมซึ่งจะทำหน้าที่บริหารจัดการเพื่อหาทุนวัฒนธรรมของประเทศชาติสอดแทรกลงไปในเรื่องต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ศิลปะ ดนตรีและแอนิเมชัน โดยพัฒนาทุนวัฒนธรรม ผ่านความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมเทคโนโลยี แปรรูปเป็นธุรกิจที่สามารถส่งออกหรือบริโภคภายในประเทศ ซึ่งจะสร้างรายได้มหาศาลแก่เศรษฐกิจระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ทั้งนี้ จะต้องมีการทำกลยุทธ์ การตลาดเชิงวัฒนธรรมผ่านทางอุตสาหกรรมบันเทิง อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (พิสวันต์ พิษณุดำรง, ทุนวัฒนธรรมชุมชนทรัพย์สินของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2553: 13)

3.2 กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น (WEAKNESSES-OPPORTUNITIES: WO)

3.2.1 การสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมของชุมชนภูมิถิ่นเพื่อใช้เป็นทุนการท่องเที่ยววัฒนธรรม และเพื่อกระตุ้นสำนึกด้านความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน

3.2.2 การสร้างแผนกลยุทธ์เพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมชุมชนเพื่อสร้างสินค้าของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

3.2.3 การสร้างแผนการอนุรักษ์และฟื้นฟูทุนทางวัฒนธรรมชุมชนอย่างยั่งยืน

3.2.4 การตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนภูมิถิ่น

3.2.5 การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและการสื่อความหมายของเส้นทางอย่างสร้างสรรค์

3.2.6 การระดมทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจากภายในและภายนอกชุมชนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน และประชาชนในรูปวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก (SMEs)

3.3 กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน (STRENGTHS -THREATS: ST)

3.3.1 สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในหมู่บ้านในเมือง เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยว ต่อเนื่อง (Cluster)

3.3.2 ส่งเสริมให้ชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายและพอเพียงภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง

3.3.3 การระแวดระวังดูแลรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนให้คงลักษณะของแก่นแท้ดั้งเดิมไว้ไม่ให้วัฒนธรรมกลายเป็นไปจากเดิมตามกระแสโลกาภิวัตน์ (Cultural Authenticity)

3.3.4 การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมในชุมชนโดยให้ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด

3.3.5 ส่งเสริมให้ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการและมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.3.6 ส่งเสริมให้มีการปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม และการพัฒนาด้านจิตใจในชุมชน

3.4 กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม (WEAKNESSES-THREATS: WT)

3.4.1 สร้างแผนการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติและการก่อการร้ายและอบรมประชาชน

3.4.2 การป้องกันและบูรณะฟื้นฟู โบราณสถาน จากอุทกภัย

3.4.3 สร้างภูมิคุ้มกันทางด้านจิตใจเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติทุกรูปแบบอย่างมีสติ

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมในชุมชนภูฏีจิ้น

ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษาชุมชนภูฏีจิ้นด้วยเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ คือรายการที่ตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชน เพื่อเป็นการปูพื้นฐาน ด้านบริบทพื้นที่ศึกษา ทำความเข้าใจ เกี่ยวข้องกับสังคมพื้นที่วิจัย ลักษณะของชุมชนผู้เป็นเจ้าของ ทรัพยากรวัฒนธรรม การวิเคราะห์ชุมชน ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจบริบทด้านต่างๆ เช่น ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วิถีชีวิต ตลอดจนความซับซ้อนขององค์ประกอบในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยต้องการปรับทัศนคติระหว่างนักวิจัยและชุมชน เป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่จะตามมา (PARTICIPATORY ACTION RESEARCH) ตามความคิดของ (ธีระภักธา เอกผายสวัสดิ์ 2553: 4-7) ที่กล่าวไว้ว่า การศึกษาชุมชนด้วยองค์ความรู้ในมิติต่างๆ ช่วยให้สามารถเชื่อมโยงปรากฏการณ์มิติต่างๆ ให้เป็นองค์รวมเพราะการศึกษาชุมชนเป็นการบูรณาการสหวิทยาการ เพื่อจะได้นำผลการศึกษาชุมชนไปวางแผนร่วมกับชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ บูรณาการอย่างยั่งยืน ตามความต้องการของชุมชนมากกว่าความต้องการของผู้วิจัย (เฉลียว บุรีภักดี 2542: 27) ในการศึกษาชุมชน เพื่อทำความรู้จัก สร้างความคุ้นเคย ศึกษาปรัชญาแนวคิดทัศนคติระหว่างชุมชนกับผู้วิจัยนั้นทำให้ได้คำตอบว่าชุมชนคือใคร และคิดตามมาด้วยการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งจะนำไปวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค ของการพัฒนา การท่องเที่ยวเพื่อชุมชนซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตามกระบวนการของทฤษฎีระบบ (SYSTEM THEORY) ที่ว่า จะต้องมีการป้อนเข้าเป็นจุดเริ่มแรกอันจะสอดคล้องกับ (นิภารัตน์ สายประเสริฐ 2553: 23) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชนจะเป็นตัวกำหนดปัจจัยนำเข้า (IN PUT) ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนภูฏีจิ้นนั้น ในระดับโครงสร้างผิว (SURFACE STRUCTURE) ได้พบทรัพยากรทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรมหรรรเทศกาลประเพณี ทรัพยากรกิจกรรม และทรัพยากรบริการ การพิจารณาทรัพยากรทั้ง 5 ประเภทนี้เป็นการมองในระดับโครงสร้างผิวตามองค์ประกอบเดิมที่จับต้องได้ (TANGIBLE) ในขณะที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ภาคสนามและได้มีการประชุมกลุ่มย่อยตลอดจนการสัมภาษณ์เชิงลึกกับชุมชน ผู้วิจัยได้พบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนประเภทที่จับต้องไม่ได้ (INTANGIBLE) ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น ศรัทธาความเชื่อ องค์ความรู้ภูมิปัญญา ประวัติศาสตร์ ตำนาน ความเข้มแข็ง ความกลมเกลียว ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความยึดมั่นกับวิถีประเพณีดั้งเดิม ฯลฯ ซึ่งทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้นี้ แฝงอยู่ในวัฒนธรรมชุมชนอย่างชัดเจนเมื่อได้สัมผัสบรรยากาศวิถีชีวิต ชุมชนภูฏีจิ้น การมีทรัพยากรแฝงที่จับต้องไม่ได้นี้ นับเป็นทรัพยากรวัฒนธรรมในระดับโครงสร้างลึก (DEEP STRUCTURE) ที่ร้อยรัดและผูกพันชุมชนเข้าไว้ด้วยกัน 230 กว่าปีมาแล้ว ในบริบทของกระแสคลื่นการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ที่ถาโถมใส่ชุมชน (พยอม ธรรมบุตร, 2558: 3)

ในปัจจุบันสำหรับทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมของชุมชนภูฏีจิ้นนั้นมีการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ทุนทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาที่สมบูรณ์ทั้งระดับโครงสร้างลึกและโครงสร้างผิว ซึ่งหมายถึง การสร้างฐานข้อมูล ที่เก็บทั้งองค์ความรู้ กระบวนการสร้างพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้และประโยชน์หรือผลการใช้องค์ประกอบความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ตามที่ (วิจารณ์ พาณิช, 2546: 70-71) ได้นำเสนอ ตัวแบบ (MODEL) ของการจัดการความรู้ในชุมชนและการสร้างเครือข่ายการจัดการความรู้ชุมชนแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน โดยมีการพัฒนาที่ใช้เครื่องมือ (ICT TOOL) เข้าไปหนุน

การสร้างฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมชุมชนทั้งระดับโครงสร้างผิวและโครงสร้างลึก จะนำไปสู่การเข้าถึงความหมาย และภูมิปัญญาชุมชนที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นวัตถุและสิ่งที่ไม่จับต้องไม่ได้ สิ่งนี้จะมีผลต่อการสื่อ

ความหมายของการท่องเที่ยวจากระดับผิวสู่ระดับลึกถึงแก่นแท้ของภูมิปัญญาชุมชน ซึ่งจะเป็นการสอดคล้องกับแนวคิดของ (พิสวันต์ พิษณุดำรง, 2553: 13) ที่กล่าวไว้ว่า ทูทางวัฒนธรรมที่ไทยมีอยู่ นำมาต่อยอดและผสมผสานเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ และองค์ความรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่จะทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าและบริการที่โดดเด่นมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนภูฏีจิ้น เพื่อหาศักยภาพของการพัฒนาดังกล่าว

ชุมชนภูฏีจิ้นมีจุดแข็งด้านการมีทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านความหลากหลายทางศาสนาและชาติพันธุ์ และบริบทวิถีชีวิตแม่น้ำเจ้าพระยาและคลองบางกอกใหญ่ ตลอดจนประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญ การนำทุนวัฒนธรรมดังกล่าวมาต่อยอด ด้วยความคิดสร้างสรรค์และผนวกเข้ากับโอกาสต่างๆ ที่ชุมชนได้รับกับสถานการณ์ท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้แก่ กระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความต้องการศึกษาวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ในลักษณะลึกซึ้งยิ่งขึ้น ต้องการสัมผัสวิถีชีวิต อาหารถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน (วรวิทย์ อวิรุทชีวรกุล, 2553: 22) โดยแก้ไขจุดอ่อนด้านการมีทักษะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การขาดแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพื้นที่ทรัพยากร และแผนการตลาด โดยเฉพาะการตลาดดิจิทัล ส่วนอุปสรรคในอนาคตนั้น ชุมชนก็สามารถสร้างภูมิคุ้มกันด้านทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการจัดการเศรษฐกิจ และพิบัติภัยธรรมชาติและการก่อการร้ายสากล ซึ่งเริ่มเข้ามามีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกไม่ใช่เฉพาะผลกระทบต่อภูฏีจิ้น

ชุมชนมีความคิดเห็นว่า ชุมชนมีศักยภาพด้านทุนวัฒนธรรม แต่ยังมีขาดศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ ยังขาดแผนยุทธศาสตร์ด้านการจัดการพื้นที่ การจัดการทรัพยากรด้านพลังงาน การจัดการของเสีย โดยเฉพาะ การจัดการด้านผลกระทบ ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและจิตใจ ในขณะที่ชุมชนมีความกระตือรือร้น ความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ขาดองค์ประกอบความรู้ด้านการบริหารจัดการในมิติต่างๆ ชุมชนจึงต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน สถาบันการศึกษาและ NGOs ในการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ (กิตติพร ใจบุญ, 2544: 62-63)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนภูฏีจิ้น ชุมชนควรมีกลยุทธ์เชิงรุก

ในการสร้างสรรค์สินค้ารูปแบบใหม่ ตามแนวคิดของ (พิสวันต์ พิษณุดำรง, 2553: 13-14) ทูทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรล้ำค่าสะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทย มีวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรือง มีแบบแผนวิถีชีวิตที่ดีงาม สามารถนำมาประยุกต์สร้างสรรค์กับนวัตกรรมเทคโนโลยี เกิดเป็นสินค้าสนองความต้องการของตลาดท่องเที่ยว เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยบนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง ส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนให้มีความเข้มแข็งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในบ้านเกิด ร่วมอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมและนำระบบคุณค่าในสังคมมาสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ แต่เดิมมาชุมชนภูฏีจิ้นเคยใช้โบราณสถานอาคาร คือเป็นสิ่งที่มีรูปลักษณ์และเป็นวัตถุที่จับต้องได้ มองเห็นได้ และการสื่อความหมายแต่เดิมก็ทำกันในลักษณะการอธิบายตัวโบราณสถานและวัตถุต่างๆ ตามที่เห็น ให้องค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมยุคต่างๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม แต่ไม่มีการลงลึกในการให้ความหมายของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ดังนั้นการสร้างสรรครูปแบบใหม่ของสินค้าและบริการ จึงเป็นการให้ความหมายที่แตกต่างหลากหลายมุ่มมอง ความหมายซึ่งเป็นไปในลักษณะจับต้องไม่ได้ ด้านปรัชญา จิตวิทยา อภิปรัชญา เพิ่มจากความหมายทางด้านวัตถุและเป็นไปในเชิงวิทยาศาสตร์ที่เคยทำอยู่ แม้กระทั่งการสื่อความหมายด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศิลปะ ธรรมชาติ ก็อาจจะให้ความหมายที่ลุ่มลึกและเชื่อมโยงกับศาสตร์ต่างๆ แบบองค์รวม ทำให้เห็นความเชื่อมโยงของสรรพสิ่ง

อันนำไปสู่ความเข้าใจ ด้วยปัญญา (Wisdom) แทนการเข้าใจทางวิทยาศาสตร์ด้วยสมองแล้วความฉลาด (Intelligence) (พยอม ธรรมบุตร, 2559 หน้า 1)

ผู้สื่อความหมายใจอนาคต จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ที่กว้างขวางและลึกซึ้งและสามารถเชื่อมโยงความรู้ ความคิด ความรู้สึกเป็นภาพรวม ซึ่งแนวคิดเรื่องการสร้างรูปแบบใหม่ของสินค้าและบริการท่องเที่ยวนี้ ชุมชนภูฏีจิ้นมีความคิดเห็นจากการอภิปรายร่วมกันว่าควรมีการอบรมด้านเทคนิคการสร้างสินค้ารูปแบบและมุมมองใหม่โดยร่วมมือกับนักวิชาการด้านการสื่อความหมายเชิงสร้างสรรค์จากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา (พยอม ธรรมบุตร 2558) กลยุทธ์เชิงรุกอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างสินค้าเพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภูฏีจิ้น (BRANDING) ซึ่งจะเป็นการเริ่มต้นพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของชุมชนในภาพรวม แทนการขายวัฒนธรรมแยกเป็นส่วนๆ โดยไม่ได้ผ่านการแปรรูปและขัดเกลาเชิงสร้างสรรค์ ของกระบวนการผลิต ตามทฤษฎีระบบ ซึ่งวิณา ชุ่มบัณฑิต ได้นำมาประยุกต์กับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยนำแนวคิดทฤษฎีระบบนั้น ในการสร้างตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวจะมีปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม วิถีภูมิปัญญาของชุมชนภูฏีจิ้น กระบวนการได้แก่ขั้นตอนในการดำเนินการสร้างสินค้ารูปแบบใหม่ โดยนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์และวิธียุทธศาสตร์ซึ่งจะทำให้ได้ผลผลิต คือ ตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวของภูฏีจิ้น (วิณา ชุ่มบัณฑิต, 2557: 24)

ชาวภูฏีจิ้นได้มองที่ตราสินค้าของชุมชน ได้แก่

1. การชูความเด่นของความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม ในรูปของแบรนด์ “เที่ยวกะตี่จิ้น 3 ศาสนา 4 วัฒนธรรม”
2. การมองเห็นทุนทางวัฒนธรรมด้านการพัฒนาจิตใจในบริบทธรรมชาติที่สวยงามซึ่งอาจนำมาสร้างแบรนด์ “สัมผัสวิถีพุทธวิถีเจ้าพระยาที่ภูฏีจิ้น” (Kudichin’s Buddhist and Chao Phraya) เพื่อสนองความต้องการของคนเมืองของกรุงเทพมหานครจำนวน 10 ล้านคน และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาติตะวันตก ซึ่งมีความโหยหาความสงบทางจิตและการสัมผัสธรรมชาติที่เอื่อยเย็น ในโลกโลกาภิวัตน์ที่เต็มไปด้วยปัญหา ข้อพิพาท และความขัดแย้งท่ามกลางป่าคอนกรีตของเมืองใหญ่
3. การเกิดพระเกียรติ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ด้วยความสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ ที่ได้ทรงกอบกู้เอกราชคืนให้แก่ปวงชนชาวไทย หลังจากเสียกรุงศรีอยุธยาให้แก่กองทัพพม่าเป็นเวลา 7 เดือน โดยเฉพาะชุมชนภูฏีจิ้นจะมีความสำนึกในข้อนี้มากกว่าคนไทยทั่วไป เพราะในช่วงที่กรุงศรีอยุธยาแตก ได้รับพระกรุณาธิคุณให้ได้ออกจากป่าจากวัดร้าง ล่องเรือล่องแพตามเสด็จมาตามคั้งน้ำเจ้าพระยาจนมาถึงชุมชนแห่งนี้ และสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชยังทรงพระกรุณาพระราชทานที่ดินให้สร้างโบสถ์ มัสยิด ศาลเจ้า วัดพุทธ เพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจที่แตกกระเจิงหลังบ้านแตกสาแหรกขาด ตั้งบ้านเรือนอยู่ใกล้พระราชวังของพระองค์และก้อยู่กันมาจนถึงปัจจุบัน เป็นคนรุ่นที่ 5 จากคนรุ่นที่ 1 ซึ่งตามเสด็จมาจากอยุธยา ที่ประชุมกลุ่มย่อยจึงเห็นสมควรมีแบรนด์ “ทอดน่องท่องย่านประวัติศาสตร์กรุงธนบุรี” (MEANDERING in Thonburi’s Historical Quarters) ซึ่งเป็นแบรนด์ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์สมัยกรุงธนบุรีสืบเนื่องต่อมาถึงต้นรัตนโกสินทร์จากการเดินเท้าหรือทัวร์จักรยาน เยี่ยมชมโบราณสถาน ซึ่งเป็นสถานที่เกิดเหตุของประวัติศาสตร์ชาติไทยยุคหัวเลี้ยวหัวต่อว่าจะจะเป็นประเทศราชหรือประเทศเอกราช

เพื่อสนองกระแสการท่องเที่ยวโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (FOOD TOURISM) ที่ประชุมกลุ่มย่อยมีความเห็นว่า ควรสร้างแบรนด์ “เดินชิมลิ้มรสอาหารภูฏีจิ้นโปรตุเกส มุสลิม แต่จิว ไทย” โดยเฉพาะการสร้างแบรนด์ “เค้กชิ้นแรกในประวัติศาสตร์ไทย” ในเตาอบสังกะสีของคุณท้าวภิรมย์

กล่าวโดยสรุป ชุมชนได้นำลักษณะทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย กระจัดกระจายมารวมกลุ่มร้อยรัดเข้าด้วยกัน ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ซึ่งจะเป็นมุมมองภาพรวมของชุมชนภูฏีจิ้น โดยในการสร้างแบรนด์ดังกล่าว ที่ประชุมกลุ่มย่อยได้

คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยือนชุมชนภูมิถิ่น โดยการสัมภาษณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการตลาด เพื่อเชื่อมโยงอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเข้ากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ภาณี ชนาธิประณ 2553: 38-41) โดยวิเคราะห์แผนการตลาดเชิงวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ไว้อย่างชัดเจนว่า รัฐบาลเกาหลีใต้นั้น กำหนดนโยบายวัฒนธรรมระดับชาติไว้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. 2491 มาถึงปัจจุบันซึ่งจัดเป็นแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี มีการจัดตั้งองค์การวัฒนธรรมและสาริตะของเกาหลีใต้ (KOREA CULTURE AND CONTENT AGENCY-KOCCA) ในปี พ.ศ. 2544 อยู่ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและท่องเที่ยว ภารกิจของ KOCCA คือมุ่งสนับสนุนให้นำเนื้อหาสาระของ วัฒนธรรมและความเป็นชาติเกาหลีใต้สอดแทรกลงไป ในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงต่างๆ ทั้งภาพยนตร์ เกมส์ ศิลปะ ดนตรี และแอนิเมชัน โดยพัฒนาเป็นธุรกิจที่สามารถก่อให้เกิดรายได้มหาศาล โดยเฉพาะมีหน้าที่สร้างพัฒนาคน เทคโนโลยีและการส่งออกของชาติเกาหลีใต้สู่ตลาดภายนอกและภายในประเทศ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้คนเกาหลีดูภาพยนตร์เกาหลี ซึ่งสอดแทรกปรัชญาของขงจื้อ สะท้อนการรักชาติ การต่อสู้เพื่อประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาประเทศเกาหลี ประสบความสำเร็จในการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่ออุตสาหกรรมบันเทิง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะกระแสเกาหลีในประเทศไทย สื่อต่างๆ ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมเกาหลีทุกประเภท เช่น ภาพยนตร์ ละคร อาหาร แฟชั่น ประวัติศาสตร์ ภูมิทัศน์ นักร้อง นักแสดง ดารา ฯลฯ ประชาชนเกาหลีถูกสอนให้มีความเป็นชาตินิยมซึ่งเกิดจากการ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ นำไปสู่การนิยามทุกอย่างที่เป็นเกาหลี ของทั้งคนเกาหลีและเยาวชนทั่วโลก ทั้งนี้ความสำเร็จดังกล่าว เกิดขึ้นเพราะมีการสร้างกระบวนการสร้างสรรค์อย่างมีระบบ มีการทุ่มเทอย่างจริงจังทั้งภาครัฐภาคเอกชน

ประเทศไทยและชุมชนภูมิถิ่นอาจประยุกต์ แนวความคิดดังกล่าวมาพัฒนาในประเทศไทยและชุมชนภูมิถิ่น โดยการรณรงค์อย่างจริงจัง คนไทยภาคภูมิใจที่เกิดมาเป็นคนไทย มีวิถีชีวิตแบบไทย ควรมีการศึกษารายละเอียดของวัฒนธรรมไทยเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการนำเสนอใหม่ให้เป็นที่สนใจและประทับใจชาวโลก นำวัฒนธรรมความเป็นไทยมาสู่สากล โดยผ่าน เทคโนโลยีสารสนเทศโดยมีอุตสาหกรรมบันเทิงเป็นเครื่องมือทางการตลาด

ชุมชนภูมิถิ่นควรค้นหา ลักษณะของความเป็นภูมิถิ่น 3 ศาสนา 4 วัฒนธรรมในรายละเอียด สร้างความภาคภูมิใจ แก่เยาวชนภูมิถิ่น นำเสนอความเป็นภูมิถิ่นผ่านสื่อมวลชนสื่อสารสนเทศ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าของวัฒนธรรมภูมิถิ่น

ในส่วนที่เกี่ยวกับการสร้างฐานองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาของชุมชนภูมิถิ่นนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควร จัดตั้งองค์กรผู้รับผิดชอบ เช่น ชมรมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวภูมิถิ่น ซึ่งจะมีพันธกิจคือสร้างฐานขององค์ความรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของถิ่นภูมิถิ่น ส่วนแนวทางในการจัดการองค์ความรู้ดังกล่าว ได้แก่ การจัดทำสารานุกรม วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน พิพิธภัณฑ์ชุมชน ซึ่งชุมชนภูมิถิ่นสามารถริเริ่มทำได้ โดยความร่วมมือกับชุมชนต่างๆ ในเขต ธานีบุรี สถานศึกษาและหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน โดยรอบและโดยรวม ในด้านการท่องเที่ยวในวัดของเขตธานีบุรีจะมี พิพิธภัณฑ์ศิลปะพุทธศาสนาอยู่ ถ้ามีการเสริมพิพิธภัณฑ์ชุมชนเข้าด้วยกัน โดยเป็นความร่วมมือระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียน ก็จะเป็นฐานข้อมูลองค์ความรู้ชุมชนที่สมบูรณ์ขึ้น ซึ่งอาจจะมีการเก็บข้อมูลเพื่อการสืบค้น โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ในการสร้างเครือข่ายด้านการสร้างฐานความรู้วัฒนธรรมของชุมชนเพื่อการอนุรักษ์และเพื่อนำมาต่อยอดเพื่อมูลค่า และคุณค่าแก่ทุนวัฒนธรรมชุมชน ควรมีการระดมทุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาต่างๆ เข้าด้วยกัน (กิตติพร ใจบุญ, 2554: 6)

ในการอนุรักษ์ดูแลรักษาทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางธรรมชาติชุมชน ควรมีการจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ เพื่อปลูก จิตสำนึกทั้งแก่เยาวชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะควรให้ความร่วมมือสำคัญต่อการพัฒนาจิตใจ โดยใช้ศาสนาเป็น เครื่องช่วย เพราะการเตรียมความพร้อมเพื่อรับพิบัติภัยทุกรูปแบบสิ่งที่สำคัญที่สุด คือการเตรียมความพร้อมทางด้านจิตใจ (พยอม ธรรมบุตร, 2558: 3)

ผู้วิจัยขอสรุปว่า งานวิจัยครั้งนี้ได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทั้ง 3 ประการ โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 นั้น เป็นเพียงแนวทางเพื่อริเริ่มการพัฒนาและนำแนวทางดังกล่าวลงไปสู่ระดับปฏิบัติการโดยชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกู่ฉินอย่างเป็นรูปธรรมและอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

เมื่อได้พิจารณาผลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนกู่ฉิน แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ในระดับชาติ รัฐบาลควรกำหนดนโยบายวัฒนธรรมระดับชาติไว้ในยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฉบับที่ 12 โดยจัดเป็นวาระแห่งชาติ จัดตั้งองค์กรวัฒนธรรมและสภารัตถะของประเทศไทยโดยมุ่งนำเนื้อหาสาระของวัฒนธรรมและความ เป็นชาติไทยมาสอดแทรกไว้ในอุตสาหกรรมบันเทิงต่างๆ และพัฒนาเป็นธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ เพื่อพัฒนาความภาคภูมิใจ ในหัวใจคนไทยและเพื่อส่งออกวัฒนธรรมไทยผ่านสื่ออุตสาหกรรมบันเทิงและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เร่งด่วนที่สุด
2. ในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ควรมีการกำหนดแผนปฏิบัติที่ชัดเจนในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิง สร้างสรรค์ในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน โดยแต่ละชุมชนกำหนดเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนอย่างเป็น รูปธรรม
3. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมในภาคต่างๆ วัฒนธรรม ชนเผ่าต่างๆ ในประเทศไทย เพื่อสร้างฐานข้อมูลด้านวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมในประเทศไทย อันจะนำไปสร้าง อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในระดับชาติ โดยแต่ละชุมชนมีวิสัยทัศน์ระดับชาติร่วมกัน

เอกสารอ้างอิง

กิตติพร ใจบุญ. โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งรายได้ของประชาชน:

กรณีศึกษาย่านกู่ฉินและพื้นที่ใกล้เคียงกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.

เฉลียว บุรีภักดี. (2542). ทฤษฎีระบบกับการพัฒนาที่ยั่งยืน. วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ธีระภัทธา เอกผาชัยสวัสดิ์. (2553). ชุมชนศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิภารัตน์ สายประเสริฐ. (2553). การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกำลังพลห้วยสัตว์ใหญ่. เชียงใหม่:

มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

พิสวันต์ พิษณุดำรง. (2559). ทุนวัฒนธรรมชุมชนทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารเศรษฐกิจและสังคม

ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2553). BRANDING 4.0 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์.

พะยอม ธรรมบุตร. (2558). เอกสารประกอบการสอนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. มหาวิทยาลัยพะเยา

ภาณี ชนาธิปภรณ์. การตลาดเชิงวัฒนธรรมเกาหลีใต้ผ่านเส้นทางดนตรี ภาพยนตร์และการท่องเที่ยว. วารสาร

เศรษฐกิจและสังคม, 2553

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2506). รายงานตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร.

วิจารณ์ พาณิช. (2546). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์.

วีณา ชุ่มบัณฑิต. (2557). ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของตำบลบ้านไร่ อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ.

เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุภาพค์ จันทวานิช. (2556). วิธีการจัดการข้อมูลเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- วรวิทย์ อวิรุทชีวรกุล. (2553). วารสารเศรษฐกิจและสังคม. การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย
- Butler, R. (1999). **Sustainable Tourism, a State of Art review Tourism Geographies**. Chris Cooper (2012). **Essentials of Tourism**, Pearson, England.
- Leiper, N. (2000). “**Are destinations**” The heart of Tourism?, Current Issues in Tourism 3,
- Mathieson, A and Wall. G (1982). **Tourism: Economic, physical and Social Impacts**, Longman, London.
- Ritchie (2003). J.R.B and Crouch, G.I, **The Competitive Destination a Sustainable Tourism Perspective**, FABI, Walling Ford.
- Tao, C.TH. (2009.) and Wall G. **Tourism as a Sustainable lively hood strategy**, Tourism Management 30.
- UNWTO (2007). **Climate Change and Tourism**, Madrid.
- UNWTO (2005). **Making Tourism more Sustainable, A Guide for Policy Makers**, Madrid.
- UNWTO (2007). **A Practical guide to Destination Manager** Madrid.
- WTTC (2012). **Travel and Tourism Economic Impact**, London.