

กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนกุฎีจีน
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
Gastronomy Tourism Development
Strategy for Kudichin Community,
Thonburi District, Bangkok

มนชนก จุลสิทกข์ / Manachanok Jullasikkee¹

Received: Jun. 30, 2024 Revised: Sep. 2, 2024 Accepted: Oct. 9, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร และกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยผู้ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ คือ ผู้แทนของชุมชน ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน ผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนและผู้แทนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนกุฎีจีน โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชนกุฎีจีน 2) การประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง

¹สาขาวิชานวัตกรรมกรรมการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

¹Department of Tourism Innovation, Faculty of Management Science, Bansomdejchaopraya Rajabhat University.

4) การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพโดยตรวจสอบข้อมูลเชื่อมโยงแบบสามเส้า และ 5) การกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารตามมาตรฐานในระดับดี ผลจากการประเมินองค์ประกอบ 4 ประการ คือ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน สำหรับผลการศึกษาก็คือเกี่ยวกับการกำหนดแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดจากผลการสัมภาษณ์ การสังเกต และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชน จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มากำหนดแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยกระบวนการ TOWS Matrix ได้ผลลัพธ์เป็นกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร สามารถนำไปปรับใช้ได้ตามบริบทของตนเอง

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลยุทธ์การพัฒนา ชุมชนกุฎีจีน

Abstract

This research aimed to assess the potential of the Kudichin community in Thonburi District, Bangkok, as a gastronomy tourism destination and formulate development strategies accordingly. The study included key informants such as community representatives who were stakeholders in gastronomy tourism, government officials, the private sectors, educational institutions involved in gastronomy tourism, and tourists who visited the Kudichin community. The study employed the qualitative research consisting of 5 phases: 1) surveying primary data on tourism resources in the community, 2) evaluating

the potentials of the community as a gastronomic destination, 3) interviewing stakeholders and related individuals, 4) examining qualitative data with ternary relative data evaluation, and 5) placing the gastronomy tourism strategy for the community.

The study has found that the Kudichin community has potentials to become the gastronomy tourism destination at a good standard based on 4 evaluation components: 1) attractiveness to gastronomy tourists, 2) infrastructure support for gastronomy tourism, 3) capabilities to manage gastronomy tourism, and 4) community participation. The results of the study on the formulation of the strategic plan on gastronomy tourism were derived from interviews, observations, and analysis of the community's internal and external environment. These analysis results were then used to formulate the strategic plan for gastronomy tourism development with the TOWS Matrix process, resulting in 4 alternative strategies: proactive strategy, corrective strategy, preventive strategy, and defensive strategy. These strategies were intended for stakeholders involved in gastronomy tourism in the Kudichin community, Thonburi District, Bangkok to adapt according to their own context.

Keywords : Gastronomy tourism, Development strategy, Kudichin community

บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก เนื่องจากมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงกลายเป็นสินค้าหลักของหลายประเทศเป็นแหล่งรายได้ของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นและ

สร้างอาชีพให้ประชาชนจำนวนมาก หลายประเทศมีนโยบายที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยที่การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น จากยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ที่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน รวมถึงการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญและสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวกลับมาใช้ชีวิตเรียบง่ายมากขึ้น นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับความดั้งเดิมของท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวคำนึงถึงอาหาร เพื่อการมีสุขภาพที่ดี (วริศ เขาวนศิลป์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล, 2565) ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะด้านมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีรายได้ค่อนข้างสูงและมีศักยภาพในการใช้จ่ายที่สูงตามลำดับ จากรายงาน Global Culinary Tourism Market 2020-2027 ตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลกเติบโต เฉลี่ยปีละ

16.8% และคาดว่าจะมีมูลค่าตลาด 1,796.5 พันล้านดอลลาร์ ภายในปี 2027 ซึ่งขนาดตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในปี 2022 คือ 23,285 ล้านดอลลาร์ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเทียบเท่า ร้อยละ 4 ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลก ซึ่งถือเป็นมูลค่ามหาศาล (เดอะ บิสซิเนส พลัส (The Business Plus), 2023) จะเห็นได้ว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหารเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2555-2574 อีกด้วย ทำให้มีการนำอาหารมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวจนกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2557) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงได้กลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญในการเข้าถึงวัฒนธรรมของชนชาตินั้น โดยสามารถนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างลงตัว รวมทั้งเป็นตัวช่วยหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่นและยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจวัฒนธรรมดั้งเดิมได้อย่างลึกซึ้งผ่านประสบการณ์การบริโภคอาหารท้องถิ่นนั้น

จากกระแสความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเชิงอาหารมุ่งเน้นไปที่การสัมผัสและเต็มเต็มประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร หรือการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการทำอาหารกับท้องถิ่น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นรักษา หวงแหนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของตนเองไว้ โดยหลายประเทศนำอาหารเข้ามาช่วยส่งเสริมการตลาด ทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เช่น ไทย จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เช็ก สเปน บัลแกเรีย โครเอเชีย ออสเตรีย เปรู โคลัมเบีย เอกวาดอร์ และเม็กซิโก เป็นต้น (UNWTO, 2017) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยที่น่าสนใจมีเป็นจำนวนมาก การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับชุมชนกุฎีจีน เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านอาหารเด่นชัด ได้รับการสืบทอดมาตั้งแต่ในสมัยกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี กรุงรัตนโกสินทร์ จนกระทั่งถึงปัจจุบันมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมอาหาร

ของชาวโปรตุเกส ชาวจีน และอาหารไทยราชสำนัก เป็นจุดดึงดูดที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน แต่กระแสการท่องเที่ยวยังไม่เด่นชัด ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน วิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก จากนั้นจึงนำข้อมูลมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีนสามารถนำไปปรับใช้ได้ตามบริบทของตนเอง ซึ่งจะสามารถเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ชุมชนกุฎีจีนและเชื่อมโยงถึงการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวในภาพรวมของของชุมชนกุฎีจีนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยกำหนดขั้นตอนการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. สืบหาข้อมูลเบื้องต้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากเอกสาร รายงานวิจัย ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารวิชาการ ฐานข้อมูลออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจพื้นที่ การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน และการสังเกตแล้วนำมาดำเนินการบันทึกภาคสนาม

2. ประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ภูเก็ต จากแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย

3. การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยแบบสัมภาษณ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนภูเก็ต โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมนอก

4. ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยตรวจสอบข้อมูล เชื่อมโยงแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่ได้มา ประกอบด้วย แหล่งเวลา สถานที่ บุคคล ถ้าข้อมูลที่ได้มามีความหมายเหมือนกันจากหลายที่ถือว่าข้อมูล นั้นเชื่อถือได้ แล้วจึงบันทึกข้อมูลไว้ และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ เก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการตรวจสอบ ความถูกต้องด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่สามารถยืนยันความถูกต้องก่อนนำเสนอเป็นภาพรวม เพื่อแสดงให้เห็นถึงความพร้อมและความแตกต่างของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และสรุปเป็นรูปแบบความเรียง

5. กำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนภูเก็ต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

งานวิจัยนี้มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และตรงตามประเด็นวิจัย (Intensity Sampling) ตามแนวคิดของ ชาย โพธิสิตา (2562) และ Patton (2014) แบ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ออกเป็น 5 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 45 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 15 ราย ประกอบด้วย ประธานชุมชน สมาชิกในชุมชน ร้านค้า ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และพิพิธภัณฑสถานในชุมชน
2. ผู้แทนภาครัฐ จำนวน 3 ราย โดยเป็นผู้แทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ผู้แทนจากกรมการท่องเที่ยว
3. ผู้แทนภาคเอกชน จำนวน 5 ราย ประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยว และมีคฤหาสน์
4. ผู้แทนภาคการศึกษา จำนวน 7 ราย ประกอบด้วย ผู้แทนจากสำนักศิลปะและวัฒนธรรม คณาจารย์จากสาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
5. ผู้แทนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนภูเก็ต เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 15 ราย

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนภูเก็ต เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. กำหนดประเด็นและข้อคำถาม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินศักยภาพและแบบสัมภาษณ์
3. ดำเนินการให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบแบบประเมินศักยภาพและแบบสัมภาษณ์ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบประเมินศักยภาพและแบบสัมภาษณ์ หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC: Index of item objective congruence)
4. ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบประเมินศักยภาพและแบบสัมภาษณ์ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
5. ขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
6. ดำเนินการจัดทำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวแปรและการวัดค่าตัวแปร (Variables and Measurement)

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน หมายถึง ชุมชนที่มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการเชิงอาหาร และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งนี้ในแต่ละองค์ประกอบจะมีหลักเกณฑ์และดัชนีชี้วัดในการพิจารณาความมี ศักยภาพ ประสิทธิภาพ และคุณภาพ เพื่อใช้ในการประเมินมาตรฐานของ แหล่งท่องเที่ยวทางอาหารนั้นด้วย ดังนั้นเพื่อเป็นการประเมินศักยภาพการเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการดัดแปลงคู่มือ การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรม การท่องเที่ยว (2557) และคู่มือการประเมินการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์ (2566) เป็นเกณฑ์การประเมินศักยภาพ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกู่จิ้น เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนตามเกณฑ์ ที่กำหนด สามารถวิเคราะห์ระดับศักยภาพของชุมชนกู่จิ้น เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ได้โดยใช้หลักสมการถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

$$\sum_{i=1}^n (W_i \times R_i) / \sum_{i=1}^n W_i$$

โดยที่ W_i = ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัด i ที่ใช้ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

มีค่าตั้งแต่ 1 ถึง 2

R_i = ค่าคะแนนของตัวชี้วัด i ที่ใช้ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 3

n = จำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด

นำค่าคะแนนดังกล่าวเปรียบเทียบกับระดับศักยภาพ โดยผลรวมของคะแนนประเมินทั้ง 4 องค์ประกอบ จะเป็นระดับคะแนนที่ใช้กำหนดระดับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร และนำคะแนนที่ได้ไปเทียบระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 1 ระดับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

| องค์ประกอบ | สัดส่วน (ร้อยละ) | ค่าคะแนนเต็ม |
|---|------------------|--------------|
| 1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | 40 | 64 |
| 2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | 10 | 24 |
| 3. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | 40 | 72 |
| 4. การมีส่วนร่วมของชุมชน | 10 | 18 |
| รวม | 100 | 178 |

(ที่มา : กรมการท่องเที่ยว, 2557)

การกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร กำหนดจากผลรวมของคะแนนประเมินทั้ง 4 องค์ประกอบ นำมาเปรียบเทียบกับระดับคะแนนมาตรฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

| ค่าคะแนน (ร้อยละ) | ระดับมาตรฐาน |
|-------------------|--------------|
| 81 ขึ้นไป | ดีเยี่ยม |
| 71-80 | ดีมาก |
| 61-70 | ดี |
| 51-60 | ปานกลาง |
| 50 หรือน้อยกว่า | ต่ำ |

การจัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนากองท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร กำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ของชุมชนในการที่จะพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์นำมาจาก การสัมภาษณ์ การสังเกต และการบันทึกภาคสนาม โดยครอบคลุมในประเด็นดังต่อไปนี้

1. สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายในชุมชน

2. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อม ที่เป็นปัจจัยจากภายนอก ซึ่งคนหรือองค์กรภายในชุมชนไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อระบุถึงโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สำหรับการกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนนั้นมีแนวทางการปฏิบัติที่ระบุหรือกำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก หรือ SWOT Analysis ด้วยวิธีการที่กล่าวในข้างต้น หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ หรือ TOWS Matrix โดยการจับคู่ ซึ่งเป็นเทคนิคที่ใช้ในการสร้างกลยุทธ์ด้วยการจับคู่ที่ละคู่ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สร้างกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งไปช่วงชิงโอกาสที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ด้วยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (Strengths) และโอกาส (Opportunities) ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์เชิงรุก

2. สร้างกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งรับมือกับอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (Strengths) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์เชิงป้องกัน

3. สร้างกลยุทธ์ทางเลือกโดยใช้โอกาสที่คาดว่าจะเกิดขึ้นมาแก้ไขจุดอ่อน โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่างจุดอ่อน (Weaknesses) และโอกาส (Opportunities) ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์เชิงแก้ไข

4. สร้างกลยุทธ์โดยการแก้ไขจุดอ่อนและเสี่ยงอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยใช้วิธีการจับคู่ระหว่างจุดอ่อน (Weaknesses) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งกลยุทธ์ในส่วนนี้เรียกว่า กลยุทธ์เชิงรับ

ผลการวิจัย

ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

จากผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จากผู้ให้ข้อมูล จำนวน 45 ราย ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 15 ราย ประกอบด้วย ประธานชุมชน สมาชิกในชุมชน ร้านค้า ร้านจำหน่ายของที่ระลึก พิพิธภัณฑสถานชุมชน ผู้แทนภาครัฐ จำนวน 3 ราย โดยเป็นผู้แทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ผู้แทนจากกรมการท่องเที่ยว ผู้แทนภาคเอกชน จำนวน 5 ราย ประกอบด้วย บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้แทนภาคการศึกษา จำนวน 7 ราย ประกอบไปด้วย ผู้แทนจากสำนักศิลปและวัฒนธรรม คณาจารย์จากสาขาวิชาานวัตกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยานักศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการการท่องเที่ยว จากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ผู้แทนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 15 ราย ซึ่งผลรวมของคะแนนการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน 4 องค์ประกอบจะเป็นระดับคะแนนที่ใช้กำหนดระดับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการนำคะแนนที่ได้ไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียดของผลการประเมิน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

| องค์ประกอบ | สัดส่วน (ร้อยละ) | คะแนนเต็ม (มาตรฐาน) | ค่าคะแนน ที่ได้ | คะแนน ประเมิน |
|---|------------------|---------------------|-----------------|---------------|
| 1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | 40 | 64 | 47 | 26.40 |
| 2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | 10 | 24 | 14 | 7.84 |
| 3. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร | 40 | 72 | 33 | 18.54 |
| 4. การมีส่วนร่วมของชุมชน | 10 | 18 | 18 | 10.11 |
| รวม | 100 | 178 | 112 | 62.92 |

(ที่มา : มนชนก จุลสิขี, 2567)

จากตาราง ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ระดับมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน คือ ผลรวมการประเมินทั้ง 4 องค์ประกอบ ซึ่งคะแนนรวมที่ได้จากการประเมิน คือ 62.92 เมื่อเปรียบเทียบกับระดับคะแนนมาตรฐานของกรมการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ อยู่ในระดับ ดี (ค่าคะแนน 61-70) จึงสามารถอธิบายถึงรายละเอียดศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานครจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผลการประเมินศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ค่าคะแนนที่ได้ คือ 47 คะแนนจากค่าคะแนนเต็ม 64 คะแนน ชุมชนกุฎีจีน มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญา มีองค์ความรู้ด้านอาหารในระดับท้องถิ่นที่เห็นได้เด่นชัด และมีประวัติความเป็นมาสืบเนื่องมาอย่างยาวนาน รวมถึงขนมของชุมชนกุฎีจีนที่ขึ้นชื่อว่าเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ในชุมชนกุฎีจีน เป็นขนมที่มีส่วนผสมของไข่ แป้ง และน้ำตาล มีหน้าตาเหมือนขนมไข่ รสชาติหวานหอม แต่มีความแตกต่างที่เนื้อขนมจะกรอบนอกนุ่มใน เนื้อร่วน และแน่นกว่าขนมไข่ เรียกว่า ขนมฝรั่งกุฎีจีน ซึ่งเป็นขนมที่มีความหมายดี เพราะส่วนผสมที่อยู่ในขนมล้วนเสริมมงคลทั้งสิ้นตามความเชื่อของคนไทย เชื้อสายจีน ซึ่งเอกลักษณ์ของขนมฝรั่งกุฎีจีน คือ การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างจีนกับฝรั่ง ตัวขนมเป็นตำรับของโปรตุเกส ขณะที่หน้าของขนมเป็นจีน ซึ่งประกอบด้วยฟักเชื่อมที่ชาวจีนเชื่อว่ารับประทานแล้วจะร่มเย็น ส่วนน้ำตาลทรายทานแล้วจะมีความมั่งคั่ง มากมีเหมือนกับน้ำตาลทรายที่นับเม็ดไม่ได้ นอกจากนี้ยังมีลูกพลับอบแห้งและลูกเกด ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีราคาและมีคุณค่าทางอาหาร โดยขนมฝรั่งกุฎีจีนมีสูตรพิเศษที่สืบทอดมาแต่โบราณจะใช้ไข่ แป้งสาลี และน้ำตาลทรายแดงเท่านั้น พร้อมการอบด้วยอุณหภูมิความร้อนที่พอเหมาะจะได้ขนมที่ออกมามีรสชาติกรอบนอกนุ่มในยากที่จะเลียนแบบ ซึ่งบริเวณชุมชนกุฎีจีนมีผู้ประกอบการผลิตขนมฝรั่งกุฎีจีนอยู่ 3 ร้าน คือ บ้านขนมฝรั่งกุฎีจีนธนุสิงห์ ร้านหลานแม่เป่า และร้านคุณเล็ก (ซอย 9 ลูกแม่ศรีหลานย่าเป่า) ซึ่งมีสูตรในการทำขนมที่มีเอกลักษณ์และรสชาติที่แตกต่างกันไป (จุฬาลักษณ์ จารุจฑารัตน์ และวงศ์ทอง เขียนวงศ์, 2560, น.77-85)

นอกจากขนมฝรั่งกุฎีจีนที่ถือเป็นจุดขายสำคัญของชุมชนแล้ว ยังมีอาหารที่ถูกนิยามว่าเป็นอาหารสยาม-โปรตุเกส ปรากฏในชุมชน ณ บ้านสกุลทอง ซึ่งบ้านสกุลทองเป็นหนึ่งใน 18 ตระกูลชาวไทยเชื้อสายโปรตุเกสที่อพยพจากกรุงศรีอยุธยา และในปัจจุบันลูกหลานสกุลทองได้เปิดบ้านไม้เก่าแก่ที่อยู่ สืบทอดกันมากกว่า 5 รุ่น เพื่อบอกเล่าถึงเรื่องราวของสำรับอาหารคาวและหวาน ตำหรับโปรตุเกสที่ยังคงอยู่คู่บ้านของชาวไทยเชื้อสายโปรตุเกสที่ชุมชนกุฎีจีน โดยคุณประวีร์ สกุลทอง ทายาทรุ่นที่ 5 ของตระกูลสกุลทอง และคุณชนิษฐาสกุลทอง เจ้าของร้านอาหารสยาม - โปรตุเกสบ้านสกุลทอง กล่าวว่า ต้องการอนุรักษ์อาหารโบราณสไตล์โปรตุเกสที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ จึงใช้นามสกุลเป็นชื่อร้านอาหารที่เปิดในบ้าน และสูตรอาหารนี้เป็นสูตรที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากคุณย่าของสามี ซึ่งเป็นอาหารที่ทำรับประทานกันในครอบครัว

อยู่แล้ว แต่จะมีการปรับเปลี่ยนรสชาติให้หวานน้อยลง เพราะอาหารโปรตุเกสที่รุ่นคุณย่าทำให้รับประทานรสชาติจะหวานมาก ส่วนเมนูอาหารสยาม-โปรตุเกส ที่ได้รับความนิยมของบ้านสกุลทอง มีรายละเอียด ดังนี้ (ชนิษฐา สกุลทอง, 2567; ประวีร์ สกุลทอง, 2567)

1) ต้มมะผาด ตำรับบ้านสกุลทอง แกงเหงาหงอด คล้ายแกงส้มของภาคกลาง ใส่ปลาเนื้ออ่อนหรือปลาหนัง เช่น ปลาสวาย (ในสมัยก่อนใช้ปลาสังกะวาด) แกงชนิดนี้ไม่ใส่น้ำตาล เวลากินเพิ่มกลิ่นหอมด้วยใบโหระพา แกงโบราณชนิดนี้มีที่มาจากซุพทะเลของชาโปรตุเกสที่เรียกว่า บูยยาเบส (Bouillabaisse)

2) ขนมจีนแกงไก่คั่ว หรือขนมจีนโปรตุเกส สันนิษฐานว่าดัดแปลงจากสปาเกตตีไก่วอร์ทซอสที่ชาวโปรตุเกสได้ทำกินในสมัยนั้น แต่มีการปรับวัตถุดิบใช้ของที่หาได้ประจำถิ่น และปรับให้เข้ากับรสชาติของคนไทย คือใช้เป็นพริกแกงแดงคั่วกับกะทิแทนไวท์ซอส ใส่ไก่สับ เลือดไก่ ตับไก่ และขนมจีนแทนเส้นสปาเกตตี เสิร์ฟพร้อมกับพริกเหลืองผัดน้ำมันและต้นหอมผักชีหั่นเพื่อตัดเลี่ยน

3) หมูแซนโม เป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากโปรตุเกส สำหรับโปรตุเกสชื่อของอาหารชนิดนี้ คือ Lombo de Porco à Alentejana แปลว่า หมูเนื้อสัน แบบเมืองอาเล็งแตรมู (Alentejo) ในส่วนของการทำหมูแซนโม ตำรับชาวภูเก็ติน ทำจากสันในหมูที่ใสมันหมูหั่นเป็นเส้นเข้าไปข้างใน จากนั้นนำไปคลุกเคล้ากับเครื่องเทศแล้วนำไปทอด และนำน้ำมันที่ทอดมาเคี่ยวให้เป็นน้ำซอส เพื่อไว้ราดก่อนเสิร์ฟคู่กับผักต้ม ได้แก่ มันฝรั่ง แครร์รอด และถั่วลันเตา ซึ่งในอดีตนิยมทำจากเนื้อวัวแต่ปัจจุบันได้ปรับเป็นเนื้อหมู เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามารับประทานได้กว้างมากขึ้น

4) ต้มเค็มหมูโปรตุเกส ได้รับอิทธิพลการใส่เครื่องเทศจากโปรตุเกส ชื่อต้มเค็มแต่รสชาติออกหวาน คล้ายคลึงกับต้มเค็มของไทย กรรมวิธีการทำใกล้เคียงกับหมูแซนโม ต่างกันตรงที่การใส่พริกไทย ปูรุงรสเค็มหวาน ใส่มันฝรั่งกับมะเขือเทศ

5) แกงเหงาหงอด อาจจะเป็นชื่ออาหารที่ดูแปลกประหลาดและไม่น่าคุ้นหูคนไทย ในปัจจุบันที่นักภาษาศาสตร์ก็ยังหาคำอธิบายได้ไม่ชัดเจนนักว่าทำไมชาวอยุธยาจึงเรียกชื่อกันมาเช่นนี้ โดยในสมัยรัตนโกสินทร์ ท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ได้บันทึกขั้นตอนการจัดการปลาสังกะวาดไว้ในตำราแม่ครัวหัวป่าก์ว่า “แกงเหงาหงอด กลายเป็นซุปล่าหรั่งในสำรับเครื่องคาวชาวกรุงศรีฯ ที่มีการผสมผสานด้านวัฒนธรรมการกินในรูปแบบใหม่ โดยชาวกรุงศรีอยุธยา รู้จักดัดแปลงให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมการกินอยู่และวัตถุดิบในพื้นที่จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และยังสืบทอดเป็นภูมิปัญญาในกลุ่มชาวไทยเชื้อสายโปรตุเกสมาจนกระทั่งทุกวันนี้” (เปลี่ยน ภาสกรวงศ์, ท่านผู้หญิง, 2554)

6) เครื่องว่างชาววัง บ้านสกุลทอง ได้มีการจัดสำรับอาหารชาววังเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากคุณชนิษฐา สกุลทอง (นามสกุลเดิม คือ สมิตินันท์) เรียนรู้การทำอาหารไทยชาววังมาจากคุณย่าและคุณอาผู้สืบทอดตำรับอาหารมาจากคุณชวดตุ้ม (วิจารณ์ธนากร สมิตินันท์) โดยคุณชวดตุ้มเคยเป็นนางห้องต้นเครื่องในวังสวนสุนันทา และเมื่อเข้ามาเป็นสะใภ้ของตระกูลสกุลทองทำให้ได้เรียนรู้การทำอาหารแบบโปรตุเกสและจีนจากคุณย่าของคุณประวีร์ ด้วย ดังนั้นเมนูประจำบ้านของสกุลทอง จึงมีความผสมผสานระหว่างตำรับโปรตุเกส จีน และไทย โดยในส่วนของอาหารว่างชาววังของบ้านสกุลทอง ได้แก่ หมูสั้ว หมู่ม มังกรคาบแก้ว ซ่อม่วง จีบนก กุ้งกระจกม้วน และกระทงทองไส้สั้วแหยก (เกษศิริรินทร์ ผลธรรมปาไลต์, 2564)

2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผลการประเมินศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ค่าคะแนนที่ได้ คือ 14 คะแนนจากค่าคะแนนเต็ม 24 คะแนน ชุมชนมีความพร้อมในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ด้านทรัพยากรบุคคล ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีบุคลากรที่มีความสามารถในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมในฐานะปราชญ์ชุมชน

หรือวิทยากร รวมทั้งสามารถทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจได้ เช่น การสอนทำอาหาร การสาธิตการทำขนมฝรั่งเศส เป็นต้น

2.2 ศักยภาพในการรองรับด้านสถานที่ ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีแหล่งเรียนรู้ในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ที่ใช้ชื่อว่าพิพิธภัณฑ์บ้านกุฎีจีน ก่อตั้งขึ้นโดยคุณนาวิณี พงศ์ไทย เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลชุมชนชาวสยาม-โปรตุเกส ตั้งแต่สมัยอยุธยาถึงปัจจุบัน และเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษา ศาสนาและรากเหง้าของชาวชุมชน (นาวิณี พงศ์ไทย, 2567) รวมทั้งแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารสยาม-โปรตุเกสตามที่ได้กล่าวถึงในข้อก่อนหน้า และแหล่งเรียนรู้การทำขนมฝรั่งเศส นอกจากนี้ยังมีที่ทำการชุมชนที่สามารถทำกิจกรรมบริเวณดังกล่าวได้ แต่ด้านในบริเวณชุมชนอาจมีข้อจำกัดในการใช้งาน เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นพื้นที่พักอาศัย

2.3 ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการปรับปรุงทางเดินริมแม่น้ำเจ้าพระยาเชื่อมโยงระหว่างวัดกัลยาณมิตรไปจนถึงสะพานพระพุทธยอดฟ้า ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงชุมชนได้สะดวกขึ้น

นอกจากศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารแล้ว ชุมชนกุฎีจีนยังมีศักยภาพทางกายภาพที่น่าสนใจ เนื่องจากในชุมชนมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปศึกษาและเยี่ยมชมได้นอกเหนือจากโบสถ์ซางตาครู้ส พิพิธภัณฑ์บ้านกุฎีจีน และบ้านสกุลทองที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ 1) บ้านจันทนภาพ บ้านโบราณที่สร้างในสมัยช่วงปลายรัชกาลที่ 5 และได้ผ่านเหตุการณ์สำคัญ เช่น การที่บ้านหลังนี้ได้รับรอยกระสุนจากเหตุการณ์กบฏแมนฮัตตัน เป็นต้น 2) บ้านผาลัง สร้างโดยไม้สักทั้งหลัง ประตูเป็นแบบบานเลื่อนพับชิดไปด้านข้าง สมัยโบราณเรียกว่า ผาลัง โดยการก่อสร้างแบบโบราณแบบตอกลิ้ม คือ ใช้เทคนิคการเชื่อมไม้แบบไม่ต้องพืดตะปู 3) บ้านคุณพระประคบ เรือนขนมปังขิงแห่งโค้งหัวแหวนเจ้าพระยา (บ้านวินด์เซอร์) ตามประวัติของเจ้าของเดิม นางสมบุญ วินด์เซอร์ บุตรสาวเจ้าของโรงสีข้าวคลองบางหลวงซึ่งได้สมรสกับนายหลุยส์ วินด์เซอร์

บุตรของนายกาเนีย วินด์เซอร์ กัปตันเรือชาวอังกฤษ ผู้ก่อตั้งกิจการห้าง วินด์เซอร์ (ห้างสีต่า) บริเวณถนนเจริญกรุง ซึ่งได้ย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากอยู่ในพื้นที่ชุมชนกุฎีจีน ซึ่งบ้านบ้านคุณพระประกอบแห่งนี้มีสถาปัตยกรรมเป็นรูปแบบเรือนขนมปังขิง และ 4)ร้านขนมฝรั่งกุฎีจีนทั้ง 3 ร้าน ที่สามารถเข้าไปเยี่ยมชมกระบวนการผลิต และพูดคุยกับเจ้าของบ้านที่เป็นทายาทผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมอาหารของชุมชนกุฎีจีน ได้แก่ บ้านอนุสิงห์ ร้านขนมฝรั่งกุฎีจีนหลานแม่เป่า ร้านป่าเล็กขนมฝรั่งกุฎีจีน ซอย 9 นอกจากนี้ชุมชนยังรายล้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ศาลเจ้าเกียนอันเกง วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร และมีสียดบางหลวง โดยสามารถใช้ทางเดินริมแม่น้ำเจ้าพระยา และทางเดินที่สามารถเชื่อมต่อจากชุมชนไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ ซึ่งในย่านกุฎีจีนเป็นย่านที่มีความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ชาติพันธุ์ และความเชื่อ จนได้รับการขนานนามว่าเป็น “มรดกทางวัฒนธรรม สามศาสนา สี่ความเชื่อ”

3. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผลการประเมินศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ค่าคะแนนที่ได้ คือ 33 คะแนนจากค่าคะแนนเต็ม 72 คะแนน ซึ่งด้านการบริหารจัดการมีทั้งส่วนที่ทางชุมชนบริหารจัดการได้ดีและส่วนที่ต้องเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ ดังนี้

3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชน จากความร่วมมือของคนในชุมชนมีการกำหนดเขตการใช้พื้นที่ เพื่อแบ่งขอบเขตการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เช่น ที่ว่าการชุมชน พิพิธภัณฑ์ แหล่งเรียนรู้ และร้านอาหารต่าง ๆ เป็นต้น แต่ไม่มีการกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนสำหรับบ้านพักอาศัยในชุมชนที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งไม่มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงต้องมีการทำความเข้าใจกับสมาชิกในชุมชนในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวนมาก (ปิ่นทอง วงษ์สกุล, 2567)

3.2 การจัดการด้านบุคลากร ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ไม่ได้มีเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการในการนำชมอยู่เป็นประจำ ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลต้องศึกษาจากป้ายสื่อความหมายด้วยตนเอง หรือหากต้องการเข้ามาศึกษาเป็นหมู่คณะจะต้องประสานงานล่วงหน้าผ่านประธานชุมชน หรือผ่านบุคคลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งไม่มีเจ้าหน้าที่ในการติดตามและประเมินการเปลี่ยนแปลงถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว และการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบุคลากรภายในชุมชนมีจำนวนน้อยที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ส่วนใหญ่สื่อสารได้แต่ภาษาไทย ดังนั้นจึงค่อนข้างมีปัญหาเมื่อต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่, 2567)

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการประเมินศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ค่าคะแนนที่ได้ คือ 18 คะแนนจากค่าคะแนนเต็ม 18 คะแนน ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งในด้านการนำชม การทำกิจกรรม การขายอาหารขายของที่ระลึก การแสดง ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดรายได้จากการท่องเที่ยว และต้องมีการพูดคุยกับสมาชิกในชุมชนที่ไม่ได้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งสมาชิกในชุมชนค่อนข้างให้ความร่วมมือกับการจัดกิจกรรมของชุมชน นอกจากนี้ชุมชนยังให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีเมื่อมีหน่วยงานภายนอกมาขอความร่วมมือในการจัดกิจกรรม เช่น งานรถธนบุรี 250 ปี งานเทศกาล 3 ศิลป์ 3 ศาสน์ ย่านกะดีจีน เป็นต้น (ธีรนนท์ ช่วงพิชิต, 2567)

การจัดทำแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร กำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ของชุมชนในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยครอบคลุมในประเด็นดังต่อไปนี้

1. สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายในชุมชน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายในชุมชนภูฏาน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|--|---|
| S1 ชุมชนมีประวัติความเป็นมาด้านวัฒนธรรมอาหารอย่างยาวนาน | W1 ร้านอาหารที่เปิดให้บริการมีการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกัน |
| S2 ทำเลที่ตั้งสามารถเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง | W2 ป้ายบอกทางและป้ายสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนรวมทั้งป้ายที่ให้ความรู้ต่าง ๆ เป็นภาษาไทย อาจเป็นปัญหาสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ |
| S3 ชุมชนยังมีการสืบทอดวัฒนธรรมอาหารที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน | W3 ขาดการดูแลด้านความปลอดภัย |
| S4 สถาปัตยกรรมของโบสถ์ขางตาคูร์สุมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมอาหารของชุมชน | W4 ขาดกระบวนการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ในชุมชน |
| S5 อาหารเป็นจุดขายสำคัญการท่องเที่ยว | W5 ชุมชนขาดการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว |
| S6 กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนมีความน่าสนใจและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน | |
| S7 ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ที่มีความพร้อม | |
| S8 รอบชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ | |

(ที่มา : มนชนก จุลสิกข์, 2567)

2. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยจากภายนอก ซึ่งคนหรือองค์กรภายในชุมชนไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อระบุถึงโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ในการที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|---|---|
| O1 สถานศึกษา โดยรอบชุมชนให้ความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารในชุมชน | T1 ชุมชนมีทำเลที่ตั้ง ใกล้แม่น้ำเจ้าพระยา และมีพื้นที่ที่เป็นแอ่ง ซึ่งอาจเกิดน้ำท่วมขังได้ในช่วงฤดูฝน หรือช่วงที่น้ำขึ้นสูง |
| O2 การมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลต่อการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวและเข้าถึงข้อมูลวัฒนธรรมอาหาร | T2 สภาพที่ตั้งของชุมชนอาจเกิดอุปสรรคในการจัดกิจกรรมเนื่องจากมีพื้นที่ที่จำกัด |
| O3 การพัฒนาระบบไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ทำให้สร้างความสะดวกในการเดินทาง | T3 ผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาลงทุน ทำให้รายได้ไม่ถึงสมาชิกในชุมชน |
| O4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ส่งผลต่อความสะดวกในการเข้าถึง | T4 เผชิญกับการแข่งขันจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารอื่น ๆ ที่มีเอกลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่า |
| O5 ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ ภาคเอกชน | |
| O6 แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมทั้งในระดับชาติและนานาชาติ | |
| O7 สามารถเชื่อมโยงไปแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยรอบได้ | |

(ที่มา : มนชนก จุลสิขี, 2567)

จากผลการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชน สามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกวีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

| ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก | จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|------------------------------|--|--|
| <p>โอกาส (Opportunities)</p> | <p>กลยุทธ์เชิงรุก (กลยุทธ์ SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาสัมพันธ์แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารภายในชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น 2. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ 3. จัดทำเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยรอบชุมชน 4. สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว เช่น การเสนอทัวร์อาหารท้องถิ่น การสอนทำอาหารท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยว หรือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนกวีจีน เป็นต้น 5. สร้างสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นที่เลียนหายไป การจัดงานเทศกาลอาหารชุมชนนำเสนอสินค้าท้องถิ่นและของที่ระลึกของกวีจีน เป็นต้น | <p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (กลยุทธ์ WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษาในการสร้างกระบวนการถ่ายทอด มรดกทางวัฒนธรรมให้กับบุคลากรภายในและบุคคลภายนอกที่สนใจทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ 2. ส่งเสริมให้ชุมชนสร้างความต่างที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตนเองภายใต้พื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรม 3. การใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์ วัฒนธรรมและข้อมูลที่น่ายินดีของชุมชน พร้อมทั้งการจัดจำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว |

| ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก | จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|-----------------------------|---|---|
| อุปสรรค (Threats) | <p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (กลยุทธ์ ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> สร้างกิจกรรมระหว่างคนในชุมชนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน ปลุกฝังให้เกิดความรักและความหวงแหนในอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตน และตระหนักถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างความร่วมมือทางธุรกิจกับภาคเอกชน เช่น โรงแรม บริษัทท่องเที่ยว หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่เป็นต้น | <p>กลยุทธ์เชิงรับ (กลยุทธ์ WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> กระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ระยะยาวของการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่จะเกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชนด้วยการสร้างควมมีส่วนร่วม จัดกิจกรรมที่เป็นการพัฒนาคนในชุมชน เพื่อยกระดับทักษะที่จำเป็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ดีขึ้นกว่าเดิม พร้อมทั้งการสร้างทักษะใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน |

(ที่มา : มนชนก จุลสิกข์, 2567)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการประเมินศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรีกรุงเทพมหานคร อยู่ในเกณฑ์ดี เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดโดยกรมการท่องเที่ยว ซึ่งหากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการพัฒนาตามกลยุทธ์จะทำให้ชุมชนพัฒนาอยู่ในเกณฑ์ระดับดีเยี่ยมได้ ซึ่งเห็นได้จากการประเมินสิ่งแวดล้อมภายในที่ชุมชนมีจุดแข็งชัดเจนทางด้านประวัติความเป็นมาที่สืบทอดมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน แต่ต้องมีการปลุกฝังจิตสำนึกให้กับเยาวชนในพื้นที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา มิเช่นนั้นวัฒนธรรมอาหารของชุมชนอาจเลือนหายไปตามกาลเวลา นอกจากนี้ชุมชนเองยังมีโอกาสที่ดีจากหน่วยงานภายนอกในการส่งเสริมสนับสนุน ทั้งทางภาครัฐ

และภาคเอกชนได้เข้ามาทำกิจกรรมในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนได้รับความสนใจอยู่ตลอด ทั้งยังได้รับการสนับสนุนเกี่ยวกับเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยรอบได้ ส่วนปัญหาอุปสรรคจากการเข้ามาของนักลงทุนภายนอกชุมชนทำให้คนในชุมชนเองได้รับผลกระทบ ดังนั้นจากผลการศึกษาดังกล่าวจึงควรต้องใช้กลยุทธ์ในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนภูเก็ต 4 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (กลยุทธ์ SO) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์แหล่งเรียนรู้ วัฒนธรรมอาหารภายในชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น พัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ การจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยรอบชุมชน สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น การเสนอทัวร์อาหารท้องถิ่น การสอนทำอาหารท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยวหรือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนภูเก็ต เป็นต้น การสร้างสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่นที่เลือนหายไปให้กลับมาเป็นที่รู้จักอีกครั้ง การจัดงานเทศกาลอาหารของชุมชน นำเสนอสินค้าท้องถิ่นและของที่ระลึกของชุมชนภูเก็ต เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิษา กลิ่นขจร (2561) ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิต วัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และยังสร้างจิตสำนึก เรื่อง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชนได้อีกด้วย

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (กลยุทธ์ WO) ได้แก่ การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษาในการสร้างกระบวนการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้กับบุคลากรภายในและบุคคลภายนอกที่สนใจ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ส่งเสริมให้ชุมชนสร้างความต่างที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตนเองภายใต้พื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรม และการใช้

เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อเผยแพร่ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และข้อมูลที่น่าสนใจของชุมชน พร้อมทั้งการจัดจำหน่าย สินค้าทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิป จันทรสุริย์ และสุดสันต์ สุทธิพิศาล (2562, น.21-41) ผลการศึกษาพบว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของชุมชนควรส่งเสริมและกระตุ้นให้ชุมชนเห็นความสำคัญ โดยการจัดงาน สำคัญในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (กลยุทธ์ ST) ได้แก่ การสร้างกิจกรรมระหว่าง คนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ในชุมชน ปลุกฝังให้เกิดความรัก ความหวงแหนในอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตน และตระหนักถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างความร่วมมือทางธุรกิจกับภาคเอกชน เช่น โรงแรม บริษัทท่องเที่ยว หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เชิงอาหารในพื้นที่ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอธิป จันทรสุริย์, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และชวัญฉัตร ขนอนคราม (2563, น.141-162) ผลการศึกษา พบว่า การทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถ พุดคุยและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ต่าง ๆ โดยการบูรณาการร่วมกัน ระหว่างชุมชน เพื่อสร้างจิตสำนึกต่อท้องถิ่นของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่คน ในชุมชน

4. กลยุทธ์เชิงรับ (กลยุทธ์ WT) กระตุ้นให้สมาชิกในชุมชน เห็นถึง ประโยชน์ระยะยาวของการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จะเกิด ประโยชน์ต่อคนในชุมชนด้วยการสร้างความมีส่วนร่วม และจัดกิจกรรมที่เป็น การพัฒนาคนในชุมชน เพื่อยกระดับทักษะที่จำเป็นต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงอาหารให้ดีขึ้นกว่าเดิม พร้อมทั้งการสร้างทักษะใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของมนชนก จุลลิกขี (2565, น.186-207) ที่พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ยั่งยืน ควรมีมิติด้านการสร้างความมีส่วนร่วม ในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น มีไชนายทุนจากนอกชุมชน หรือคนหนึ่งคน ใดมาเป็นผู้กอบโกยผลประโยชน์ไปโดยชุมชนรับแต่ผลเสียเพียงอย่างเดียว และควรสะท้อนให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ

จากผลการการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสังเคราะห์ออกมาเป็นการกำหนดค่านิยมองค์กรให้กับชุมชนกุฎีจีน ได้โดยใช้อักษรภาษาอังกฤษ “KUDICHIN” เพื่อเป็นค่านิยมในการร่วมพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ โดยชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- K – Knowledge คือ แหล่งเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- U – Unity คือ ชุมชนแห่งการประสานสามัคคี
- D – Dimension คือ หลากหลายวัฒนธรรมอันงามดี
- I – Identity คือ มีอัตลักษณ์โดดเด่นประจักษ์ตา
- C – Continuous Improvement คือ ไม่หยุดพัฒนาเพื่อต่อยอด
- H – High Performance คือ ศักยภาพรอบด้านเพิ่มพูนพร้อม
- I – Innovation คือ สรรค์สร้างความรู้ใหม่ไม่รีรอ
- N – Network Collaboration คือ เปิดโอกาสเชื่อมต่อเพื่อแบ่งปัน

จากผลการวิจัยที่ได้อภิปรายผลไว้ข้างต้น หากมีการต่อยอดเป็นการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนกุฎีจีน หรือชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง แต่ยังคงไว้ซึ่งการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอาหารที่มีความสำคัญยิ่งของชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. ผู้แต่ง.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ผู้แต่ง.
- เกษศิริรินทร์ ผลธรรมปาไลติ. (2564). *บ้านสกุลทอง สำหรับโปรตุเกส จีน ไทย ที่สะท้อนพหุวัฒนธรรมของย่านกุฎีจีน*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2567 จาก www.sarakadeelite.com/brand-story/baan-sakulthong-portuguese-siam-recipe/
- ชนิษฐา สกุลทอง. (เจ้าของร้านอาหารสยาม-โปรตุเกส บ้านสกุลทอง). สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2567.
- จุฬาลักษณ์ จารุจุฑารัตน์ และวงศ์ทอง เขียนวงศ์. (2560). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมฝรั่งกุฎีจีนด้วยการประยุกต์เอกลักษณ์ของชุมชนแขวงกัลยาณิ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารสหเทศ*, 16(1), 77-85.
- ชาย โพธิสิตา. (2562). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เดอะ บิสสิเนส พลัส (The Business Plus). (2023). *Soft Power ด้านอาหาร จุดขายการท่องเที่ยวไทยสู่ Gastronomy tourism*. สืบค้น 30 เมษายน 2567 จาก <https://www.thebusinessplus.com/gastronomy-tourism/>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). *แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2567. จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournaV/menu-2014/menu->
- ธีรนนท์ ช่วงพิชิต. (ผู้ก่อตั้งศูนย์ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชนธนบุรีและประธานมูลนิธิประชาคมย่านกะดีจีน-คลองสาน). สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2567.

- นาวินี พงศ์ไทย. (ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานบ้านกุฎีจีน). สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2567.
ประวีร์ สกุลทอง. (ทายาทรุ่นที่ 5 ของสกุล สกุลทอง เจ้าของร้านอาหาร
สยาม-โปรตุเกส บ้านสกุลทอง). สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2567.
ปิ่นทอง วงษ์สกุล. (ประธานชุมชนกุฎีจีน). สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2567.
เปลี่ยน ภาสกรวงศ์, ท่านผู้หญิง. (2554). *ตำราแม่ครัวหัวป่าก์ ท่านผู้หญิง
เปลี่ยน ภาสกรวงศ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). สถาพรบุ๊คส์.
มนชนก จุลสิกข์. (2565). การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชน
กุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *ว.ที่ทัศนวัฒนธรรม*, 21(2),
186-207.
_____. (2567). *ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน
กุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร* [ตาราง]. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
บ้านสมเด็จเจ้าพระยา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานวัตกรรมการ
การท่องเที่ยว.
_____. (2567). *ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านการท่องเที่ยว
เชิงอาหารภายในชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร* [ตาราง].
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา คณะวิทยาการจัดการ
สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว.
_____. (2567). *ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมนอกด้านการท่องเที่ยว
เชิงอาหารภายในชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร* [ตาราง].
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา คณะวิทยาการจัดการ
สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว.
_____. (2567). *กลยุทธ์การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนกุฎีจีน
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร* [ตาราง]. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
บ้านสมเด็จเจ้าพระยา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานวัตกรรม
การท่องเที่ยว.
รุ่งรัตน์ วรรณะอยู่. (นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ กรรมการท่องเที่ยว).
สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2567.

- วริศ เขาวนศิลป์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2565). การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยภายใต้การระบาดของโรคโควิด-19. *ว.ธรรมศาสตร์*, 41(3), 116-138.
- สิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์, ปิยะทิพย์ ประดุจพรม และกนก พานทอง. (2566). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์. *ว.ร้อยแก่นสาร อะเคเดมี*, 8(6), 265-280.
- สุนิษา กลิ่นขจร. (2561). *การพัฒนาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยววิถีถิ่นวิถีไทยเพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเส้นทางท่องเที่ยวเมืองร้อยเกาะ*. [วิทยานิพนธ์ดุสิตุบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- อธิป จันทรสุรีย์ และสุดสันต์ สุทธิพิศาล. (2562). ศาลเจ้าเกียนอันเกง ย้อนรอยเรียนรู้คุณค่างานศิลป์ถิ่นกุฎีจีน: การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *ว.ที่ทัศนวัฒนธรรม*, 18(2), 21-41.
- อธิป จันทรสุรีย์, สุดสันต์ สุทธิพิศาล และขวัญณภัทร ขนอนคราม. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทยตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. *ว.ที่ทัศนวัฒนธรรม*, 19(2), 141-162.
- Patton. M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE Publication.
- UNWTO. (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. Retrieved May 6, 2024, from <https://tourlib.net/wto/food-tourism2017.pdf>