

รูปแบบการจัดการทุนพหุวัฒนธรรมสู่แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี

ตุลยราศรี ประเทพ¹

Tulyarasee pratep

บทคัดย่อ

บทนำ: ทุนวัฒนธรรมเป็นปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม (Added Value) ให้กับสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยประสบการณ์ (Experience-driven Tourism) และอัตลักษณ์ท้องถิ่น **วัตถุประสงค์ของการวิจัย:** 1. เพื่อวิเคราะห์และจัดประเภททุนวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี 2. ศึกษาแนวทางการจัดการทุนวัฒนธรรม และ 3. นำเสนอรูปแบบการจัดการทุนพหุวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน การศึกษานี้ใช้ **ระเบียบวิธีวิจัย:** ใช้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 20 คน ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ปรมาจารย์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) **ผลการวิจัย:** พบว่าพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรีมีทุนวัฒนธรรม ที่เข้มแข็งและโดดเด่นโดยเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ซึ่งสะท้อนผ่านวิถีชีวิตและการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนของ สังคมพหุวัฒนธรรม (พุทธ คริสต์ อิสลาม) อย่างไรก็ตาม การจัดการในปัจจุบันยังขาดกลไกเชิงระบบในการบูรณาการทุนดังกล่าวเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าของการท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการจัดการทุนวัฒนธรรม 4 มิติ (4D Model) ประกอบด้วย D1: Creative Tourism Promotion การสร้างสรรค์กิจกรรมประสบการณ์ร่วม D2: Cultural Conservation & Inheritance การอนุรักษ์เชิงรุกและสืบทอดภูมิปัญญา D3: Community Livelihood Enhancement การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากผ่านการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม D4: Community Relations & Governance การเสริมสร้างธรรมาภิบาลและความสัมพันธ์ในชุมชนพหุวัฒนธรรม **สรุป:** ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า “ความยั่งยืนไม่ได้มาจากการขายของ แต่มาจาก

Article History

Received: 08-12-2025; Revised: 11-01-2026; Accepted: 13-01-2026
<https://doi.org/10.14456/jsmt.2026.5>

คำสำคัญ: ทุนพหุวัฒนธรรม; การท่องเที่ยววัฒนธรรม; ย่านเมืองเก่า; ริมแม่น้ำ

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
Lecturer, Faculty of Business Management Bansomdejchaopraya University
E-mail: Tulyarasee.2828@gmail.com

การบริหารจัดการความสัมพันธ์” หากย่านธนบุรีใช้ 4D Model นี้ จะสามารถ
เปลี่ยนจากแค่อำเภอของนักท่องเที่ยว ให้กลายเป็น "แหล่งเรียนรู้พิพิธภัณฑ์
มีชีวิต" ที่สร้างรายได้และรักษาอัตลักษณ์ไปได้พร้อมๆ กัน

MULTICULTURAL CAPITAL MANAGEMENT FOR CREATIVE HERITAGE TOURISM IN THE OLD THONBURI RIVERSIDE AREA

ABSTRACT

Introduction: Cultural capital is a crucial strategic factor in creating differentiation and added value for products and services, particularly in the tourism industry driven by experience-driven tourism and local identity. **Objective:** 1. Analyze and categorize cultural capital in the historic waterfront area of the Chao Phraya River, Thonburi. 2. examine existing cultural capital management approaches; and (3) propose a multicultural capital management model to foster sustainable creative tourism development. **Method:** A qualitative research methodology. Data was collected through documentary analysis, participant observation, and in-depth interviews with 20 key informants, including community leaders, local sages, entrepreneurs, and academic experts in cultural tourism. Data was analyzed using content analysis and validated through data triangulation. **Results:** That the Thonburi waterfront area possesses robust and distinctive cultural capital, specifically in terms of Intangible Cultural Heritage (ICH). This is reflected through the traditional way of life and the harmonious coexistence of a multicultural society comprising Buddhist, Christian, and Muslim communities. However, current management practices lack a systematic mechanism to effectively integrate such capital into the tourism value chain. Consequently, the researcher proposes the "4D Model" for cultural capital management, which consists of D1: Creative Tourism Promotion – Focuses on co-creating collaborative, experience-based activities. D2: Cultural Conservation & Inheritance – Emphasizes proactive preservation and the transmission of traditional wisdom. D3: Community Livelihood Enhancement – Aims to uplift the grassroots economy through equitable income distribution. D4: Community Relations & Governance – Strengthens governance and social ties within the multicultural community. **Conclusion:** The study highlights that sustainability is derived not merely from commercial transactions but from the effective management of relationships. By implementing the 4D Model, the Thonburi area can be transformed from a mere tourist transit point into a "living multicultural learning hub" that simultaneously generates local revenue and preserves cultural identity for future generations.

Keywords: Multicultural Capital;
Cultural Tourism; Historic Area;
Riverside

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมายาวนาน ซึ่งได้รับการยอมรับมากขึ้นในฐานะทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในหลากหลายมิติ (Throsby, 2001)^[13] ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Value) ให้กับสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยประสบการณ์ (Experience-driven Tourism) และเรื่องราวของท้องถิ่นอย่างแท้จริง การประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืนจึงเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และกระจายรายได้ไปสู่ระดับชุมชนอย่างเป็นธรรม Richards (2018)^[8]; UNESCO (2009)^[16] จากการศึกษาข้อมูลสถิติพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่สัญจรในพื้นที่ที่มีปริมาณสูงถึง 7-27 ล้านคน (Ministry of Tourism and Sports, 2024)^[6] โดยตลอดปี 2567 มีปริมาณคนเดินทางผ่านพื้นที่ที่มีน้ำมีปริมาณสูงถึง 7.26 ล้านคนและมีสถิติการใช้บริการเรือข้ามฟากสัญจรระหว่างฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรีสูงถึง 27.6 ล้านครั้ง (Marine Department, 2024)^[5] อย่างไรก็ตาม ปริมาณนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงมีลักษณะการเดินทางแบบ “ผ่าน” (Transit) ไปยังจุดหมายหลักเพียงไม่กี่แห่ง เช่น วัดอรุณราชวราราม หรือไอคอนสยาม ดังนั้น การจัดการทุนพหุวัฒนธรรมผ่าน รูปแบบ 4D Model จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการ “ดึง” นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้าสู่ชุมชนเชิงลึก เช่น ชุมชนกุฎีจีน ประกอบกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Food Tourism) และกิจกรรมตามรอยวัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นปัจจัยบวกที่กระตุ้นให้กลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Z และชาวต่างชาติหันมาสนใจย่านธนบุรีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (Tourism Authority of Thailand, 2024)^[15]

บริบทพื้นที่ศึกษา: ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี

ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี หมายถึง กลุ่มชุมชนที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานยาวนานตั้งแต่สมัยธนบุรีเป็นราชธานี มีลักษณะทางกายภาพตึกรามบ้านช่องและมรดกทางวัฒนธรรมพหุสังคมที่โดดเด่น โดยเฉพาะชุมชนกุฎีจีนและพื้นที่ใกล้เคียง ความหลากหลายนี้ปรากฏในรูปแบบของ “ภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่มีชีวิต” (Living Cultural Landscape) ซึ่งประกอบด้วยวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสถาปัตยกรรมทางศาสนา (พุทธ คริสต์ และอิสลาม) ที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติ พื้นที่เหล่านี้จึงมีศักยภาพสูงในการพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมคุณภาพสูง

ปัญหาและความท้าทายในพื้นที่พหุวัฒนธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่พหุวัฒนธรรมมักเผชิญกับปัญหาสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. ความเปราะบางต่อการตีความและการสื่อสาร (Cultural Sensitivity & Misinterpretation) ในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางศาสนา มักเกิดปัญหาความไม่เข้าใจในข้อห้ามทางศาสนาหรือจารีตประเพณีจากบุคคลภายนอก (Dechtongkam, 2023^[2]; Warunsap et al., 2018)^[18] รวมถึงการเลือกนำเสนอ (Selective Representation) ที่อาจให้ความสำคัญกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจนทำให้กลุ่มอื่นรู้สึกถูกลดทอนตัวตน

2. ความเหลื่อมล้ำในการจัดสรรผลประโยชน์ (Inequality in Benefit Sharing) เมื่อวัฒนธรรมถูกเปลี่ยนเป็นทุนเพื่อสร้างรายได้ มักเกิดการผูกขาดรายได้โดยกลุ่มที่มีทุนทางสังคมสูงกว่า และเกิดความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์พื้นที่ส่วนกลาง (Songserm & Bata, 2020^[12]; Timothy & Boyd, 2015)^[14]

3. ปรากฏการณ์ทำให้กลายเป็นสินค้า (Cultural Commodification) ความเสี่ยงต่อการสูญเสีย “ความเป็นของแท้” (Authenticity) เมื่อวิถีชีวิตถูกปรับเปลี่ยนเป็น “การแสดง” เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (MacCannell, 1999)^[4] รวมถึงการแข็งวัฒนธรรม (Museumization) ที่ปิดกั้นการปรับตัวของคนรุ่นใหม่ (Richards & Wilson, 2007)^[10]

4. ความท้าทายเชิงการจัดการและธรรมาภิบาล (Governance Challenges) โครงสร้างอำนาจที่ทับซ้อนระหว่างผู้นำศาสนาและผู้นำชุมชน รวมถึงช่องว่างระหว่างวัย (Intergenerational Gap) ในการบริหารจัดการทุนวัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่

บทสรุปและความสำคัญของการวิจัย

การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พหุวัฒนธรรมมักเผชิญกับความท้าทายด้านความถูกต้องทางวัฒนธรรมและการกระจายผลประโยชน์ที่ไม่ทั่วถึง (MacCannell, 1999^[4]; Songserm & Batra, 2020)^[12] หากขาดกลไกการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของชุมชนอาจเกิดความเปราะบางและเสื่อมถอยลง (Dechtongkam, 2023)^[2] ยิ่งไปกว่านั้น การเร่งรัดพัฒนาเชิงปริมาณอาจนำไปสู่การสูญเสียจิตวิญญาณของชุมชน (Timothy & Boyd, 2015)^[14]

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความจำเป็นในการสร้าง รูปแบบการจัดการทุนวัฒนธรรม 4 มิติ (4D Model) ซึ่งเป็นกรอบการจัดการที่แข็งแกร่งและเป็นระบบ (Robust and Systemic Management Framework) เพื่อใช้ประโยชน์จากทุนพหุวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ โดยยังคงรักษาคุณค่าและความแท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างยั่งยืนของแท้และความสมบูรณ์ของการอนุรักษ์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และจัดประเภทของทุนวัฒนธรรม (ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้) ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี
2. เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกลไกและกระบวนการจัดการทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมโดยชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการทุนพหุวัฒนธรรมที่เหมาะสมและเป็นไปได้จริงในการพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้อยู่บนพื้นฐานแนวคิดสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) และการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage Management)

การสังเคราะห์แนวคิดทุนวัฒนธรรม (Synthesis of Cultural Capital Theory)

แนวคิดทุนวัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญในการทำความเข้าใจทรัพยากรของชุมชนในฐานะสินทรัพย์ที่มีค่าการจัดการทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำฝั่งธนบุรีจำเป็นต้องพิจารณาผ่าน 2 มิติหลัก คือ การระบุสถานะของทุนและการประเมินคุณค่าเพื่อการพัฒนา ดังนี้

1. การจำแนกประเภททุนวัฒนธรรม (The Identification of Assets)

Bourdieu (1986)^[11] ได้วางรากฐานการจำแนกทุนวัฒนธรรมเพื่อให้เห็นถึงทรัพยากรที่สั่งสมมาและสามารถแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจหรือสถานภาพทางสังคมได้ 3 รูปแบบ ซึ่งในบริบทของพื้นที่ศึกษาพหุวัฒนธรรมสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ทุนวัฒนธรรมในสภาพที่เป็นรูปธรรม (Embodied State) คือ “ทุนที่มีชีวิต” ซึ่งฝังอยู่ในตัวบุคคล ได้แก่ ภูมิปัญญา ทักษะ และประสบการณ์ เช่น ทักษะการทำขนมฝรั่งกุฎีจีน หรือความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมทางศาสนาในชุมชนพหุวัฒนธรรม

2. ทุนวัฒนธรรมในสภาพที่เป็นวัตถุ (Objectified State) คือ ทุนที่จับต้องได้เชิงกายภาพ เช่น ศาสนสถาน สถาปัตยกรรมบ้านเรือนไม้เก่า สินค้าทางวัฒนธรรม และโบราณวัตถุที่ปรากฏในย่านริมน้ำ

3. ทุนวัฒนธรรมในสภาพที่เป็นสถาบัน (Institutionalized State) คือ การได้รับการรับรองจากองค์กรหรือสังคม เช่น การขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม หรือการกำหนดให้พื้นที่เป็นย่านอนุรักษ์ ซึ่งเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองและการยอมรับในระดับสากล

2. การบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม (The Valorization and Sustainability) ในขณะที่ Bourdieu (1986)^[1] เน้นการสะสมทุน Throsby (2001)^[13] ได้ขยายความสามมิติทางเศรษฐศาสตร์ โดยมองว่าทุนวัฒนธรรมคือ “สินทรัพย์” (Capital Asset) ที่ให้ผลผลิตเป็น “บริการทางวัฒนธรรม” (Cultural Services) การจัดการทุนวัฒนธรรมที่ดีตามแนวคิดนี้ต้องรักษาความสมดุลระหว่าง:

1. คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic Value) การดึงศักยภาพของทุนวัฒนธรรมออกมาสร้างรายได้ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value) การรักษาความแท้จริง (Authenticity) และจิตวิญญาณของชุมชน โดย Throsby (2001)^[13] เน้นย้ำว่าการสกัดมูลค่าทางเศรษฐกิจต้องไม่ทำลายคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อให้ทุนนั้นสามารถสร้างประโยชน์ได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน

การสังเคราะห์แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Synthesis of Creative Tourism Theory)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นวิวัฒนาการขั้นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวที่เน้นการชมศาสนสถานหรือโบราณวัตถุแบบตั้งรับ (Passive Consumption) ไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายผ่านการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน (Active Participation) ดังรายละเอียดการสังเคราะห์ต่อไปนี้

1. การสร้างประสบการณ์ร่วมและการเรียนรู้ (Co-creation and Experiential Learning) (Richards & Raymond, 2000)^[9] ได้วางรากฐานสำคัญโดยระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองผ่านการเรียนรู้ทักษะหรือประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม พื้นฐานของทฤษฎีนี้คือการเน้น “กระบวนการ (Process)” มากกว่าเพียงแค่ “การมองเห็น” (Sightseeing) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2018)^[8] มองว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว ช่วยให้ชุมชนริมน้ำฝั่งธนบุรีสามารถนำเสนอเรื่องราวของพหุวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำจริงได้ (Hand-on Experience)

2. ความเป็นของแท้และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Authenticity and Community Engagement) ในบริบทของประเทศไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยกลไกที่ผลักดันให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจในรากเหง้าของตน (Songserm & Batra, 2020)^[12] การจัดการท่องเที่ยวในมิตินี้มักเผชิญกับความท้าทายเรื่อง “ความเป็นของแท้ที่ถูกจัดฉาก” (Staged Authenticity) ซึ่งหากมีการจัดการที่ดีผ่านการมีส่วนร่วม ชุมชนจะสามารถออกแบบกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตจริงแต่มีความเป็นระบบในการต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ (Dechtongkam, 2023)^[2] สิ่งนี้ไม่เพียงแต่ช่วยรักษาทุนวัฒนธรรมไม่ให้ถูกบิดเบือน แต่ยังส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน โดยเปลี่ยน “ผู้อยู่อาศัย” ให้กลายเป็น “ผู้สร้างสรรค์ประสบการณ์” (Creative Hosts)

การสังเคราะห์แนวคิดการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Synthesis of ICH Management) มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ICH) เป็นปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ที่มีความเปราะบางและต้องการการจัดการที่ซับซ้อนกว่ามรดกที่จับต้องได้ เนื่องจากดำรงอยู่ผ่าน “การปฏิบัติ” และ “ความทรงจำ” ของผู้คนในชุมชน โดยมีประเด็นสำคัญจากการสังเคราะห์ดังนี้

1. ความยั่งยืนผ่านกระบวนการสืบทอด (Transmission and Sustainable Development) องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ UNESCO (2024)^[17] ระบุว่า ICH คือหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยในพื้นที่พหุวัฒนธรรมฝั่งธนบุรี มรดกนี้ปรากฏผ่านแนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล (Social Practices, Rituals, and Festive Events) การจัดการที่เหมาะสมจึงไม่ใช่การ “แช่แข็ง” วัฒนธรรม แต่ต้องส่งเสริมให้เกิด

การสืบทอด (Transmission) และการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้มรดกนั้นมีชีวิต (Living Heritage) และสามารถปรับตัวเข้ากับยุคสมัยได้โดยไม่สูญเสียรากเหง้าดั้งเดิม

2. การบริหารจัดการความเสี่ยงจากการแปรสภาพเป็นสินค้า (Commodification Risk Management) ความท้าทายหลักของการนำ ICH มาใช้ในการท่องเที่ยวคือภาวะการแปรสภาพเป็นสินค้าที่มากเกินไป (Over-commercialization) ซึ่งอาจส่งผลให้คุณค่าทางจิตวิญญาณและความหมายดั้งเดิมถูกบิดเบือนไปเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Koograsang, 2021)^[3] ดังนั้น รูปแบบการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงต้องเปลี่ยนจาก "การขายวัฒนธรรม" เป็น "การจัดการความรู้" (Knowledge Management) โดยเน้นการสร้างรายได้ที่ยึดถือค่านิยมไปกับการอนุรักษ์เชิงรุก เพื่อให้มั่นใจว่าผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจะกลับไปสนับสนุนผู้อยู่ในฐานะ "ผู้ถือครองวัฒนธรรม" (Cultural Practitioners) อย่างแท้จริง

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้พัฒนาขึ้นจากการบูรณาการแนวคิดทุนวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อมุ่งสู่การสร้างโมเดลการจัดการที่ยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรต้น - ตัวแปรนำเข้า (INPUT: ทุนวัฒนธรรมพหุสังคม) อ้างอิงแนวคิด (Bourdieu, 1986^[1]; Throsby, 2001)^[13] ทุนที่จับต้องได้ (Objectified State) ศาสนสถาน (วัดเขมาภิรตาราม, วัดกัลยาณมิตร, ศาลเจ้าเกียนอันเกง สถาปัตยกรรมริมน้ำ, พิพิธภัณฑสถานบ้านกุฎีจีน ทุนที่จับต้องไม่ได้ (Embodied State) ภูมิปัญญาการทำขนมฝรั่งกุฎีจีน, พิธีกรรมทางศาสนา (พุทธ-คริสต์-อิสลาม), ตำนานและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ทุนทางสถาบัน (Institutionalized State) การขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาเมืองเก่าของภาครัฐ

2. ตัวแปรดำเนินการ - กระบวนการ (PROCESS: รูปแบบการจัดการ 4D Model) การสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด Creative Tourism (Richards, 2018)^[8] และ ICH Management (UNESCO) D1: Creative Tourism Promotion การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ร่วม (Co-creation) และการตีความเรื่องราว (Storytelling) D2: Cultural Conservation & Inheritance ระบบการถ่ายทอดภูมิปัญญาและการจัดการฐานข้อมูลมรดกวัฒนธรรมที่มีชีวิต D3: Community Livelihood Enhancement กลไกการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ D4: Community Relations & Governance การบริหารจัดการผ่านคณะกรรมการพหุวัฒนธรรมเพื่อลดความขัดแย้งและสร้างธรรมาภิบาล

3. ตัวแปรตาม - ผลลัพธ์ (OUTPUT: ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม) มิติด้านเศรษฐกิจ การสร้างงานรายได้ที่เพิ่มขึ้น และการกระจายรายได้สู่ฐานรากอย่างทั่วถึง มิติด้านสังคม ความภาคภูมิใจในรากเหง้า และความเหนียวแน่นของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มศาสนา/ชาติพันธุ์ มิติด้านวัฒนธรรม การรักษาความแท้จริง (Authenticity) ของทุนวัฒนธรรม โดยไม่ถูกทำลายจากกาเปลี่ยนเป็นสินค้า

5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Study) มุ่งเน้นการทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ศึกษา

1. พื้นที่ศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลัก

พื้นที่ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพหลักประกอบด้วย ชุมชนกุฎีจีน และชุมชนใกล้เคียงริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรีที่มีลักษณะเป็นย่านเมืองเก่า มีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คนโดยวิธีเลือกตามทฤษฎี และการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบลูกโซ่ดำเนินการเก็บข้อมูลจนข้อมูลมีความอิ่มตัว (saturation of data) โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. ผู้ที่มีความรู้และภูมิปัญญา ประชาชนท้องถิ่น ผู้เฒ่าผู้แก่ ผู้สืบทอดงานช่างฝีมือ (5 คน)
 2. ผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบาย ตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตัวแทนกระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงการท่องเที่ยว (5 คน)
 3. ผู้ประกอบการและนักปฏิบัติ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ร้านอาหาร และกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน (5 คน)
 4. นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจัดการชุมชน (5 คน)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูล สำคัญ เพื่อทำการสัมภาษณ์ระดับลึก ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้และภูมิปัญญา ผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการและนักปฏิบัติ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจัดการชุมชน ในพื้นที่วิจัยทั้ง 3 แห่ง จำนวนแห่งละ 5 คน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi structure Interview guide) สร้างโดย ศึกษา วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และกำหนดประเด็นที่ ต้องการถาม พิจารณาแต่ละข้อคำถาม ให้มีความชัดเจน ทางภาษา จากนั้นนำไปทดลองสัมภาษณ์
- การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) จะใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชาชน (กลุ่ม 1) กับกลุ่มหน่วยงานรัฐ (กลุ่ม 2) ว่าสอดคล้องกันหรือไม่
- เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria) ให้ชี้ว่า “ประชาชนท้องถิ่น” ต้องมีประสบการณ์กี่ปี หรือ “ผู้ประกอบการ” ต้องทำธุรกิจในพื้นที่มานานแค่ไหน เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้มาจากผู้วิจัยจริง
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
 1. การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ศึกษาแผนแม่บทการท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รายงานวิจัย และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความหมายของทุนวัฒนธรรม กลไกการจัดการ และปัญหาอุปสรรค
 3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม พิธีกรรม และเทศกาลในชุมชน เช่น งานฉลองสำคัญของวัดและศาลเจ้า เพื่อทำความเข้าใจพลวัตทางสังคมอย่างใกล้ชิด
 5. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตถูกนำมาวิเคราะห์ด้วย การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงตีความ (Interpretive Content Analysis) โดยมีขั้นตอนสำคัญคือ การจัดหมวดหมู่ข้อมูล การหาความถี่และการเชื่อมโยงประเด็น (Coding) และการสรุปผลเชิงอุปนัย (Inductive Conclusion) เพื่อนำไปสู่การสร้างรูปแบบการจัดการที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์เป็น “รูปแบบการจัดการ 4D”

6. ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี

ผลการวิจัยยืนยันว่าพื้นที่ศึกษามีทุนวัฒนธรรมที่โดดเด่นและหลากหลาย ดังนี้ ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Capital) ประกอบด้วย สถาปัตยกรรมย้อนยุค โบราณสถานทางศาสนาที่สำคัญ (เช่น วัดกัลยาณมิตร ศาลเจ้าเกียนอันเกง โบสถ์ชานตาครุส) ซึ่งแสดงถึงร่องรอยของการตั้งถิ่นฐานแบบพหุวัฒนธรรม โครงสร้างทางกายภาพเหล่านี้เป็นฐานสำหรับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Capital) เป็นจุดแข็งที่สุดของพื้นที่ ได้แก่ 1) อาหารและหัตถกรรมเฉพาะถิ่น ขนมกุฎีจีน ข้าวแช่รามัญ และทักษะช่างฝีมือดั้งเดิม 2) ความเชื่อและวิถีปฏิบัติ การผสมผสานของพิธีกรรมทางพุทธ คริสต์ และอิสลาม รวมถึงประเพณีท้องถิ่นที่สะท้อนการอยู่ร่วมกัน เช่น งานแห่ตรุษจีน งานฉลองนักบุญ 3)

เรื่องเล่าและประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์การอพยพของชาวโปรตุเกสและชาวจีนฮกเกี้ยน ซึ่งเป็นเรื่องราว (Storytelling) ที่มีพลังดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สูง

เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจโลกและกระบวนการจัดการทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมโดยชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักระบุถึงปัญหาหลักในการจัดการทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้ 1) ขาดความต่อเนื่องในการสืบทอด ภูมิปัญญาและทักษะการทำหัตถกรรมดั้งเดิมกำลังลดลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเยาวชนไม่สนใจและขาดเวทีในการแสดงออก 2) การจัดการแบบแยกส่วนหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมการท่องเที่ยวและกรมส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นต้น มีการทำงานแยกส่วนขาดการบูรณาการแผนงานกับชุมชนอย่างแท้จริง 3) การขาดกลไกการสร้างสรรคกิจกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังคงเน้นการชม (Passive Consumption) เป็นหลัก ยังมีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Hands-on Activities) ที่ให้เกิดการเรียนรู้ทักษะร่วมกันไม่เพียงพอ

รูปแบบการจัดการทุนวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (4D Model)

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล งานวิจัยจึงนำเสนอ รูปแบบการจัดการทุนวัฒนธรรม 4 มิติ (4D Model) ซึ่งเป็นกรอบปฏิบัติการที่มุ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นแกนกลางของการพัฒนา

ผลการวิจัย จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 3 แห่ง พบว่า รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้แก่ รูปแบบการจัดการทุนวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (4D Model) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) D1 Creative Tourism Promotion (ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) หมายถึง สร้างมูลค่าเพิ่มและประสบการณ์ร่วมที่แปลกใหม่ จัดเวิร์คช็อปการเรียนรู้ทักษะ เช่น การทำขนมกุ๊วจิ้น การแกะสลักเรือสำเภาจำลอง 2) D2 Cultural Conservation & Inheritance (การอนุรักษ์และการสืบทอด)รักษาความสมบูรณ์ของมรดกและถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่เช่น จัดทำระบบ ทะเบียนภูมิปัญญา และจัดตั้ง โรงเรียนภูมิปัญญาชุมชน เพื่อถ่ายทอดทักษะ 3) D3 Community Livelihood Enhancement (การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน)กระจายรายได้สู่ฐานรากอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง เช่น- สนับสนุนการ รวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - สร้าง ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Products) ที่อิงจากเรื่องเล่าท้องถิ่น 4) D4 Community Relations & Governance (การกำกับดูแลและความสัมพันธ์)สร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนและการมีส่วนร่วมที่ครอบคลุม เช่น จัดตั้ง คณะกรรมการร่วมพหุวัฒนธรรมเพื่อบริหารจัดการกิจกรรมเทศกาลและพื้นที่

7. อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Warunsap et al. (2018)^[18] ที่ได้นำเสนอรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 5 ประการ (5CM-MODEL) ในการใช้ทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยซึ่งเน้นการจัดการชุมชน เรื่องราว กิจกรรม สื่อสาร และผลกระทบ โดยรูปแบบ 4D Model ที่นำเสนอในงานวิจัยนี้เป็นกรอกล้นกรองและเน้นย้ำประเด็นที่มีความสำคัญต่อชุมชนริมน้ำที่มีความอ่อนไหวทางวัฒนธรรมสูงโดยเฉพาะ

การใช้ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ICH) เป็นแกนหลัก

การค้นพบที่สำคัญคือ มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพิธีกรรมและวิถีปฏิบัติของชุมชนพหุวัฒนธรรม เป็นแรงดึงดูดหลักของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่นี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Koograsang (2021)^[3]; (Songserm and Batra (2020)^[12] ที่ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในไทยควรเน้นการเปลี่ยนผ่านจากการชมมรดกที่จับต้องได้ไปสู่การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ICH) การที่ชุมชนมีการบริหารจัดการ ICH ที่ดีจะนำไปสู่คุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจที่ยั่งยืน (UNESCO, 2024)^[17]

ความสำคัญของการสร้างสรรค์ร่วม (Co-creation) และการมีส่วนร่วม (Participation)

รูปแบบการจัดการที่เน้น Creative Tourism Promotion (D1) สอดคล้องกับแนวคิด Creative Tourism ของ Richards and Raymond (2000)^[9] และงานวิจัยของ Songserm and Batra (2020)^[12] ที่ใช้ Appreciative Participatory Planning and Action (APPA) ในการสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับปราชญ์

ท้องถิ่น เช่น การทำขนมภูมิจิ้น หรือการเรียนรู้ภาษาโปรตุเกส จะทำให้เกิดการ ถ่ายทอดทักษะ (Skill Transfer) และสร้างความผูกพันทางอารมณ์ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลกับการสืบทอดวัฒนธรรม

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (เช่น แอปพลิเคชันเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) เพื่อสนับสนุน Conservation & Inheritance (D2) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความมั่นคงทางวัฒนธรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเกาะเกร็ด Dechtongkam (2023)^[2] และงานวิจัยด้านการจัดการ ICH Koograsang (2021)^[3] ต่างชี้ให้เห็นว่า การนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำทะเบียนและส่งเสริมการเรียนรู้ จะช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ภูมิปัญญาจะสูญหายไปกับผู้สูงอายุ และยังดึงดูดให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะ “ผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาดิจิทัล” ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อปัญหาความต่อเนื่องในการสืบทอดที่พบในงานวิจัยนี้

การกระจายผลประโยชน์และการกำกับดูแล

มิติ Community Livelihood Enhancement (D3) และ Community Relations & Governance (D4) เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม (Equity) และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การจัดการความสัมพันธ์ในชุมชนพหุวัฒนธรรมมีน้ำที่ซับซ้อนนี้ จำเป็นต้องมี คณะกรรมการร่วมพหุวัฒนธรรม เพื่อรับรองว่าการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเปิดเผยและเป็นธรรมต่อทุกกลุ่มศาสนาและชาติพันธุ์ ซึ่งจะช่วยป้องกันความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมเชิงพาณิชย์สอดคล้องกับแนวคิดของ Sittipunt (2018)^[11]; Pakwichien (2021)^[7] ที่ระบุว่าหัวใจสำคัญของการจัดการพื้นที่พหุวัฒนธรรมย่านธนบุรีคือการมีกลไกกลางที่ได้รับ ความไว้วางใจจากทุกกลุ่มศาสนา งานวิจัยนี้จึงเสนอ D4 Community Relations & Governance ผ่านรูปแบบ คณะกรรมการร่วมพหุวัฒนธรรมเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลการกระจายผลประโยชน์ (Equity) ในมิติ D3 ให้เป็นไปอย่างทั่วถึง ไม่เพียงแต่เป็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากเท่านั้นแต่ยังเป็นการสร้างเกราะป้องกันความขัดแย้งจากการพัฒนาเมืองที่รวดเร็วเกินไป (Wisudthiluck, 2017)^[19]

8. องค์ความรู้ที่ได้รับ

การใช้ประโยชน์จากทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ องค์ความรู้ที่นำไปใช้ได้ ดังนี้

Micro - Experience Zoning การกำหนดเขตย่อย (Zones) ภายในชุมชนสำหรับการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (เช่น Zone A เน้นการอนุรักษ์เข้มงวด/ชมสถาปัตยกรรม Zone B เน้นอาหารและตลาดเชิงวัฒนธรรม Zone C เน้นการทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับชุมชน) เพื่อกระจายความแออัดและลดผลกระทบต่อพื้นที่หลักโดยการสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายและควบคุมความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวได้

Cultural Indexing Scorecard การสร้างดัชนีชี้วัดที่รวมมิติเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์เข้าด้วยกันโดยให้น้ำหนักกับมิติ “ความเป็นอยู่ที่ดีทางวัฒนธรรม” (Cultural Well-being) ของชุมชนเพื่อป้องกันการเกิด Over-Tourism หรือ Cultural Appropriation โดยการจัดลำดับความสำคัญของมรดกที่ต้องการการอนุรักษ์เร่งด่วน หรือมีศักยภาพในการพัฒนาสูง

Cultural Dividend Trust Fund การจัดตั้งกองทุนที่จัดการโดยชุมชน (Community-Managed Trust) โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยว เช่น ค่าเช่า ค่ากิจกรรม ค่าธรรมเนียมผู้ประกอบการ มาลงทุนกลับคืนสู่กิจกรรมการอนุรักษ์ การศึกษาและสวัสดิการของสมาชิกในชุมชนที่เกี่ยวข้องโดยตรงโดยการสร้างแรงจูงใจในการอนุรักษ์และลดการรั่วไหลของรายได้ออกนอกพื้นที่ (Leakage)

การประยุกต์ใช้ การออกแบบ “เส้นทางท่องเที่ยวข้ามศาสนา” (Interfaith Trail) ที่เชื่อมโยงวัด โบสถ์ และมัสยิดเข้าด้วยกันและเน้นการตีความทางวัฒนธรรม (Cultural Interpretation) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์

เช่น การแบ่งปันพื้นที่ริมน้ำ การแลกเปลี่ยนอาหาร และงานฝีมือที่ได้รับอิทธิพลจากกันและกัน (เช่น ขนมจีนแกงไก่กุ่มี่จิ้นที่รับอิทธิพลโปรตุเกส)

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การบูรณาการภาครัฐ รัฐบาลควรจัดตั้ง กลไกคณะกรรมการร่วม โดยมีผู้แทนจากชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้าน ICH เพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของย่านเมืองเก่าริมน้ำอย่างบูรณาการ แทนการทำงานแบบแยกส่วน
2. การยกระดับทักษะดิจิทัล ควรมีการลงทุนในการฝึกอบรมเยาวชนและผู้สูงอายุในชุมชนให้เป็น "ผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาดิจิทัล" (Digital Cultural Bearers) เพื่อสร้างเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีในการจัดการกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว
3. การสร้างสรรค์ร่วมและการอนุรักษ์เชิงรุก สนับสนุนให้ชุมชนจัด Creative Tourism Workshop อย่างสม่ำเสมอ โดยเน้นการถ่ายทอดทักษะดั้งเดิม (เช่น อาหารและงานช่าง) เพื่อสร้างรายได้ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการทำความเข้าใจเชิงลึกในพื้นที่เฉพาะ ข้อจำกัดคือผลลัพธ์ที่ได้ อาจไม่สามารถอ้างอิงเชิงปริมาณได้ทั้งหมด การวิจัยในอนาคตจึงควรเน้นการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการนำรูปแบบ 4D Model ไปประยุกต์ใช้จริง

REFERENCES

- [1] Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital. Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- [2] Dechtongkam, K. (2023). Developing the potential of creative community-based tourism toward sustainability: A case study of communities along the Chao Phraya River [Article in Thai]. *Ayutthaya Studies Journal*, 15(2), 65 - 79. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jas/article/view/262325/177521>
- [3] Koograsang, S. (2021). The management of intangible cultural heritage for sustainable creative tourism [Article in Thai]. *Journal of Cultural Management and Sustainable Tourism*, 2(1), 45–58.
- [4] MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press.
- [5] Marine Department. (2024). *Statistical report on water transport and ferry passenger volume in Bangkok and its vicinity for fiscal year 2024* [in Thai]. Ministry of Transport, Thailand.
- [6] Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Statistics of foreign tourists entering Thailand in 2024 (January–December)* [in Thai]. Tourism and Sports Economic Division.
- [7] Pakwichien, M. (2021). Cultural tourism management in multicultural areas of the Thonburi district [Article in Thai]. *Journal of Tourism and Hospitality Industry*, 4(1), 12–25.
- [8] Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(3), 12–21.
- [9] Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism: New horizons for tourism and culture. *ATLAS News*, 23(1), 16–20.
- [10] Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Tourism development and the creative industries: Interactive experiences and critical contexts*. Routledge.
- [11] Sittipunt, P. (2018). *Multicultural management and community participation in historic districts*. [in Thai]. Academic Press.
- [12] Songserm, N., & Batra, A. (2020). Community participatory approaches for creative tourism development: Selected cases in Thailand [Article in Thai]. *Dusit Thani College Journal*, 14(1), 1–16.
- [13] Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- [14] Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2015). *Tourism and heritage management*. Routledge.
- [15] Tourism Authority of Thailand. (2024). *Summary report on trends and behaviors of Gen Z tourists and their interest in local food culture* [in Thai]. Tourism Authority of Thailand.
- [16] UNESCO. (2009). *World report: Investing in cultural diversity and intercultural dialogue*. UNESCO Publishing.
- [17] UNESCO. (2024). *What is intangible cultural heritage*. <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>

- [18] Warunsap, D., Wongsaprasit, N., Jiradechprapai, S., & Tekhanmak, K. (2018). Cultural capital management model for creative tourism in Thailand [Article in Thai]. *Krung Kao Rajabhat Research Journal: Humanities and Social Sciences Section*, 5(1), 17–24.
- [19] Wisudthiluck, S. (2017). *Cultural tourism and the transformation of urban spaces* [in Thai]. Thammasat University Press.