

Academic article

ทุนทางวัฒนธรรมสี่ด้าน ในย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย The Four Aspect of Cultural Capitals in Old Commercial Districts in the Central Region of Thailand

สรรรเสริญ เจริญทอง¹ อนุชา แพ่งเกษร²

Sansern Rianthong¹ Anucha Pangkesorn²

Received: 11 July 2025 | Revised: 09 October 2025 | Accepted: 10 October 2025

<https://doi.org/10.55003/acaad.2025.277535>

บทคัดย่อ

ชุมชนและย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มีประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ทักษะ แนวปฏิบัติ สินค้า วัตถุเคลื่อนย้ายได้ สถาปัตยกรรม และ ภูมิทัศน์ ซึ่งสามารถนำมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อต่อยอดให้เกิดคุณค่าให้กับพื้นที่ได้ โดยทั่วไป ทุนทางวัฒนธรรมแบบเป็นแบบจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งอาจสร้างความสับสนในการให้คุณค่า ในกรณีที่ทุนทางวัฒนธรรมบางอย่างคาบเกี่ยวกับสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย และวิเคราะห์รูปแบบทุนทางวัฒนธรรมในย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ข้อค้นพบจากการศึกษา พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมมีสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านข้อมูล ทุนทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านการฟัง การอ่าน การพูดคุย และการดู มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในความทรงจำและความคิด คนในย่าน 2) ด้านวิถีปฏิบัติ ทุนทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านการปฏิบัติ กิจกรรม และ กระบวนการ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของคนในย่าน 3) ด้านวัตถุ ทุนทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านการสัมผัส การครอบครอง และการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการใช้งานของคนในย่าน และ 4) ด้านสถานที่ ทุนทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านบรรยากาศ ประสาทสัมผัส และการใช้พื้นที่ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของคนในย่าน ซึ่งความสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้าน คาดว่าสามารถช่วยให้อำนาจรูปแบบและความเกี่ยวข้องของทุนทางวัฒนธรรมได้ชัดเจนขึ้น นำไปสู่วิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรม การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์และประยุกต์ใช้ภูมิทัศน์และมรดกทางวัฒนธรรม และการแก้ไขปัญหาเชิงความคิดสร้างสรรค์เพื่อชุมชนหรือสังคมในพื้นที่

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม ย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์และการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Department of Communication, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

² สาขาวิชาศิลปการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² Department of Interior Design, Faculty of Decorative arts, Silpakorn University

ผู้ติดต่อประสานงาน (Corresponding Author) อีเมล: zooddooz@gmail.com

Abstract

Communities and old commercial districts in the central region of Thailand have history, wisdom, skills, practices, movable goods, architecture and landscapes that can be used as cultural capital to create value for the area further. Generally, cultural capital is defined as tangible and intangible, which can lead to confusion in valuing it, as some cultural capital overlaps between tangible and intangible aspects. This academic article aims to study the characteristics of old commercial districts in the central region of Thailand and to analyse the cultural capital patterns in old commercial districts in the central region of Thailand. The findings from the study found that there are four aspects of cultural capital relevant to local people. 1) Information: Cultural capital transmits via listening, reading, talking and watching. This is related to the moments in people's memories and thoughts in the area. 2) Practice: Cultural capital transmits via practices, activities and processes. This is related to the activities of people in the area. 3) Object: Cultural capital transmits via touching, possession, and use. This is related to people's use in the area. and 4) Place: Cultural capital transmits via atmosphere, senses and space usage. This is related to people's use of space in the area. This is expected to allow for a clearer classification of the forms and relevance of cultural capital, leading to cultural practices, the creation of cultural products and services, the conservation and application of cultural landscapes and heritage, and creative problem-solving for local communities or societies.

Keywords: cultural capital, riverside commercial districts, cultural wisdom, conservation and development, creative economy

1. บทนำ

ชุมชนและย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งน้ำเพื่อใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต ค้าขาย ขนส่งสินค้า เดินทาง และจัดกิจกรรมท้องถิ่น เดิมทีลักษณะเป็นตลาดน้ำที่ผู้คนเดินทางมาชุมนุมเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยน สินค้าทางเรือหรือแพ ซึ่งมีความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าอยู่ในเขตพระนคร หรือ หัวเมืองใหญ่ ต่อมาเกิดแหล่งชุมนุมการค้าใหม่ ตามแนวลำน้ำในพื้นที่ภาคกลางตอนบน แล้วพัฒนาเป็นย่านการค้าริมแม่น้ำ มีการสร้างอาคารสถานที่บนริมตลิ่งแล้วขยาย พื้นที่ของย่านเข้าไปในแผ่นดิน บางพื้นที่กลายเป็นที่ตั้งตัวของจังหวัด เช่น ตำบลปากน้ำโพพัฒนาเป็นตัวเมืองนครสวรรค์ และ ตำบลสะแกกรังพัฒนาเป็นตัวเมืองอุทัยธานี เป็นต้น ย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จาก แม่น้ำในการค้าขายและขนถ่ายสินค้าเหมือนในอดีต เนื่องจากรูปแบบการคมนาคมและวิถีชีวิตของผู้คน เปลี่ยนไปมุ่งเน้นการเดินทางด้วยรถยนต์เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ย่านการค้าเก่าเหล่านั้นยังคงมีทรัพยากรที่สามารถนำมาเป็นทุนทางวัฒนธรรม เพื่อต่อยอดให้เกิดคุณค่าทางสังคม เศรษฐกิจ การอนุรักษ์ และความคิดสร้างสรรค์ให้กับพื้นที่ได้

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยเกี่ยวกับพื้นที่ชุมชนและย่านการค้าเก่าพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมแบบจับต้องได้ เช่น งานช่างฝีมือดั้งเดิม โบราณวัตถุ (Phiwongkun, 2023) สภาพแวดล้อมของ เมือง (Ubolwat, 2020), สถาปัตยกรรม (Chimpalee & Haocharoen, 2022); (Tantipankul et al., 2015) โบราณสถาน (Kruthasen et al., 2023) พื้นที่วัฒนธรรม (Phiwongkun, 2023) ทรัพยากรธรรมชาติ (Houbcham, 2024) เป็นต้น และ ทุนทางวัฒนธรรมแบบจับต้องไม่ได้ หรือเรียกอีกอย่างว่า มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ (Kwanboon et al., 2022) ความรู้และแนวปฏิบัติ (Phiwongkun, 2023) ภาษา พิธีกรรม และงานเทศกาล ศิลปะการแสดง (Phiwongkun,

2023) การทำประมง การอยู่ร่วมกัน (Thongiad & Kittiprasarn, 2020) แต่รูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมที่กล่าวมา อาจสร้างความสับสนและข้อสงสัยแก่คนทั่วไปและโดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่นอกแวดวงวิชาการ ในประเด็นด้านการประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม ว่าอะไรคือสิ่งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เนื่องจากทุนแบบจับต้องได้ (รูปธรรม) และแบบจับต้องไม่ได้ (นามธรรม) ล้วนเกิดจากองค์ความรู้ที่เป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ จากปัญหาดังกล่าวผู้เขียนจึงศึกษาและนำเสนอการจัดหมวดหมู่ทุนทางวัฒนธรรมแนวทางใหม่ เพื่อช่วยให้สามารถค้นหาศักยภาพและประเมินคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของย่านการค้าริมแม่น้ำได้มีประสิทธิภาพขึ้น

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

- 2.1 ศึกษาลักษณะของย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย
- 2.2 วิเคราะห์รูปแบบทุนทางวัฒนธรรมในย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทุนทางวัฒนธรรม

บริบททางสังคมวิทยา ปีแยร์ บูร์ดิเยอ ศึกษาปรากฏการณ์ทางสภาพสังคมฝรั่งเศส ช่วง 1950s–1990s พบว่าคุณลักษณะของชนชั้น (class) ประกอบไปด้วยอำนาจ (power) หรือ ทุน (capital) (Bourdieu, 1986, p. 16) ทุนสามารถแสดงออกได้ในสามรูปแบบพื้นฐาน ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และโดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมถูกสืบทอดมาอย่างต่อเนื่อง และเปลี่ยนรูปได้ (Yanyongkesomsuk, 2014, p. 36) ทุนทางวัฒนธรรมถูกสะสมจาก 1) ประสบการณ์การเรียนรู้ของตน (Embodied stage) ซึ่งจะคงอยู่ภายในร่างกายและจิตใจ จนแสดงออกในรูปแบบของนิสัยและพฤติกรรม (habitus) 2) สินค้าหรือสื่อทางวัฒนธรรมที่ครอบครองได้ (Objectified stage) และ การผลิตซ้ำผ่าน 3) สถาบันที่เล่าเรียนมา (Institutionalized stage) โดยแสดงออกทางวุฒิบัตรหรือคุณวุฒิทางการศึกษา (Bourdieu, 1986, pp. 17–20) ทุนทางวัฒนธรรมเป็นวัฒนธรรมที่เป็นที่ยอมรับของสังคม มีการใช้อย่างแพร่หลาย เป็นสัญญาณที่บ่งชี้วัฒนธรรมที่มีสถานะสูง (high status cultural signal) (Lamont & Lareau, 1988, p. 164) กลายเป็นทุนทางสัญลักษณ์ที่คนรอบข้างรับรู้ได้ (Bourdieu, 1986, p. 27) ต่อมามีความหมายครอบคลุมถึงการบริโภคและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม (DiMaggio, 1982, p. 191) ที่มีความหลากหลายทางรสนิยมและไม่จำกัดแค่วัฒนธรรมแบบชนชั้นสูง (Holt, 1998, p. 19)

ทุนทางวัฒนธรรมมักถูกใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบ กีดกันทางสังคมและวัฒนธรรมโดยตรงหรือโดยอ้อมจากคนต่างกลุ่ม (Lamont & Lareau, 1988, p. 164) เนื่องจากผู้คนที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งในด้านสถานะทางสังคมและวัฒนธรรมมักจะรวมกลุ่มกัน (Priour & Savage, 2013, p. 262) อย่างไรก็ตาม ทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มทุนอื่นๆ ได้ เช่น การศึกษาศักยภาพของศิลปะ สื่อ และการท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชน (Hale et al., 2023, p. 7) ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรมในบริบททางสังคมวิทยาจึงเกี่ยวข้องกับการศึกษา 1) กลุ่มคนส่วนน้อยที่มีความแตกต่างจากคนหมู่มากในสังคม 2) ความรู้ ค่านิยม ทัศนคติ บรรทัดฐาน และความเชื่อของกลุ่มคน และ 3) ความเหลื่อมล้ำทางอำนาจภายในสังคม (Hale et al., 2023, p. 6) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับแนวคิดอัตลักษณ์ชุมชน ในประเด็นด้านการถ่ายทอดและสร้างความโดดเด่นทางวัฒนธรรมให้แก่กลุ่มคนหรือชุมชน

บริบททางเศรษฐศาสตร์ Throsby (2001, p. 45) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและเศรษฐศาสตร์ว่า ทุนทางวัฒนธรรมคือ สินทรัพย์ที่ถูกก่อร่าง จัดเก็บ หรือ ให้คุณค่าในเชิงวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย คุณค่าทางความงาม คุณค่าทางจิตวิญญาณ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางสัญลักษณ์ และ คุณค่าทางความเป็นของแท้ รวมถึงคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถสร้างการบริโภค หรือถูกนำไปใช้ผลิตสินค้าและบริการเมื่อเวลาผ่านไป (Throsby, 2001, pp. 28–29) ในขณะที่ Thanapornphan (2003, p. 9) กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรม คือทุนที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้าและบริการที่มี

นัยยะทางวัฒนธรรม Throsby (2001, pp. 45-47) แบ่งทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) แบบจับต้องได้ เป็นทุนทางกายภาพที่ถูกสร้างโดยกิจกรรมของมนุษย์ สามารถเพิ่มมูลค่าได้โดยการลงทุน สามารถซื้อขาย และมีมูลค่าที่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้ และ 2) แบบจับต้องไม่ได้ เป็นทุนทางปัญญาที่เกิดขึ้นในรูปแบบของความคิด แนวปฏิบัติ ความเชื่อ และค่านิยมของกลุ่มคน อย่างไรก็ตามทุนทั้งสองแบบสามารถเสื่อมสภาพได้ถ้าขาดการดูแลรักษาหรือขาดความสนใจ ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรมจึงเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่สามารถสังขมูลค่า (stock) และไหลเวียนเปลี่ยนถ่าย (flow) ได้

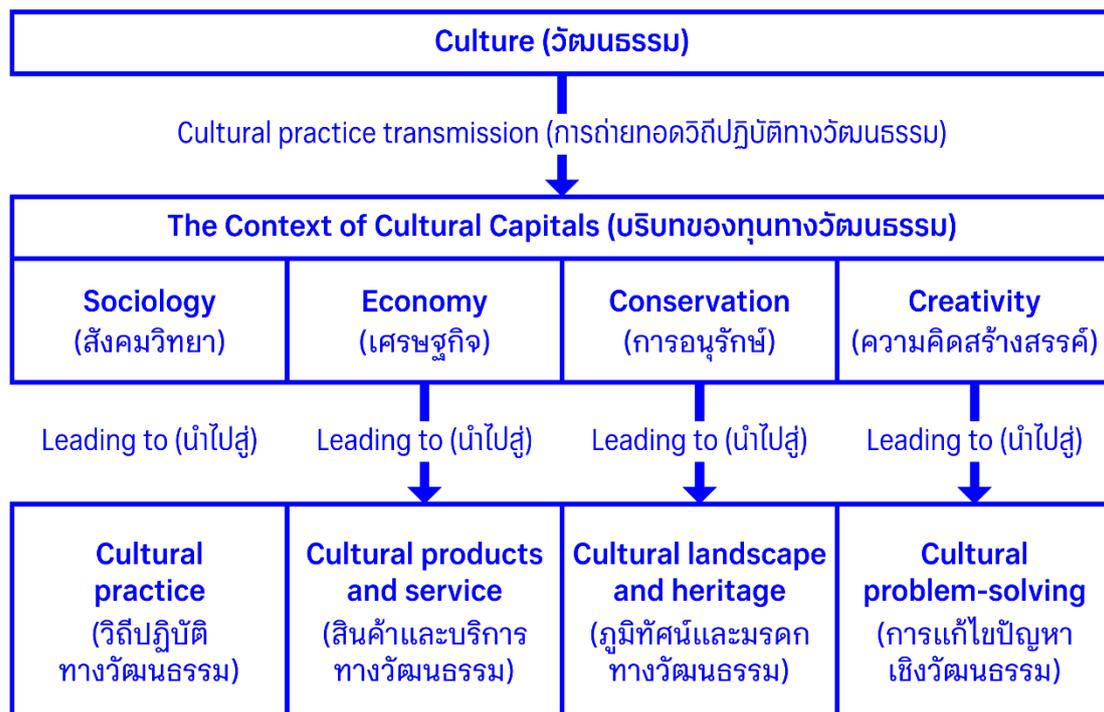
บริบททางการอนุรักษ์ ด้านการสงวนและอนุรักษ์โบราณคดีในช่วงแรกมีเกี่ยวข้องเฉพาะกับวัตถุทางกายภาพที่จับต้องได้ ต่อมา United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO, 1972) ได้ผลักดันแนวคิดการอนุรักษ์แล้วขยายขอบเขตให้รวมถึงทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานของธรรมชาติและมนุษย์ หรือ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (UNESCO, 2023, p. 22) ที่ไม่ใช่เพียงสิ่งปลูกสร้างและสถานที่ แต่รวมถึงเป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมและการกระทำทางสังคมที่เป็นได้ทั้งสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และนำไปสู่การศึกษาคุณค่าเพื่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงและการปฏิรูป (Brown & Goetcheus, 2022, p. 20) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีความหมายสอดคล้องกับทุนทางวัฒนธรรม ในด้านการส่งเสริมคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับทุนทางธรรมชาติ ทุนทางสถาปัตยกรรม ทุนทางสังคม ทุนของมนุษย์ และทุนชุมชนอื่น ๆ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนอาคารและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติบางส่วนให้กลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Hale et al., 2023, p. 6) นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับ การอนุรักษ์เรื่องราวท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะและรูปแบบงานหัตถกรรม รวมไปถึงอาหารแบบดั้งเดิมและวิธีการเตรียมอาหาร (McGehee et al., 2010, p. 487) หรือมรดกทางวัฒนธรรม ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรมจึงไม่ใช่เป็นเพียงมรดกที่ถูกสืบทอดด้วยการอนุรักษ์ให้คงสภาพ แต่มีคุณสมบัติเชื่อมโยงลักษณะเฉพาะของสถานที่ (Hale et al., 2023, p. 6) และถูกถ่ายทอดเป็นวิถีปฏิบัติหรือเกี่ยวข้องกับผู้คนในยุคสมัยใดสมัยหนึ่ง สามารถต่อยอดสร้างการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้

บริบททางความคิดสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งทำให้เกิดผลลัพธ์ทางความคิดสร้างสรรค์ (HKSAR, 2005, p. 40-41) และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วยสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น สินค้าทางวัตถุ รวมถึงกลไกอื่นๆ ที่ผลิตหรือยกย่องสินค้าวัฒนธรรมนั้น (Crowe, 2012, as cited in Hale et al., 2023, p. 6) ถูกนำไปใช้กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Hale et al., 2023, p. 6) รวมถึงการประยุกต์ใช้นวัตกรรมกับประสบการณ์ของมนุษย์ให้เกิดคุณค่าต่อสังคมและช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันประกอบไปด้วยกิจกรรมสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมวัฒนธรรม เศรษฐกิจวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมที่มีลิขสิทธิ์ (World Intellectual Property Organization [WIPO], 2013, p. 13) เพื่อสร้างแนวคิดใหม่ กระบวนการสร้างสรรค์ การสำรวจ และนวัตกรรมทางอารมณ์และการรับรู้ที่ไม่มีที่สิ้นสุด (British Council, 2010, as cited in United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2022, p. 17) ความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นส่วนหนึ่งในวงจรวัฒนธรรม (culture cycle) ซึ่งเป็นกระบวนการสนับสนุนที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ เผยแพร่ ยอมรับ ใช้งาน วิจัย วิจารณ์ เข้าใจ และเก็บรักษาวัฒนธรรม (UNESCO, 2009, p. 19) ด้วยเหตุนี้การผลิตผลงานสร้างสรรค์ จึงมักเริ่มต้นด้วยการค้นคว้าหาทุนทางวัฒนธรรม ก่อนนำมาต่อยอดให้เกิดนวัตกรรม ทุนทางวัฒนธรรมจึงสามารถสังขมูลค่า ถ่ายทอดและแปลงสภาพเป็นงานสร้างสรรค์ได้

สรุปแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม เดิมทีเป็นสิ่งที่ถูกสังขมูลค่าและถ่ายทอดเพื่อสร้างความแตกต่างและแบ่งแยกชนชั้นด้วยรสนิยมแบบผู้ดี ต่อมาขยายขอบเขตความหมาย รวมไปถึงศักยภาพการเข้าถึง การบริโภค และการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์แก่ทั้งบุคคล ย่าน และชุมชน ให้โดดเด่นหรือแตกต่างจากผู้อื่น นำไปสู่การสร้างคุณค่าเชิงสังคม เศรษฐกิจ การอนุรักษ์ และความคิดสร้างสรรค์

ทุนทางวัฒนธรรมล้วนเกี่ยวข้องกับวิถีปฏิบัติของมนุษย์ ที่สังขมูลค่าและถ่ายทอดระหว่างคนในกลุ่ม นำไปสู่ผลลัพธ์และการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกันตามบริบทของการศึกษา บริบททางสังคมวิทยาเน้นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดพฤติกรรมและการแสดงออกของปัจเจก นำไปสู่วิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรม (cultural practice) ของผู้คนในแต่ละชนชั้นหรือ

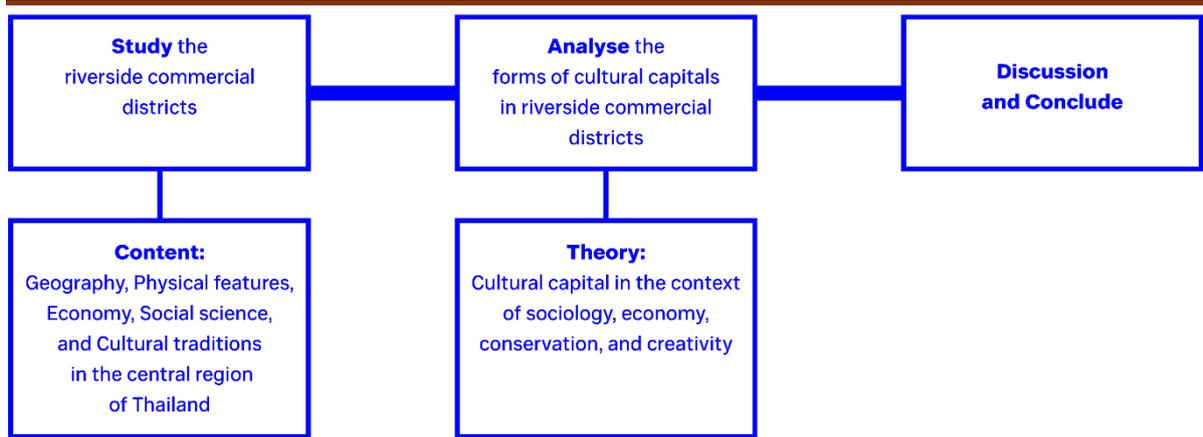
กลุ่มความสนใจ บริบททางเศรษฐศาสตร์ให้ความสำคัญกับการประเมินคุณค่าที่เกิดจากวัฒนธรรม โดยมองว่าทุนทางวัฒนธรรมสามารถทำให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการทางวัฒนธรรม (cultural product and service) ที่สามารถส่งมูลค่าทางเศรษฐกิจและเปลี่ยนแปลงการครอบครองได้ บริบททางการอนุรักษ์มุ่งเน้นการศึกษาวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตมนุษย์ ทั้งแบบจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดคุณค่าให้เกิดการอนุรักษ์และประยุกต์ใช้ภูมิทัศน์และมรดกทางวัฒนธรรม (cultural landscape and heritage) ที่สัมพันธ์กับพื้นที่หรือสังคมนั้น ๆ ในขณะที่บริบททางความคิดสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับการนำทุนทางวัฒนธรรม มาต่อยอดให้เกิดการแก้ไขปัญหาเชิงความคิดสร้างสรรค์ (cultural problem-solving)



รูปที่ 1 ทุนทางวัฒนธรรมในบริบทต่าง ๆ
 Figure 1 Cultural capitals in each context

4. วิธีการศึกษา

บทความวิชาการนี้ ศึกษาลักษณะของย่านการค้าริมแม่น้ำในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย (วัตถุประสงค์ที่ 1) ในบริบทของสภาพทางภูมิศาสตร์ กายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และประเพณีวัฒนธรรม จากเอกสาร หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย และการลงสำรวจพื้นที่ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์หารูปแบบทุนทางวัฒนธรรม (วัตถุประสงค์ที่ 2) ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในบริบททางสังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ การอนุรักษ์ และความคิดสร้างสรรค์ แล้วนำมาอภิปรายผลและสรุปสาระสำคัญ



รูปที่ 2 กรอบวิธีการศึกษา

Figure 2 Study methodology framework

5. ผลการศึกษา

5.1 ลักษณะของย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

1) สภาพทางภูมิศาสตร์ของย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ตามเกณฑ์ของคณะกรรมการภูมิศาสตร์แห่งชาติ พ.ศ. 2520 ประกอบไปด้วย 22 จังหวัด มีลักษณะโดยรวมเป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง ระบบนิเวศมีความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น สัตว์ป่า ปลา พืชพรรณ และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น ตัวเมืองของทุกจังหวัดจึงมีแม่น้ำไหลผ่าน และมีย่านการค้าจำนวนมากตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำ บางย่านตั้งอยู่บริเวณจุดที่แม่น้ำสองสายมาสบกัน ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อของลำน้ำที่ผู้คนสามารถเดินทางระหว่างชุมชนกันได้ เช่น ตลาดปากน้ำโพ ตั้งอยู่จุดที่แม่น้ำปิงกับแม่น้ำน่านมาสบกัน ตลาดคู่งสำเภา จ.ชัยนาท ตั้งอยู่จุดที่แม่น้ำสะแกกรังกับแม่น้ำเจ้าพระยามาสบกัน ย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำในยุคเริ่มต้นจึงมีลักษณะเป็นตลาดน้ำหรือเรือไม้ยกพื้นสูง และมีส่วนที่เป็นหาดทรายสำหรับขนส่งสินค้าและเดินทางขึ้นเรือต่อมาขยายพื้นที่การค้าขึ้นไปบนแผ่นดิน โดยตั้งอยู่บนที่สูงและมีการสร้างเขื่อนกันน้ำท่วม อย่างไรก็ตามพื้นที่สองลำน้ำมาสบ รวมกันไม่ได้เหมาะสำหรับใช้เป็นพื้นที่ค้าขายเสมอไป บางพื้นที่อาจมีลำน้ำขนาดเล็ก ตื้นเขินในช่วงหน้าแล้ง หรือเป็นพื้นที่น้ำท่วมประจำ



รูปที่ 3 ภูมิศาสตร์ของย่านการค้าริมแม่น้ำ

Figure 3 Geography of the Riverside Commercial District

2) **กายภาพของย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ** ตามแนวคิดจินตภาพของเมืองของ Lync (1960, pp. 46-47) ประกอบไปด้วย 1) สถาปัตยกรรมของย่าน ได้แก่ ตลาดในร่มหรืออาคารขนาดใหญ่ภายในมีแผงขายสินค้า และ อาคารพาณิชย์รอบตลาด (Jiwakul et al., 1982, p. 250) ทั้งแบบไม้และคอนกรีต สำหรับใช้เป็นร้านค้า ที่เก็บของ สำนักงาน และ ที่พักอาศัย 2) เส้นทางสัญจร ถนน ตรอก ซอก ซอย ซึ่งมักถูกใช้เป็นตลาดนัดหรือถนนคนเดินในบางช่วงเวลา 3) จุดรวมของผู้คนที่สามารถสังเกตและเข้าไปในพื้นที่นั้นได้ เช่น สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ท่าเรือ ศาลเจ้า วัด ลานอนุสาวรีย์ โรงเรียน เป็นต้น 4) เส้นขอบของย่าน หรือ ส่วนใดส่วนหนึ่งของย่าน ด้านหนึ่งมีลักษณะคดเคี้ยวไปตามแนวลำน้ำ และอีกด้านหนึ่งเป็นแนวเส้นตรงชิดขอบถนน (Limthanakul, 1994, p. 10) พื้นที่ที่เป็นเส้นขอบเหล่านี้อาจเป็นถนน ทางเท้า เชื้อนกึ่งน้ำท่วม ตลิ่งคันดิน หรือ อาคารพาณิชย์ และ 5) องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น แม่น้ำ ป้าย เสาไฟฟ้า ถังขยะ ฯลฯ เป็นจุดเด่น หรือ จุดหมายตา ที่ใช้สำหรับสังเกตอยู่ภายนอก นอกจากนั้นยังรวมถึงสิ่งของหรือสถานที่ในความทรงจำ ที่บ่งชี้ว่าพื้นที่นั้น ๆ เป็นหรือเคยเป็นสถานที่ที่ใช้ประโยชน์จากแม่น้ำในการทำกิจกรรมการค้า ได้แก่ ธุรกิจเรือโดยสาร ท่าเรือ โรงมหรสพ โรงน้ำชา โรงฝิ่น สถานที่ราชการ ป้ายพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น

3) **เศรษฐกิจในย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ** ในอดีตมักเป็นแหล่งค้าขายผลผลิตการเกษตร ของป่า ของแห้ง สัตว์ เครื่องดินเผา เครื่องโลหะ และงานหัตถกรรม บางพื้นที่ผลิตหรือขายสินค้าประเภทเดียวกัน จนกระทั่งสามารถใช้เป็นที่หมายหรือเป็นที่ของคนที่อยู่นอกชุมชน (Limthanakul, 1994, p. 17) เช่น บ้านบาตร บ้านหม้อ บ้านปูน คลองโอง่าง ฯลฯ (Jiwakul et al., 1982, p. 6-11) ต่อมาสินค้าจากวัฒนธรรมของชาวต่างชาติและสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น ย่านการค้าจึงเป็นแหล่งรวมสินค้าจากทั้งนอกและในท้องถิ่น ผู้ภายนอกเดินทางเข้ามาซื้อสินค้ากลับไปขายในพื้นที่ของตนเอง เช่น ปากน้ำโพในอดีตมีบทบาทด้านการค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค ให้ลูกค้าที่มาจากอำเภอต่าง ๆ ในตัวจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง ในรัศมี 130 กม. ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร อุทัยธานี และชัยนาท (Chatmanop, 2004, p. 128) ภายในย่านการค้าอาจมีตลาดหลายระดับ ตั้งแต่ตลาดระดับปากซอย ระดับกลุ่มชุมชน ไปจนถึงระดับศูนย์กลางของพื้นที่เมืองใหญ่ มีการเปิดแบบเป็นกิจจะลักษณะ ประกอบไปด้วย อาคารตลาดสด ตึกแถว อาคารพาณิชย์ และหาบเร่แผงลอย (Jiwakul et al., 1982)



รูปที่ 4 ธุรกิจในย่านการค้าริมแม่น้ำ

Figure 4 Business in riverside commercial districts

4) **สังคมในย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ** เป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีผู้คนหลากหลายพันธุ์และความเชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีนที่บรรพบุรุษอพยพเข้ามาตั้งรกรากในพื้นที่ในอดีต เช่น แต่จิว ไหหลำ ฮกเกี้ยน ฮากกา และ กวางตุ้ง เป็นต้น ในบางย่านอาจมีชาวไทยเชื้อสายอินเดีย ญวน มอญ และ กลุ่มชาติพันธุ์อื่นเข้ามาพร้อมกับกลุ่มคนในย่านประกอบไปด้วยกลุ่มผู้พักอาศัยในพื้นที่ กลุ่มคนที่ทำงานในพื้นที่ เช่น พ่อค้าแม่ค้า คนงาน พนักงานบริการ และ กลุ่มคนที่เข้ามาทำธุระหรือ

กิจกรรมในย่าน เช่น ลูกค้า นักท่องเที่ยว ข้าราชการ ซึ่งเดินทางเข้าออกหมู่บ้านในย่านตลอดเวลา Sevatom (2001 as cited in Jaiboon, 2006, p. 86) กลุ่มคนเหล่านั้นมีความสัมพันธ์หลายรูปแบบที่ทับซ้อนกัน ได้แก่ ความเป็นเครือญาติ เพื่อนบ้าน การมีอาชีพเดียวกัน และ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น เกิดเป็นมูลนิธิ สมาคม ชมรม ให้การช่วยเหลือ ดูแลผลประโยชน์ และสร้างเครือข่ายระหว่างคนในชุมชน

5) **ประเพณีและวัฒนธรรมในย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ** ในอดีตเมื่อผู้คนเข้ามาตั้งถิ่นฐาน ดำรงวิถีชีวิตและทำกิจกรรมการค้าตามแนวลำน้ำ เรียนรู้และปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ จึงเกิดภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในการปรับแต่งภูมิทัศน์และสร้างที่พักอาศัย การประยุกต์ใช้องค์ความรู้สร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์และผลิตสินค้า ประกอบกับการหล่อหลอมจากสภาพสังคมในย่านที่ประกอบด้วยผู้คนหลากหลายเผ่าพันธุ์และความเชื่อ ทำให้เกิดรูปแบบวิถีชีวิตเฉพาะถิ่นซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ (Vallibhotama, 2014, p. 10) รวมถึงคนกับสัตว์ สิ่งของ และสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งแสดงออกทางรสนิยม แนวปฏิบัติ จารีตประเพณี และทักษะรูปแบบต่าง ๆ ความสัมพันธ์เหล่านั้นถูกถ่ายทอดและสืบทอดมาในรูปของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เรื่องเล่าในชุมชน ชีวประวัติของบุคคล ภูมิปัญญา เรื่องราวของสัตว์ สิ่งของ สิ่งปลูกสร้าง และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ บางส่วนกลายเป็นตำนานและความเชื่อ ซึ่งสัมพันธ์กับการตั้งถิ่นฐาน ภูมินาม สถานที่สำคัญในท้องถิ่น และสภาพสังคม (Puriwanchna, 2013, p. 3) เช่น ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ นครสวรรค์ เดิมทีเป็นการแห่ทางเรือไปตามเส้นทางลำน้ำเจ้าพระยา ต่อมาปรับเปลี่ยนมาแห่บนบกและมีนาฏกรรมอื่น ๆ เพิ่มเข้ามา (Ruangjirayos, 2018)

5.2 รูปแบบทุนทางวัฒนธรรมในย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

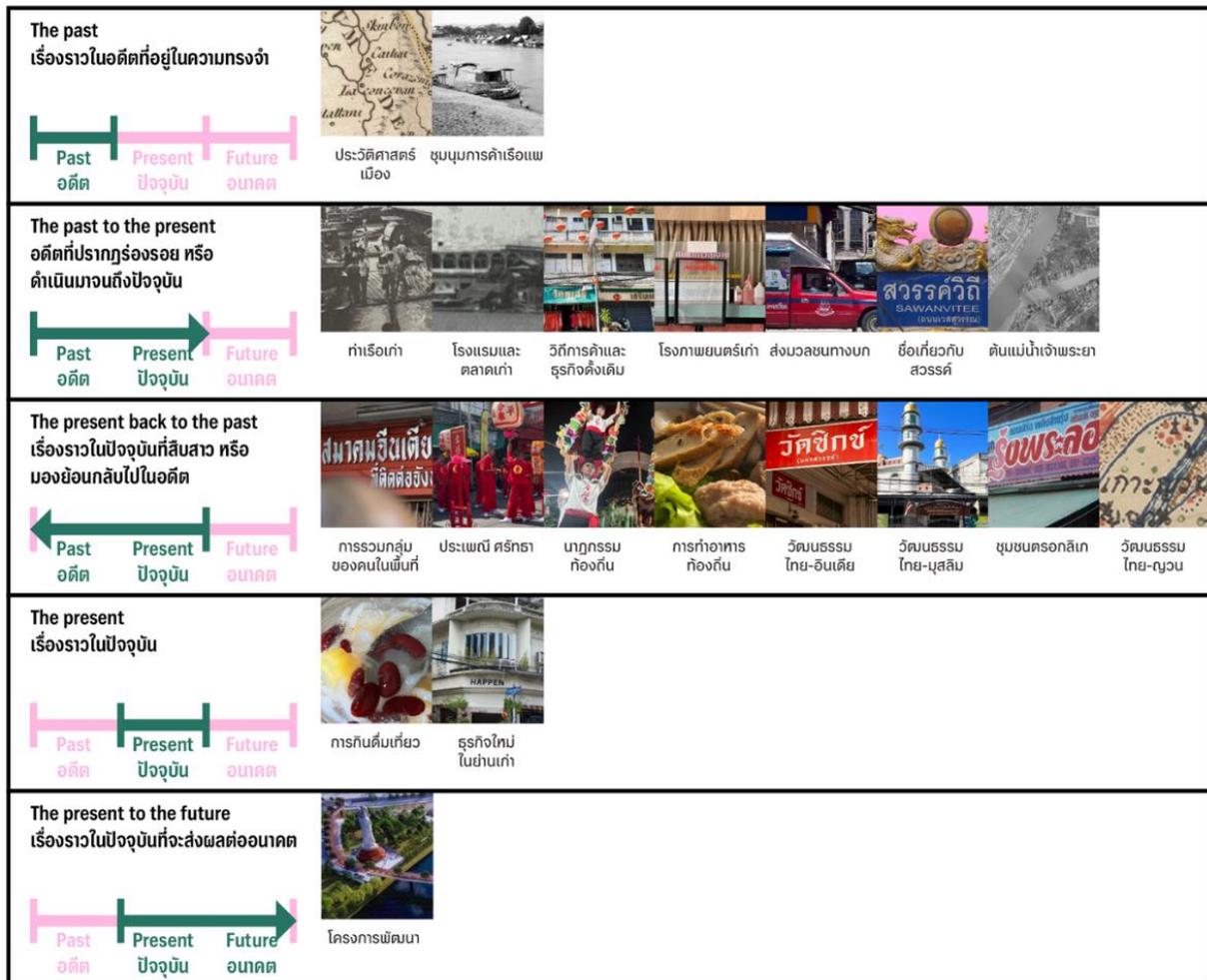
1) ประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่ทุนทางวัฒนธรรมด้านข้อมูล

ย่านการค้าเก่ามีประวัติศาสตร์ท้องถิ่นซึ่งเป็นเรื่องราวความสัมพันธ์ของผู้คนกับสังคมรอบตัว ธรรมชาติและ สิ่งเหนือธรรมชาติ (Suebattana, 2011, p. 28) มีเนื้อหาครอบคลุมประสบการณ์หรือกิจกรรมทุกด้านในท้องถิ่น เช่น การตั้งถิ่นฐาน และการสร้างเมือง เหตุการณ์สำคัญและวิถีชีวิตในอดีต เรื่องราวของผู้คนที่ผูกพันกับสังคมในย่าน คนต่างถิ่น สัตว์ สิ่งของ และ สถานที่ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม (Chuwaen, 2019, p. 304) ตลอดจนนิทาน ตำนาน และความเชื่อที่มักเกี่ยวข้องกับเทพเจ้าและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สัมพันธ์กับสายน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับเส้นทางการคมนาคมทางน้ำและการเคลื่อนย้ายของกลุ่มคนในอดีต (Puriwanchna, 2013, p. 169, 172) นอกจากนั้นยังมีเรื่องราวร่วมสมัยที่เกี่ยวกับความสนใจ กระแสนิยม และวิถีชีวิตของผู้คนในช่วงเวลาปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มและแผนการพัฒนาที่อาจส่งผลกระทบต่ออนาคตของย่าน สิ่งทีกล่าวมาทั้งหมดเป็นข้อมูลท้องถิ่น ที่ถูกคัดสรรสำหรับใช้นำเสนอข้อมูลและความเป็นตัวตนของผู้คนในย่าน เกี่ยวข้องกับสถิติ แนวโน้ม ภูมิปัญญา ความรู้ ข้อเท็จจริง ข่าวสาร ทิศนคติ ความคิดเห็น ความทรงจำ เรื่องราว เรื่องเล่า ตำนาน และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับย่านตามช่วงเวลา ได้แก่ ข้อมูลในอดีตที่อยู่ในความทรงจำ ข้อมูลในอดีตที่มีบทบาทหรือร่องรอยเหลือมาจนถึงปัจจุบัน ข้อมูลปัจจุบันที่นำเสนอหรือสืบสาวกลับไปยังอดีต ข้อมูลในปัจจุบัน และ ข้อมูลในปัจจุบันที่จะส่งผลกระทบต่อในอนาคต

ในบริบทด้านสังคมวิทยา ข้อมูลท้องถิ่นเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถถ่ายทอดสู่ผู้คนภายในและภายนอกย่าน ผ่านการฟังจากคำเล่า การอ่านการบันทึกจากเอกสาร และการชมสื่อ ความผูกพันต่อเรื่องราวที่รับรู้มาเป็นสิ่งบ่งชี้พื้นเพหรือชนชั้นของคนผู้นั้นว่ามาจากหรือคุ้นเคยกับเมืองใดย่านใด เช่น คนที่ผูกพันกับตำนานพญาชาละวัน ย่อมคุ้นเคยกับเมืองพิจิตร หรือคนที่รู้เรื่องพระนอนกินเด็ก ย่อมคุ้นเคยกับตัวเมืองนครสวรรค์ ในบริบทด้านการอนุรักษ์ ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมีความเกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้คนในย่าน จนเกิดประสบการณ์บางประการ กลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่นำไปสู่แนวทางในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นต่อมา (Suebattana, 2011, p. 28) นอกจากนั้นยังเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ มีความสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ สร้างสำนึกให้ชุมชน เป็นประโยชน์ในการสร้างนโยบาย และ เปิดพื้นที่ให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการใช้อำนาจรัฐ (Chuwaen, 2002, p. 107) ในบริบทด้านเศรษฐศาสตร์ ข้อมูลท้องถิ่นที่ถูกคัดสรรแล้ว

นำมาต่อยอดทางความคิดหรือนำมาเป็นแนวทางปฏิบัติ จะกลายเป็นทุนทางปัญญา (intellectual capital) ที่สามารถสร้างมูลค่าในรูปแบบของราคาหรือทรัพย์สินทางปัญญา (Throsby, 2001, pp. 45-47)

ในบริบทด้านความคิดสร้างสรรค์ ข้อมูลท้องถิ่นเป็นทรัพยากรชั้นดีสำหรับนำมาพัฒนาเป็นงานสร้างสรรค์ เช่น วัดเขา ดินใต้ อ.เก้าเลี้ยว จ.นครสวรรค์ นำเหตุการณ์ครั้งหนึ่งรัชกาลที่ 5 ได้ทรงเสด็จมาประพาสบริเวณนี้ มาจัดประเพณีตามรอยพระพุทธเจ้าหลวงเสด็จประพาสต้น ให้ผู้คนสวมใส่ชุดย้อนยุค มีการแสดงนิทรรศการและจำหน่ายสินค้า คุณนิพนธ์ เทียงธรรม หรือนามปากกา จุฬามณี เพ็ญนคร และซอนตะวัน นำเรื่องราววิถีชุมชนในย่านการค้าเก่าในจังหวัดนครสวรรค์ พัฒนาเป็นงานวรรณกรรม ได้แก่ ซิงซัง (2550) และ กรงกรรม (2560) ในขณะที่ Kwanboon et al. (2022) นำข้อมูลทางประวัติศาสตร์ มาสร้างการรับรู้เกี่ยวกับย่านเพื่อการเรียนรู้และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านตลาดใต้ พิษณุโลก ตลาดบางมูลนาก จ.พิจิตร นำความคุ้นเคยและความทรงจำของผู้คนกับนก สัตว์ในท้องถิ่น มาเป็นจุดขายให้พื้นที่ เทศบาลนครนครสวรรค์นำแผนการพัฒนาสะพานข้ามแม่น้ำปิงและน่านบริเวณปากน้ำโพ มาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุน ดังนั้นเห็นได้ว่าข้อมูลท้องถิ่น สามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ได้ ไม่ใช่แค่เรื่องราวในอดีต แต่ยังรวมถึงเรื่องราวในปัจจุบัน และสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย



รูปที่ 5 ข้อมูลท้องถิ่นในย่านการค้าปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ที่สัมพันธ์กับช่วงเวลา

Figure 5 Local information in Paknam-Pho the commercial district, Nakhon-Sawan, which relates to time periods

ตารางที่ 1 ข้อมูลในท้องถิ่นและความสัมพันธ์ด้านช่วงเวลา

Table 1 Local information and relationship to time periods

ข้อมูลที่ปรากฏในย่าน (Information in the area)	ความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในความทรงจำและความคิด (relate to time periods)
ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เรื่องเล่าและตำนาน (Local history, tale and legends)	เรื่องราวในอดีตที่อยู่ในความทรงจำ แต่ไม่มีประสบการณ์โดยตรง (The past)
เรื่องราวย่านและวิถีชีวิต (Stories of towns and lifestyle)	เรื่องราวในอดีตที่ยังมีบทบาทหรือร่องรอยเหลือมาจนถึงปัจจุบัน (The past to the present)
ประเพณี ชุมชน ศิลปะ อาหารถิ่น สถาปัตยกรรม (Tradition, community, art, food, architecture)	เรื่องราวในปัจจุบันที่นำเสนอหรือสืบสาวกลับไปยังอดีต (The present back to the past)
วิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ความร่วมสมัย กระแสนิยม (Local lifestyle, temporary, trend and fashion)	เรื่องราวในปัจจุบัน (The present)
แนวทางพัฒนาเมือง แผนเศรษฐกิจ (Urban development guidelines, economic plans)	เรื่องราวในปัจจุบันที่จะส่งผลต่ออนาคต (The present to the future)

2) การแสดงออกทางการกระทำ สู่ทุนทางวัฒนธรรมด้านวิถีปฏิบัติ

การแสดงออกทางวัฒนธรรมผ่านการกระทำเกิดขึ้นจากการนำองค์ความรู้จากข้อมูลท้องถิ่น มาประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิตประจำวัน จนเกิดเป็น 1) ทักษะจากการฝึกฝน เช่น งานช่าง งานฝีมือ งานศิลปะ การแสดง การละเล่น การทำอาหาร การสันทนาการ การสื่อสาร และ 2) แนวปฏิบัติที่เรียนรู้จากสังคมรอบตัว เช่น จารีต ประเพณี กฎระเบียบ มารยาท สิ่งเหล่านี้ไม่สามารถสืบทอดหรือส่งต่อโดยการอ่านหรือฟังข้อมูลท้องถิ่น แต่เกิดจากการเรียนรู้ ฝึกฝน และปฏิบัติเท่านั้น เช่น คนท้องถิ่นคุ้นเคยกับเส้นทางการเดินทางหรือภาษาที่ใช้ในการซื้อของในย่าน ชาวประมงท้องถิ่นคุ้นเคยกับสภาพน้ำและพฤติกรรมของปลา นักดนตรีท้องถิ่นคุ้นเคยกับการใช้เครื่องดนตรีและจังหวะการแสดงในพื้นที่ คนท้องถิ่นที่คุ้นเคยกับธรรมเนียมในศาลเจ้าคนที่ทำอาหารคั่วเคยกับวัตถุดิบและการปรุงรสแบบท้องถิ่น เป็นต้น

ในบริบทด้านสังคมวิทยา ทักษะความสามารถในการแสดงออกทางการกระทำ เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ส่งต่อกันได้ผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ของปัจเจกชน หรือผ่านการศึกษจากผู้รู้โดยอาจมีเกียรติบัตรหรือวุฒิการศึกษาให้การยอมรับ เช่น ผู้ที่เล่นดนตรีหรือเป็นนักแสดงศิลปะท้องถิ่นได้ย่อมถูกขัดเกลาจากสังคมรอบข้าง หรือ ผ่านการศึกษาอย่างเป็นระบบ จนมีทักษะสามารถแสดงออกเชิงศิลปะได้ ในบริบทด้านการอนุรักษ์ การแสดงออกทางวัฒนธรรมผ่านการกระทำ สอดคล้องกับแนวคิดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หรือ ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นการแสดงออก การประเพณีปฏิบัติ หรือทักษะทางวัฒนธรรมที่แสดงออกผ่านบุคคล เครื่องมือ หรือวัตถุ (Royal Gazette, 2016) มุ่งเน้นการรักษาและสืบทอดทุนทางวัฒนธรรม เช่น Saengthong et al. (2025) ศึกษาอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมชุมชนต้นแม่น้ำเจ้าพระยา นำไปสู่ขับเคลื่อนแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขรูปแบบของวัฒนธรรมให้แตกต่างไปจากเดิม เช่น การปรับเปลี่ยนท่วงท่าศิลปะการแสดง หรือ รายละเอียดเครื่องแต่งกาย มักก่อประเด็นขัดแย้งอยู่เสมอ ในขณะที่บริบทด้านเศรษฐศาสตร์ Throsby (2001, pp. 45-47) กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรม อาทิ วรรณกรรม และดนตรี เป็นทุนทางปัญญาซึ่งยังไม่มีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ จนกว่าจะถูกให้มูลค่าในรูปแบบของราคาหรือทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าว อาจหมายรวมถึงกระบวนการทำอาหาร และ การแสดง

ในบริบทด้านความคิดสร้างสรรค์ เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่แล้ว มาต่อยอดให้เกิดสิ่งใหม่ เช่น องค์ความรู้การจักสานหัตถกรรม ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับงานออกแบบผลิตภัณฑ์ การนำดนตรีจีนพื้นถิ่น มาต่อยอดเป็นดนตรีร่วมสมัย เป็น

ต้น อย่างไรก็ตามกระบวนการแปรรูปหรือการปรุงอาหารบางอย่าง แม้เป็นทุนทางวัฒนธรรม แต่ผลลัพธ์ของการแปรรูปอาจไม่ใช่งานสร้างสรรค์เสมอไป เช่น ทักษะการแปรรูปเนื้อปลากรายนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นปลากรายและทอดมันปลากราย ทักษะดังกล่าวถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมโดยตัวของมันเอง แต่ยังไม่มีความคุ้มค่าในเชิงสร้างสรรค์ นอกจากปรับปรุงกระบวนการ หรือนำทักษะการประกอบอาหารดังกล่าวไปปรับใช้กับอาหารประเภทอื่นที่ต่างจากเดิม เป็นต้น เห็นได้ว่าทุนทางวัฒนธรรมจากการแสดงออกทางการกระทำ ให้ความสำคัญกับกระบวนการ ที่เกิดจากทักษะและแนวปฏิบัติ ไม่ใช่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในรูปแบบสิ่งของ ผลิตภัณฑ์ หรือ สิ่งปลูกสร้าง

ตารางที่ 2 การปฏิบัติ และ ความสัมพันธ์กับกิจกรรมในย่าน

Table 2 Local practice and relationship to activities

การปฏิบัติ การแสดงออกทางการกระทำ ที่ปรากฏในย่าน (Practice and expression from local life and wisdom)	ความสัมพันธ์กับกิจกรรมในย่าน (relate to activities and process)
การเกษตร เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ การค้าขาย การบริการ การปรุงอาหาร การต่อสู้ (Agriculture, cultivation, animal husbandry, trade, services, cooking, fighting)	กิจกรรมการค้าธงชีพ (Living)
การแสดง การละเล่น งานช่าง งานฝีมือ งานดนตรี งานวรรณกรรม การด้านภาษา (Performances, games, crafts, handicrafts, music, literature, language)	กิจกรรมทางศิลปะและงานฝีมือ (Arts and crafts)
การพูด การเขียน การใส่และถอดความหมายทางสัญลักษณ์ การพากย์ (Speaking, writing, symbolic insertion and decoding, dubbing)	กิจกรรมการสื่อสาร (Communication)
ธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม แนวปฏิบัติ ความเชื่อ วิถีชีวิต เทศกาล (Customs, traditions, rituals, practices, beliefs, ways of life, festivals)	กิจกรรมทางสังคมและความเชื่อ (Social and Belief)



รูปที่ 6 การแสดงออกทางการกระทำในย่านการค้าปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ ที่สัมพันธ์กับกิจกรรมในย่าน

Figure 6 Practice in Paknam-Pho the commercial district, Nakhon-Sawan, which relates to activities

3) สินค้าและวัตถุในท้องถิ่น สู่มุมทางวัฒนธรรมด้านวัตถุ

ย่านการค้าริมแม่น้ำ เป็นแหล่งค้าขายผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากทรัพยากรที่หาได้ในพื้นที่และนำเข้าจากภายนอก ประกอบไปด้วยสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าอุปโภคบริโภค มักเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้คนและการเข้ามาของพ่อค้าแม่ค้าต่างถิ่นในแต่ละช่วงเวลา ในขณะที่สิ่งของเคลื่อนย้ายได้ที่ปรากฏในย่าน เช่น ป้ายร้าน องค์กรสมมติเจ้าพ่อเจ้าแม่ กระเช้าข้ามแม่น้ำ รถสองแถวรับจ้าง แก้วอิฐอาหารทะเล เรือแพ เป็นต้น ด้วยตัวของมันเองไม่ได้ถูกสร้างมาเพื่อการค้า แต่ถูกใช้ในกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ซึ่งสามารถส่งเสริมกิจกรรมการค้าให้กับย่านในทางใดทางหนึ่ง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างจุดสนใจ ประดับตกแต่ง เคารพบูชา อำนวยความสะดวก ขนส่งเดินทาง เป็นต้น ทั้งสินค้าและวัตถุในท้องถิ่นล้วนจึงเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่บ่งชี้ลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สภาพสังคม และแสดงอัตลักษณ์ของย่านในแต่ละยุคสมัย

ในบริบทด้านสังคมวิทยา สินค้าและสิ่งของเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจและทางสัญลักษณ์ สามารถครอบครองและถ่ายทอดได้ (Bourdieu, 198, p. 17) เช่น ครอบครัวที่นิยมรับประทานอาหารจีนหรือตกแต่งบ้านด้วยงานศิลปะแบบจีน ก็มักถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้นสู่ลูกหลานรวมถึงสังคมเพื่อนฝูงของตนเอง ซึ่งร้านอาหารที่ไปรับประทานอาหารหรือสิ่งของตกแต่งบ้าน แสดงถึงฐานะทางสังคมและกลุ่มคนที่คบหาสมาคม ในบริบทด้านการอนุรักษ์ สินค้าและวัตถุเก่าแก่ในท้องถิ่น ที่มีอายุการใช้งานนาน เช่น เครื่องมือ หัตถกรรม เสื้อผ้า เครื่องประดับ (Hoebel, 1972) มักถูกตีความว่าเป็นวัฒนธรรมที่จับต้องได้ มีคุณค่าในเชิงจิตวิญญาณ ความเก่าแก่ ความดั้งเดิม ฯลฯ สามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบในงานเรียนรู้เพื่อการฟื้นฟูความเป็นย่าน ในขณะที่สินค้าเสื่อมสภาพไว้อาติ อาหารปรุงสุก กาแฟ แม้ว่าเป็นสิ่งที่จับต้องได้ แต่มักถูกให้คุณค่าเป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ในบริบทด้านเศรษฐศาสตร์ สินค้าและสิ่งของเคลื่อนย้ายได้เป็นทุนทางกายภาพ สามารถเพิ่มมูลค่าได้โดยการลงทุน สามารถซื้อขาย และมีมูลค่าที่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้ ในขณะที่สินค้าปรุงสุกหรือสินค้าสำเร็จรูปจำหน่ายอาหาร เป็นสินค้าที่ไม่เสื่อมสภาพไว ต้องผลิตใหม่และใช้ทักษะในการผลิต มีการสืบทอดกันในกลุ่มเครือญาติและลูกหลาน แต่ก็สูญเสียมูลค่า หากขาดความสนใจจากลูกหลานหรือขาดการสืบทอดทางธุรกิจ

ในบริบทด้านความคิดสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการนำผลลัพธ์หรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากทักษะและแนวปฏิบัติ รวมถึงสิ่งของเคลื่อนย้ายได้ภายในย่าน มาต่อยอด พัฒนา และสร้างสรรค์ใหม่ เช่น การนำผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นปลากรายที่มีอยู่แล้วมาประยุกต์กับอาหารประเภทอื่น การนำอาหารจีนกวางตุ้งมาพัฒนาเป็นอาหารรูปแบบใหม่ การนำลวดลายจากกระดาษฉลุมาใช้กับลวดลายเสื้อผ้า การนำตัวอักษรบนป้ายร้านค้าหรือวัดวาอารามมาพัฒนาเป็นชุดตัวอักษรประจำย่าน การนำหัวสิงโตมาพัฒนาเป็นหุ่นพองลม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สินค้าและวัตถุในท้องถิ่นจะมีคุณสมบัติเป็นทุนทางวัฒนธรรมได้ ย่อมเกิดจากระดับความสัมพันธ์ของสิ่งเหล่านั้นกับกิจกรรมของคนในย่าน สินค้าอุปโภคและสินค้าอุตสาหกรรมที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปมักมีคุณค่าเชิงทุนทางวัฒนธรรมน้อย แต่หากทุนทางวัฒนธรรมปรากฏในภาพยนตร์ที่ถ่ายทำในท้องถิ่น ระดับความสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นนั้นก็เพิ่มขึ้น จนมีศักยภาพนำมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมและถูกส่งเสริมให้เป็นสินค้าท้องถิ่น เช่น หมูโสร่ง และปลาแห้งแดงโม ในละครบุพเพสันนิวาส (2561) เป็นต้น

ตารางที่ 3 วัตถุท้องถิ่น และ ความสัมพันธ์กับคุณสมบัติการใช้งาน

Table 3 Local Objects and relationship to usability features

สิ่งของเคลื่อนย้ายได้ในท้องถิ่นที่ปรากฏในย่าน (Products or movable objects in the area)	ความสัมพันธ์กับคุณสมบัติการใช้งาน (relate to usability features)
อาหารท้องถิ่น สินค้าเกษตร สินค้าประมง (Local food, agriculture goods, Fishery product)	การบริโภค (Consumption)
ของใช้ในครัวเรือน สินค้าหัตถกรรม (Household goods, handicrafts)	การอุปโภค (Usage)
เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องนุ่งห่ม (Clothing, accessories, apparel)	การประดับตกแต่ง (Decoration)
ป้ายร้าน ป้ายสปอนเซอร์งานตรุษจีน หนังสือเก่า สื่อ (Shop signs, sponsor signs, old book, Media)	การสื่อสาร (Communication)
พระพุทธรูป พระเครื่องบูชา (Buddha statues, amulets)	การเคารพบูชา (Worship)
เรือ รถไฟ รถยนต์ รถโดยสาร รถสามล้อถีบ (Boats, trains, cars, buses, tricycles)	การเดินทาง (Travel)
หัวสิงโตจีน หุ่นกระบอก เครื่องดนตรี (Chinese lion heads, puppets, musical instruments)	การสันทนาการ (Recreation)



รูปที่ 7 สินค้าและวัตถุในท้องถิ่นที่ย่านการค้าริมแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี ที่สัมพันธ์กับคุณสมบัติการใช้งาน

Figure 7 Products and objects in commercial districts along Sakae-Krang River, Uthai-Thani, which relates to usability features

4) สภาพภูมิศาสตร์และกายภาพของย่าน สู่ทุนทางวัฒนธรรมด้านสถานที่

สถาปัตยกรรมและการใช้ประโยชน์จากภูมิทัศน์ เกิดจากภูมิปัญญาของมนุษย์ในการปรับแต่งแก้ไขปัญหาด้านพื้นที่และพฤติกรรมของผู้คนเพื่อให้สามารถอยู่อาศัยและทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมในตำแหน่งที่ตั้งภายในย่านนั้นได้ อย่างไรก็ตาม ใดๆก็ตาม สถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์ โดยตัวของมันเองไม่ใช่ทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาต่อยอดให้เกิดคุณค่าได้ จนกว่าจะถูกให้

คุณค่าซึ่งเกิดจากระดับความสัมพันธ์ของคนในย่านต่อสิ่งเหล่านั้น เช่น ถูกใช้งานจนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในย่าน หรือ มีการนำเสนอโน้มน้าวให้คนในย่านเห็นความสำคัญ หรือ มีการใช้งานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของคนในย่าน จนเกิดคุณค่าในทางสัญลักษณ์ ทางทรงจำ และทางเศรษฐกิจ ได้แก่ พื้นที่ค้าขาย พื้นที่สำนักงาน พื้นที่ให้บริการ พื้นที่การผลิต พื้นที่จัดเก็บสินค้า พื้นที่ทางความเชื่อ พื้นที่พักอาศัย พื้นที่สาธารณะ พื้นที่สนทนาการ พื้นที่สัญจร พื้นที่อนุรักษ์ พื้นที่ธรรมชาติ พื้นที่ในความทรงจำ เป็นต้น ซึ่งแต่ละพื้นที่หรือสถานที่อาจมีลักษณะการใช้งานทับซ้อนคาบเกี่ยวกันได้ เช่น อาคารห้างร้านอาจเป็นได้ทั้งพื้นที่ค้าขาย พื้นที่พักอาศัย และพื้นที่จัดเก็บสินค้าในทีเดียวกัน หรือ ถนนริมน้ำนำที่พื้นที่สัญจร อาจถูกใช้เป็นที่ค้าขายในช่วงเทศกาล เป็นต้น

ในบริบทด้านสังคมวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน กับ ภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม เป็นทุนทางวัฒนธรรม สามารถสืบทอดส่งต่อคุณค่าจากรุ่นสู่รุ่น เช่น กลุ่มคนในตัวตลาดนิยมอาศัยและทำธุรกิจในอาคารตึกที่มีผู้คนหนาแน่น บุตรหลานของกลุ่มพ่อค้าเหล่านั้นก็มักนิยมทำธุรกิจในอาคารตึกแถวเช่นเดียวกัน ในบริบทด้านการอนุรักษ์และพัฒนา เมื่อสถาปัตยกรรมเก่าในพื้นที่ เช่น อาคารร้านค้า ศาลเจ้า สะพาน ฯลฯ ถูกใช้งานจนเสื่อมสภาพ หรือ สูญเสียคุณค่าเนื่องจากถูกละเลยจากผู้คน จึงเกิดการอนุรักษ์และพัฒนา โดยนำภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมเหล่านั้นมาเป็นทุนทางวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาต่อยอดให้เกิดความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสังคมอย่างทั่วถึง การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างครอบคลุม และการอุปถัมภ์สันติภาพและความปลอดภัย (Brown & Goetcheus, 2022, pp. 9-10) อย่างไรก็ตาม ในบริบททางเศรษฐศาสตร์ ภูมิทัศน์เป็นทุนทางธรรมชาติ หรือ ทรัพยากรหมุนเวียนและไม่หมุนเวียนที่ธรรมชาติจัดให้ (Throsby, 2001, p. 46) แต่เมื่อถูกนำมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมของมนุษย์ เช่น พัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตกแต่งให้เป็นพื้นที่สาธารณะ ใช้เป็นพื้นที่เพาะปลูกหรือแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ ภูมิทัศน์จะกลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ซึ่งเกิดจากการใช้ประโยชน์ของมนุษย์

ในบริบทด้านความคิดสร้างสรรค์ หลายย่านนำสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์ในท้องถิ่นมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ห้องแถวเก่าแบบบานเพี้ยมในตลาดสวรค์โลก จ.สุโขทัย อาคารพาณิชย์เก่าในย่านตลาดน้อยและย่านทรงวาด กรุงเทพฯ หอนาฬิกาในตลาดวังทอง จ.พิษณุโลก บรยากาศคริมแม่น้ำใกล้ตลาดสะแกกรัง จ.อุทัยธานี ต้นแม่น้ำเจ้าพระยาที่ตลาดปากน้ำโพ จ.นครสวรรค์ โดยเล่าเรื่องราวความสัมพันธ์ของสถาปัตยกรรมนั้นกับพื้นที่และผู้คน เชื่อมโยงเรื่องราวในอดีตกับปัจจุบัน โดยนำเสนอและส่งต่อข้อมูลเหล่านั้นทางสื่อรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนั้นยังสามารถมาพัฒนาและต่อยอดสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น ไอศกรีม 3 มิติ เป็นต้น

ตารางที่ 4 สถานที่ และ ความสัมพันธ์กับการใช้พื้นที่

Table 4 Local place and relationship to space utilization

สถานที่ ภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมที่ปรากฏในย่าน (Place, Landscape and architecture in the area)	สัมพันธ์กับการใช้พื้นที่ (relates to space utilization)
ตึกแถว อาคารไม้ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ฯลฯ (Shophouses, floating market, fresh markets)	พื้นที่ค้าขาย (Commercial space)
สำนักงานราชการ สถานีตำรวจ โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ (Government office, school, police station, etc.)	พื้นที่สำนักงาน (Office space)
ท่ารถ ท่าเรือ สถานีรถไฟ ศาลาประชาคม โรงจิว โรงมหรสพ ฯลฯ (Bus stop, port, train station, community hall, opera house, theater, etc.)	พื้นที่ให้บริการ (Service space)
Factories, sawmills, rice mills, shipbuilding, etc. โรงงาน โรงเลื่อยไม้ โรงสีข้าว โรงต่อเรือ ฯลฯ	พื้นที่การผลิต (Production space)

สถานที่ ภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมที่ปรากฏในย่าน (Place, Landscape and architecture in the area)	สัมพันธ์กับการใช้พื้นที่ (relates to space utilization)
โกดังเก็บของ ยุ้งฉาง ลานตากข้าว ฯลฯ (Warehouse, granary, drying yard, etc.)	พื้นที่จัดเก็บสินค้า (Storage space)
วัดวาอาราม ศาลเจ้า มัสยิด โบสถ์คริสต์ ศาลเพียงตา ฯลฯ (Temples, shrines, mosques, Christian churches, spirit houses, etc.)	พื้นที่ความเชื่อ (Religious space)
บ้านพักข้าราชการ บ้านเรือน หอพัก ฯลฯ (Government housing, houses, dormitories, etc.)	พื้นที่พักอาศัย (Living space)
สวนสาธารณะ สนามกีฬา ลานกิจกรรม หอนาฬิกา ฯลฯ (Public parks, sports fields, event spaces, clock towers, etc.)	พื้นที่สาธารณะ (Public space)
ถนน ตรอก ซอก ซอย เส้นทางรถไฟ แม่น้ำ ลำคลอง ฯลฯ (Roads, alleys, side streets, railway lines, rivers, canals, etc.)	พื้นที่สัญจร (Travelling space)
กำแพงเมือง คูเมือง เจดีย์เก่า ฯลฯ (City walls, moats, old pagodas, etc.)	พื้นที่อนุรักษ์ (Conservation space)
ภูเขา เนินดิน ชายหาด แม่น้ำ ฯลฯ (Mountains, hills, beaches, rivers, etc.)	พื้นที่ธรรมชาติ (Natural space)



รูปที่ 8 สถานที่และสภาพแวดล้อมที่ตลาดใต้ พิษณุโลก ที่สัมพันธ์กับการใช้พื้นที่

Figure 8 place and environment in Talad-Tai, Phitsanulok, which relates to space utilization

6. การอภิปรายผลและสรุป

6.1 อภิปราย

ย่านการค้าเก่าในพื้นที่ภาคกลางและรวมถึงพื้นที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วยทุนทางวัฒนธรรม 4 ด้าน ซึ่งสัมพันธ์กับคนพื้นที่ ได้แก่ ด้านข้อมูลที่สัมพันธ์กับช่วงเวลา ด้านวิถีปฏิบัติที่สัมพันธ์กับกิจกรรมของผู้คนในชุมชน ด้านวัตถุที่สัมพันธ์กับจุดประสงค์การใช้งาน และด้านสถานที่ที่สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ ซึ่งสามารถทำให้เกิดวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรม (cultural practice) การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการทางวัฒนธรรม (cultural product and service) การอนุรักษ์

และประยุกต์ใช้ภูมิทัศน์และมรดกทางวัฒนธรรม (cultural landscape and heritage) และการแก้ไขปัญหาเชิงความคิดสร้างสรรค์ (cultural problem-solving) เพื่อชุมชนหรือสังคมในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ทูทางวัฒนธรรมแต่ละด้าน ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นแบบเอกเทศ แต่ล้วนมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับทูทางวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ไม่ได้ด้วยทางตรงก็ทางอ้อม การนำเสนอทูทางวัฒนธรรมอาจเลือกนำเสนอด้านใดด้านหนึ่งเป็นประเด็นหลัก แล้วให้ด้านอื่น ๆ เป็นประเด็นสนับสนุน

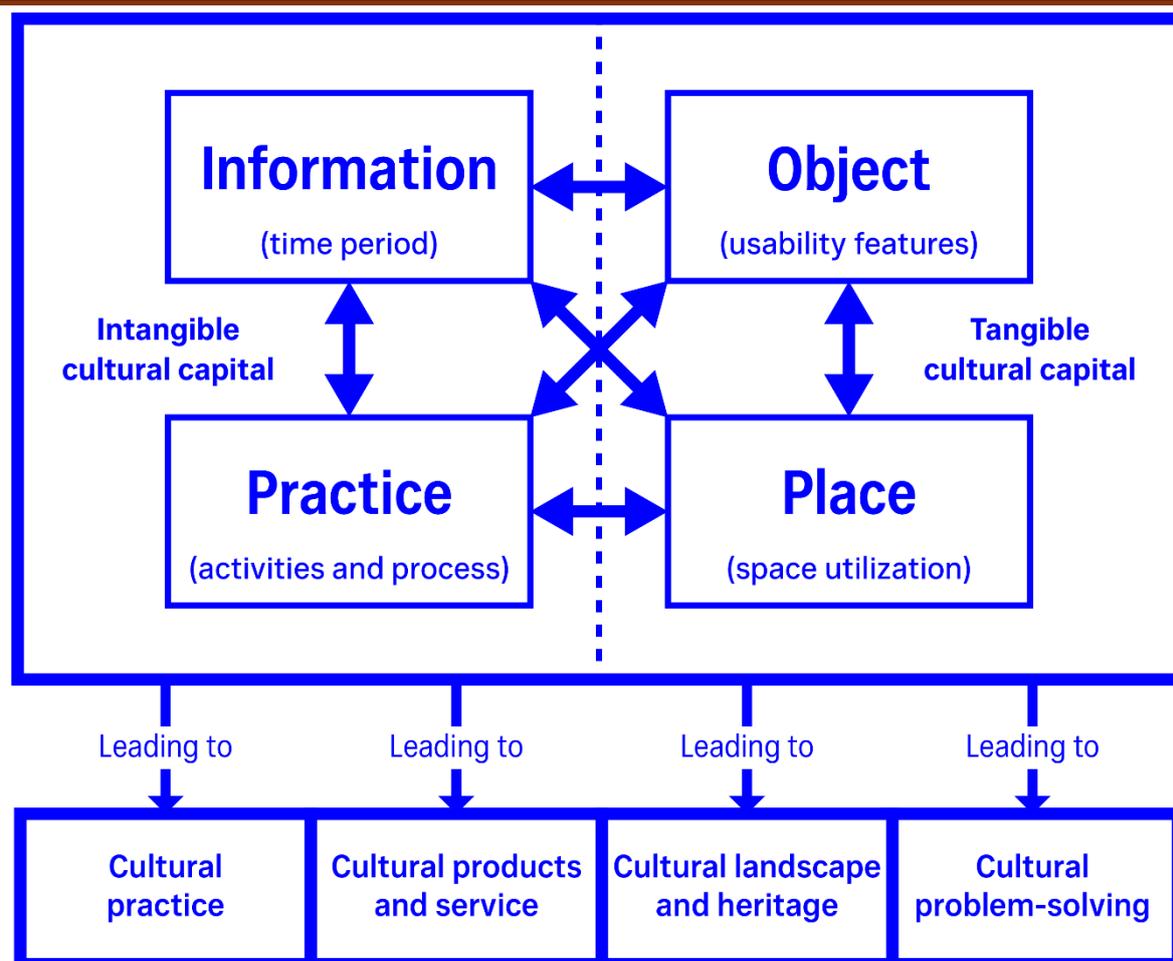
ทูทางวัฒนธรรมด้านข้อมูลเป็นประเด็นหลัก ให้ความสำคัญกับเรื่องราวและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ตำนานไกรทองและพญาชาละวัน จังหวัดพิจิตร มีการถ่ายทอดเรื่องราวมายาวนาน เกี่ยวข้องกับการจัดแสดงศิลปะเกี่ยวกับพญาชาละวันเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านวิถีปฏิบัติ การผลิตของที่ระลึกเกี่ยวกับจระเข้เป็นทูทางวัฒนธรรมด้านวัตถุ และมีรูปปั้นจระเข้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านสถานที่

ทูทางวัฒนธรรมด้านวิถีปฏิบัติเป็นประเด็นหลัก ให้ความสำคัญกับกระบวนการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพและเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการสืบทอดและส่งต่อรูปแบบกิจกรรมจนเกิดเป็นธรรมเนียมจัดเป็นประจำทุกปี กิจกรรมดังกล่าว มีเรื่องราวเล่าขานเกี่ยวข้องกับทูทางวัฒนธรรมด้านข้อมูล เกี่ยวข้องกับการใช้วัสดุและอุปกรณ์ เช่น เกี้ยวเจ้า ทุ่นมังกรทอง หัวสิงโต เครื่องแต่งกาย ฯลฯ เป็นทูทางวัฒนธรรมด้านวัตถุ และถนนในตลาดปากน้ำโพและริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นสถานที่จัดขบวนแห่เป็นทูทางวัฒนธรรมด้านสถานที่

ทูทางวัฒนธรรมด้านวัตถุเป็นประเด็นหลัก ให้ความสำคัญกับวัตถุทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หรือผลลัพธ์ทางกายภาพที่เกิดจากวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรม เช่น กล้วยตลก จังหวัดพิษณุโลก มีการผลิตและจัดจำหน่ายยาวนานจนเป็นเอกลักษณ์ มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และเรื่องราวท้องถิ่นเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านข้อมูล มีกระบวนการปลูกและการผลิตกล้วยตลกเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านวิถีปฏิบัติ และมีสถานที่ปลูกในอำเภอบางกระทุ่มและจัดจำหน่ายในวัดพระพุทธชินราชเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านสถานที่

ทูทางวัฒนธรรมด้านสถานที่เป็นประเด็นหลัก ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและสถานที่ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ชุมชนเรือนแพสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี มีเกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เมืองอุทัยธานีเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านข้อมูล มีวิถีชีวิตชาวแพเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านวิถีปฏิบัติ และมีเครื่องมืออุปกรณ์การประมงจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ปลาแม่น้ำเป็นทูทางวัฒนธรรมด้านวัตถุ

การแบ่งทูทางวัฒนธรรมออกเป็น 4 ด้านที่สัมพันธ์กัน คาดว่าช่วยให้สามารถจำแนกรูปแบบและความเกี่ยวข้องของทูทางวัฒนธรรมได้สะดวกและชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะทูทางวัฒนธรรมที่คาบเกี่ยวระหว่างสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น อาหารท้องถิ่น ศิลปะการแสดงและเล่นดนตรี งานช่างและงานฝีมือ เป็นต้น



รูปที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางวัฒนธรรมแต่ละด้าน และการนำไปใช้ประโยชน์
 Figure 9 Relationship of Cultural capitals in each aspect and its utilization

6.2 สรุปผลการศึกษา

ทุนทางวัฒนธรรมมีการถ่ายทอดข้อมูลและสืบสานกันในกลุ่มคน ถูกใช้เป็นวิถีปฏิบัติและการแสดงออก เพื่อแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของผู้คนในแต่ละสังคมและชนชั้น สามารถนำมาสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ กำหนดคุณค่าทางวัฒนธรรมในพื้นที่ให้เกิดการถ่ายทอดสานต่อเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนา และนำมาใช้แก้ปัญหาเชิงความคิดสร้างสรรค์ได้ ทุนทางวัฒนธรรมในย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของมนุษย์ไม่ทางใดทางหนึ่ง ซึ่งแสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม สามารถต่อยอดไปได้หลากหลายแนวทาง แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกัน ประกอบไปด้วยด้านข้อมูล ด้านวิถีปฏิบัติ ด้านวัตถุ และด้านสถานที่

ทุนทางวัฒนธรรมด้านข้อมูล (information) ถ่ายทอดผ่านการฟัง การอ่าน การพูดคุย และการดู มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในความทรงจำและความคิดคนในย่าน นำไปสู่การสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรมด้านวิถีปฏิบัติ (practice) ถ่ายทอดผ่านการปฏิบัติ กิจกรรม และกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของคนในย่าน นำไปสู่การแสดงออกทางการกระทำและทักษะ ประกอบไปด้วย วิถีชีวิต ประเพณี ศิลปะการแสดง การละเล่น งานฝีมือ และทักษะความสามารถ

ทุนทางวัฒนธรรมด้านวัตถุ (object) ถ่ายทอดผ่านการสัมผัส การครอบครอง และการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการใช้งานของคนในย่าน นำไปสู่การผลิตสินค้าท้องถิ่น วัตถุ อุปกรณ์ ยานพาหนะ เครื่องใช้ และสิ่งที่เคลื่อนย้ายได้

ทุนทางวัฒนธรรมด้านสถานที่ (place) ถ่ายทอดผ่านบรรยากาศ ประสาทสัมผัส และการใช้พื้นที่ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของคนในย่าน นำไปสู่การใช้ประโยชน์จากภูมิทัศน์ สถาปัตยกรรม เส้นทางสัญจร ย่าน และทรัพยากรธรรมชาติ

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาในวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมในย่านการค้าปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ สู่อการสร้างสรรค์ศิลปะและการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม เพื่อการยกระดับการเรียนรู้ย่านการค้าเก่าริมแม่น้ำ

เอกสารอ้างอิง

- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Brown, S. and Goetcheus, C. (2022). *Routledge Handbook of Cultural Landscape Practice*. Routledge.
- Chatmanop, P. (2004). *The roles of the central business district of Nakhon Sawan city* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. (in Thai)
- Chimpalee, S. and Haocharoen, K (2022). Factors Affecting the Changes of Talad-Noi Community, Bangkok. *Built Environment Inquiry Journal (BEI)*, 21(2), 109-27.
<http://doi.org/10.14456/bei.2022.17> (in Thai)
- Chuwaen, Y. (2019). *Rescue a Thai local history*. Gypzy. (in Thai)
- Chuwann, Y. (2002). The significance and scope of local history in the present day. *Journal of Arts, Silpakorn University*, 25(1), June–November 2002. 102–114. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/250354> (in Thai)
- DiMaggio, P. (1982). Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U.S. High School Students. *American Sociological Review*, 47(2), 189–201.
<https://doi.org/10.2307/2094962>
- Hale, J., Green, J. J., & Alston, L. (2023). A systematic review of cultural capital in U.S. community development research. *Journal of Rural Studies*, 103, 103113, 1-11.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103113>
- HKSAR. (2005). *A Study on Creativity Index*. The Bureau.
- Hoebel, E. Adamson. (1972). *The Study of Man*. McGraw-Hill.
- Holt, D. B. (1998). Does cultural capital structure American consumption?. *Journal of Consumer Research*, 25(1), 1–25. <https://doi.org/10.1086/209523>
- Houbcham, B. (2024). *Cultural Landscapes: Design for a Sustainable Community Concept of Sufficiency Economy Philosophy, Case Study Ban Moh Luang Lampang* [Doctoral dissertation, Silpakorn University]. (in Thai)
- Jaibun, K. (2006). Talat kap Chiwit: Bot Samruat Beungton Keiywkap Kansueksa Rueang Talat Nai Sangkhom Thai [Markets and Lives: A Preliminary Study of Market Studies in Thai Society]. in S.

- Chaisingkananon (Ed.), *Talat Nai Chiwit Chiwit Nai Talat* (pp. 19-102). Sirindhorn Anthropology Center (Public Organization). (in Thai)
- Jiwakul, K. et al. (1982). *Bangkok Market: Expansion and Development*. Chulalongkorn University. (in Thai)
- Kruthasen, W., Kruthasen, W., Chayabut, S., Wattanakul, T., Khamlai, J., Burikul, T., Samit, A., Thetchabut, S., Chantrachit, K., Aphaibanditkul, S., Thaweewut, N., Saeng-Uthai, K., Nimnuan, S., Panmanee, S., & Thanyacharoen, S. (2023). *Development of District by Community Cultural Capital on the Basis of Creative Cultural Economy* [Research report, Silpakorn University; Contract No. A13F630083]. Program Management Unit for Area-Based Development (PMU-A). <https://pmua.or.th/research/a13f630083/>. (In Thai)
- Kwanboon, T., Thirawiriyakul, U., Yaemsuan, S., Aphichakul, O. S., Rianthong, S., & Chumnumwat, S. (2022). "Old Town Tells Stories", *Lifelong Learning City, Phitsanulok Municipality, Phitsanulok Province*. Complete research report. (in Thai)
- Lamont, M., & Lareau, A. (1988). Cultural capital: Allusions, gaps and glissandos in recent theoretical developments. *Sociological Theory*, 6(2), 153–168. <https://doi.org/10.2307/202113>
- Limthanakul, W. (1994). *The impact of modern urban systems on the neighborhood system of people in Bangkok* [Master's thesis, Thammasat University]. Faculty of Sociology and Anthropology. Thammasat University. (in Thai)
- Lynch, K. A. (1960). *The image of the city*. The MIT Press.
- McGehee, N.G., Lee, S., O'Bannon, T.L., Perdue, R.R., 2010. Tourism-related social capital and its relationship with other forms of capital: an exploratory study. *Journal of Travel Research*, 49(4), 486–500. <https://doi.org/10.1177/0047287509349271>
- Phiwongkun, K. (2023). The development of the cultural map for promoting tourism in the creative area, Chiang Rai old town. *Journal of Research and Development Institute, Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 8(1), 183–198. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/rdibsr/article/view/262227> (in Thai)
- Prieur, A., & Savage, M. (2013). Emerging Forms of Cultural Capital. *European Societies*, 15(2), 246–267. <https://doi.org/10.1080/14616696.2012.748930>
- Puriwanchana, S. (2013). *Local legends of the central coast and rivers: Harmony in diversity* (2nd ed.). Academic Publication Project, Faculty of Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Royal Gazette. (2016). *Cultural Heritage Promotion and Preservation Act B.E.* (in Thai)
- Ruangjirayos, P. (2018). *Performances in Chinese New Year festival at Pak Nam Pho*. Chulalongkorn University [Theses and Dissertations (Chula ETD)]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/2951> (In Thai)
- Saengthong, S., Vongkamjan, S., & Jedaman, P. (2025). Cultural Identity Revival of Nakhon Sawan Province Toward Chinese Culture City. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 5(1), 983–1002. <https://doi.org/10.60027/iarj.2025.284283> (in Thai)
- Sueb wattana, T. (2011). *Concepts and guidelines for studying local history*. Inthanin. (in Thai)

- Tantinipankul, W., Intarapasan, B., & Wongkitkanwanit, A. (2015). *Study and survey of the cultural landscape of historic urban community along old Chao Phraya river loop of Thonburi are: case study of communities in Talad Phloo and Wat Phonimit* [Subproject 1: Final research report]. Office of the Science, Research and Innovation Promotion Commission (TSRI). https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:55284 (in Thai)
- Thanapornphan, R. (2003). *Cultural Capital: Culture in the Global Capitalist System*, Volume 1. Matichon (in Thai)
- Thongiad, I. & Kittiprasarn, K. (2020). Components of Thai Cultural Landscape's Uniqueness in a Contemporary Context: A Case Study of Pak Phayun Community, Phatthalung Province. *Architectural Journal of Khon Kaen University*, 19(2), 1–21. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/arch-kku/article/view/241113> (in Thai)
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- Ubonwat, Y. (2020). *Visual quality assessment of the cultural landscape in Lopburi Province* [Master's thesis, Chulalongkorn University]. Chulalongkorn University, Chulalongkorn University Intellectual Repository. <https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2020.967> (in Thai)
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2009). *Framework for cultural statistics 2009*. Montréal: UNESCO Institute for Statistics.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *United Nations Creative Economy Outlook 2022: The International Year of Creative Economy for Sustainable Development – Pathway to Resilient Creative Industries*. Geneva & New York: UNCTAD.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2023). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. UNESCO World Heritage Centre.
- Vallibhotama, S. (2014). *Khumu Chukkhit + Khwammai Khong Phumi Watthanatham: Kan Sueksa Chak Phainai Lae Samnuek Khong Thongthin* [A Handbook for Reflection + The Meaning of Cultural Landscape: Internal Study and Local Awareness]. Lek-Prapai Viriyaphan Foundation. (in Thai)
- World Intellectual Property Organization. (2013). *WIPO Draft Guidelines on Assessing the Economic, Social and Cultural Impact of Copyright on the Creative Economy*.
- Yanyongkesomsuk, R. (2014). Pierre Herbridieu's concept of class and capital. *Burapha Journal of Political Economy*, 2(1), 29-44. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pegbuu/article/view/199664> (in Thai)