

## การจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในย่านตลาดพลู เขตธนบุรี

### The Management of Cultural Landscape for Tourism in

### Talad Phlu Community of Thonburi District

ชรินทร์ เพ็งเจริญ<sup>1</sup>, ดลณี เพชรมณี<sup>2</sup>

ปัทมาธิย์ สาคกรวิสัย<sup>3</sup>, อริสา คำแหง<sup>4</sup>

Charinrat Pengcharoen<sup>1</sup>, Dollanee Petmanee<sup>2</sup>

Pandered Sakornvisai<sup>3</sup>, Arisa Khamhaeng<sup>4</sup>

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในย่านตลาดพลู เขตธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมในย่านตลาดพลูเพื่อสนับสนุนและ พัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม ของย่านให้มีความเจริญและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์และรากเหง้า ทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่ให้คงอยู่สืบไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และแหล่งข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับย่านตลาดพลู พร้อมทั้งใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Conversation Interview) เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล ภายหลังจากรวบรวมข้อมูลด้านภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยว พบว่า ย่านตลาดพลูมีองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น ได้แก่ อาคารพาณิชย์เก่าแก่ เส้นทาง รถไฟดั้งเดิม วิถีชีวิตชุมชนไทย-จีน และลักษณะชุมชนดั้งเดิมริมคลอง อย่างไรก็ตาม พบปัญหาจากการ เปลี่ยนรูปแบบสัญจรจากทางน้ำเป็นถนน ทำให้วิถีชีวิตดั้งเดิมลดลง และมีการปรับปรุงหรือรื้อถอนอาคาร เก่าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในชุมชนมีความต้องการแนวทางในการพัฒนาการ ท่องเที่ยว เช่น การจัดทำป้ายสื่อความหมาย แผนที่ เว็บไซต์ข้อมูลหรือกิจกรรมทัวร์ปั่นจักรยานที่นำเสนอ คุณค่าภูมิทัศน์วัฒนธรรมของตลาดพลู ทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าสนใจและการประชาสัมพันธ์ให้ย่านตลาดพลู เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขณะเดียวกันยังคงรักษาเอกลักษณ์และรากเหง้าทางวัฒนธรรมของพื้นที่ในอดีตไว้

<sup>1-4</sup> คณะศิลปกรรมศาสตร์; มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ; Faculty of Fine Arts, SWU; <sup>1</sup>Email: charinrat.pcr@g.swu.ac.th

<sup>2</sup> Email: dollanee.pmn@g.swu.ac.th

<sup>3</sup> Email: pandaree.sakornvisai@g.swu.ac.th

<sup>4</sup> Email: Arisa.khamhaeng@g.swu.ac.th

**คำสำคัญ:** ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยว, ตลาดพลู

## ABSTRACT

The research on cultural landscape management for tourism in the Talad Phlu area of Thonburi District aimed to study the cultural landscape management model in the Talad Phlu area to support and develop tourism. The results of this research can be used as guidelines for developing the cultural landscape of the area to enhance its prosperity and attract more tourists, while also preserving the area's identity and historical roots.

This qualitative research utilized documents, research, and other relevant information sources related to the Talad Phlu area. Informal conversation interviews were used as the data collection tool. After collecting cultural landscape data for tourism development, it was found that the Talad Phlu area possesses distinctive cultural elements, including old commercial buildings, a traditional railway line, the Thai Chinese community lifestyle, and the characteristics of a traditional canal-side community. However, the shift from waterways to roads has led to a decline in traditional lifestyles and the increasing redevelopment or demolition of old buildings. Furthermore, community entrepreneurs and tourists are seeking tourism development strategies, such as the creation of interpretive signs, maps, information websites, or bicycle tours showcasing the cultural landscape of Talad Phlu. These initiatives aim to increase interest and publicize the Talad Phlu area, while preserving the area's unique identity and cultural roots.

**Keywords:** Cultural Landscape, Tourism, Talad Phlu

### **ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และสัมผัสคุณค่าทางวัฒนธรรมทั้งในด้านมรดกที่เป็นรูปธรรม เช่น อาคาร โบราณสถาน และมรดกที่เป็นนามธรรม เช่น วิถีชีวิต ความเชื่อ และอาหารท้องถิ่น โดยแนวคิดจาก UNESCO, Richards (1996) และ McKercher & du Cros (2002) ต่างชี้ว่า วัฒนธรรมเป็นสินทรัพย์สำคัญที่สามารถนำมาใช้พัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวได้ แต่ต้องควบคู่กับการอนุรักษ์และเน้นบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม แนวคิดด้านการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของ UNESCO จากเอกสาร World Heritage Paper ฉบับที่ 26 ได้นำเสนอ

วงจรที่มีขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้น ได้แก่ การประเมินคุณค่าและจัดทำแผน การดำเนินแผนการจัดการ การติดตามประเมินผล และการทบทวนและปรับปรุง และมีอีก 8 ขั้นตอนย่อยที่สามารถทำควบคู่กับ 4 ขั้นตอนหลักได้ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมมีความเป็นระบบสามารถปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์นำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาวได้

ย่านตลาดพลู เขตธนบุรี ถือเป็นพื้นที่ที่มีภูมิทัศน์วัฒนธรรมเก่าแก่และโดดเด่น ทั้งด้านประวัติศาสตร์ การค้า และวิถีชีวิตของชุมชนไทย-จีน อาคารพาณิชย์ริมคลอง เส้นทางรถไฟเก่า ร้านอาหารดั้งเดิม วัด และศาลเจ้า ล้วนสะท้อนอัตลักษณ์ที่ยังคงอยู่จนปัจจุบัน พื้นที่บางส่วนได้รับการพลิกฟื้นเป็นกิจการสร้างสรรค์สมัยใหม่ เช่น คาเฟ่และร้านหนังสือ โดยคงลักษณะทางสถาปัตยกรรมเดิมไว้ อย่างไรก็ตาม แม้พื้นที่จะมีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ยังคงขาดระบบการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ชัดเจน ขาดสื่อความหมาย เช่น แผนที่ บ้ายข้อมูล หรือเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลวัฒนธรรม อีกทั้งยังไม่มีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมของตลาดพลูยังไม่ถูกนำเสนออย่างเต็มที่

ดังนั้น งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวคิดด้านการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเข้ากับศักยภาพและปัญหาที่ขาดความชัดเจนของการจัดการในพื้นที่ย่านตลาดพลู เพื่อประเมินผลกระทบต่อ ประสบการณ์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาหารูปแบบการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมย่านตลาดพลู เพื่อการท่องเที่ยว

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ย่านตลาดพลู ได้รับรูปแบบและแนวทางในการจัดการภูมิทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

## นิยามศัพท์

ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม หมายถึง พื้นที่ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างธรรมชาติและกิจกรรมของมนุษย์จนกลายเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้น ๆ โดยสะท้อนให้เห็นพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเชื่อ คุณค่าทางสังคม และอัตลักษณ์ของชุมชนที่สืบทอดมายาวนาน

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางของบุคคลจากถิ่นพำนักปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ด้านพักผ่อน ศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรม ธุรกิจ หรือกิจกรรมเฉพาะอย่าง โดยไม่ใช่วางตัวตั้งถิ่นฐานถาวร และมีผลต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ปลายทาง

ตลาดพลู หมายถึง ย่านอาคารพาณิชย์เก่าแก่ ทางรถไฟ ซึ่งสะท้อนความเป็นชุมชนเก่าริมคลอง และเส้นทางคมนาคมสมัยแรกของกรุงเทพฯ นอกจากนี้ มีวิถีชีวิตชุมชนไทย-จีนที่เป็นเอกลักษณ์ของย่านนี้ ทั้งการค้าขายอาหารดั้งเดิม การทำบุญที่วัดบางสะแก การไหว้ศาลเจ้ากวนอู

### **ขอบเขตการวิจัย**

#### **ขอบเขตด้านพื้นที่**

วิจัยนี้ครอบคลุมพื้นที่ย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยเน้นบริเวณที่เป็นองค์ประกอบ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม เช่น ตลาดสด เส้นทางรถไฟ อาคารเก่า วัดและศาลเจ้าริมน้ำ

#### **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

การศึกษาการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ย่านตลาดพลู เขตธนบุรี มีขอบเขตของการศึกษาองค์ประกอบทางกายภาพของภูมิทัศน์วัฒนธรรมในย่านตลาดพลู เช่น อาคาร บ้านเรือน ตลาด เส้นทางสัญจร รวมถึงศึกษาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ไม่ได้ เช่น วิถีชีวิต อาหาร เป็นต้น ศึกษาประวัติความเป็นมาและความสำคัญของภูมิทัศน์วัฒนธรรม วิเคราะห์บทบาทของภูมิทัศน์วัฒนธรรมและชุมชนในพื้นที่ ศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่ความเป็นชุมชนไทย-จีน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว

#### **ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ใช้ในวิจัยนี้ ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal conversation interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended Interview) จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน
2. ผู้ประกอบการ 2 คน
3. คนในชุมชนหรือผู้อาศัยดั้งเดิม 2 คน

#### **ขอบเขตด้านระยะเวลา**

ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามและดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ ในย่านตลาดพลูในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2568 โดยใช้วิธีสังเกตการณ์แบบไม่ปรากฏ และการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมและลักษณะการท่องเที่ยวในย่านตลาดพลู

### **แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้แนวคิดของ UNESCO, Richards (1996), McKercher & du Cros (2002) มีความหมายว่า การเดินทางเพื่อเรียนรู้และสัมผัสคุณค่าทางวัฒนธรรม ที่มีเป็นรูปธรรม

และนามธรรม โดยหลักการสำคัญระบุว่าวัฒนธรรมคือสินทรัพย์ทางท่องเที่ยว โดยต้องรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของและผู้มีส่วนร่วมเป็นหลัก

แนวคิดการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของ UNESCO (Management Process of Cultural Landscape) เอกสาร World Heritage Paper ฉบับที่ 26 ได้เสนอขั้นตอนกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ประเมินคุณค่าภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Assess cultural landscapes values: agree on management strategy: and develop plan) (2) ดำเนินแผนการจัดการ (Implement plan through a variety of management actions, policies or legal framework) (3) ติดตามและประเมินผล (Monitor impact, document successes and continually assess changing circumstances affecting the cultural landscape) และ (4) ทบทวนและปรับปรุง (Adaptive management make course corrections based on feedback from monitoring and assessing changing circumstances)

### คำถามการวิจัย (Research Questions)

1. ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมในย่านตลาดพลู เขตธนบุรี มีองค์ประกอบและลักษณะสำคัญอย่างไร (เช่น อาคารเก่า เส้นทางคมนาคม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชน)
2. ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของย่านตลาดพลูมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวอย่างไร
3. แนวทางการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมใดที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในย่านตลาดพลู โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และความยั่งยืนของชุมชน

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบสร้างสรรค์ (Qualitative and Creative Research) โดยมุ่งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ สถานที่สำคัญ และคุณค่าทางวัฒนธรรมในชุมชนตลาดพลู โดยมีขั้นตอนการดำเนินการแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

#### 1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ

- ประวัติความเป็นมาของชุมชนตลาดพลู
- สถานที่สำคัญของชุมชนตลาดพลู
- ความเชื่อและศรัทธาของคนในชุมชน

พร้อมทั้งลงพื้นที่เก็บข้อมูลในพื้นที่ชุมชนตลาดพลู โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) กับบุคคลในชุมชน เช่น ผู้คนที่อาศัยในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า และนักท่องเที่ยว รวมถึงการสังเกตภาคสนาม (field observation) เพื่อบันทึกภาพและรายละเอียดของกิจกรรมจริง

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม

นำข้อมูลที่ได้จากเอกสารและการเก็บข้อมูลภาคสนามมาวิเคราะห์เพื่อหาลักษณะสำคัญของสถานที่ต่าง ๆ

## 3. การสร้างสรรค์ผลงานป้ายองค์ความรู้

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดจากการวิเคราะห์มาพัฒนาเป็นป้ายสื่อความหมาย ให้ความรู้และรวบรวมข้อมูลสถานที่ ๆ สำคัญในชุมชนตลาดพลู

## 4. การประเมินผลและสะท้อนความคิดเห็น

หลังการแสดงผลงานป้ายองค์ความรู้ข้อมูลสถานที่สำคัญในชุมชนตลาดพลูผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ชมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อประเมินความเข้าใจและความพึงพอใจต่อชิ้นงาน รวมทั้งเก็บข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงผลงานและสรุปเป็นองค์ความรู้ในรายงานวิจัย

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคคลและกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์โดยตรงกับภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ย่านตลาดพลู เขตธนบุรี ซึ่งครอบคลุมผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ได้แก่ กลุ่มคนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ย่านตลาดพลู กลุ่มผู้ประกอบการค้าขายและบริการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมพื้นที่

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มที่ถูกคัดเลือกมาอย่างเจาะจงเพื่อวัตถุประสงค์ในการได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก โดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างหลักออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มคนที่อยู่อาศัยในชุมชนตลาดพลู: จำนวน 2 คน เน้นบุคคลที่อาศัยอยู่มาอย่างยาวนาน มีความเข้าใจในประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมในชุมชน
2. กลุ่มผู้ประกอบการค้าขายและบริการในพื้นที่: จำนวน 2 คน เน้นผู้ประกอบการร้านค้าดั้งเดิม ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง หรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ปรับปรุงอาคารเก่า เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากภูมิทัศน์ในเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

3. กลุ่มนักท่องเที่ยว: จำนวน 2 คน เน้นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อประเมินผลกระทบต่อประสบการณ์และพฤติกรรม

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของชุมชนตลาดพลู สถานที่สำคัญ และการปรับปรุงภูมิทัศน์ และรูปแบบการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม

2. แบบสังเกตภาคสนาม (field observation) สิ่งแวดล้อมหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษา เพื่อบันทึกข้อมูล สภาพภูมิทัศน์ กิจกรรมการท่องเที่ยว และสังเกตพฤติกรรม การตอบสนองของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์

### ผลการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลูช่วยให้ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องเข้าใจคุณค่าและความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมมากขึ้น ทั้งด้านการใช้พื้นที่ การอนุรักษ์ และการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมในย่านตลาดพลู ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตท้องถิ่น ขณะเดียวกัน ก็พบว่า ชุมชนยังขาดความรู้ด้านการจัดการมรดกวัฒนธรรมตามแนวคิดการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของ UNESCO ทำให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงพื้นที่และผู้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมลดลง ดังนั้น การศึกษานี้คาดว่าจะช่วยให้ผู้คนในย่านตลาดพลูมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งได้ข้อเสนอแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ยั่งยืน เช่น การอนุรักษ์พื้นที่ การใช้ประโยชน์ร่วมกัน การมีส่วนร่วมของชุมชน และการจัดการตามกระบวนการของยูเนสโก เพื่อให้ย่านตลาดพลูสามารถรักษาเอกลักษณ์และพัฒนาไปพร้อมกับการท่องเที่ยวได้อย่างสมดุล

ผลการวิจัยจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสังเกตภาคสนาม พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในย่านตลาดพลูมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้คุณค่าและความสำคัญของภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมทั้งในมิติทางกายภาพและมิติทางสังคมวัฒนธรรม โดยเฉพาะอาคารพาณิชย์เก่า เส้นทางรถไฟดั้งเดิม วิถีชีวิตชุมชนไทย-จีน และบริบทชุมชนริมคลอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมที่มองว่าพื้นที่วัฒนธรรมเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม (UNESCO, 2009)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและคนในชุมชน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาย่านตลาดพลู ด้วยความสนใจด้านอาหารดั้งเดิมและบรรยากาศของชุมชนเก่า

แต่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งสะท้อนว่า “นักท่องเที่ยวหลายคนมาเพื่อรับประทานอาหารเช้าและถ่ายภาพ แต่ไม่ทราบถึงที่มาและเรื่องราวของพื้นที่ หากมีป้ายสื่อความหมายหรือการเล่าเรื่อง จะช่วยให้เข้าใจตลาดพลูมากขึ้น”

ในส่วนของผู้ท่องเที่ยวที่ให้สัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจองค์ประกอบทางกายภาพ เช่น อาคารเก่า เส้นทางรถไฟ และร้านอาหารดั้งเดิม แต่ขาดข้อมูลประกอบการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวบางรายให้ความเห็นว่าพื้นที่มีบรรยากาศที่น่าสนใจและมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ แต่ไม่ทราบแหล่งข้อมูลหรือเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงจุดสำคัญของพื้นที่อย่างเป็นระบบ

ผลจากการสังเกตภาคสนาม พบว่า นักท่องเที่ยวมักหยุดถ่ายภาพและใช้เวลาอยู่ในบริเวณจุดเด่นของย่าน เช่น ทางรถไฟและอาคารเก่า อย่างไรก็ตาม พื้นที่ส่วนใหญ่ยังขาดป้ายสื่อความหมาย แผนที่ หรือข้อมูลที่อธิบายคุณค่าทางวัฒนธรรม ส่งผลให้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวจำกัดอยู่ในระดับการรับรู้เชิงภาพลักษณ์และกิจกรรมการบริโภค มากกว่าการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรม

โดยสรุป ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์และการสังเกตภาคสนามสะท้อนว่า ย่านตลาดพลูมีศักยภาพสูงด้านภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ยังขาดการจัดการภูมิทัศน์ที่เป็นระบบ โดยเฉพาะด้านการสื่อความหมาย การจัดทำข้อมูล และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### สรุปและอภิปรายผล

การจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในย่านตลาดพลู เขตธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมในย่านตลาดพลู เพื่อนำไปสู่แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการวิเคราะห์เอกสาร งานวิจัยและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ พบว่า ย่านตลาดพลูเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรม ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชนไทย-จีน อาคารพาณิชย์ดั้งเดิม เส้นทางรถไฟเก่า และบริบทชุมชนริมคลองที่สะท้อนพัฒนาการเมืองในช่วงแรกของกรุงเทพฯ อย่างไรก็ตาม ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของย่านกำลังเผชิญความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เช่น การเปลี่ยนรูปแบบการสัญจรจากทางน้ำสู่ถนน ทำให้บทบาทของคลองและวิถีชีวิตดั้งเดิมลดลง อีกทั้งยังพบการรื้อถอนหรือดัดแปลงอาคารเก่าเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองการพาณิชย์สมัยใหม่ ส่งผลให้คุณค่าด้านวัฒนธรรมบางส่วน เสี่ยงต่อการสูญหายและทำให้ผู้คนลืม นอกจากนี้ ย่านตลาดพลูยังขาดระบบการจัดการภูมิทัศน์ที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นสื่อความหมาย แผนที่ เส้นทางท่องเที่ยวหรือฐานข้อมูลกลางด้านวัฒนธรรม จึงทำให้ยังไม่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของพื้นที่ได้เต็มศักยภาพ ผลการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวสะท้อนความต้องการแนวทางพัฒนาในด้าน

การจัดทำป้ายสื่อความหมาย เว็บไซต์ข้อมูล และกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ โดยเฉพาะทัวร์  
ปั่นจักรยานที่จะช่วยเชื่อมโยงจุดเด่นของภูมิทัศน์วัฒนธรรมในย่านต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ

แม้ย่านตลาดพลู จะมีภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่โดดเด่นและมีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็น  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเต็มรูปแบบ แต่การใช้ประโยชน์พื้นที่ในปัจจุบันยังไม่เชื่อมโยงกับคุณค่าดั้งเดิม  
ของชุมชนอย่างเหมาะสม การขาดแนวทางอนุรักษ์และการจัดการอย่างเป็นระบบ ทำให้การเปลี่ยนแปลง  
ของเมืองสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์วัฒนธรรมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอาคารเก่าและวิถีชีวิตริมคลอง  
ที่เริ่มเสื่อมถอยไป การวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิด UNESCO พบว่า ขั้นตอนการประเมินคุณค่าและ  
จัดทำแผนยังไม่ถูกดำเนินการในระดับย่าน ทำให้ยากต่อการกำหนดทิศทางการจัดการภูมิทัศน์ในระยะยาว  
หากสามารถดำเนินการตาม 4 ขั้นตอนหลักและ 8 ขั้นตอนย่อยของกระบวนการจัดการได้อย่างครบถ้วน  
ก็จะช่วยให้การอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยวของย่านเกิดความสมดุลและยั่งยืนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษานี้คือการจัดทำป้ายสื่อความหมาย แผนที่ภูมิทัศน์ เว็บไซต์ข้อมูล  
และเส้นทางท่องเที่ยวเช่นทัวร์ปั่นจักรยาน ซึ่งล้วนเป็นแนวทางที่มีความเป็นไปได้สูง สามารถดำเนินการ  
ร่วมกับชุมชนได้ และยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายการสร้างการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมและเสริมสร้าง  
ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

โดยสรุปผลการศึกษาในครั้งนี้สะท้อนว่า การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในย่านตลาดพลู ควรพัฒนา  
อย่างบูรณาการและเป็นระบบเพื่อให้ย่านตลาดพลูสามารถเติบโตและเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ที่โดดเด่นพร้อมรักษาเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่ไว้ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

### ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งถัดไป

การศึกษาวิจัยที่ได้นำเสนอไปนั้น เป็นเพียงแนวคิดเบื้องต้น ที่ผ่านกระบวนการคิดในการออกแบบ  
ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการศึกษาที่ค่อนข้างสั้นคือ ช่วงเดือน  
พฤศจิกายน ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2568 ดังนั้น สำหรับข้อเสนอแนะของงานวิจัยในครั้งนี้ คือ ควรมีการต่อยอด  
ความคิดและนำแนวทางการพัฒนามาพัฒนาเพื่อให้สามารถเป็นแบบโครงการที่นำไปใช้จริงได้ในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

มณีวรรณ ชาตวนิช. (2568). *การจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนตลาดพลู เขตธนบุรี*.

สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2568, จาก [https://e-library.siam.edu/e-journal/wp-](https://e-library.siam.edu/e-journal/wp-content/uploads/2018/11/Journal-of-Cultural-Approach-2012-vol13-no24-jul-del-2.pdf)

[content/uploads/2018/11/Journal-of-Cultural-Approach-2012-vol13-no24-jul-del-2.pdf](https://e-library.siam.edu/e-journal/wp-content/uploads/2018/11/Journal-of-Cultural-Approach-2012-vol13-no24-jul-del-2.pdf)

McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Binghamton, NY: The Haworth Press.

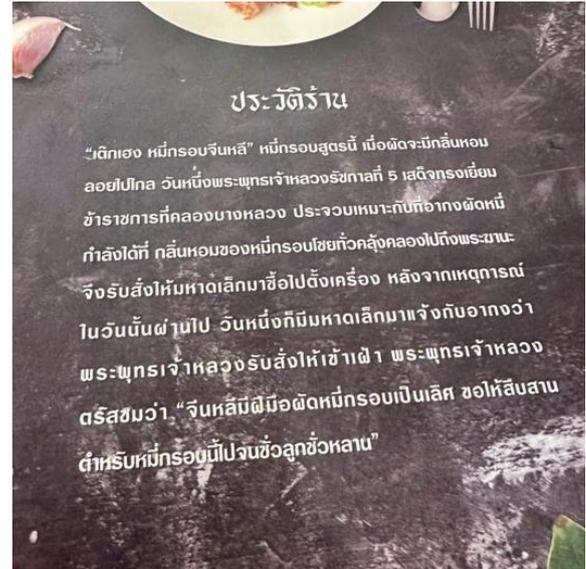
Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford, Oxfordshire, UK: CAB International.

UNESCO. (2009). *World Heritage cultural landscapes: A handbook for conservation and management (World Heritage Paper No. 26)*. UNESCO World Heritage Centre.

### ภาคผนวก



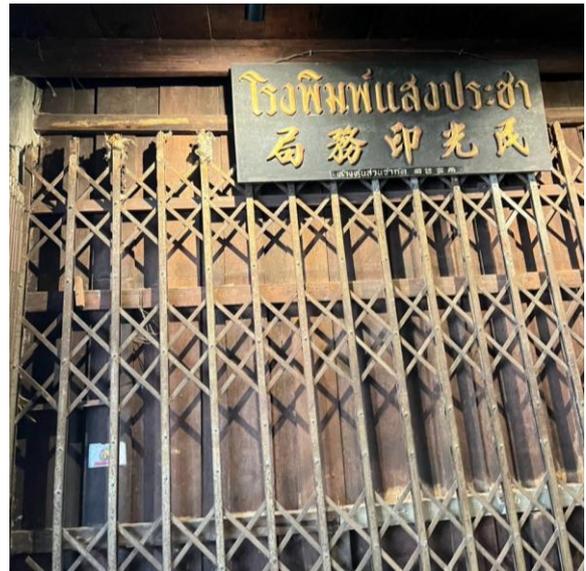
ภาพภาคผนวกที่ 1: ร้านขนมหวานเจ้าเก่า ตลาดพลู; ภาพภาคผนวกที่ 2: ทางรถไฟสถานีตลาดพลู



ภาพภาคผนวกที่ 3: ภาพร้านอาหารเต็กเฮง หมี่กรอบจีนหลี รัชกาลที่ 5



ภาพภาคผนวกที่ 4 : เมนูหมี่โยธยาและก๋วยเตี๋ยวจากร้านก๋วยเตี๋ยวลีป้อเจ็ก



ภาพภาคผนวกที่ 5: ป้ายแผนที่ในชุมชนตลาดผลไม้; ภาพภาคผนวกที่ 6: สถานที่โรงพิมพ์แสงประชา