



การจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น
ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา

CREATIVE HOSTEL MANAGEMENT BASED ON LOCAL FOOD WISDOM IN THE
CHAO PHRAYA RIVER OLD TOWN AREA

ศุภางค์ อารณ¹, เกศินี มรณนท์², มนต์ธร ตั้งภาณุกุล³

Supang Aporn¹, Kesinee Moranont², Monthorn Tangpanukun³

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเสาวภา สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย¹⁻³
Saowabha Vocational College Institute of Vocational Education, Bangkok, Thailand¹⁻³

Corresponding Author Email: supangaporn@gmail.com

Received: 20 June 2026; Revised: 4 September 2026; Accepted: 8 September 2026

การจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา

ศุภางค์ อารณ, เกศินี มรณน, มนต์ธร ตั้งภาณุกุล

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบท อัตลักษณ์ และคุณค่าของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา 2) ศึกษาสภาพการณ์และรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจโฮสเทลที่มีการบูรณาการภูมิปัญญาอาหาร และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นการศึกษาเชิงลึกในพื้นที่ย่านพระนคร ซึ่งแบ่งเป็น 2 เขตยุทธศาสตร์ ได้แก่ ย่านท่าเตียน และย่านถนนพระอาทิตย์ คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง จำนวน 15 ราย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโฮสเทล ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมอาหาร และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนกระทั่งข้อมูลเกิดความอิ่มตัว เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอุปนัย ร่วมกับการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ผลการวิจัยพบว่า

อัตลักษณ์อาหารในย่านเมืองเก่ามีลักษณะเป็น มรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต โดยย่านท่าเตียนโดดเด่นด้วยอาหารไทยชาววังประณีตและการปรับตัวสู่คาเฟ่ร่วมสมัย ในขณะที่ย่านถนนพระอาทิตย์โดดเด่นด้วยสตรีทฟู้ดมุสลิมดั้งเดิมและอาหารฟิวชันพหุวัฒนธรรม ด้านการจัดการเชิงสร้างสรรค์ พบว่าโฮสเทลต้นแบบทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางวัฒนธรรม ผ่านกลยุทธ์การเล่าเรื่อง การออกแบบพื้นที่ และการสร้างเครือข่ายชุมชน ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนำไปสู่ โมเดลการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 3 มิติ (THE 3D MODEL) ได้แก่ 1) มิติพื้นที่ การจัดการทางกายภาพและสื่อสัญลักษณ์ทางสายตา 2) มิติการเล่าเรื่อง การสร้างความหมายและคุณค่าร่วมผ่านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และ 3) มิติประสบการณ์ การสร้างกิจกรรมมีส่วนร่วมและการเชื่อมโยงระบบนิเวศชุมชน ซึ่งเป็นกรอบแนวทางให้ผู้ประกอบการยกระดับแบรนด์อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการเชิงสร้างสรรค์; ธุรกิจโฮสเทล; วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น; ตัวกลางทางวัฒนธรรม; ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา

CREATIVE HOSTEL MANAGEMENT BASED ON LOCAL FOOD WISDOM IN THE CHAO PHRAYA RIVER OLD TOWN AREA

Supang Aporn, Kesinee Moranont,
Monthorn Tangpanukun

Abstract

This research aims to 1) examine the context, identity, and value of local food wisdom in the Old Town area along the Chao Phraya River 2) investigate current creative management practices in hostels integrating food wisdom and 3) propose guidelines for developing creative hostel management based on local food wisdom. Applying a qualitative research methodology, the study focused on two strategic zones in the Phra Nakhon district Tha Tien and Phra Athit Road. Data were collected through purposive sampling of 15 key informants, including hostel entrepreneurs, culinary experts, and international tourists, until data saturation was reached. Data collection instruments comprised semi-structured in-depth interviews, participant observations, and document analysis. Data were analyzed using inductive content analysis and validated through data triangulation.

The findings reveal that

The local food identity functions as Living Heritage. Tha Tien is characterized by refined Royal Thai cuisine adapted into contemporary riverside cafes, whereas Phra Athit Road is defined by historic Muslim street food and multicultural fusion cuisine. In terms of creative management, leading hostels act as Cultural Intermediaries by deploying spatial design, narrative storytelling, and community collaboration to transform cultural capital into business value. The study synthesizes a strategic 3D Management Model (Space-Story-Experience): 1) Space: physical design and visual symbolization; 2) Story: building shared meaning through local historical narratives; and 3) Experience: co-creating participatory activities and integrating community ecosystems. This model provides actionable guidelines for hostel entrepreneurs to foster distinctive brand identity and sustainable competitiveness.

Keywords: Creative Management; Hostel Business; Local Food Wisdom; Cultural Intermediary; Chao Phraya River Old Town

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญของประเทศไทยที่มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจบริการ ที่พัก อาหาร การเดินทาง การค้า และเศรษฐกิจชุมชนอย่างกว้างขวาง ภายหลังการฟื้นตัวของการเดินทางระหว่างประเทศ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญกับจำนวนแหล่งท่องเที่ยวหรือความสะดวกในการเดินทางเพียงอย่างเดียว ไปสู่การแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมาย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงผู้เดินทางเข้ากับวิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหาร และผู้คนในพื้นที่มากขึ้น ทิศทางดังกล่าวสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดการสร้างคุณค่ามากกว่าปริมาณ โดยมุ่งพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย และสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 32.9 ล้านคน และในช่วงถึงวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2569 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยแล้วมากกว่า 14 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 679,000 ล้านบาท สะท้อนว่าการท่องเที่ยวยังคงเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง แต่ขณะเดียวกันผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการด้านประสบการณ์ คุณค่า และความยั่งยืนมากขึ้น (Tourism Authority of Thailand [TAT], 2026).

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีบทบาทต่อการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น โดยสาระสำคัญมิได้อยู่ที่การสร้างสิ่งใหม่ขึ้นจากศูนย์ แต่เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความรู้ท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของพื้นที่มาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ เทคโนโลยี และรูปแบบธุรกิจ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระบุว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีบทบาททั้งในด้านการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถแข่งขันได้ โดยเฉพาะอาหารไทยและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญของประเทศ (Creative Economy Agency [CEA], 2025). แนวคิดดังกล่าวจึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่พิกขนาดเล็กในการเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคา ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก ไปสู่การสร้างความแตกต่างด้วยเรื่องราว อัตลักษณ์ และประสบการณ์เฉพาะพื้นที่

ในบริบทของธุรกิจที่พักโฮสเทล (Hostel) ได้พัฒนาจากที่พักราคาประหยัดสำหรับนักเดินทางรุ่นเยาว์และนักเดินทางแบบแบ็กแพ็กเกอร์ไปสู่ธุรกิจที่พักซึ่งให้ความสำคัญกับการออกแบบ พื้นที่ส่วนกลาง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กิจกรรม และประสบการณ์ที่ผู้เข้าพักได้รับ งานศึกษาของ Veríssimo and Costa (2018) พบว่า นักเดินทางที่เลือกพักโฮสเทลมิได้พิจารณาเพียงราคาหรือความคุ้มค่าเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการพบปะผู้คน การเข้าร่วมกิจกรรม การได้รับประสบการณ์ท้องถิ่น ความรู้สึกเป็นกันเอง และความสะดวกในการเข้าถึงเมือง ขณะที่โฮสเทลที่ประสบความสำเร็จมักสร้างความแตกต่างผ่านบรรยากาศ การออกแบบ การบริการเฉพาะบุคคล ตลอดจนกิจกรรมที่เชื่อมโยงนักเดินทางกับสถานที่และผู้คนในท้องถิ่น ดังนั้น ธุรกิจโฮสเทลในยุคปัจจุบันจึงมิใช่เพียง “พื้นที่สำหรับนอนพัก” แต่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นพื้นที่

สร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับอัตลักษณ์ของย่านและชุมชนได้โดยตรง (Verissimo & Costa, 2018).

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์ ซึ่งเสนอว่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการมิได้ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและบริการในเชิงหน้าที่เท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการออกแบบประสบการณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ ความเพลิดเพลิน ความประทับใจ และการมีส่วนร่วมกับสถานที่ งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวพบว่ามิติของประสบการณ์ทั้งด้านการเรียนรู้ ความงาม ความบันเทิง และการหลีกออกจากชีวิตประจำวันสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้แตกต่างกันตามบริบท (Mehmetoglu & Engen, 2011) ด้วยเหตุนี้ การจัดการโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์จึงควรก้าวพ้นจากการตกแต่งอาคารให้มีความสวยงามหรือสร้างจุดถ่ายภาพเพียงอย่างเดียว ไปสู่การออกแบบระบบบริการ กิจกรรม และเรื่องราวที่ช่วยให้ผู้เข้าพักสามารถสัมผัสความเป็นท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม หนึ่งในทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์ดังกล่าวได้อย่างมีพลังคือ ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น เนื่องจากอาหารมิได้มีความหมายเฉพาะในฐานะสิ่งบริโภค หากแต่เป็นผลรวมของประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ วัตถุดิบ วิธีการปรุง ความเชื่อ วิถีครอบครัว และความทรงจำของผู้คนในแต่ละพื้นที่ องค์การการท่องเที่ยวแห่งสหประชาชาติให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในฐานะกลไกที่สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรม ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น รักษาประเพณี และสร้างความแตกต่างให้แก่จุดหมายปลายทางได้ (World Tourism Organization [UNWTO], 2016) ขณะที่ Sims (2009) ชี้ว่าอาหารท้องถิ่นมีส่วนสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากอาหารช่วยเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับสถานที่ วัฒนธรรม และความรู้สึกถึงความเป็นของแท้ของจุดหมายปลายทาง กล่าวได้ว่าอาหารท้องถิ่นจึงสามารถพัฒนาจากสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับประทานไปสู่สื่อทางวัฒนธรรมที่ทำให้ผู้เดินทางเข้าใจเรื่องราวของพื้นที่ผ่านประสาทสัมผัสและการมีส่วนร่วม

ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาของกรุงเทพมหานครมีศักยภาพอย่างยิ่งต่อการเชื่อมโยงแนวคิดดังกล่าว เนื่องจากพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นส่วนสำคัญของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของกรุงเทพมหานคร และเป็นพื้นที่ตั้งถิ่นฐานของประชากรที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะบริเวณเจริญกรุง ตลาดน้อย ทรงวาด และพื้นที่ชุมชนเก่าใกล้เคียง ซึ่งมีทั้งอาคารประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน ร้านค้าเก่าแก่ งานช่าง ตลอดจนอาหารที่สะท้อนการผสมผสานของวัฒนธรรมไทย จีน มุสลิม และตะวันตก สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระบุว่าเจริญกรุงเป็นย่านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีทั้งสถาปัตยกรรมทรงคุณค่า ร้านค้าเก่าแก่ ภูมิปัญญาอาหารสูตรดั้งเดิม และงานช่างฝีมือ อีกทั้งยังได้รับการพัฒนาให้เป็นพื้นที่ต้นแบบของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (CEA, n.d.). ที่สำคัญ ทุนด้านอาหารในย่านดังกล่าวมิได้ปรากฏอยู่เฉพาะในร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเท่านั้น แต่กระจายอยู่ในครัวเรือน ชุมชน ศาสนสถาน ตลาด ร้านค้า และผู้ประกอบการรุ่นเก่าที่สืบทอดสูตรอาหารและทักษะการผลิตจากรุ่นสู่รุ่น ตัวอย่างการดำเนินงานของ CEA ในย่านเจริญกรุง-ตลาดน้อยแสดงให้เห็นว่า การนำอาหารดั้งเดิมมาผสมผสานกับการออกแบบ การเล่าเรื่อง และการสร้างกิจกรรมสามารถกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยว

สนใจอาหารของชุมชนมากขึ้น เช่น โครงการ Eat-Along ที่นำอาหารเก่าแก่ของย่านมาพัฒนาเป็นประสบการณ์การชิมพร้อมเส้นทางสำรวจพื้นที่ รวมถึงโครงการ Made in Charoenkrung ที่มีการเชื่อมโยงผู้ประกอบการที่แพ็กและโฮสเทลกับเชฟและนักออกแบบ เพื่อสร้างเมนูและประสบการณ์ที่สะท้อนเรื่องราวของตลาดน้อย กรณีดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า อาหาร-ที่แพ็ก-ย่าน-ความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำมาบูรณาการเพื่อสร้างมูลค่าใหม่ทางธุรกิจได้จริง (CEA, 2022, 2025).

อย่างไรก็ตาม แม้ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาจะมีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอาหารที่หลากหลาย และมีโฮสเทลหรือที่แพ็กขนาดเล็กเกิดขึ้นในอาคารเก่าและชุมชนดั้งเดิมจำนวนหนึ่ง แต่การนำทุนดังกล่าวมาใช้ในการบริหารธุรกิจยังมีลักษณะแยกส่วนในหลายกรณี กล่าวคือ บางแห่งใช้เอกลักษณ์ของอาคารและการตกแต่งเป็นจุดขาย ขณะที่อาหารท้องถิ่นถูกใช้เพียงในรูปของอาหารเช้า เมนูแนะนำ หรือข้อมูลร้านอาหารใกล้เคียง โดยยังขาดการเชื่อมโยงภูมิปัญญาอาหารเข้าสู่กระบวนการจัดการธุรกิจอย่างครบวงจร ตั้งแต่การกำหนดแนวคิดและอัตลักษณ์ของกิจการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การเล่าเรื่อง การสร้างเครือข่ายกับเจ้าของภูมิปัญญาและผู้ประกอบการในชุมชน ตลอดจนการตลาดและการกระจายรายได้กลับสู่ท้องถิ่น ประกอบกับกิจการและภูมิปัญญาดั้งเดิมบางส่วนกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค สภาพเศรษฐกิจ และปัญหาการขาดผู้สืบทอด จึงมีความเสี่ยงที่องค์ความรู้และอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นบางส่วนจะลดบทบาทหรือสูญหายไปหากไม่สามารถปรับตัวให้สัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจร่วมสมัยได้ (CEA, 2022) ด้วยเหตุนี้ ประเด็นสำคัญจึงมีใช้ว่าย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาจะมีภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นหรือไม่ หากแต่อยู่ที่ว่าจะสามารถจัดการทุนภูมิปัญญาดังกล่าวให้กลายเป็นคุณค่าและประสบการณ์ทางธุรกิจของโฮสเทลได้อย่างไร โดยไม่ทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมถูกลดทอนเหลือเพียงเครื่องมือทางการตลาด** การจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์จึงต้องพิจารณาพร้อมกันทั้งมิติของการบริหารธุรกิจ การออกแบบประสบการณ์ การรักษาความเป็นของแท้ของอาหาร การมีส่วนร่วมของเจ้าของภูมิปัญญา การสร้างเครือข่ายในย่าน และการกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ชุมชน ซึ่งยังเป็นช่องว่างสำคัญที่ควรได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ

จากสภาพการณ์และช่องว่างดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา” เพื่อศึกษาทุนและศักยภาพของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น วิเคราะห์สภาพและองค์ประกอบการจัดการธุรกิจโฮสเทลที่สามารถเชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ และพัฒนาแนวทางการจัดการธุรกิจที่ทำให้โฮสเทลเป็นมากกว่าสถานที่แพ็ก โดยทำหน้าที่เป็นพื้นที่เชื่อมโยงประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยว อาหาร ผู้คน และเรื่องราวของย่าน อันจะนำไปสู่การสร้าง ความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ การสร้างรายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ผู้ประกอบการและชุมชน ตลอดจนการอนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นให้สามารถดำรงอยู่ในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวร่วมสมัยได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท อัตลักษณ์ และคุณค่าของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา
2. เพื่อศึกษาสภาพการณ์และรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจโฮสเทลในปัจจุบันที่มีการบูรณาการภูมิปัญญาอาหาร
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปรากฏการณ์การจัดการวัฒนธรรมและการให้ความหมายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พื้นที่ศึกษาถูกคัดเลือกแบบเจาะจง ในเขตพื้นที่ยุทธศาสตร์ย่านพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ย่าน ซึ่งมีบริบททางประวัติศาสตร์และรูปแบบที่พิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

ย่านท่าเตียน พื้นที่ประวัติศาสตร์ที่เป็นจุดตัดระหว่างวัฒนธรรมราชสำนักเนื่องจากใกล้พระบรมมหาราชวัง และวัฒนธรรมการค้าโลกในฐานะท่าเรือขนส่งสินค้าสำคัญในอดีต ปัจจุบันย่านนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงอาคารพาณิชย์เก่าให้เป็นคาเฟ่ริมน้ำและที่พักบูติก โฮสเทลในย่านนี้จึงมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาความประณีตและทัศนียภาพทางวัฒนธรรม

ย่านถนนพระอาทิตย์ ย่านประวัติศาสตร์ริมแม่น้ำที่มีลักษณะพหุวัฒนธรรมสูง เป็นแหล่งรวมของชุมชนมุสลิมโบราณ ช่างราชบริพารเก่า และยังเป็นพื้นที่ต่อเนื่องกับย่านถนนข้าวสารซึ่งเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวสัพพายเป็จากทั่วโลก บริบทย่านนี้จึงมีความหนาแน่นของที่พักทางเลือกในระดับราคาที่เข้าถึงง่ายและมีความโดดเด่นด้านสตรีทฟู้ดที่มีชีวิตชีวา

สำหรับการเลือกกรณีศึกษา ผู้วิจัยคัดเลือกธุรกิจโฮสเทลจำนวน 4 แห่ง เพื่อเป็นตัวแทนของกลยุทธ์การจัดการในรูปแบบที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ราล์ฟ แบงค็อก โฮสเทล, อินน์ อะ เดย์, มวยไทย โฮสเทลและ ข้าวสาร อาร์ต โฮเทล

2. ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่เข้มงวด และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจนกระทั่งข้อมูลเกิดความอิ่มตัว (Data Saturation) ไม่พบประเด็นใหม่เพิ่มเติม ซึ่งอิ่มตัว ณ ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15 จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) กลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจโฮสเทล จำนวน 5 ราย (รหัส Ent-01 ถึง Ent-05) ประกอบด้วยผู้ประกอบการและผู้บริหารโฮสเทลในพื้นที่ย่านท่าเตียนที่มีประสบการณ์บริหารจัดการที่พักใน

อาคารเก่าแก่มากกว่า 5 ปี และผู้ดำเนินธุรกิจที่พักกิ่งคาเฟ่และร้านอาหารไทยร่วมสมัย ร่วมด้วยผู้ประกอบการ และผู้จัดการส่วนหน้าโฮสเทลในย่านถนนพระอาทิตย์ที่มีประสบการณ์ในการบริหารที่พักเน้นธีมกิจกรรม พหุวัฒนธรรม แนวศิลปะเชื่อมโยงชุมชน ตลอดจนการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนให้แก่ชาวต่างชาติ

2) กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านและผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ จำนวน 5 ราย (รหัส Exp-01 ถึง Exp-05) ประกอบด้วยปราชญ์ชาวบ้านผู้สืบทอดสูตรอาหารและวัตถุดิบดั้งเดิมในชุมชนท่าเตียน นักวิชาการและนักเขียนอิสระด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและวัฒนธรรมเกาะรัตนโกสินทร์ย่านถนนพระอาทิตย์ ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมและสตรีทฟู้ดเก่าแก่ นักออกแบบอาหารที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นมาปรับรูปแบบร่วมสมัยในร้านอาหารริมน้ำ และตัวแทนชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่นที่มีบทบาทขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านท่าเตียน

3) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 5 ราย (รหัส Tur-01 ถึง Tur-05) ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่พำนักในโฮสเทลย่านท่าเตียนซึ่งมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหาร การถ่ายภาพ และการทดลองอาหารท้องถิ่น ร่วมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสะพายเป้ในย่านถนนพระอาทิตย์ที่เน้นกิจกรรมสตรีทฟู้ด มีส่วนร่วมในกิจกรรมเวิร์กช็อปอาหาร เดินทัวร์วัฒนธรรม และกลุ่มที่พำนักระยะยาวที่สนใจวิถีชีวิตพหุวัฒนธรรม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้เครื่องมือหลากหลายเพื่อสร้างความเที่ยงตรงของข้อมูล ได้แก่การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ครอบคลุมมิติอัตลักษณ์อาหาร การจัดการกายภาพ การเล่าเรื่องและระบบนิเวศชุมชน การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยเข้าพำนักและใช้บริการในโฮสเทลกรณีศึกษาทั้ง 4 แห่ง เพื่อสังเกตการจัดสรรพื้นที่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับนักท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงกับร้านอาหารในชุมชนจริง และการศึกษาเอกสารและสื่อดิจิทัล ในการตรวจสอบข้อมูลบริบทของโฮสเทลจากเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบการวิเคราะห์

การตรวจสอบคุณภาพข้อมูลและจริยธรรมการวิจัย การตรวจสอบสามเส้า ดำเนินการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้บริการ ผู้เชี่ยวชาญ และนักท่องเที่ยว และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และเอกสาร

งานวิจัยนี้ผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้รับเอกสารชี้แจงและลงนามในใบยินยอมโดยสมัครใจ โดยมีการปกปิดตัวตนจริงและใช้รหัสแทนชื่อเพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัว

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการติดต่อประสานงานและลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2569 โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 15 ราย ณ สถานประกอบการหรือพื้นที่นัดหมายที่สะดวก พร้อมทั้งบันทึกเสียงและจดบันทึกย่อ ควบคู่ไปกับการลงพื้นที่สังเกตการณ์พฤติกรรมและการจัดสรรพื้นที่ทางกายภาพของกรณีศึกษาโฮสเทลทั้ง 4 แห่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เป็นปัจจุบันและครอบคลุมฤดูกาลท่องเที่ยว

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ร่วมกับการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ ตามขั้นตอนที่เป็นระบบและโปร่งใส 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การถอดเทปคำสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ ข้อมูลเสียงจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดจะถูกนำมาถอดความเป็นข้อความอย่างละเอียดโดยไม่มีการตัดทอนหรือดัดแปลงภาษา เพื่อคงความหมายดั้งเดิมของผู้ให้ข้อมูล

2) การให้รหัสข้อมูล ผู้วิจัยทำการอ่านข้อความทั้งหมดซ้ำหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจ ก่อนจะเริ่มให้รหัสเปิดแกข้อความ ประโยค หรือคำสำคัญที่สะท้อนถึงกลยุทธ์การจัดการ อัตลักษณ์อาหาร หรือการเชื่อมโยงชุมชน

3) การจัดกลุ่มความหมายและประเด็น นำรหัสข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงหรือสัมพันธ์กันมารวมกลุ่มกันเพื่อยกระดับเป็นหมวดหมู่ย่อย และจัดกลุ่มเข้าสู่ประเด็นหลักตามกรอบแนวคิดทฤษฎี

4) การสังเคราะห์และสร้างข้อสรุปเชิงแนวคิด นำประเด็นหลักที่ได้จากการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงความสัมพันธ์เพื่อหาข้อสรุปเชิงโครงสร้าง ตรวจสอบทานกับวรรณกรรมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ก่อนจะนำมาสังเคราะห์เป็นแบบจำลองกลยุทธ์ในรูปแบบของโมเดลการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 3 มิติในขั้นสุดท้าย

ผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสารประกอบ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบท อัตลักษณ์ และคุณค่าของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา

ผลการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยามีลักษณะเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตไม่ใช่ว่าเพียงวัฒนธรรมในอดีตที่หยุดนิ่ง แต่เป็นวิถีชีวิตที่มีกระบวนการปฏิสัมพันธ์และปรับตัวอยู่ตลอดเวลาไปกับบริบททางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เมื่อวิเคราะห์จำแนกตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ พบความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์และคุณค่าสะท้อนผ่าน 2 ย่านยุทธศาสตร์สำคัญ ดังนี้

ย่านท่าเตียน บริบทและอัตลักษณ์ ย่านท่าเตียนมีรากเหง้าประวัติศาสตร์ ประชิตพระบรมมหาราชวังและวังเจ้านาย อีกทั้งในอดีตยังเป็นศูนย์กลางการค้าและท่าเรือพาณิชย์ริมน้ำที่คับคั่ง บริบทนี้ส่งผลให้อัตลักษณ์อาหารย่านท่าเตียนมีลักษณะพิเศษ คือ มีความประณีตตามตำรับหลวง แต่ถูกนำเสนอผ่านวัตถุดิบและวิถีชีวิตการค้าที่เข้าถึงได้ ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนร่วมสมัย โดยคงรสชาติและกรรมวิธีดั้งเดิมไว้ แต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเป็นอาหารจานเดียวที่ประณีต เสริมฟูกับเครื่องดื่มสมุนไพรสกัดเย็น หรือค็อกเทลที่มีส่วนผสมของเครื่องเทศท้องถิ่น ในบรรยากาศตึกแถวโบราณที่ได้รับการฟื้นฟู คุณค่าทางวัฒนธรรม สะท้อนคุณค่าด้านความสง่างาม สุนทรียภาพ และการรักษาระบบความทรงจำร่วม

ทางประวัติศาสตร์ของชุมชนริมน้ำ ดังบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารในพื้นที่ “อาหารที่ทำเตียนมีความประณีตแบบชาววัง พอนำมาจัดวางในอาคารเก่าริมน้ำ มันเกิดเสน่ห์อีกแบบ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้มองแค่ความอร่อย แต่เขาติดต่อกับเรื่องเล่า ความคลาสสิก และฝีมือที่ส่งต่อกันมา นั่นคือความหรรษาที่มีรากเหง้า” (Exp-01, สัมภาษณ์, 2569)

ย่านถนนพระอาทิตย์ บริบทและอัตลักษณ์ เป็นแหล่งพำนักดั้งเดิมของชุมชนมุสลิมโบราณ ผสานกับวิถีชีวิตข้าราชการบริวารเก่า กลุ่มศิลปิน และเชื่อมต่อกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสายป๊อปปูล่าชาวยุโรป ย่านถนนข้าวสาร ภูมิปัญญาอาหารของย่านนี้จึงแสดงออกผ่านเสน่ห์ของสตรีทฟู้ดที่มีความหลากหลาย พหุวัฒนธรรม เข้าถึงง่าย และเต็มไปด้วยชีวิตชีวา เช่น โรตีสานมุสลิม มัสมันเนือ ก๋วยเตี๋ยวเนื้อโบราณ และอาหารฟิวชันนานาชาติ คุณค่าทางวัฒนธรรม อาหารทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคม ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกันแบบเป็นกันเองและจริงแท้ ดังคำให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยว “ย่านถนนพระอาทิตย์มีพลังงานที่ดีมาก สามารถเดินกินโรตีสานราคาไม่กี่บาท นั่งฟังเพลงแจ๊ส สังเกตผู้คน และสัมผัสได้ถึงประวัติศาสตร์ของชุมชนจริงๆ มันเป็นอาหารที่มีชีวิต มีความหลากหลาย และไม่ปรุงแต่งจนเกินไป” (Tur-03, สัมภาษณ์, 2569)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาสภาพการณ์และรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจโฮสเทลในปัจจุบันที่มีการบูรณาการภูมิปัญญาอาหาร ผลการวิจัยจากการบูรณาการข้อมูลสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ผู้บริหาร และเอกสารประกอบ พบว่า ธุรกิจโฮสเทลกรณีศึกษาทั้ง 4 แห่ง มีการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นที่แตกต่างกันตามบริบทที่ตั้งและกลุ่มเป้าหมาย โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางวัฒนธรรม ที่เปลี่ยนทุนวัฒนธรรมให้เป็นมูลค่าทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม จำแนกได้ดังนี้

รอล์ฟ แบงค็อก โฮสเทล รูปแบบการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมผืนไม้สักนิทรรศการภูมิปัญญาอาหาร ตั้งอยู่ในย่านท่าเตียน มีรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ที่โดดเด่นด้วยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การอนุรักษ์เชิงสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ตัวอาคารพาณิชย์เก่าสไตล์คลาสสิกได้รับการปรับปรุงโดยยังคงรักษาโครงสร้างดั้งเดิมเอาไว้ แต่สร้างความสร้างสรรค์ด้วยการเปลี่ยนพื้นที่ว่างและส่วนต้อนรับให้กลายเป็นพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการขนาดย่อม โฮสเทลแห่งนี้ใช้มิติทางกายภาพในการหยิบยื่นความทรงจำร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการจัดวางเครื่องครัวไทยโบราณ เช่น ครกหิน หม้อดินเผา และปืนโตสังกะสีเคลือบ ควบคู่กับการประดับภาพถ่ายขาวดำที่บอกเล่าวิถีชีวิตการค้าขายของตลาดท่าเตียนในอดีต การเล่าเรื่องของ รอล์ฟ แบงค็อก จะถูกถ่ายทอดผ่านการจัดวางเรื่องราวอาหารที่วางไว้ในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง เพื่ออธิบายรากเหง้าของอาหารชาววังที่ผสมผสานกับวิถีพาณิชย์ของย่าน ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร (Ent-01, สัมภาษณ์, 2569) ที่ระบุว่า เราไม่อยากให้ตึกนี้เป็นแค่ที่นอน แต่อยากให้มันเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต พอนักท่องเที่ยวเดินเข้ามา เขาจะเห็นเครื่องครัวโบราณ เห็นรูปภาพตลาดท่าเตียนเก่า และได้อ่านเรื่องราวเล่าตำนานอาหารที่เชื่อมโยงกับตึกนี้ มันทำให้พวกเขา รู้สึกว่าการมาพักที่นี่คือส่วนหนึ่งของการเดินทางย้อนอดีต

อินน์ อะ เดย์ รูปแบบการจัดการเชิงแนวคิด ตลาดเก่า สู่ประสบการณ์แบรนด์แบบองค์รวม เป็นที่พักต้นแบบในย่านท่าเตียนที่มีการบูรณาการวิถีชีวิตดั้งเดิมสู่แบรนด์อย่างทรงพลัง ภายใต้แนวคิดการออกแบบที่ขับเคลื่อนด้วยแนวคิดหลัก โดยโฮสเทลได้ดึงเอาอัตลักษณ์ความรู้เรื่องของการตลาดสดและท่าเรือพาณิชย์ท่า

เตียนมาเป็นแกนหลักในการดำเนินธุรกิจ มีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสัดส่วนที่เชื่อมต่อกันระหว่างห้องพัก คาเฟ่ และร้านอาหารริมน้ำอย่างลงตัว ความสร้างสรรค์ของการจัดการที่นี่คือการนำเวลาและวิถีชีวิตของชาวตลาด มากำหนดเป็นธีมของห้องพักแต่ละชั้น และเชื่อมโยงสู่เมนูอาหารเข้าที่เป็นเอกลักษณ์ในรูปแบบกล่องอาหาร เข้ามรดกวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการนำเสนออาหารไทยประณีตที่ปรุงจากวัตถุดิบสดใหม่ที่จัดซื้อจากชุมชนท่าเตียน โดยตรง ทำให้เกิดกลยุทธ์การบริโภคประสบการณ์ความแท้จริงที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ผ่านรูป รส กลิ่น เสียง สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ (Ent-02, สัมภาษณ์, 2569) ที่ว่า อาหารเข้าของเราไม่ได้เสิร์ฟ อเมริกันเบรคฟาสต์ แต่เราเสิร์ฟข้าวต้มแห้ง ขนมไทยโบราณ หรือน้ำพริกสูตรเด็ดที่คนท่าเตียนกินกันจริงๆ เรา คัดสรรจากร้านดั้งเดิมในย่านแล้วนำมาจัดจานใหม่ให้ดูทันสมัย สะอาด น่าทาน ฝรั่งเขาตื่นเต้นมากเพราะมัน คือกล่องข้าวที่บรรจุประวัติศาสตร์ของย่านนี้ไว้

มวยไทย โฮสเทล รูปแบบการจัดการเชิงกิจกรรมและแผนที่เส้นทางอาหารสตรีทฟู้ด ในย่านถนน พระอาทิตย์ มวยไทย โฮสเทล นำเสนอรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ผ่านการจัดการเชิงกิจกรรมและไลฟ์ สไตล์ โดยโฮสเทลเลือกดึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยในมิติกีฬามาเป็นจุดขายหลัก แต่สร้างมูลค่าเพิ่มและ ปฏิสัมพันธ์กับย่านด้วยการบูรณาการร่วมกับวัฒนธรรมอาหารสตรีทฟู้ดพหุวัฒนธรรมโดยรอบ โฮสเทลแห่งนี้ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางวัฒนธรรมโดยตรง ผ่านการจัดทำคู่มือและแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อ มอบให้แก่นักท่องเที่ยวสะพายเป้ แผนที่นี้เจาะลึกไปถึงร้านระดับตำนาน เช่น ร้านโรตีสองมือดั้งเดิม หรือ ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อโบราณริมถนนพระอาทิตย์ มีการจัดกิจกรรมพาเดินทัวร์ชิมอาหารหลังจากนักท่องเที่ยวเสร็จ สิ้นจากกิจกรรมช้อปปิ้ง เพื่อสร้างประสบการณ์ทางสังคมและการเรียนรู้วิถีชีวิตที่สดใหม่และมีพลัง ดังบท สัมภาษณ์ของผู้จัดการ (Ent-05, สัมภาษณ์, 2569) ที่ว่า นักท่องเที่ยวสะพายเป้ที่มาพักกับเราเขาชอบความลุย และความจริงใจ พอเขาช้อปปิ้งเสร็จ แผนที่ Food Trail ของเราจะบอกเลยว่าเดินไปอีกสามสิบลเมตรคุณ จะเจอแกงเนื้อที่อร่อยที่สุด หรือก๋วยเตี๋ยวเนื้อสูตรห้าสิบปี กิจกรรมนี้ทำให้โฮสเทลกับร้านค้าในชุมชนกลายเป็น เนื้อเดียวกัน เราส่งแขกให้เขา ชุมชนก็ให้ความเอ็นดูแขกของเรา

ข้าวสาร อาร์ต โฮเทล รูปแบบพื้นที่ศิลปะสร้างสรรค์และเวิร์กช็อปเครื่องปั้นท้องถิ่น ตั้งอยู่ต่อเนื่อง กับย่านถนนพระอาทิตย์ มีรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะพื้นที่สร้างสรรค์และศิลปะบำบัด โฮส เทลเปลี่ยนพื้นที่ส่วนกลางให้เป็นแกลเลอรีแสดงงานศิลปะของศิลปินท้องถิ่น และเชื่อมโยงสุนทรียภาพ เหล่านั้นเข้าสู่กลยุทธ์การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม กลยุทธ์ที่โดดเด่นคือการจัดเวิร์กช็อปผสมเครื่องดื่ม ท้องถิ่นในพื้นที่บาร์สร้างสรรค์ของที่พัก กิจกรรมนี้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ลงมือทำและ ทดลองผสมเครื่องดื่มสมุนไพรไทย น้ำผลไม้ท้องถิ่น หรือการใช้องค์ประกอบของขนมไทยมาดัดแปลงเป็น เครื่องดื่มร่วมสมัย ควบคู่กับการเล่าเรื่องราวความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมอาหารริมทางในย่าน บางลำพูและถนนพระอาทิตย์ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งหมด ผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นแบบจำลองเชิงโครงสร้างกลยุทธ์โมเดลการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 3 มิติ (THE 3D MODEL: Space - Story - Experience) เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการโฮสเทลใช้สร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างและยั่งยืน ดังรายละเอียดทั้ง 3 มิติ

มิติ Space (พื้นที่ทางกายภาพที่สัมผัสได้) มิติดังนี้มุ่งเน้นการจัดการสถาปัตยกรรมและการออกแบบพื้นที่ภายในโฮสเทล เพื่อให้ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นซึ่งเดิมเป็นนามธรรม กลายเป็นสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้เชิงกายภาพ ประกอบด้วยแนวทางย่อยคือ การออกแบบส่วนต้อนรับ ให้ทำหน้าที่สื่อสารถึงรากเหง้าของย่านทันทีที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงโดยใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของอาคารเก่า และการสร้างพื้นที่จัดแสดงภูมิปัญญาอาหาร เช่น การจัดแสดงนิทรรศการเครื่องครัวโบราณ วัตถุดิบท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ หรือการจำลองรถเข็นสตรีทฟู้ดดั้งเดิมมาดัดแปลงเป็นเฟอร์นิเจอร์และการตกแต่งภายในเพื่อเปลี่ยนพื้นที่ว่างให้เป็นพื้นที่เล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรม

มิติ Story (กลยุทธ์การเล่าเรื่องและการสร้างความหมาย): มิติดังนี้มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและจิตวิญญาณให้แก่แบรนด์ที่พัก ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์และความจริงแท้ของชุมชนโดยรอบ เพื่อสร้างความหมายและคุณค่าร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วยแนวทางย่อยคือ การสกัดเรื่องเล่าท้องถิ่น โดยทำงานร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านเพื่อเรียบเรียงประวัติศาสตร์อาหารของย่าน แล้วแปลงข้อมูลเป็นชุดเนื้อหาภาษาต่างประเทศที่เข้าใจง่าย และการสื่อสารผ่านสื่อสร้างสรรค์ เช่น การ์ดเรื่องเล่าอาหาร เมนูแนะนำประวัติร้านค้า หรือการใช้ระบบรหัสคิวอาร์ลิงก์สู่สตอรี่เพื่อเล่าเรื่องวิถีชีวิตของคนในชุมชน

มิติ Experience (กลยุทธ์การบริโภคประสบการณ์และการมีส่วนร่วม): มิติดังนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมุ่งเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากการเป็นผู้สังเกตการณ์ สู่การเป็นผู้ลงมือทำจริงเพื่อสร้างความทรงจำที่ลึกซึ้ง ประกอบด้วยแนวทางย่อยคือ กิจกรรมเรียนรู้วิถีอาหาร เช่น การจัดเวิร์กช็อปเครื่องต้มไทยสร้างสรรค์ หรือการสาธิตและทดลองทำขนมไทยโบราณร่วมกับคนในชุมชน และการเชื่อมโยงระบบนิเวศชุมชน ผ่านการออกแบบแผนที่เส้นทางเดินเท้าชิมอาหารรอบย่าน ควบคู่กับการพัฒนาบริการกล่องอาหารเข้มารดกวัฒนธรรมที่รวบรวมของดีจากชุมชนมานำเสนอในบรรจุภัณฑ์ที่ร่วมสมัย

ความสำเร็จของการจัดการโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นพบว่า ไม่ได้เกิดจากการเลือกใช้มิติใดมิติหนึ่งอย่างโดดเดี่ยว แต่เกิดจากปฏิสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบของทั้ง 3 มิติ โดยมีเรื่องเล่าเป็นตัวกำหนดทิศทางความคิดและความหมาย มีพื้นที่ทางกายภาพเป็นเวทีในการจัดวางและสร้างบรรยากาศ และมีประสบการณ์เป็นตัวขับเคลื่อนกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันและซาบซึ้งในคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหารของย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกประเด็นการอภิปรายออกตามรายวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อสะท้อนความเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมวิชาการที่มีอยู่จริงในปัจจุบัน ดังนี้

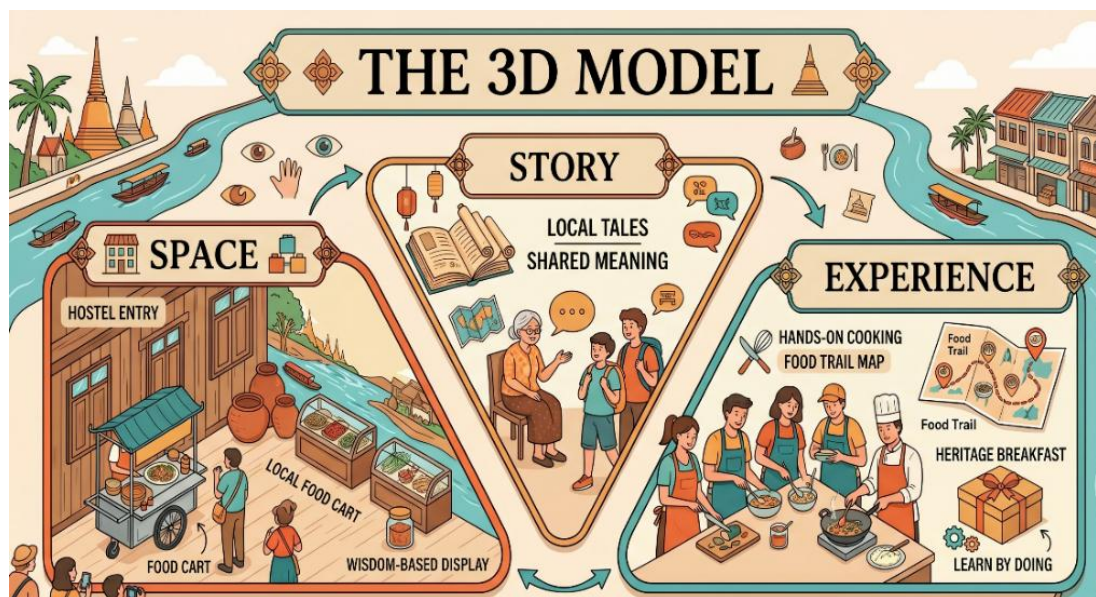
ประเด็นที่ 1 บริบท อัตลักษณ์ และคุณค่าของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นย่านเมืองเก่า ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ชี้ให้เห็นว่า ภูมิปัญญาอาหารในย่านท่าเตียนและถนนพระอาทิตย์มีลักษณะเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตที่ขับเคลื่อนด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตามบริบทเชิงพื้นที่ โดยย่านท่าเตียนโดดเด่นด้านอาหารไทยประณีต ส่วนย่านถนนพระอาทิตย์โดดเด่นด้วยวิถีพหุวัฒนธรรมและอาหารริมทาง ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้อง กับเอกสารวิชาการเรื่อง อาหารไทย: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2561) และ สอดคล้อง กับข้อค้นพบในรายงานการวิจัยของ พรณี สวนเพลง (2561) ที่ระบุว่า อัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นในเขตเมืองเก่ามีศักยภาพสูงในการแปรเปลี่ยนเป็นเส้นทางการเรียนรู้ภูมิปัญญาอาหารเพื่อขับเคลื่อนมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่พบว่า เส้นใยของอาหารในพื้นที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการผสมผสานของกลุ่มชาติพันธุ์ในย่านเมืองเก่า ยัง สอดคล้อง กับงานวิจัยของ สรिता พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสา โกเศยะโยธิน (2560) ที่พบว่า วัฒนธรรมอาหารในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางสามารถใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาขับเคลื่อนทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ที่กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากได้เป็นอย่างดี

ประเด็นที่ 2 สภาพการณ์และรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจโฮสเทล ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการของโฮสเทลต้นแบบทั้ง 4 แห่งที่แปรเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ให้กลายเป็นมูลค่าทางธุรกิจผ่านกลยุทธ์พื้นที่ การเล่าเรื่อง และการสร้างพันธมิตรกับชุมชน พบว่า สอดคล้อง กับทฤษฎีเศรษฐกิจประสบการณ์ของ Pine & Gilmore (2011) และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2562) ที่ระบุว่า มูลค่าทางธุรกิจบริการในยุคใหม่เกิดจากการสร้างความประทับใจผ่านเหตุการณ์และการจัดกิจกรรมที่น่าจดจำ การที่โฮสเทลทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มในการเชื่อมต่อทางสังคมและการกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน ยัง สอดคล้อง กับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ปรากฏในงานวิจัยของ นภชนก ตลับเงิน (2023) ที่ระบุว่า การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนและการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเดิมมาจัดระเบียบคุณค่าใหม่ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในส่วนของ มวยไทย โฮสเทล และข้าวสาร อาร์ต โฮเทล ที่มีการนำเครื่องเดิมสร้างสรรค์และการทำแผนที่เดินเท้าชิมอาหารมาใช้เป็นเครื่องมือสื่อความหมาย มีความ แตกต่างและเป็นข้อค้นพบเพิ่มเติม จากงานวิจัยของ ภูริ ชุนห์ขจร และคณะ (2025) ที่ระบุว่า ปัจจัยความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมักผูกติดอยู่กับตัวสินค้าอาหารหรือตัวร้านค้าโดยตรง ทว่างานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่า ตัวกลางทางวัฒนธรรม เช่น พนักงานและพื้นที่ส่วนกลางของโฮสเทล เป็นพื้นที่สำคัญที่ทำหน้าที่คัดสรรและส่งต่อประสบการณ์ความแท้จริงให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีพลวัต

ประเด็นที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาอาหาร (โมเดล 3 มิติ) ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ที่ได้สังเคราะห์ออกมาเป็นแบบจำลองเชิงโครงสร้างกลยุทธ์ โมเดลการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 3 มิติ (THE 3D MODEL: Space - Story - Experience) พบว่า สอดคล้อง กับกรอบทฤษฎีการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับสากลของ Richards (2020) ที่ เสนอว่า ปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ไปสู่ภาคการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ต้อง ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักที่เป็นเนื้อเดียวกัน คือ การสร้างพื้นที่ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (Space) การสกัดความหมายเชิงลึกผ่านการเล่าเรื่อง (Story) และการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคลงมือปฏิบัติจริง นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาบริการอัตลักษณ์สร้างสรรค์ เช่น กล่องอาหารเข้ามรดกวัฒนธรรม เพื่อดึงวัตถุดิบสดจาก ชุมชนและการฝึกอบรมพนักงานให้เป็นทูตวัฒนธรรม ยัง สอดคล้อง กับกรอบแนวทางปฏิบัติใน แผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2566) ในมิติการ ยกระดับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ บนฐานทุนทางปัญญาไทยเพื่อส่งมอบประสบการณ์ อันทรงคุณค่าและสร้างความสามารถในการแข่งขันระดับสากล

องค์ความรู้ใหม่

จากการประมวลผลและสังเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ตลอดกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยได้ค้นพบองค์ ความรู้ใหม่ในการจัดการธุรกิจที่พักทางเลือกในเขตเมืองเก่า ซึ่งสรุปและนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดเชิงภาพฉาย ในชื่อ THE 3D MODEL โมเดลดังกล่าวแสดงถึงระบบนิเวศการจัดการที่ไม่ได้แยกมิติการดำเนินงานออกจาก กัน แต่เป็นการบูรณาการองค์ประกอบ 3 ด้านอย่างเป็นพลวัต โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาและบริบทชุมชนย่าน เมืองเก่าเป็นฐานรองรับความยั่งยืน ซึ่งสามารถอธิบายกลไกและองค์ประกอบสำคัญตามที่ปรากฏในภาพ ได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 THE 3D MODEL

มิติ SPACE การแปลงทุนวัฒนธรรมสู่ความสามารถในการมองเห็น ซึ่งทำหน้าที่เป็นด่านแรกในการต้อนรับและปฏิสัมพันธ์เชิงกายภาพกับผู้มาเยือน โดยแบบจำลองระบุแนวทางปฏิบัติสำคัญเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ส่วนต้อนรับ (การออกแบบพื้นที่ต้อนรับส่วนหน้าให้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่เปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรม) รถเข็นอาหาร (การจำลององค์ประกอบของรถเข็นขายอาหารริมทางดั้งเดิมมาจัดวางในพื้นที่ส่วนกลางเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์และสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ของสตรีทฟู้ด) และ การจัดแสดงบนฐานภูมิปัญญา (การจัดวางตู้กระจกหรือมูนีทรสการที่รวบรวมเครื่องครัวโบราณ วัตถุดิบท้องถิ่นแห้ง หรือตำรับอาหารดั้งเดิม เพื่อเปลี่ยนพื้นที่ว่างให้กลายเป็นพื้นที่เรียนรู้ทางสายตา ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมอาหารกลายเป็นสิ่งที่สัมผัสและมองเห็นได้ชัดเจน)

มิติ STORY แกนกลางในการสร้างคุณค่าและความหมายร่วม ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างมิติพื้นที่กายภาพและมิติการลงมือทำ โดยกลไกหลักในมิตินี้เน้นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการถอดบทเรียนผ่าน เรื่องเล่าท้องถิ่นและความหมายร่วม (การเปลี่ยนประวัติศาสตร์ชุมชนดั้งเดิม ตำรับอาหารจากปราชญ์ชาวบ้าน หรือวิถีชีวิตของชาติพันธุ์ในย่านให้กลายเป็นเรื่องเล่า โดยในภาพสะท้อนผ่านไอคอนหนังสือโบราณ แผนที่ และภาพจำลองปราชญ์ชุมชนผู้สูงอายุที่กำลังบอกเล่าเรื่องราวให้แก่เด็กท่องเที่ยวรุ่นใหม่) และ ตัวกลางทางวัฒนธรรม (การเปลี่ยนบทบาทพนักงานให้เป็นผู้ส่งมอบความหมายและคุณค่าร่วม ทำหน้าที่คัดสรรและแปลความหมายจากทุนวัฒนธรรมที่ซับซ้อนให้กลายเป็นเนื้อหาที่สร้างความซาบซึ้งใจและเข้าใจง่ายสำหรับผู้พำนั)

มิติ EXPERIENCE การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการลงมือทำร่วมกันซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐกิจประสบการณ์ โดยเปลี่ยนนักท่องเที่ยวจากผู้รับบริการที่เฉื่อยชาให้เป็นผู้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์ประสบการณ์ผ่านกลยุทธ์ 3 ประการ ได้แก่ การทำอาหารแบบลงมือปฏิบัติ (การเปิดพื้นที่เวิร์กช็อปภายในที่พักให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเครื่องปรุงและลงมือทำอาหารหรือเครื่องดื่มดั้งเดิมจริง สอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้จากการปฏิบัติ) แผนที่เส้นทางอาหาร (การส่งมอบแผนที่เส้นทางเดินเท้าชิมอาหารรอบย่านเพื่อชี้แนะและเชื่อมต่อพิกัดร้านอาหารระดับตำนานของชุมชน นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสำรวจที่มีความหมาย) และ อาหารเข้มรดกวัฒนธรรม (การเสิร์ฟชุดอาหารเข้อัตลักษณ์สร้างสรรค์ที่คัดสรรและจัดสรรรายได้กลับคืนสู่ผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนโดยตรง)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดการธุรกิจโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยา ชี้ให้เห็นว่าภูมิปัญญาอาหารในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตโดยย่านทำเตียนโดดเด่นด้วยอาหารไทยประณีตตำรับชาววังที่ปรับตัวสู่คาเฟ่ริมน้ำร่วมสมัย สะท้อนสุนทรียภาพและความทรงจำ ขณะที่ย่านถนนพระอาทิตย์โดดเด่นด้วยสตรีทฟู้ดมุสลิมดั้งเดิมและอาหารฟิวชันนานาชาติ สะท้อนคุณค่าพหุวัฒนธรรมและเป็นพื้นที่ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่จริงแท้ ส่งผลให้ธุรกิจโฮสเทลกรณีศึกษายกระดับบทบาทจากการเป็นเพียงผู้ให้บริการที่พัก สู่การทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางวัฒนธรรม ผ่านรูปแบบการจัดการที่หลากหลาย ได้แก่ การอนุรักษ์สถาปัตยกรรมผานนิทรรศการภูมิปัญญาทางสายตา การสื่อสารแบ

รนต์ด้วยแนวคิดวิถีตลาดเก่าผสานบริการกล่องอาหารเข้ามรดกวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมไลฟ์สไตล์เชื่อมโยงแผนที่เส้นทางสตรีทฟู้ด และการเปิดพื้นที่ศิลปะผสานกิจกรรมเวิร์กช็อปเครื่องดื่มสมุนไพรไทยร่วมสมัย ข้อค้นพบเชิงประจักษ์เหล่านี้ถูกสังเคราะห์เป็น "โมเดลการจัดการเชิงสร้างสรรค์ 3 มิติ" ซึ่งเป็นกรอบแนวทางกลยุทธ์ที่บูรณาการการออกแบบพื้นที่ทางกายภาพ การสกัดเรื่องเล่าประวัติศาสตร์ท้องถิ่นร่วมกับปราชญ์ชุมชน และการสร้างประสบการณ์มีส่วนร่วมแบบลงมือทำที่กระจายรายได้กลับคืนสู่ท้องถิ่น ช่วยให้ผู้ประกอบการโฮสเทลสามารถแปรเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมอาหารเป็นมูลค่าทางธุรกิจที่โดดเด่น ควบคู่กับการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาชุมชนย่านเมืองเก่าริมแม่น้ำเจ้าพระยาได้อย่างสมเหตุสมผลและยั่งยืน

1. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ

1) ผู้ประกอบการโฮสเทลไม่ควรมองข้ามการจัดการความรู้ในท้องถิ่น โดยควรเปลี่ยนจากการแนะนำร้านอาหารตามคำบอกเล่าทั่วไป มาเป็นการจัดทำระบบฐานข้อมูลร้านอาหารดั้งเดิม ประวัติของเมนู และภูมิปัญญาวัตถุดิบรอบที่พักอย่างเป็นระบบ จากนั้นจัดทำเป็นเครื่องมือสื่อสาร เช่น แผนที่ดิจิทัล แผ่นพับ และแอปพลิเคชัน เพื่อส่งมอบประสบการณ์แบบคัดสรรพิเศษ ซึ่งจะช่วยคัดกรองข้อมูลที่มีคุณค่าและตรงใจนักท่องเที่ยว

2) ธุรกิจโฮสเทลควรปรับเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการจัดหลักสูตรฝึกอบรมพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานส่วนหน้าและพนักงานต้อนรับ ให้มีความรู้เชิงลึกด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่น บริบททางวัฒนธรรม และอัตลักษณ์อาหารของย่านท่าเตียนและถนนพระอาทิตย์ เพื่อยกระดับบทบาทพนักงานจากผู้ให้บริการขั้นพื้นฐานสู่การเป็นทูตวัฒนธรรมที่มีความสามารถในการเล่าเรื่องราว สื่อความหมาย และกระตุ้นความซาบซึ้งใจให้นักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

3) ผู้ประกอบการควรหลีกเลี่ยงการจัดบริการอาหารเข้าแบบตะวันตกทั่วไป แล้วหันมาพัฒนาบริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น บริการกล่องอาหารเข้ามรดกวัฒนธรรม โดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับชุมชน ด้วยการเข้าคัดสรรเมนูอาหารเข้าและขนมไทยโบราณที่ขึ้นชื่อจากร้านดั้งเดิมในย่าน นำมาปรับรูปแบบการนำเสนอและการจัดลงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแต่มีความร่วมสมัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจและส่งมอบประสบการณ์ที่จริงแท้

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร ควรบูรณาการความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการสร้างแบรนด์ย่านบนฐานทุนวัฒนธรรมที่ชัดเจน โดยกำหนดหมุดหมายทางยุทธศาสตร์ เช่น ย่านท่าเตียนคืออาหารไทยประณีตและมรดกวัฒนธรรมที่มีชีวิต และย่านถนนพระอาทิตย์คือพหุวัฒนธรรมและสตรีทฟู้ดสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นจุดขายหลักในการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวระดับนานาชาติ และสนับสนุนให้โฮสเทลในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นฟันเฟืองหลักในการส่งต่อแบรนด์ย่านนี้ไปสู่ผู้เดินทางทั่วโลก

2) หน่วยงานส่วนท้องถิ่นและสำนักงานเขตพื้นที่ควรเร่งปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเน้นการปรับปรุงทางเท้าและการจัดทำระบบป้ายสื่อความหมายและนำทางสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงระหว่างพิกัดที่ตั้งของธุรกิจโฮสเทลกับแหล่งภูมิปัญญาอาหารหรือร้านค้าโบราณในชุมชน โดยป้ายสื่อความหมายควรระบุข้อมูลสองภาษาและมีเทคโนโลยีรหัสคิวอาร์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินเท้าท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการเดินทาง และช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์อาหารได้อย่างสะดวกและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นกับธุรกิจที่พักประเภทอื่น เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการที่เหมาะสมในแต่ละบริบท

2) ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์อาหารท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของโฮสเทลให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3) ควรทดลองใช้รูปแบบการจัดการโฮสเทลเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จริง และประเมินผลด้านเศรษฐกิจ สังคม และการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2565). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2561). *อาหารไทย: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ*. กระทรวงวัฒนธรรม.
- นภชนก ตลับเงิน. (2023). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน*, 5(2), 136–148.
- พรณี สอนเพลง. (2561). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) [รายงานการวิจัย]. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ภูริ ชุณหะวัณ, พงศ์สุระ ธีญญเจริญกุล, ธีรพัทธ์ ชมชื่นจิตต์สิน, นิลุบล ประเคนภักตรา และปณณช ลิพหะสุวรรณ. (2025). การส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดนนทบุรี. *วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*, 7(1), 88–99.
- สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร, และ มาริสา โกเศศโยธิน. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(3), 190–198.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2562). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. อพท.

- Creative Economy Agency. (n.d.). *Charoenkrung*. Creative City Development.
<https://creativecity.cea.or.th/th/districts/charoenkrung/about>
- Creative Economy Agency. (2022). *Made in Charoenkrung ปีที่ 1*. Creative City Development.
<https://creativecity.cea.or.th/th/district-projects/made-in-charoenkrung-year-1>
- Creative Economy Agency. (2025). *Eat-Along: อีท - อะ - ลอ ง*. Creative City Development.
<https://creativecity.cea.or.th/th/district-projects/eat-along>
- Creative Economy Agency. (2025). *Thailand's creative industries movement report 2024–2025*.
<https://www.cea.or.th/en/single-industries/Thailand-Creative-Industries-Movement-Report-2024-2025>
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237–255.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Review Press.
- Richards, G. (2020). Designing creative tourism experiences: Space, story, and experience. *Annals of Tourism Research*, 85, 103–118.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
<https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Tourism Authority of Thailand. (2026). Thailand tourism update at TTM+ 2026 reinforces quality-led growth direction. TAT Newsroom.
- Verissimo, M., & Costa, C. (2018). Do hostels play a role in pleasing Millennial travellers? The Portuguese case. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 57–68.
<https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0054>
- World Tourism Organization. (2016). *Presentation of the 2nd UNWTO Global Conference on Gastronomy Tourism*. UN Tourism.