

บทที่ 5

เอกลักษณ์ชุมชนและความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว

5.1 เอกลักษณ์ชุมชนสัมพันธ์วงศ์

สัมพันธ์วงศ์เป็นเขตที่มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่สุดเขตหนึ่งของกรุงเทพมหานคร จากบทที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่มีสาเหตุมาจากลักษณะเฉพาะดังกล่าว และจากการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ชุมชนในบทที่ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบของเมืองที่ทำให้เกิดเอกลักษณ์ ทำให้สามารถแบ่งเอกลักษณ์ของเมืองเพื่อทำการวิเคราะห์เป็นประเภทใหญ่ๆ 3 ประเภท คือ เอกลักษณ์ทางด้านกายภาพ เอกลักษณ์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และเอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยจากการสำรวจโดยผู้วิจัยเอง และจากการใช้แบบสอบถาม ได้ผลการศึกษาว่า เอกลักษณ์ชุมชนของเขตสัมพันธ์วงศ์มีดังนี้

5.1.1 เอกลักษณ์ทางด้านกายภาพ

จัดว่าเป็นปัจจัยที่รองรับกิจกรรมในการดำรงชีวิตของพลเมือง และเป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดในพื้นที่ สามารถสังเกตเห็นได้ตั้งแต่เข้ามาในพื้นที่ ซึ่งลักษณะเฉพาะทางกายภาพของแต่ละพื้นที่จะแตกต่างกันไป โดยเอกลักษณ์ทางด้านกายภาพของเขตสัมพันธ์วงศ์นั้น มีดังนี้

1. ลักษณะอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

เขตสัมพันธ์วงศ์เป็นเขตชุมชนชาวจีนโบราณ ที่มีการอพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในเมืองไทยมาเป็นเวลานานแล้ว แต่เดิมนั้นพื้นที่เขตสัมพันธ์วงศ์สามารถเดินทางเข้ามาได้ทั้งทางบกและทางน้ำ จึงทำให้เกิดการติดต่อซื้อขายกันจนเป็นย่านการค้าหลักในสมัยนั้น สิ่งที่ทำให้สัมพันธ์วงศ์ ซึ่งประกอบไปด้วย ย่านเยาวราช ย่านลำเพ็ญ ย่านคลองถม ฯลฯ เป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งการค้าขนาดใหญ่ของประเทศไทย สิ่งหนึ่งที่เป็นตัวแบ่งแยกให้เห็นความแตกต่างจากย่านอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด คือ ลักษณะทางกายภาพของย่านสัมพันธ์วงศ์ โดยเฉพาะอาคารและสิ่งก่อสร้างของเขตสัมพันธ์วงศ์มีความโดดเด่น แตกต่างจากย่านอื่นๆ ของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นแหล่งที่คนจีนอาศัยอยู่มากที่สุด จึงทำให้รูปแบบสถาปัตยกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์ของย่าน

รูปแบบสถาปัตยกรรมของสัมพันธ์วงศ์ มีลักษณะเป็นอาคารตึกแถว ที่มีความสูงตั้งแต่ 2 ชั้นขึ้นไป เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้เป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ (CBD) การใช้ที่ดินจึงจำเป็นต้อง

ใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด ประชาชนในเขตสัมพันธวงศ์จึงนิยมที่จะปลูกสร้างอาคารสูงเพื่อที่จะได้มีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น ทั้งการค้าขายและพักอาศัย หรือทั้งสองประเภท

อาคารส่วนใหญ่มีสภาพปานกลางถึงดี เนื่องจากอาคารเพื่อการค้าส่วนใหญ่ มักจะมีการซ่อมแซมบูรณะ ให้มีสภาพดีอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ แต่ยังคงมีอาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เหลืออยู่อีกจำนวนมาก แบ่งออกเป็น อาคารปลูกสร้างทางด้านศาสนา อาคารปลูกสร้างทางสาธารณะ และอาคารปลูกสร้างของเอกชน

ก. อาคารปลูกสร้างทางศาสนา

ภายในเขตสัมพันธวงศ์ประกอบไปด้วยอาคารที่มีคุณค่าทางศาสนา แบ่งออกเป็น วัดไทยจำนวน 12 วัด ศาลเจ้าจีน 22 แห่ง โบสถ์ 1 แห่ง และมัสยิด 1 แห่ง ดังนี้

- วัดไทยนิกายธรรมยุต 2 วัด ได้แก่ วัดกันมาตุยาราม และวัดสัมพันธวงศ์
- วัดไทยนิกายมหานิกาย 5 วัด ได้แก่ วัดจักรวรรดิราชาวาส วัดชัยชนะสงคราม หรือวัดตึก วัดไตรมิตรวิทยาราม วัดบพิตรพิมุข และวัดปฐมคงคา
- วัดไทยนิกายอมัณนิกาย 5 วัด ได้แก่ วัดกุศลสมาคร วัดชัยภูมิการาม วัดมงคลสมาคม วัดโลกานุเคราะห์ และวัดอุภัยราชบำรุง
- ศาลเจ้าจีน 22 แห่ง ได้แก่ ศาลเจ้าเล่งบ๊วยเอี้ย ศาลเจ้าแม่ประตู ศาลเจ้ากวนอู ฯลฯ
- โบสถ์ 1 แห่ง ได้แก่ โบสถ์กัลหาวร์
- มัสยิด 1 แห่ง ได้แก่ มัสยิดยิมิตุลอิสลาม หรือ หลวงโกษาอิศหาก



ภาพที่ 5-1 ศาลเจ้าจีนในเขตสัมพันธวงศ์

ข. อาคารปลูกสร้างสาธารณะ

อาคารสาธารณะ ส่วนใหญ่จะเป็นอาคารประเภทโรงเรียน ที่จัดว่าเก่าแก่และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ได้แก่

- โรงเรียนวัดไตรมิตร

- โรงเรียนวัดสัมพันธวงศ์
- โรงเรียนวัดบพิตรพิมุข
- โรงเรียนวัดชัยชนะสงคราม
- โรงเรียนวัดปทุมคงคา
- โรงเรียนผยอชิง

นอกจากนี้ ยังมีอาคารโรงพยาบาลที่มีความเก่าแก่ มีคุณค่าแก่การอนุรักษ์อย่าง
โรงพยาบาลเทียนฟ้ามูลนิธิ ซึ่งเป็นศูนย์สาธารณสุขของรัฐเพียงแห่งเดียวในพื้นที่เขตนี้



ภาพที่ 5-2 โรงเรียนผยอชิง

ค. อาคารปลูกสร้างของเอกชน

เป็นอาคารส่วนใหญ่ทั่วไป ที่ตั้งกระจายอยู่ภายในพื้นที่ มีคุณค่าและเอกลักษณ์
แตกต่างจากเขตอื่นๆ คือ มีลักษณะสถาปัตยกรรมแบบจีน โดยส่วนใหญ่จะเป็นตึกแถวสองชั้น ไม้
ผสมปูน เนื่องจากสมัยก่อนนั้นจะเป็นตึกแถวไม้ทั้งหมด ต่อมาภายหลังจึงมีการซ่อมแซมบูรณะให้
แข็งแรงขึ้น



ภาพที่ 5-3 อาคารเอกชนต่างๆในเขตสัมพันธวงศ์

2. ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของเมือง

ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นทางกายภาพ (Physical Appearance) ของสัมพันธวงศ์ เป็นสภาพของชุมชนเมืองเก่า มีแนวแม่น้ำเจ้าพระยาขนานทางด้านทิศใต้ และอีกสามด้านจรดกับเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตพระนคร และเขตบางรัก สัมพันธวงศ์มีความหนาแน่นของอาคารมาก ไม่ค่อยมีที่เว้นว่างเนื่องจากเป็นเขตย่านการค้า ดังนั้นการจราจรจะติดขัดเหมือนเช่นย่านการค้าอื่นๆ ทั่วไป การเข้ามาสู่เขตสัมพันธวงศ์โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยบก หรือ ทางรถยนต์ ในขณะที่การเดินทางทางน้ำจะสามารถเข้ามาได้ทางแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นทางเลือกทางหนึ่งในเวลาที่การจราจรทางบกติดขัด

สัมพันธวงศ์มีเอกลักษณ์ คือเป็น "ไชน่าทาวน์ของเมืองไทย" สภาพแวดล้อมมีบรรยากาศแบบจีนเหมือนไชน่าทาวน์ของประเทศต่างๆ แต่สัมพันธวงศ์จัดว่าเป็นไชน่าทาวน์ที่มีความแตกต่างจากที่อื่นทางด้านขนาด (Size) กล่าวคือ เป็นไชน่าทาวน์ที่มีขนาดใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่กว้าง โดยเฉพาะย่านเยาวราชที่มีจุดหมายตา (Landmark) คือ ป้ายโฆษณาร้านค้าริมสองฝั่งทางมีลักษณะเป็นป้ายไฟ โดยเฉพาะเวลากลางคืนจะเห็นได้เด่นชัด เป็นลักษณะเด่นของย่าน เมื่อพบเห็นจะทราบได้ทันทีว่าเป็นที่ใด

และหากพิจารณาลักษณะของตัวย่านจะพบว่า สัมพันธวงศ์เป็นย่านที่วางตัวเป็นแนวยาว และเชื่อมถึงกันได้กับย่านการค้าทั้งหลาย ทำให้เดินเที่ยวได้ง่ายและสะดวก ไม่วุ่นวาย สร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้อย่างมาก



ภาพที่ 5-4 ป้ายสองฝั่งทางถนนเยาวราช

3. การเข้าถึงพื้นที่

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สาเหตุหนึ่งที่ชาวจีนโพ้นทะเลเลือกที่จะตั้งถิ่นฐานภายในเขตสัมพันธวงศ์นี้ เพราะว่าเขตสัมพันธวงศ์เป็นเขตที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งจากทางน้ำและทางบก โดยเส้นทางทางน้ำนั้น สามารถเข้าถึงได้ด้วยการโดยสารเรือมาทางแม่น้ำเจ้าพระยา เทียบที่ท่าเทียบเรือราชวงศ์ ในขณะที่การขนถ่ายสินค้าทางน้ำนั้นสัมพันธวงศ์ยังมีท่าเทียบเรืออีก 6 แห่งที่ใช้ในการขนถ่ายสินค้าโดยเฉพาะ ส่วนการเดินทางทางบกสัมพันธวงศ์เป็นย่านที่เข้าถึงได้ด้วยถนนสายสำคัญหลายสาย โดยเฉพาะ 5 สายสำคัญ ได้แก่ ถนนเยาวราช ถนนเจริญกรุง ถนนจักรวรรดิ ถนนราชวงศ์ และถนนทรงวาด รวมทั้งตั้งอยู่ในเขตเมืองที่เข้าถึงได้ง่าย ดังนั้นสัมพันธวงศ์จึงเป็นย่านที่เข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ภายในพื้นที่ยังมีถนนสายรอง ตรอกซอย และเส้นทางเดินเท้าอีกมากมาย สำหรับนักท่องเที่ยวที่จะใช้เดินภายในพื้นที่ เพื่อไปสู่ย่านต่างๆของเขตสัมพันธวงศ์ได้อย่างสะดวก เขตสัมพันธวงศ์จึงเป็นเขตที่มีคนนิยมเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากในแต่ละวันอันเนื่องมาจากความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่นั่นเอง

สรุปได้ว่า องค์ประกอบต่างๆของเมือง เช่น ลักษณะอาคารและปลูกสร้าง ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของเมือง และการเข้าถึงพื้นที่ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดเอกลักษณ์ของเมืองขึ้น ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าว นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ตั้งแต่เข้ามาในพื้นที่ และเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นต่อไป

5.1.2 เอกลักษณ์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

เขตสัมพันธวงศ์เป็นเขตย่านการค้าที่มีชื่อเสียง และมีความสำคัญสำหรับเศรษฐกิจของประเทศมาตลอดตั้งแต่ในอดีต ซึ่งเอกลักษณ์ทางด้านเศรษฐกิจของเขตสัมพันธวงศ์ มีดังนี้

1. กิจกรรมการค้า

กิจกรรมหลักของสัมพันธวงศ์ คือ กิจกรรมทางด้านการค้า เนื่องจากสัมพันธวงศ์ประกอบไปด้วยย่านการค้าต่างๆที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น ย่านเยาวราช ย่านสำเพ็ง ย่านคลองถม ย่านสะพานหัน ฯลฯ และจากกิจกรรมการค้าที่เกิดขึ้นนี้ ได้เป็นตัวกำหนดเศรษฐกิจของเขตทั้งหมด กล่าวคือ สัมพันธวงศ์เป็นพื้นที่ศูนย์กลางที่รวมย่านการค้าสำคัญไว้มากที่สุด ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้แสดงออกมาซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของย่าน

ภายในแต่ละย่านจะมีกิจกรรมการค้ากระจุกตัวอยู่จำนวนมาก และสินค้าของแต่ละย่านจะมีลักษณะแตกต่างกันไป เช่น ย่านเยาวราชมีการค้าทองคำรูปพรรณ ย่านค้าอาหารที่มีชื่อเสียง ย่านสำเพ็งมีสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอุปกรณ์ตัดเย็บ ย่านคลองถมเป็นแหล่งค้าสินค้ามือสองราคาถูก อะไหล่และอุปกรณ์ไฟฟ้า ย่านเซียงกงเป็นย่านขายอะไหล่ เครื่องจักร และวัสดุ

อุปกรณ์ทางการช่างต่างๆ ย่านทรงวาดจะเป็นย่านโกดังสินค้า และค้าส่งสินค้าทางการเกษตร และย่านสะพานหันจะเป็นย่านที่ขายสินค้าพวกกีฬาที่ซื้อไปเป็นส่วนใหญ่ ย่านสี่แยกวัดตึกเป็นย่านขายสินค้าก่อสร้าง และย่านเวียงนครเกษมเป็นย่านขายเฟอร์นิเจอร์และเครื่องประดับของตกแต่ง เป็นต้น

จะเห็นว่าเมื่อเข้ามาในเขตสัมพันธวงศ์ จะมีย่านต่างๆ ที่มีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อได้ตามความพอใจ ผู้ซื้อจะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตรงกับความต้องการ สามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาสินค้าได้ก่อนที่จะตกลงซื้อขาย ทำให้ระบบการซื้อขายเป็นไปอย่างคล่องตัว ย่านการค้าต่างๆ ของเขตสัมพันธวงศ์ จึงเป็นย่านที่สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านการค้าให้กับบุคคลต่างๆ ได้ทุกเพศทุกวัย และทุกกลุ่มเป้าหมาย กล่าวได้ว่า กิจกรรมการค้าของย่านเป็นสิ่งที่สร้างเอกลักษณ์และบทบาทที่สำคัญให้กับเขตสัมพันธวงศ์ได้ตลอดมา

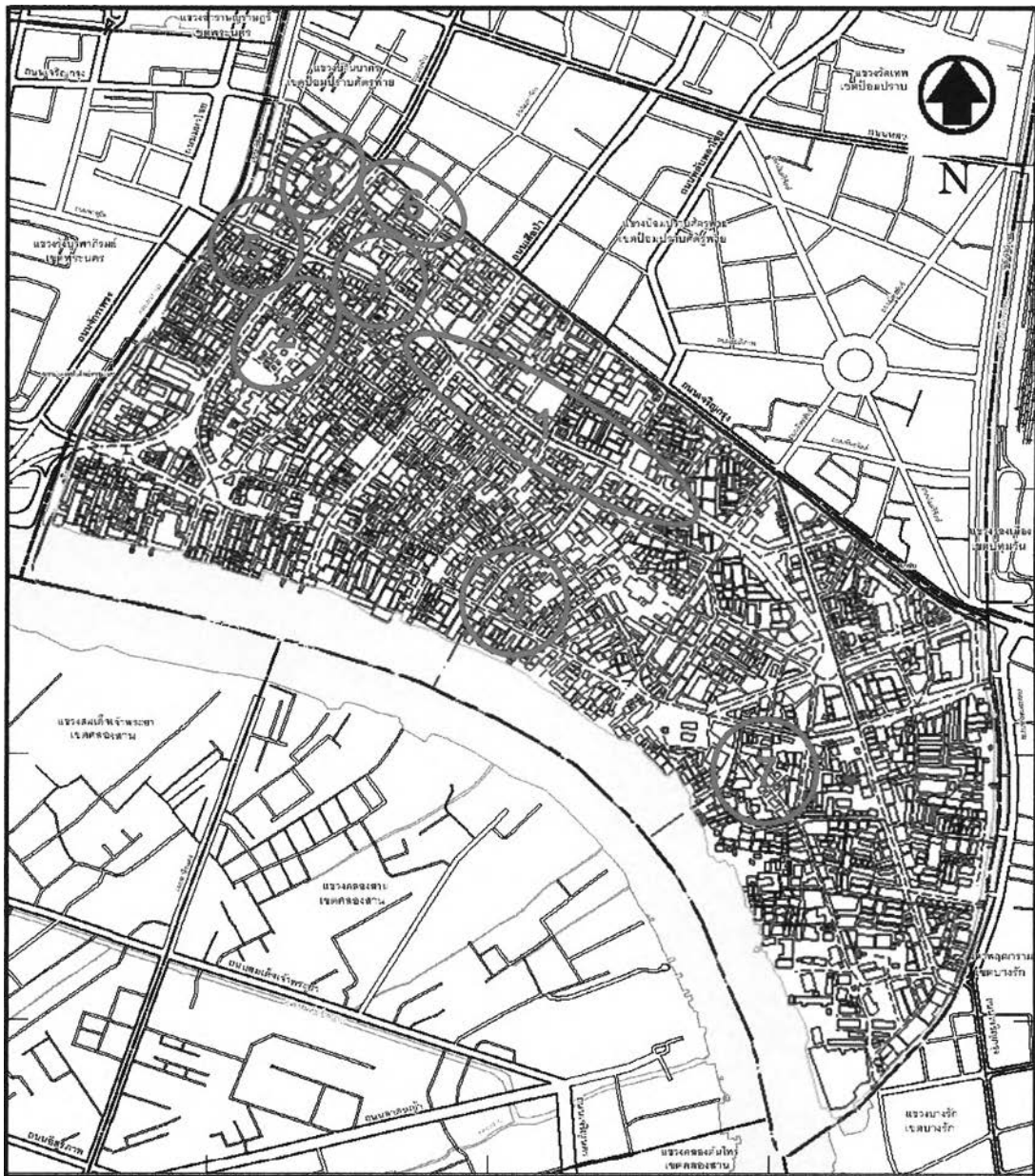


ภาพที่ 5-5 ย่านการค้าเวียงนครเกษม





ภาพที่ 5-6 ย่านการค้าเซียงกง

ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร



แผนที่ที่ 5-1 แสดงย่านการค้าที่สำคัญของเขตสัมพันธวงศ์

<p>หมายเลข</p> <table border="0"> <tr> <td>1. ย่านเยาวราช</td> <td>5. ย่านสะพานหัน</td> </tr> <tr> <td>2. ย่านสำเพ็ง</td> <td>6. ย่านเจ็ญนครเขษม</td> </tr> <tr> <td>3. ย่านทรงวาด</td> <td>7. ย่านเชียงกง</td> </tr> <tr> <td>4. ย่านคลองถม</td> <td>8. ย่านสี่แยกวัดตึก</td> </tr> </table>	1. ย่านเยาวราช	5. ย่านสะพานหัน	2. ย่านสำเพ็ง	6. ย่านเจ็ญนครเขษม	3. ย่านทรงวาด	7. ย่านเชียงกง	4. ย่านคลองถม	8. ย่านสี่แยกวัดตึก	<p>นายวรชัย ไรจนพรทิพย์ ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p>ที่มา : จากการสำรวจ</p>
1. ย่านเยาวราช	5. ย่านสะพานหัน								
2. ย่านสำเพ็ง	6. ย่านเจ็ญนครเขษม								
3. ย่านทรงวาด	7. ย่านเชียงกง								
4. ย่านคลองถม	8. ย่านสี่แยกวัดตึก								

2. รูปแบบการค้า

นอกจากกิจกรรมการค้าแล้ว รูปแบบการค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของส้มพันธุ์มาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะรูปแบบการค้าส่งซึ่งเป็นรูปแบบการค้าหลักที่ดึงดูดให้คนเข้ามาเที่ยวที่ยานเป็นจำนวนมาก จนกล่าวได้ว่า เขตส้มพันธุ์เป็นแหล่งการค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ดังนั้น สินค้าต่างๆ ในส้มพันธุ์จึงมีเป็นจำนวนมากและราคาถูก

ลักษณะการค้าส่งของส้มพันธุ์นั้น มีทั้งที่เป็นร้านค้าในตัวอาคารหรือห้องแถว และที่เป็นพวกหาบเร่แผงลอย แต่ที่ถือว่าโดดเด่นที่สุดนั้น คือ ร้านค้าจำพวกหาบเร่และแผงลอยต่างๆ โดยเฉพาะย่านคลองถม สำเพ็ง เยาวราช ร้านแผงลอยมีจำนวนมาก เนื่องจากเป็นย่านการค้าที่ราคาที่ดินค่อนข้างสูง การใช้พื้นที่ทำกิจกรรมการค้าต่างๆ จำเป็นต้องใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด โดยแผงลอยทั้งที่เป็นรถเข็น แบบตั้งโต๊ะ จะเห็นได้ตามทางเดินเท้าทั้งสองฝั่งของถนนต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุด และเทศกาลต่างๆ ประชากรทั้งนอกและในพื้นที่จะมาเดินเลือกชมสินค้าต่างๆ ได้โดยตรง เข้าถึงได้ง่าย ทำให้ผู้ซื้อมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ส้มพันธุ์จึงเป็นย่านที่คนนิยมเข้ามาซื้อสินค้า โดยเฉพาะผู้ค้าปลีกที่เป็นพ่อค้าคนกลางที่นำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง ซึ่งลักษณะรูปแบบการค้าและพฤติกรรมผู้ซื้อเช่นนี้ เป็นสิ่งที่สร้างเอกลักษณ์ให้แก่ย่านการค้าส้มพันธุ์มาโดยตลอด



ภาพที่ 5-7 การค้าส่งในเขตส้มพันธุ์

ในด้านกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทั้งกิจกรรมทางการค้าต่างๆ และรูปแบบการค้าส่ง ล้วนแต่เป็นจุดเด่นของย่านการค้าต่างๆ ของส้มพันธุ์มาโดยตลอด และเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่

5.1.3 เอกลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม

เขตสัมพันธวงศ์เป็นเขตที่มีจุดเด่นที่สุดทางด้านวัฒนธรรมและด้านสังคม กล่าวคือ เป็นย่านที่อยู่อาศัยของคนจีน ซึ่งคนจีนอุปนิสัย ประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากคนไทย ก่อให้เกิดลักษณะขึ้นในที่สุด เอกลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมของสัมพันธวงศ์ มีดังนี้

1. วิถีชีวิตชาวจีน

สัมพันธวงศ์เป็นเขตที่มีประชากรชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นส่วนใหญ่ เป็นพื้นที่ที่มีวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน จากนิสัยของชาวจีนที่ชอบการค้าขายและมีความขยันขันแข็ง การดำเนินกิจการในย่านนี้ก็ให้ผลกำไรที่ดี ทำให้กิจการการค้าดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และเมื่อประกอบกิจการอยู่ในย่านนี้มาเป็นเวลานานจึงทำให้ชาวจีนกลุ่มนี้มีความผูกพันกับย่านรวมทั้งคนที่อาศัยอยู่ในย่าน ซึ่งมีวัฒนธรรมและเชื้อชาติเดียวกัน ดังนั้น จึงทำให้เกิดความยึดติดกับพื้นที่ซึ่งอาศัยอยู่และผูกพัน กลุ่มชาวจีนนี้รวมถึงวิถีชีวิตของชาวจีน จึงถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของสัมพันธวงศ์ที่มีมาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยโบราณ



ภาพที่ 5-8 ชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตสัมพันธวงศ์

2. ประเพณีและวัฒนธรรม

สัมพันธวงศ์ในปัจจุบันนอกจากชนชาวจีนแล้วยังมีคนไทย และคนต่างด้าวจากแหล่งอื่นที่มาทำงานในพื้นที่ จึงมีความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรมอยู่อย่างมากมาย แบ่งเป็นประเภทได้ทั้งกลุ่มทางเชื้อชาติ ศาสนา และกลุ่มทางด้านการค้า นอกจากนี้ชาวจีนในอดีตได้นำวัฒนธรรมจีนเข้ามาเผยแพร่ในย่านนี้ในหลายด้าน นอกเหนือไปจากการดำรงชีวิตอยู่แบบชาวจีนแล้ว สิ่งที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน คือ การจัดตั้งสมาคมต่างๆ เช่น สมาคมสหพ่อค้าผ้า สมาคมเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานไทย ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของพ่อค้าชาวจีนที่ประกอบธุรกิจ

การค้าทางด้านนี้ การผสมผสานทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีความกลมกลืน และปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยได้อย่างเหมาะสม เป็นเสน่ห์ที่ผู้มาเยือน โดยเฉพาะชาวต่างชาตินิยมเข้ามาสัมผัสเสมอมา



ภาพที่ 5-9 ความหลากหลายทางวัฒนธรรมภายในสัมพันธวงศ์

3. งานเทศกาลต่างๆ

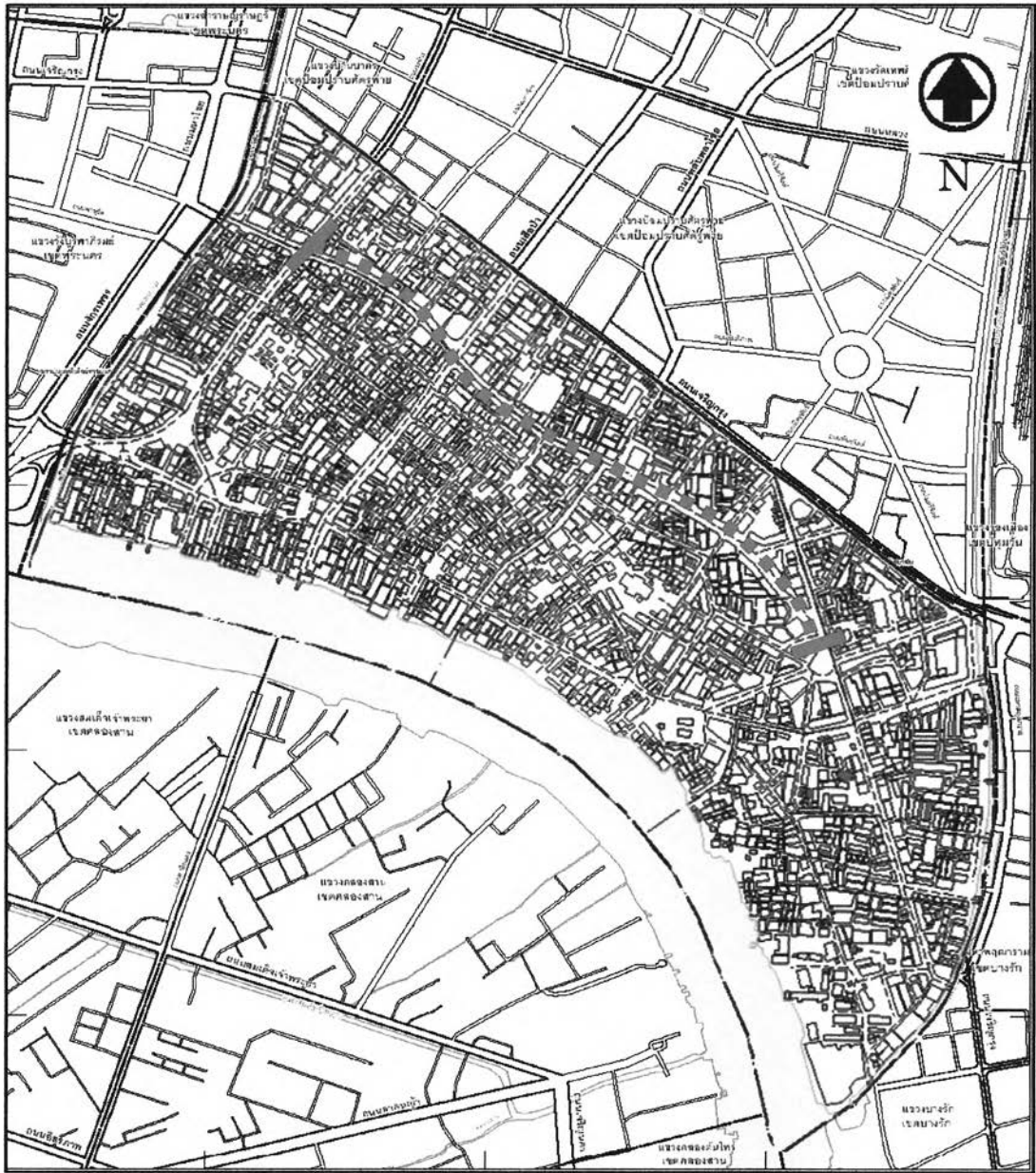
เทศกาลที่สำคัญในเขตสัมพันธวงศ์ ได้แก่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสารทจีน ซึ่งเป็นเทศกาลที่คนจีนทั้งหลายนำเข้ามาปฏิบัติสืบเนื่องกันมา ในช่วงหลังเมื่อถึงช่วงเทศกาล จะมีการจัดงานฉลองขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ และประชาชนจำนวนมากจากทุกสารทิศทั้งในและนอกพื้นที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวชม และสัมผัสบรรยากาศของเทศกาล เช่น การจัดงานเทศกาลตรุษจีนโดยทางกรุงเทพมหานคร มีการนำจุดเด่นของย่านมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การทำกระทงปลาในหม้อขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นการนำเอาอาหารจีนซึ่งเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของย่านเยาวราช ที่ขึ้นชื่อทางด้านย่านการค้าอาหาร มาเป็นจุดดึงดูดให้คนเข้ามาในงาน นอกจากนี้ ในช่วงเวลาเทศกาลชาวไทยเชื้อสายจีนทั้งหลายจะเข้ามาในย่านเยาวราช ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายอาหาร รวมถึงของใช้สำหรับไหว้เจ้าและประกอบพิธีตามความเชื่อของชาวจีน ซึ่งย่านเยาวราชเป็นแหล่งจำหน่ายที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ



ภาพที่ 5-10 เทศกาลตรุษจีนภายในถนนเยาวราช

เอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของสัมพันธวงศ์ ทั้งวิถีชีวิตชาวจีน ประเพณี วัฒนธรรม และงานเทศกาลต่างๆ ล้วนเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้สังคมดำรงอยู่ได้อย่างสงบสุข และเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเช่นเดียวกับเอกลักษณ์ทั้งสองด้านที่กล่าวมาข้างต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร



แผนที่ที่ 5-2 แสดงขอบเขตงานเทศกาลตรุษจีนเยาวราช

สัญลักษณ์



ขอบเขตงานเทศกาล

นายวรชัย ไรจนพรทิพย์

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์



ที่มา : จากการสำรวจ

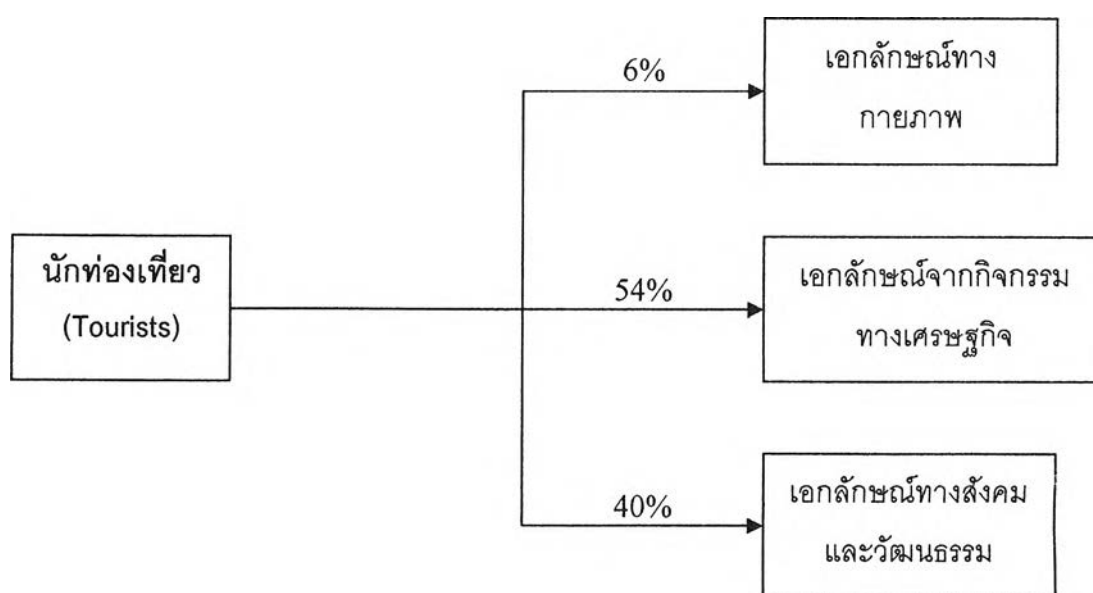
5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากเอกลักษณ์ด้านต่างๆของเขตสัมพันธวงศ์ที่กล่าวมาในหัวข้อข้างต้น เมื่อพิจารณาจากแบบสอบถาม สาเหตุที่นักท่องเที่ยว 100 คน เลือกเข้ามาเที่ยวในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์นั้น แบ่งออกเป็น

- เพราะมีสินค้าให้เลือกซื้อมากมาย (32%)
- มีเอกลักษณ์ชุมชนและวิถีชีวิตที่น่าสนใจ (28%)
- มีสินค้าราคาถูกให้เลือกซื้อ (17%)
- มาไหว้พระ เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (12%)
- มาเที่ยวเป็นประจำ / มาเพราะความเคยชิน (สะดวก) (6%)
- มาชิมอาหารที่มีชื่อเสียง (5%)

ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า สาเหตุให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในสัมพันธวงศ์สามารถแบ่งออกเป็นสัดส่วนตามเอกลักษณ์ด้านต่างๆ ดังนี้

- เอกลักษณ์ทางด้านกายภาพ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพราะ มาเที่ยวเป็นประจำ เนื่องด้วยความเคยชิน และสะดวกเข้าถึงง่าย รวมทั้งหมด 6%
- เอกลักษณ์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพราะ มีสินค้าให้เลือกซื้อมากมาย สินค้ามีราคาถูก และมาชิมอาหารที่มีชื่อเสียง รวมทั้งหมด 54%
- เอกลักษณ์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพราะ มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มาไหว้พระและเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ รวมทั้งหมด 40%



ภาพที่ 5-11 สัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเป็นประจำแยกตามเอกลักษณ์ชุมชน

จะเห็นได้ว่าสาเหตุนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว เพราะเอกลักษณ์ทางด้านกิจกรรมทางการค้ามากที่สุด รองลงมาคือ เอกลักษณ์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ทางด้านกายภาพตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า เขตสัมพันธวงศ์มีเอกลักษณ์ชุมชนที่สำคัญที่สุด คือ เป็นเมืองที่มีกิจกรรมทางการค้าที่น่าสนใจ กล่าวคือ เป็นแหล่งรวมย่านการค้า ที่มีกิจกรรมการค้าคึกคักและหลากหลาย รวมทั้งสินค้ามีราคาถูก เนื่องจากเป็นย่านการค้าส่ง นักท่องเที่ยวจึงมีความนิยมเข้ามาท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้า ซิมย่านอาหารในพื้นที่ นอกจากนี้ สัมพันธวงศ์ยังมีวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ด้วยเช่นกัน นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาสัมผัสกับบรรยากาศ และวิถีชีวิต ตลอดจนวัฒนธรรมของเขตสัมพันธวงศ์ ความเชื่อต่างๆ ฯลฯ ในขณะที่เอกลักษณ์ทางด้านกายภาพมีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด

จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ยังสามารถแจกแจงออกเป็นข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวของเขตสัมพันธวงศ์ ในด้านต่างๆ ดังนี้

5.2.1 ด้านกายภาพ

1. สภาพที่ตั้งที่เอื้ออำนวยสะดวกต่อการท่องเที่ยว

สัมพันธวงศ์อยู่ในพื้นที่ใจกลางเมือง เป็นพื้นที่เขตชั้นในต่อเนื่องจากเขตอนุรักษณ์เมืองเก่า เกาะรัตนโกสินทร์ และมีย่านการค้าเก่าแก่ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เยาวราช คลองถม สัมพันธวงศ์ เวียงนครเกษม ฯลฯ เป็นต้น การที่เป็นพื้นที่ศูนย์กลางทางการค้าทำให้มีปัจจัยต่างๆเอื้ออำนวยให้เข้ามาสู่พื้นที่ได้ง่าย เพื่อความสะดวกในการค้าขาย ซึ่งปัจจัยนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในเขตสัมพันธวงศ์ตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา

2. ลักษณะสถาปัตยกรรมที่สวยงามในยุคสมัยที่ต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน

สัมพันธวงศ์เป็นเขตที่ชนชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ ดังนั้น ลักษณะทางกายภาพ โดยเฉพาะรูปแบบทางสถาปัตยกรรมจะมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น ตัวอาคารส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะสถาปัตยกรรมแบบจีน ซึ่งมีความเก่าแก่และมีกลิ่นอายที่แสดงให้เห็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า เมื่อเข้ามาในเขตสัมพันธวงศ์สิ่งหนึ่งที่พบเห็นได้ชัด คือ กลุ่มอาคารที่ยังคงมีสถาปัตยกรรมแบบสมัยเก่าอยู่ ถึงแม้ว่าปัจจุบันบางส่วนจะมีการบูรณะ ซ่อมแซม พื้นฟูให้มีสภาพดีขึ้น แต่ก็มีส่วนที่ยังคงลักษณะเดิมอยู่เช่นกัน นอกจากสถาปัตยกรรมแบบเก่าแล้ว สิ่งก่อสร้างที่เป็นศาสนสถาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัดเก่าแก่ที่สร้างมาตั้งแต่สมัยอยุธยาที่มีความสวยงาม ศาลเจ้าต่างๆมีสถาปัตยกรรมแบบจีนที่เป็นเอกลักษณ์ของย่านและมีความสำคัญควบคู่กับเขตสัมพันธวงศ์มาโดยตลอดจัดเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวไทยเชื้อสายจีนไม่เฉพาะที่อาศัยในสัมพันธวงศ์เท่านั้น มาจนถึงสิ่งก่อสร้างใหม่ เช่น ชุมประตูลิ้ม

พระเกียรติฯ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในเขตสัมพันธวงศ์ได้เช่นเดียวกัน จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมและสักการบูชาในแต่ละปีที่มีจำนวนมาก

3. สภาพแวดล้อมของย่านที่ดึงดูดและเชื่อมต่อกัน

สัมพันธวงศ์มีย่านต่างๆที่สำคัญมากมาย ซึ่งย่านการค้าแต่ละแห่งจะตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดการเกาะกลุ่มการค้ามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นจุดเด่นและข้อได้เปรียบของย่าน เนื่องจากย่านแต่ละย่านจะก่อให้เกิดการสนับสนุนดึงดูดซึ่งกันและกัน ทำให้ผู้คนเข้ามาสู่สัมพันธวงศ์เป็นจำนวนมาก เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการซื้อสินค้าหลายชนิด เมื่อเข้ามายังสัมพันธวงศ์ ทำให้สามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้จากย่านต่างๆที่สามารถเดินทางถึงกันได้อย่างสะดวก เป็นต้น และหากพิจารณาจากลักษณะของตัวย่านจะพบว่าสัมพันธวงศ์เป็นเขตที่ค่อนข้างเล็กสามารถเดินทางถึงกันได้ระหว่างย่านต่างๆภายในพื้นที่ และมีลักษณะยาว โดยมีถนนหลักอย่างเยาวราชพาดผ่านกลางเขต ทำให้ง่ายแก่การเดินทางภายในพื้นที่ ทั้งทางรถยนต์และเดินเท้า สร้างความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมที่เป็นบรรยากาศของย่านการค้า ช่วยสร้างความคึกคัก และสนุกสนานให้แก่ผู้มาเยือน กล่าวได้ว่า เป็นเพราะย่านต่างๆมีสิ่งที่น่าสนใจมาก ผู้คนถึงได้เข้ามาในพื้นที่มากมาย ความคึกคักของย่านต่างๆในสัมพันธวงศ์ช่วยกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากเข้ามาสัมผัสบรรยากาศด้วยตนเอง ยกตัวอย่างเช่น จากงานเทศกาลตรุษจีนที่จัดขึ้นทุกปี แม้ว่าจำนวนคนจะมากมายจนแทบไม่มีที่เดิน แต่ก็ยังมีผู้เข้ามาเยือนตลอด และเพิ่มมากขึ้นทุกปี

5.2.2 ด้านเศรษฐกิจ

1. ความหลากหลายของย่านการค้าในพื้นที่

จากอดีตที่ผ่านมาทำให้ทราบว่า สัมพันธวงศ์เป็นย่านการค้ามาตั้งแต่อดีตแล้ว กิจกรรมการค้าจะแบ่งออกไปตามย่านต่างๆ ซึ่งจะโดดเด่นและมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไปตามแต่ละย่าน ความหลากหลายของกิจกรรมการค้าเป็นจุดดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว

เนื่องจากสัมพันธวงศ์มีสินค้าให้เลือกซื้อมากมายหลายประเภท และสะดวกในการจะเดินเลือกซื้อ เนื่องจากประเภทของสินค้าจะแบ่งออกตามย่านต่างๆอย่างชัดเจน และเข้าถึงสินค้าต่างๆได้ง่าย เพราะสามารถเดินเลือกซื้อได้อย่างใกล้ชิด สามารถต่อรองราคาได้ ทำให้ผู้ซื้อสามารถพิจารณาและเลือกซื้อสิ่งที่ต้องการได้สะดวกและคุ้มค่า เป็นสาเหตุให้ผู้คนนิยมเข้ามาซื้อสินค้าภายในเขตสัมพันธวงศ์ ย่านการค้าต่างๆของสัมพันธวงศ์จึงมีชื่อเสียงและมีความโดดเด่นที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากในแต่ละปี

2. เป็นย่านการค้าสงราคาราคาถูก

นอกจากมีย่านการค้าอันหลากหลายแล้ว รูปแบบการค้าก็ถือว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของสัมพันธวงศ์เช่นเดียวกัน รูปแบบการค้าของเขตสัมพันธวงศ์เป็นรูปแบบการค้าส่งเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจุดนี้ถือเป็นจุดเด่นของย่านต่างๆมาเป็นเวลายาวนาน เนื่องจากมีราคาถูกกว่าแหล่งอื่น ทำให้คนนิยมเข้ามาเลือกซื้อสินค้ากันมากมาย โดยเฉพาะพ่อค้าคนกลางที่สามารถซื้อไปขายทำกำไรอีกทอดหนึ่งได้ ดังนั้น จึงมักเห็นผู้คนเข้าไปซื้อสินค้าที่สัมพันธวงศ์ในปริมาณมากๆในแต่ละครั้ง เนื่องจากทำให้ได้ราคาถูกกว่าซื้อแบบปลีก

5.2.3 ด้านสังคมและวัฒนธรรม

1. วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่น

การที่สัมพันธวงศ์มีชาวจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และประกอบการค้ามานานทำให้มีความผูกพันกับย่าน ซึ่งสิ่งนี้ทำให้เกิดเป็นลักษณะเฉพาะขึ้น กล่าวคือ ทำให้สัมพันธวงศ์เป็นไข่นาทาวน์สำหรับคนโดยทั่วไป คนจีนในสัมพันธวงศ์และวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นนั้น ในปัจจุบันเราสามารถสัมผัสได้ถ้าเข้ามาภายในเขตสัมพันธวงศ์ ดังนั้น มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการเข้ามาเที่ยวในเขตสัมพันธวงศ์ เพื่อที่จะสัมผัสกับวิถีชีวิตชุมชนอันโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ดังนั้นรูปแบบและวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนจึงเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ก่อให้เกิดแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวของเขตสัมพันธวงศ์

2. มีความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม

เขตสัมพันธวงศ์จัดว่าเป็นเขตที่มีความผสมผสานระหว่างคนไทยคนจีน และคนต่างด้าว และมีการผสมผสานกันทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอย่างลงตัว เห็นได้จากวัดและศาลเจ้าที่อยู่รวมกันได้อย่างลงตัว และผู้คนประกอบพิธีกรรมทางศาสนาร่วมกัน มีการรวมกลุ่มกันทางสังคมเพื่อสนับสนุนช่วยเหลือกัน จัดตั้งเป็นสมาคมต่างๆมากมาย ทำให้สัมพันธวงศ์มีบทบาทเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยน พบปะ ประกอบกิจกรรมของผู้คนต่างๆ มีส่วนผลักดันให้เกิดการเข้ามาสู่พื้นที่ของคนมากมายหลากหลาย

3. กิจกรรมทางสังคมอันหลากหลายในพื้นที่

จากความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรมของสัมพันธวงศ์ซึ่งมีการพบปะแลกเปลี่ยน ทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่มคนต่างๆ ก่อให้เกิดกิจกรรมทางสังคมมากมายหลากหลายขึ้นภายในพื้นที่ต่างๆ กิจกรรมเหล่านี้เองที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่มีความสนใจให้มาเข้าร่วมด้วย กิจกรรมต่างๆในสัมพันธวงศ์มีมากมายหลากหลายและล้วนแต่มีเอกลักษณ์เฉพาะของย่านทั้งสิ้น เช่น กิจกรรมการชิมอาหารภายในย่านอาหารเยาวราช กิจกรรมต่างๆในงานเทศกาลตรุษจีน กิจกรรมในการไหว้เจ้า กิจกรรมในงานนมไหว้พระจันทร์ กิจกรรมต่างๆในงานวันสารทจีน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า ความเป็นอยู่ กิจกรรม สิ่งปลูกสร้าง ความเป็นธรรมชาติ และความจริงใจ ทำให้ไม่เหมือนไชน่าทาวน์แห่งอื่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนสัมพันธวงศ์ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการท่องเที่ยวภายในเขตสัมพันธวงศ์ให้คงอยู่ได้ในปัจจุบันและอนาคต รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตสัมพันธวงศ์เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดขึ้นจากลักษณะทางกายภาพ สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งเศรษฐกิจของย่าน ที่มีลักษณะโดดเด่น มีคุณค่า และเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากที่อื่นอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวล้วนแต่เข้ามาเพื่อสัมผัสบรรยากาศและวิถีชีวิตของชาวบ้าน รวมทั้งเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆที่มีในพื้นที่ที่มีมากมายหลากหลาย และล้วนแต่น่าสนใจทั้งสิ้น

แต่ด้วยสภาพปัญหาต่างๆของพื้นที่ในปัจจุบัน และที่จะเกิดจากการท่องเที่ยวในอนาคต อาจส่งผลกระทบต่อเอกลักษณ์ของชุมชน ที่เป็นปัจจัยก่อให้เกิดการท่องเที่ยวดังกล่าวมาได้ ดังนั้นในหัวข้อถัดไป จะทำการวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาที่มีพื้นที่ เพื่อที่จะหาแนวทางแก้ไขและป้องกันต่อไป

5.3 ปัญหาด้านการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์

เอกลักษณ์ต่างๆของสัมพันธวงศ์ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และ ด้านสังคม ล้วนส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นภายในพื้นที่ ซึ่งทุกๆเอกลักษณ์จะมีความสัมพันธ์กัน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสัมพันธวงศ์มาโดยตลอด แต่ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในเขตสัมพันธวงศ์นั้น ถ้าเรามองข้ามไปอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตได้ ดังนั้น จึงได้มีการศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อหาวิธีแก้ไขอย่างทันที่ เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของพื้นที่และการท่องเที่ยวให้คงอยู่ต่อไปอย่างเหมาะสม

จากการศึกษาปัญหาทางด้านการท่องเที่ยวของเขตสัมพันธวงศ์โดยการนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ทั้งหมดแล้ว ได้ทำการแบ่งประเด็นปัญหาของเขตสัมพันธวงศ์ออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

5.3.1 ปัญหาทางตรง

เป็นปัญหาทางตรงที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นคนกระทำ แบ่งออกเป็นปัญหาต่างๆ ดังนี้

1. ปัญหาด้านความสะอาด

เขตสัมพันธวงศ์เป็นเขตที่มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะด้านความสะอาด เพราะเป็นเขตที่มีประชากรมาก ประกอบกับมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในแต่ละวันจำนวนมาก เมื่อเข้ามาทำ

กิจกรรมต่างๆในพื้นที่ ย่อมทำให้มีปริมาณขยะเพิ่มขึ้นในพื้นที่ เส้นทางถนนและตรอกซอยต่างๆก็มีลักษณะแคบ ทำให้รถเก็บขยะเข้าไปเก็บได้ไม่ทั่วถึง และปริมาณถังขยะก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ เมื่อผ่านไปนานขึ้นจะทำให้มีกลิ่นเหม็น ส่งผลต่อสุขอนามัยของประชากรในพื้นที่รวมถึงนักท่องเที่ยวได้ ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเมืองได้

2. ปัญหาด้านการจราจร

การจราจรของลัมพินวงศ์นั้นจัดว่ามีความติดขัดอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงเช้า และเย็น ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดินทางไปและกลับจากการทำงานและไปโรงเรียน และเป็นช่วงที่ย่านการค้าส่วนใหญ่เปิดทำการ ทั้งนี้เนื่องจากถนนหลายสายของลัมพินวงศ์นั้นเป็นเส้นทางหลักที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ย่านอื่นๆได้ ทำให้มีปริมาณรถที่ค่อนข้างจะหนาแน่น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดมากขึ้น โดยเฉพาะถ้านักท่องเที่ยวนำรถยนต์ส่วนตัวเข้ามาในพื้นที่

3. ปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถ

เนื่องจากเขตลัมพินวงศ์เป็นเขตชั้นใน ทำให้มีปัญหาไม่สามารถขยายพื้นที่เพื่อรองรับกับการขยายตัวของประชากรได้ เมื่อนักท่องเที่ยวนำรถเข้ามาในพื้นที่มากเกินไป จะทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถได้ ซึ่งปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถนั้น จัดเป็นปัญหาสำคัญปัญหาหนึ่งสำหรับเขตลัมพินวงศ์ รวมถึงย่านการค้าอื่นๆด้วย เนื่องจากรถยนต์เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งสำหรับคนในยุคปัจจุบัน ทำให้ปริมาณรถที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสำหรับย่านพาณิชย์ทั้งหลายแล้ว การใช้พื้นที่จะเป็นไปอย่างคุ้มค่า เนื่องจากราคาที่ดินสูง จึงใช้ประโยชน์เพื่อการค้าเป็นหลัก สำหรับเขตลัมพินวงศ์ส่วนใหญ่ที่จอดรถจะเป็นแบบหลายชั้น มีพื้นที่ไม่มากนัก และอาศัยจอดตามบริเวณวัดที่เปิดให้บริการ ในส่วนคนที่หาที่จอดไม่ได้จะนิยมจอดริมถนน ในบริเวณที่ห้ามจอด ทำให้เกิดปัญหาการจราจรตามมาอีกทอดหนึ่ง

4. ปัญหาการซื้อประเวณีของนักท่องเที่ยว

เขตลัมพินวงศ์เป็นเขตการค้า ที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมาก ทำให้ยากแก่การตรวจสอบดูแลการทำผิดกฎหมาย จึงมีการลักลอบซื้อขายประเวณีตามสถานที่ต่างๆบางแห่ง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่นิยมเข้ามาใช้บริการ ทำให้เป็นการทำลายภาพลักษณ์เมืองแห่งวัฒนธรรมและประเพณี

5.3.2 ปัญหาทางอ้อม

เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นโดยอ้อม ไม่ได้เกิดขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้กระทำโดยตรง แต่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนี้

1. ปัญหาความไม่เป็นระเบียบของกิจกรรมร้านค้า

เนื่องจากเป็นย่านการค้าที่มีการแข่งขันกันสูง และมีการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเข้มข้น ร้านค้าต่างๆจึงใช้ประโยชน์จากที่ดินที่มีน้อยอย่างคุ้มค่าที่สุด โดยเฉพาะประเภทหาบเร่และแผงลอยที่มีการตั้งร้านอย่างไม่เป็นระเบียบ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในพื้นที่ทำให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันมากขึ้น ร้านค้าต่างๆจะพยายามแข่งขันกันเพื่อให้ขายของให้ได้มากที่สุด ทำให้เกิดความแออัด ไม่เป็นระเบียบ และอาจทำให้นักท่องเที่ยว หรือ ผู้เข้ามาใช้บริการในย่านต่างๆ เกิดความเบื่อหน่ายไม่อยากจะอยู่ในย่านต่างๆเป็นเวลานาน หรือไม่อยากมาอีกต่อไป

2. ปัญหาทางเดินเท้าไม่เรียบร้อย

เนื่องจากพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์มีความแออัดคับแคบมาก ทำให้ร้านค้าหาบเร่แผงลอยต่างๆ ไม่มีพื้นที่ที่เพียงพอในการตั้งร้าน บางส่วนนิยมตั้งร้านขายบนทางเดินเท้า ซึ่งทำให้เส้นทางเดินเท้าที่มีพื้นที่น้อยอยู่แล้ว คับแคบลงไปกว่าเดิม ประกอบกับสภาพทางเดินเท้าที่ค่อนข้างชำรุดในปัจจุบัน ที่ขาดการดูแลและซ่อมแซมอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บางแห่งมีการยุดตัวและแตกร้าว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคกีดขวางเส้นทางสัญจรเป็นอย่างมาก

3. ปัญหาด้านความปลอดภัย ถึงแม้ว่าสัมพันธวงศ์จะเป็นเขตที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก แต่จำนวนตรอกและซอยเล็กๆจำนวนมาก จึงทำให้เจ้าหน้าที่ดูแลได้ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะย่านการค้าที่นักท่องเที่ยวมากและมีความแออัด ทำให้มีปัญหาการมั่วสุม อาชญากรรม ยาเสพติดได้ง่าย เช่น ย่านลำเพ็งมักมีมิจฉาชีพที่มาล้วงกระเป๋า นักท่องเที่ยวที่มาเดินเลือกซื้อสินค้าอยู่เป็นประจำ เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ทำให้มีโอกาสที่กลุ่มมิจฉาชีพเข้ามาก่ออาชญากรรมเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ค่อนข้างมีฐานะ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของเมือง

4. ปัญหาการขัดแย้งกันของกลุ่มผลประโยชน์ทางการค้า

เนื่องจากสัมพันธวงศ์ประกอบไปด้วยกิจกรรมการค้าที่หลากหลาย และมีกลุ่มและองค์กรทางการค้าที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันของพ่อค้าและผู้ได้รับผลประโยชน์มากมาย เช่น สมาคมผู้ค้าทองคำ สมาคมสหพ่อค้าผ้า กลุ่มธุรกิจโรงพิมพ์ เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากขึ้น แต่ละกลุ่มจะมุ่งเน้นแต่กิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มตนเองเท่านั้น ทำให้การร่วมมือทางการค้าระหว่างกลุ่มต่างๆมีน้อย ทำให้อาจเกิดปัญหาในด้านเศรษฐกิจในพื้นที่จากการขัดแย้งที่เกิดขึ้นได้ในอนาคต

5. คุณค่าสินค้าท้องถิ่นถูกทำลาย

เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการต่างๆพยายามที่จะเน้นการบริการที่เพิ่มมากขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการเพิ่มการบริการให้เพิ่มสูงขึ้นนั้นนำมาซึ่งการสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการนำสินค้าจากแหล่งอื่นๆเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เป็น

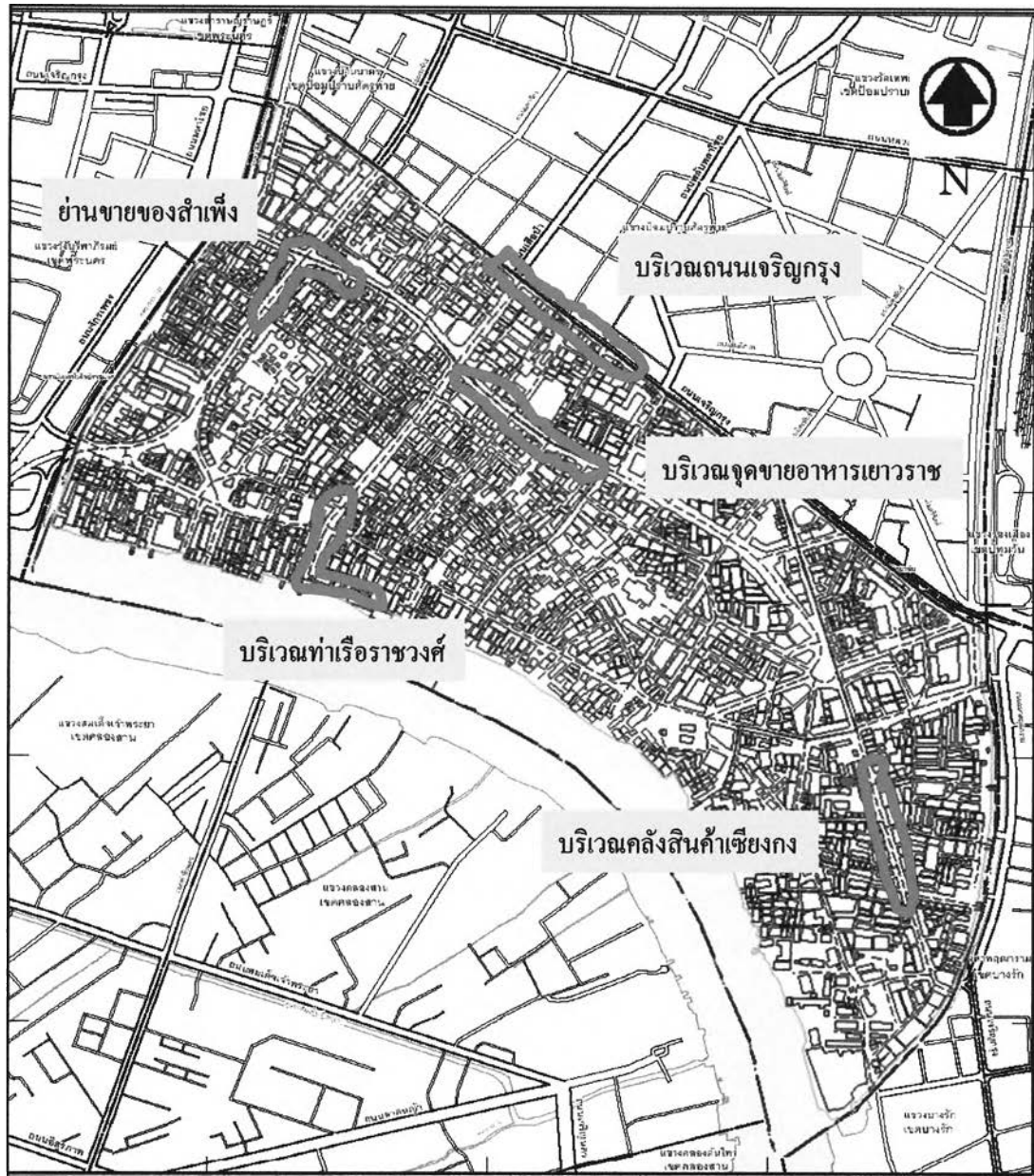
การทำลายคุณค่าของสินค้าท้องถิ่น และถ้าปล่อยทิ้งไว้ อาจเป็นการทำลายเอกลักษณ์ที่มีอยู่ของเมืองได้ เป็นต้น

6. ปัญหาด้านความสัมพันธ์กันระหว่างคนในพื้นที่

เขตสัมพันธวงศ์เป็นย่านการค้ามีการแข่งขันกันสูง และเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามา ยิ่งทำให้ผู้คนมีลักษณะต่างคนต่างอยู่ ขาดจิตสำนึกสาธารณะ (Public Mind) ทำให้ขาดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพราะต้องมีการแข่งขันกัน และอาจส่งผลให้ลักษณะนิสัยของชนชาวจีนในพื้นที่ถูกกลืนหายไป กลายเป็นสังคมที่มีแต่การแก่งแย่งชิงดีกัน ไม่เป็นที่น่าประทับใจแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน

ปัญหาต่างๆทุกด้าน เป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำลายเอกลักษณ์สำคัญของชุมชน และจะส่งผลกระทบต่อไปสู่การท่องเที่ยวของสัมพันธวงศ์อีกต่อหนึ่ง ดังนั้น ในบทที่ 6 จะกล่าวถึงข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน และสนับสนุนให้การท่องเที่ยวในพื้นที่อยู่ได้อย่างยั่งยืน

ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร



แผนที่ที่ 5-3 แสดงจุดที่มีทางเดินเท้าที่ขำรุดในเขตสัมพันธวงศ์

สัญลักษณ์



ขอบเขตทางเดินเท้าที่ขำรุดมาก

นายวรชัย โรจนพรทิพย์
ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์



ที่มา : จากการสำรวจ

ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ชุมชนและการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร



แผนที่ที่ 5-4 แสดงจุดพื้นที่เสี่ยงภายในเขตสัมพันธวงศ์

สัญลักษณ์



พื้นที่เสี่ยง

นายวรชัย โรจนพรทิพย์
 ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์



ที่มา : จากการสำรวจ

5.4 การปรับปรุงการท่องเที่ยงจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

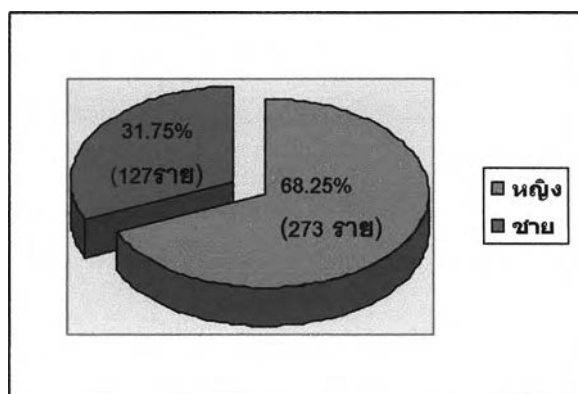
การพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวเขตสัมพันธวงศ์นั้น เน้นการตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในการวิจัยนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแบบสอบถามประชาชนในพื้นที่นั้น สุ่มตัวอย่างจากประชากรจำนวน 31,771 คน เมื่อแทนค่าในสูตรของยามาเน่ โดยใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 0.05 หรือ ค่าความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้จำนวนประชากรที่ต้องการศึกษาประมาณ 400 ตัวอย่าง

ส่วนของแบบสอบถามนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ศึกษาที่แน่นอน จึงได้คาดคะเนนักท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่โดยประมาณ 20,000 คนต่อวัน เมื่อแทนค่าในสูตรของยามาเน่ โดยใช้ความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ ร้อยละ 0.10 หรือค่าความเชื่อมั่นที่ 90% จะได้จำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาประมาณ 100 ตัวอย่าง

สำหรับสถานประกอบ จะใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เนื่องจากจะได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงมากกว่าการใช้แบบสอบถามที่ผู้ตอบมักบิดเบือนข้อเท็จจริง โดยจะสัมภาษณ์แบ่งตามประเภทสถานประกอบการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหมด 5 ประเภท ประเภทละ 1 ตัวอย่าง คือ สถานประกอบการประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานประกอบการประเภทของชำและเบ็ดเตล็ด สถานประกอบการประเภทเสื้อผ้า สถานประกอบการประเภทบริการท่องเที่ยว และสถานประกอบการประเภทค้าทองรูปพรรณ ซึ่งผลจากการสำรวจจากแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

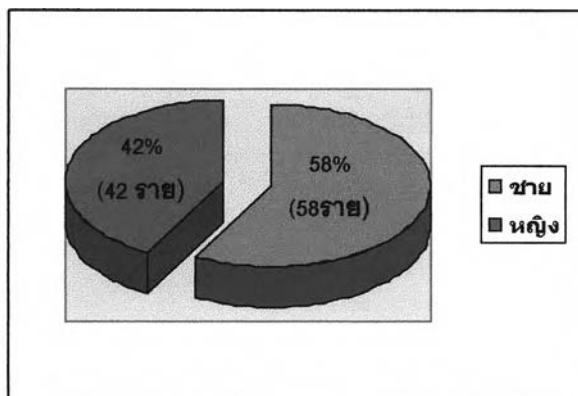
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง 68.25% (273ราย) เพศชาย 31.75% (127 ราย)



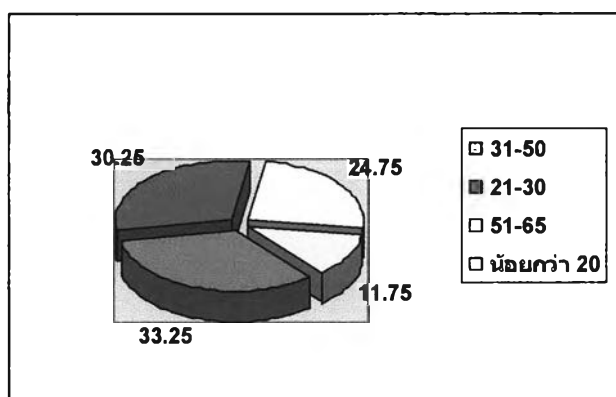
แผนภูมิที่ 5-1 แสดงเพศของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 70 ราย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 30 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 58% (58 ราย) เพศหญิง 42% (42 ราย)



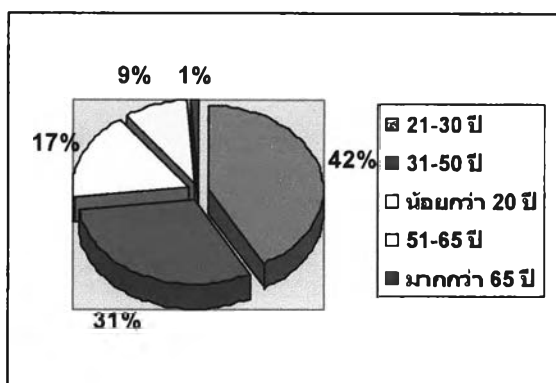
แผนภูมิที่ 5-2 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี 33.25% (133 ราย) และอายุระหว่าง 21-30 ปี 30.25% (121 ราย)



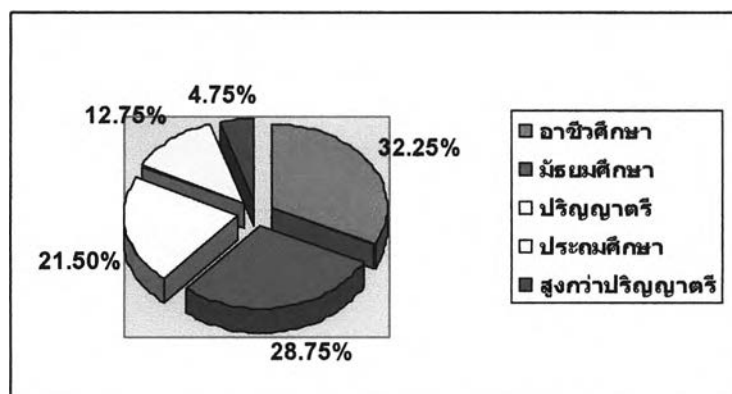
แผนภูมิที่ 5-3 แสดงอายุของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี 42% (42 ราย)



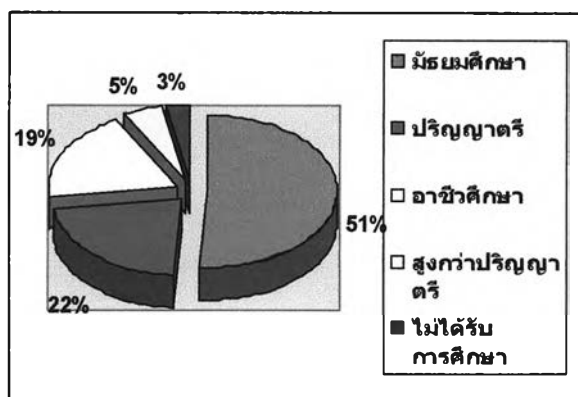
แผนภูมิที่ 5-4 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ประชากรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษา ระดับอาชีวศึกษา 32.25% (129 ราย) ระดับมัธยมศึกษา 28.75% (115 ราย) ระดับปริญญาตรี 21.50% (86 ราย) ระดับประถมศึกษา 12.75% (51 ราย) และสูงกว่าปริญญาตรี 4.75% (19 ราย)



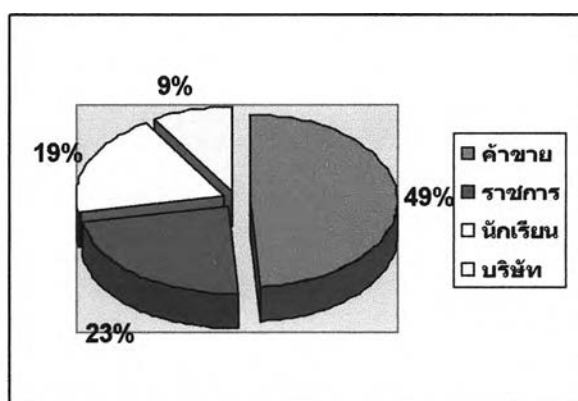
แผนภูมิที่ 5-5 แสดงระดับการศึกษาของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา 51% (51 ราย) ระดับปริญญาตรี 22% (22 ราย) ระดับอาชีวศึกษา 19% (19 ราย) สูงกว่าปริญญาตรี 5% (5 ราย) และไม่ได้รับการศึกษา 3% (3 ราย)



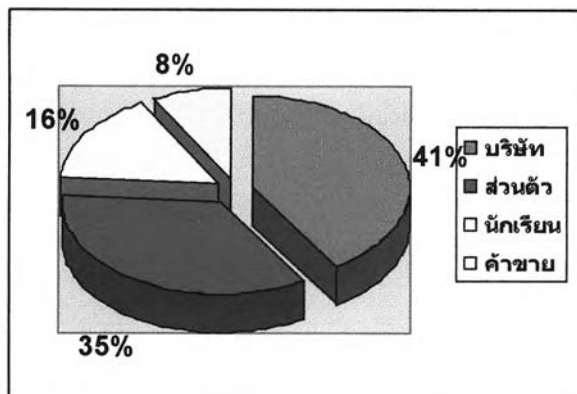
แผนภูมิที่ 5-6 แสดงระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถาม

ประชากรส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพ ค้าขาย 49% (196 ราย) รับราชการและทำงานรัฐวิสาหกิจ 23% (92 ราย) นักเรียน นักศึกษา 19% (76 ราย) และพนักงานบริษัทหรือทำงานเอกชน 9% (36 ราย)



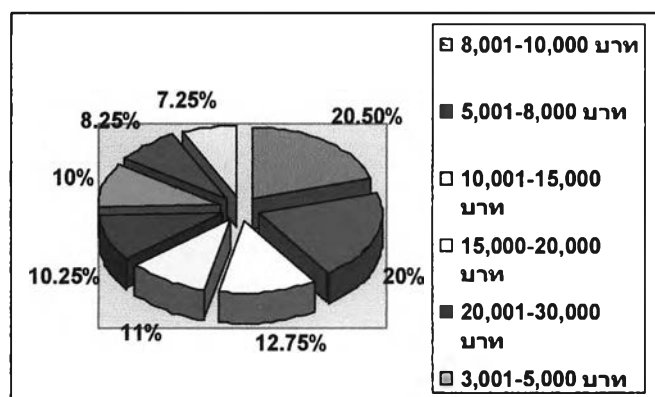
แผนภูมิที่ 5-7 แสดงอาชีพของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยงส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพ พนักงานบริษัทหรือทำงานเอกชน 41% (41 ราย) ทำงานอิสระหรือทำงานส่วนตัว 35% (35 ราย) นักเรียน นักศึกษา 16% (16 ราย) และค้าขายจำนวน 8% (8 ราย)



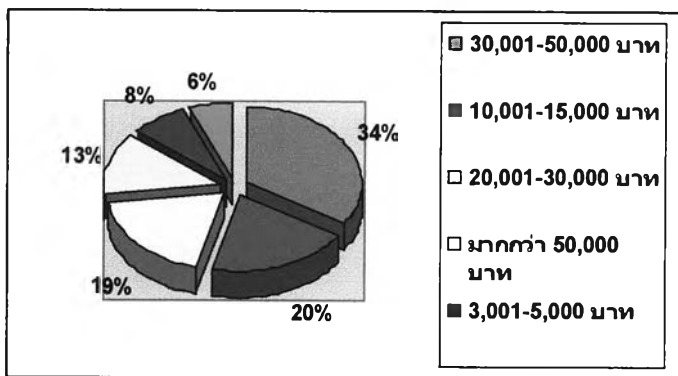
แผนภูมิที่ 5-8 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถาม

ประชากรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนที่ระดับ 8,001-10,000 บาท 20.50% (82 ราย) 5,001-8,000 บาท 20% (80 ราย) 10,001-15,000 บาท 12.75% (51 ราย) 15,000-20,000 บาท 11% (44 ราย) 20,001-30,000 บาท 10.25% (41 ราย) 3,001-5,000 บาท 10% (40 ราย) มากกว่า 50,000 บาท 8.25% (40 ราย) และน้อยกว่า 3,000 บาท 7.25% (29 ราย)



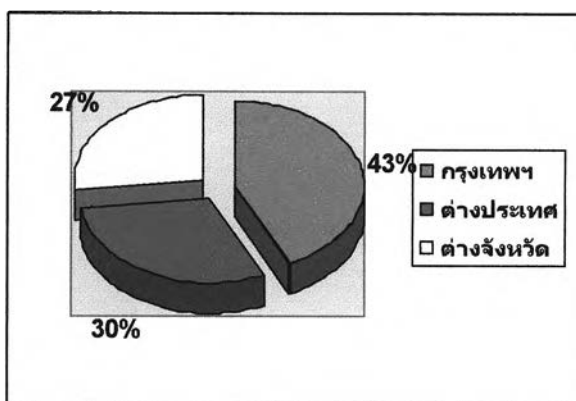
แผนภูมิที่ 5-9 แสดงรายได้ต่อเดือนของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนที่ระดับ 30,001-50,000 บาท 34% (34 ราย) 10,001-15,000 บาท 20% (20 ราย) 20,001-30,000 บาท 19% (19 ราย) มากกว่า 50,000 บาท 13% (13 ราย) 3,001-5,000 บาท 8% (8 ราย) น้อยกว่า 3,000 บาท 6% (6 ราย)



แผนภูมิที่ 5-10 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

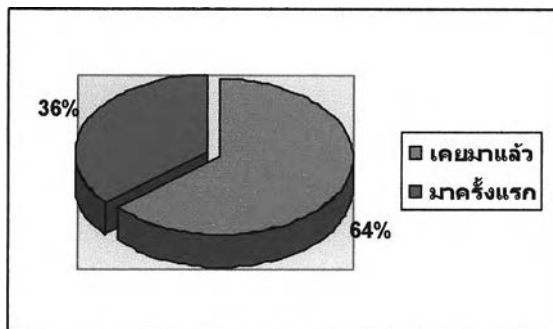
นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ กรุงเทพมหานคร 43% (43 ราย) อยู่ต่างประเทศ 30% (30 ราย) และอยู่ต่างจังหวัด 27% (27 ราย)



แผนภูมิที่ 5-11 แสดงภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

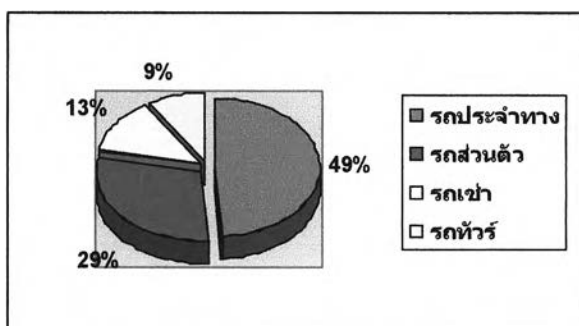
ส่วนที่ 2 การท่องเที่ยวในพื้นที่

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวที่เขตสัมพันธวงศ์แล้ว 64% (64 ราย) และมาเป็นครั้งแรก 36% (36 ราย)



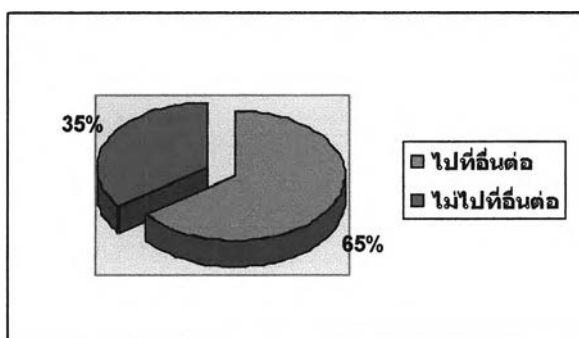
แผนภูมิที่ 5-12 แสดงจำนวนครั้งการเข้ามาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเขตสัมพันธวงศ์ด้วย รถประจำทาง 49% (49 ราย) รถยนต์ส่วนตัว 29% (29 ราย) รถเช่า 13% (13 ราย) และรถทัวร์ 9% (9 ราย)



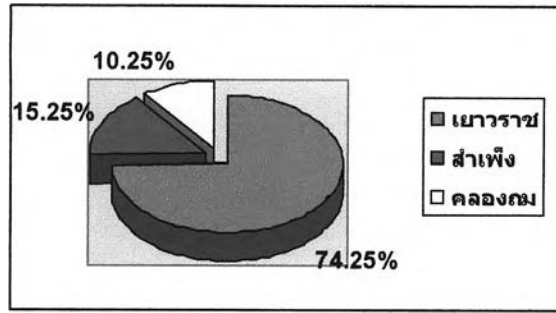
แผนภูมิที่ 5-13 แสดงพาหนะที่ใช้เดินทางของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวมีโปรแกรมที่จะไปเที่ยวที่อื่นต่อนอกจากแหล่งท่องเที่ยวในสัมพันธวงศ์ 65% (65 ราย) และไม่มีโปรแกรมไปที่อื่นต่อ 35% (35 ราย)



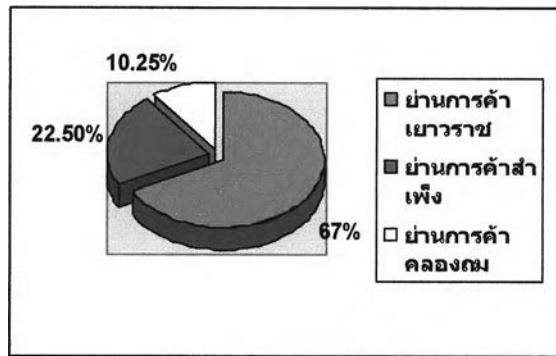
แผนภูมิที่ 5-14 แสดงความต้องการไปเที่ยวที่อื่นของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ประชาชนส่วนใหญ่คิดว่าเยาวราชเป็นสถานที่ที่มีความโดดเด่นที่สุด และควรสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของสัมพันธวงศ์ 74.25% (297 ราย) สำเพ็ง 15.25% (61 ราย) คลองถม 10.25% (42 ราย)



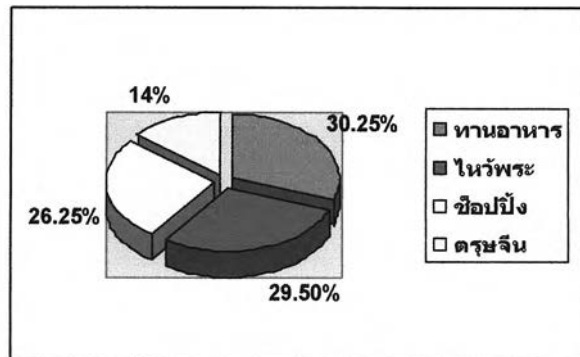
แผนภูมิที่ 5-15 แสดงสถานที่โดดเด่นที่สุดตามความคิดเห็นของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

ประชาชนส่วนใหญ่ชื่นชอบย่านการค้าเยาวราช 67% (268 ราย) ย่านการค้าสำเพ็ง 22.50% (90 ราย) และย่านการค้าคลองถม 10.50% (42 ราย) คิดเป็นร้อยละ 10.50



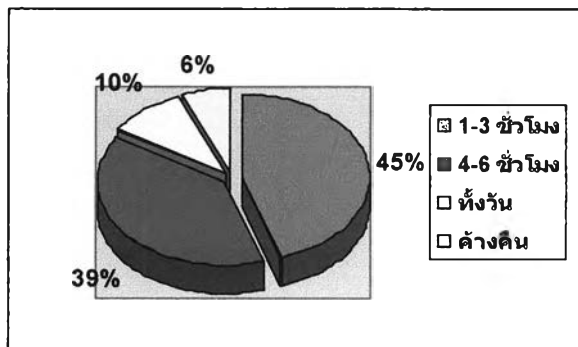
แผนภูมิที่ 5-16 แสดงย่านการค้าที่ชื่นชอบของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

ประชาชนส่วนใหญ่คิดว่าการเข้ามารับประทานอาหารในสัมพันธวงศ์ เป็นกิจกรรมหลัก 30.25% (121 ราย) การไหว้พระและเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 29.50% (118 ราย) การเดินช้อปปิ้งสินค้า 26.25% (105 ราย) และกิจกรรมต่างๆในเทศกาลตรุษจีน 14% (56 ราย)



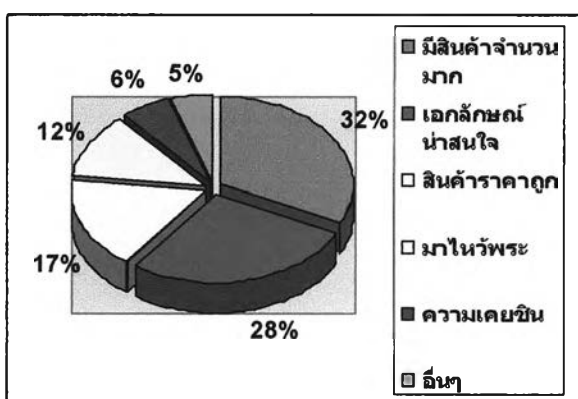
แผนภูมิที่ 5-17 แสดงกิจกรรมหลักตามความคิดเห็นของประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเที่ยวชมภายในสัมพันธวงศ์ ประมาณ 1-3 ชั่วโมง 45% (45 ราย) 4-6 ชั่วโมง 39% (39 ราย) ทั้งวัน 10% (10 ราย) และค้างคืน 6% (6 ราย)



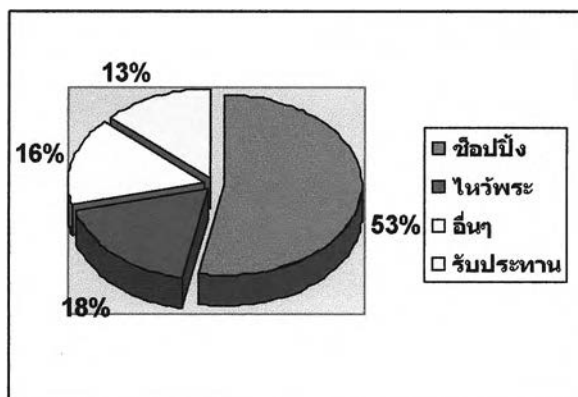
แผนภูมิที่ 5-18 แสดงเวลาที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เลือกจะเดินทางมาเที่ยวที่สัมพันธวงศ์เพราะ มีสินค้าให้เลือกจำนวนมาก มากที่สุด 32% (32 ราย) เพราะมีเอกลักษณ์น่าสนใจ 28% (28 ราย) มีสินค้าราคาถูก 17% (17 ราย) มาไหว้พระ-เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 12% (12 ราย) มาเที่ยวที่นี้เป็นประจำ 6% (6 ราย) และสาเหตุอื่น 5% (5 ราย)



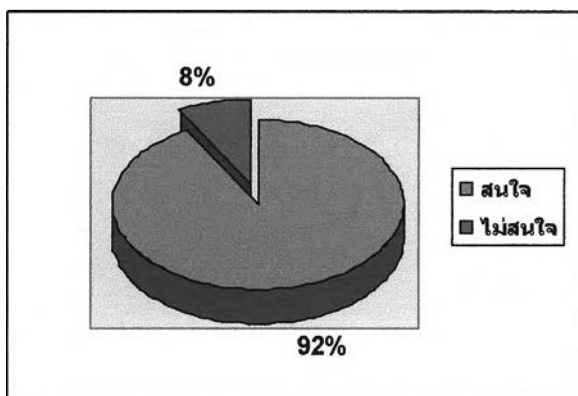
แผนภูมิที่ 5-19 แสดงสาเหตุที่เข้ามาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่ากิจกรรมช้อปปิ้งสินค้าโดดเด่นที่สุด 53% (53 ราย) ไหว้พระ-
เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 18% (18 ราย) สาเหตุอื่น 16% (16 ราย) และรับประทานอาหาร 13% (13
ราย)



แผนภูมิที่ 5-20 แสดงกิจกรรมที่โดดเด่นตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสนใจจะกลับมาเที่ยวที่เขตสัมพันธวงศ์อีก 92% (92 ราย) และ
ไม่สนใจจะกลับมา 8% (8 ราย)



แผนภูมิที่ 5-21 แสดงความสนใจในการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

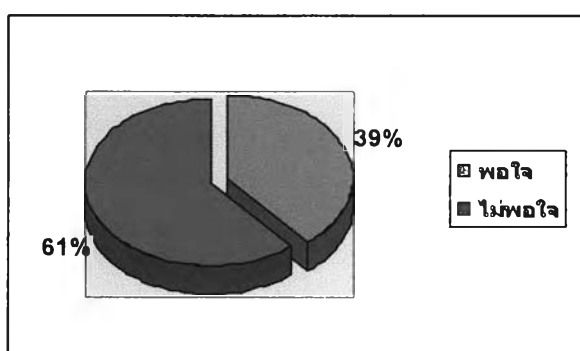
ส่วนที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจำนวน 100 รายมีความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตสัมพันธวงศ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

การคมนาคมเข้าถึง นักท่องเที่ยวมี

ความพอใจ 39% (39 ราย)

ไม่พอใจ 61% (61 ราย)

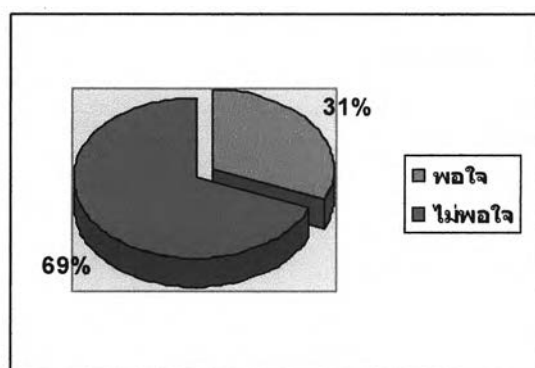


แผนภูมิที่ 5-22 แสดงความพอใจด้านการคมนาคมเข้าถึงของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ความสะอาด นักท่องเที่ยวมี

ความพอใจ 31% (31 ราย)

ไม่พอใจ 69% (69 ราย)

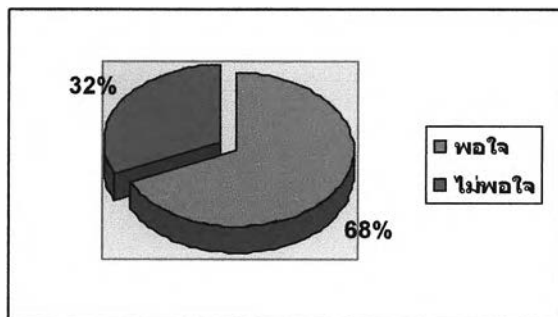


แผนภูมิที่ 5-23 แสดงความพอใจด้านความสะอาดของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ความปลอดภัย นักท่องเที่ยว

ความพอใจ 68% (68 ราย)

ไม่พอใจ 32% (32 ราย)

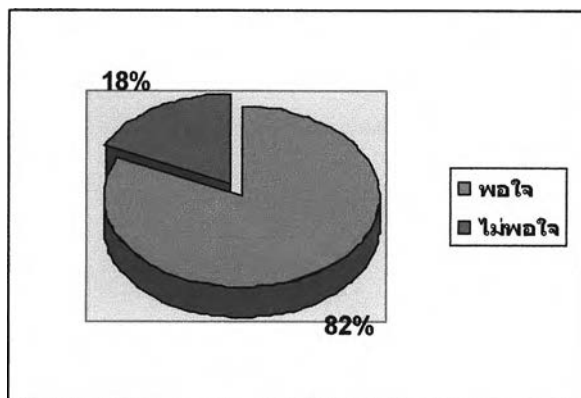


แผนภูมิที่ 5-24 แสดงความพอใจด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ร้านค้าต่างๆ นักท่องเที่ยว

ความพอใจ 82% (82 ราย)

ไม่พอใจ 18% (18 ราย)

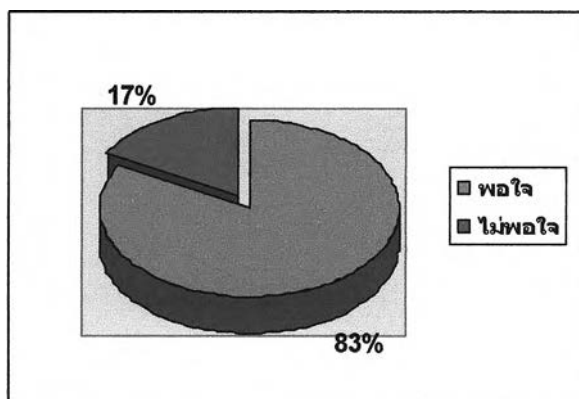


แผนภูมิที่ 5-25 แสดงความพอใจร้านค้าของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ นักท่องเที่ยว

ความพอใจ 83% (83 ราย)

ไม่พอใจ 17% (17 ราย)

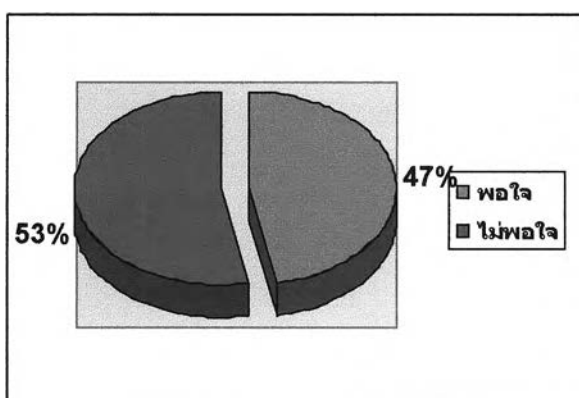


แผนภูมิที่ 5-26 แสดงความพอใจสาธารณูปโภคของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ลานจอดรถ ที่นั่ง ที่ทิ้งขยะ ทางเดิน นักท่องเที่ยว

ความพอใจ 47% (47 ราย)

ไม่พอใจ 53% (53 ราย)

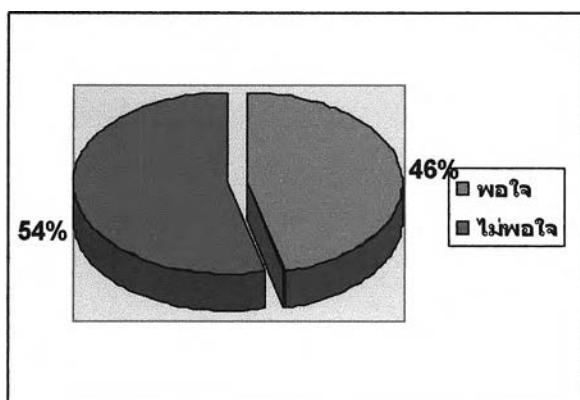


แผนภูมิที่ 5-27 แสดงความพอใจสาธารณูปการของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ป้ายบอกทาง ป้ายสัญญาณ นักท่องเที่ยว

ความพอใจ 46% (46 ราย)

ไม่พอใจ 54% (54 ราย)

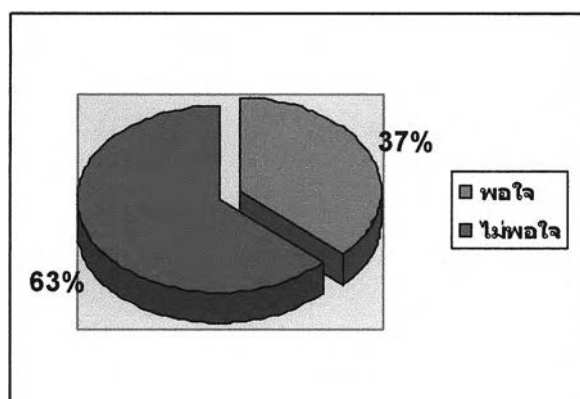


แผนภูมิที่ 5-28 แสดงความพอใจในป้ายบอกทางของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว

ความพอใจ 37% (37 ราย)

ไม่พอใจ 63% (63 ราย)

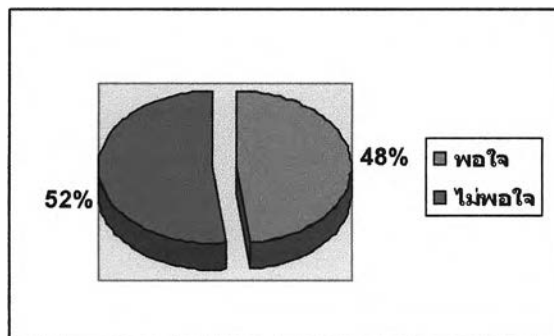


แผนภูมิที่ 5-29 แสดงความพอใจในเจ้าหน้าที่ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมี

ความพอใจ 48% (48 ราย)

ไม่พอใจ 52% (52 ราย)



แผนภูมิที่ 5-30 แสดงความพอใจการให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

จากการสอบถามความคิดเห็นประชาชนจำนวน 400 ราย ว่าถ้าจะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดว่าควรมีการปรับปรุงด้านใดบ้าง โดยให้ใส่ค่าความสำคัญเรียงตามลำดับ 1-3 โดยให้ค่าน้ำหนักเป็นคะแนน ประชาชนให้ความสำคัญลำดับที่ 1 จะได้ค่าคะแนน 3 คะแนน ลำดับที่ 2 จะได้ค่าคะแนน 2 คะแนน และลำดับที่ 3 ได้ 1 คะแนนตามลำดับ ซึ่งประชาชนมีความคิดเห็นดังนี้

ตารางที่ 5-1 แสดงค่าคะแนนตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านการปรับปรุงพื้นที่

การปรับปรุง	ค่าคะแนน
ควรปรับปรุงด้านถนน การคมนาคม และการจราจร	100
การจัดร้านค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย	36
ปรับปรุงดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดสวยงาม	36
การบริการนักท่องเที่ยว	28
สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	24
เพิ่มการดูแลด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	16
เพิ่มจำนวนโรงแรมและที่พัก	0

ที่มา : จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ปี2548

และจากการสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวจำนวน 100 ราย ว่าถ้าจะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ คิดว่าควรมีการปรับปรุงด้านใดบ้าง โดยให้ใส่ค่าความสำคัญเรียงตามลำดับ 1-3 โดยให้ค่าน้ำหนักเป็นคะแนน ประชาชนให้ความสำคัญลำดับที่ 1 จะได้ค่าคะแนน 3 คะแนน ลำดับที่ 2 จะได้ค่าคะแนน 2 คะแนน และลำดับที่ 3 ได้ 1 คะแนนตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น ดังนี้

ตารางที่ 5-2 แสดงค่าคะแนนตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การปรับปรุง	ค่าคะแนน
ควรปรับปรุงด้านถนน การคมนาคม และการจราจร	68
ปรับปรุงดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดสวยงาม	48
การจัดร้านค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย	36
การบริการนักท่องเที่ยว	36
สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว	36
เพิ่มการดูแลด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	16
เพิ่มจำนวนโรงแรมและที่พัก	0

ที่มา : จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ปี2548

ส่วนที่ 4 สรุปผลจากแบบสอบถาม

- ลักษณะทั่วไป

ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง และอยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 31-50 ปี และ 21-30 ปี ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน โดยมีการศึกษาอยู่ในระดับอาชีวศึกษา และมัธยมศึกษามากที่สุดใกล้เคียงกัน อยู่ในกลุ่มอาชีพค้าขายมากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนที่ 8,001-10,000 บาท และ 5,001-8,000 บาท มากที่สุดใกล้เคียงกัน

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในกลุ่มอายุ 21-30 ปี โดยมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา เป็นพนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ 30,001-50,000 บาท และเป็นผู้อยู่อาศัยในกรุงเทพฯมากกว่าต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ

สถานประกอบการที่ทำการสัมภาษณ์แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ สถานประกอบการประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานประกอบการประเภทของชำและเบ็ดเตล็ด สถานประกอบการประเภทเสื้อผ้า สถานประกอบการประเภทบริการท่องเที่ยว สถานประกอบการ

ประเภทคำทองรูปพรรณ ประเภทที่มีรายได้มากที่สุดจากการสัมภาษณ์ คือ สถานประกอบการประเภทอาหารและเครื่องดื่ม มีรายได้ประมาณ 150,000-300,000 บาท โดยช่วงที่ขายได้มากที่สุดคือช่วงเทศกาล ช่วงเวลากลางคืน และช่วงวันเสาร์อาทิตย์ ในขณะที่ช่วงเวลาที่ขายได้น้อยที่สุด คือ ช่วงเช้าวันธรรมดา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ แต่สถานประกอบการต่างๆจะขึ้นชอบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย เนื่องจากมักนิยมซื้อที่ละมากๆและราคาแพง ในขณะที่คนไทยชอบต่อรองราคา

- แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น

ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสถานที่โดดเด่นที่สุด คือ เขาวราช ในขณะที่สถานที่ขึ้นชอบและสนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก คือ เขาวราชเช่นเดียวกัน ในขณะที่คิดว่ากิจกรรมชิมอาหารที่เป็นที่แนะนำ เป็นกิจกรรมที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่สุด

นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีโปรแกรมไปเที่ยวที่อื่น หรือย่านใกล้เคียงต่อ ใช้เวลาในพื้นที่ประมาณ 1-3 ชั่วโมง และ 4-6 ชั่วโมง ใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวที่นี่เพราะ มีสินค้าให้เลือกซื้อมากมาย และมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ได้ทำกิจกรรมในพื้นที่ด้วยการ ซ้อปิ้ง มากที่สุด และมีความสนใจจะกลับมาเที่ยวที่นี่อีก เพราะ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย

- การพัฒนาการท่องเที่ยว

ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรจะมีการปรับปรุงด้านการคมนาคมและการจราจรมากที่สุด โดยเห็นว่า ปัญหาการจราจรติดขัดส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตสัมพันธวงศ์มากที่สุด ใกล้เคียงกันกับ ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัญหาการจราจรเป็นปัญหาสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ รองลงมาคือ ปัญหาด้านการประสานความร่วมมือกันของฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีความเห็นว่าควรปรับปรุงด้านการจราจรมากที่สุด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพอใจในด้านความปลอดภัย ด้านร้านค้าต่างๆ ด้านระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ไม่มีความพอใจในการคมนาคมเข้าถึง ด้านความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยว และด้านข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่มีความพอใจและไม่พอใจในด้านลานจอดรถ ที่นั่ง ที่ทิ้งขยะ ทางเดิน และป้ายบอกทางเท่าๆกัน

จากการสัมภาษณ์สถานประกอบการทั้ง 5 ประเภท ส่วนใหญ่ คิดว่าควรปรับปรุงด้านการจราจรและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด โดยคิดว่า การจราจรเป็นปัญหา

สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีความพอใจในด้านความปลอดภัย ร้านค้าต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ไม่พอใจด้านการคมนาคมเข้าถึง ความสะอาด ลานจอดรถ ที่นั่ง ที่ทิ้งขยะ ในขณะที่มีความพอใจและไม่พอใจในเรื่องป้ายบอกทาง เจ้าหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยว และข้อมูลการท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน