

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมย่านการค้าพาหุรัด



นางสาว พรทิพย์ เสนีวรรณ

ศูนย์วิทยพัชกร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาดบัณฑิต

สาขาวิชาการวางผังเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS INFLUENCING THE COMMERCIAL ROLE OF PHAHURAT DISTRICT



Miss Pornthip Seneewan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning Program in Urban Planning

Department of Urban and Regional Planning

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

521136

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรม

ย่านการค้าพาหุรัด

โดย

นางสาว พรทิพย์ เสนีวรรณ

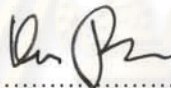
สาขาวิชา

การวางผังเมือง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

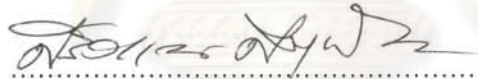
รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย ศิริรินทร์ภาณุ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

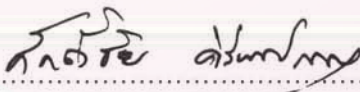


..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต จุลาสัย)

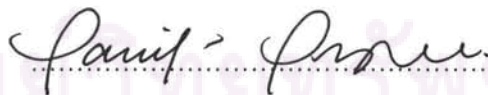
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



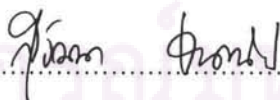
..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ ศิลพัชรนันท์)



..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ชัย ศิริรินทร์ภาณุ)



..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิต ภูจินดา)



..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ)

พรทิพย์ เสนีวรรณ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด.
(FACTOR INFLUENCING THE COMMERCIAL ROLE OF PHAHURAT DISTRICT)

อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชัย คิรินทร์ภาณู, 179 หน้า.

การศึกษามีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาวิวัฒนาการของพื้นที่และผู้ประกอบการตลอดจนรูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ 2) ศึกษาถึงสาเหตุและปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงอยู่ 3) ศึกษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านการค้าพาหุรัดกับพื้นที่ย่านพาณิชย์กรรมอื่นๆบริเวณโดยรอบ 4) ศึกษาศักยภาพความได้เปรียบในเชิงกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม ข้อจำกัด ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนา วิธีการศึกษาการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้ามาใช้บริการ และผู้ประกอบการใช้การสุ่มแบบหลายขั้น (Multi-stage sampling) จำนวนแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ซื้อจำนวน 400 ราย ผู้ประกอบการจำนวน 120 ราย

ผลการศึกษา พบว่าย่านการค้าพาหุรัดมีลักษณะกระจุกตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทผ้าตั้งแต่อดีต พัฒนาการของย่านเริ่มจากการเป็นที่พักอาศัยของชาวญวน จนกลายเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมสำคัญของชาวชิโนในสมัยรัชกาลที่ 5 ภายหลังจากตัดถนนพาหุรัด ย่านจึงเป็นที่รู้จักของในนามของลิตเติ้ลอินเดียน ซึ่งปัจจุบันย่านการค้าพาหุรัดเข้าสู่ช่วงฟื้นฟู (Recovery) จึงเกิดกลไกการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยอาศัยการปรับตัวทางเศรษฐกิจจนย่านกลายเป็นตลาดค้าผ้าที่มีเอกลักษณ์ คือมีความพิเศษและจำเพาะที่นี้เท่านั้น เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) จึงนำไปสู่การปรับตัวด้านอื่นๆเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับตัวทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรม ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เพราะถนนพาหุรัดเป็นถนนพระราชทานตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 2) ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน เนื่องจากเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมเก่าแก่สำคัญของเมือง 3) สภาพที่ตั้ง มีความสะดวกการเข้าถึงโดยใช้สะพานพระปกเกล้าฯ เชื่อมต่อมายังถนนจักรเพชร และสะพานพระพุทธยอดฟ้าฯ เชื่อมมายังถนนตรีเพชรเป็นถนนสายหลักที่เข้ามาสู่ย่าน ลักษณะของย่านที่มีชอยเป็นจุดเชื่อมพื้นที่ในแต่ละโซนและบริการสาธารณะบริเวณโดยรอบที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาใช้บริการ 4) การปรับตัวทางกายภาพ คือลักษณะของการใช้ประโยชน์อาคารโดยใช้พื้นที่ด้านหน้าและด้านหลังของอาคารเพื่อจำหน่ายสินค้า การปรับรูปแบบการแสดงสินค้าให้สวยงามและน่าสนใจ 5) การปรับตัวทางเศรษฐกิจ คือการปรับรูปแบบของการจำหน่าย การปรับตัวจากรูปแบบการขายตรงเปลี่ยนมาเป็นการจำหน่ายหน้าร้าน ตลอดจนการจำหน่ายทางเว็บไซต์ สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ของรูปแบบและการออกแบบ ได้แก่ ผ้าสำหรับผ้าม่าน ผ้าลูกไม้ และผ้าใช้ในงานแสดงที่นำไปใช้ตัดชุดคอเสื้อ ชุดคาบาเร่ย์ ล้วนแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวตามกระแสแฟชั่น 6) การปรับตัวทางสังคม ภายในสังคมชิโนเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางสังคมและทางเศรษฐกิจ 7) ความเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบคือย่านลำเพ็ญ ย่านสะพานหัน จึงเกิดความเชื่อมโยงในเชิงส่งเสริม (Complementary Linkage) คือการพึ่งพิงสินค้าซึ่งกันและกัน แต่ในขณะเดียวกันย่านค้าผ้าทั้งสามก็มีความเชื่อมโยงกันในลักษณะเชิงการแข่งขันเกิดขึ้น (Competitive Linkage) เพื่อจะคงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมนั้น ข้อเสนอแนะควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มีความน่าสนใจและทันสมัยควบคู่กับการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของย่านเพื่อสนับสนุนให้ย่านดำรงอยู่ต่อไป

ภาควิชา.....การวางแผนภาคและเมือง.....ลายมือชื่อนิสิต พรทิพย์ เสนีวรรณ
สาขาวิชา.....การวางผังเมือง.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ศักดิ์ชัย คิรินทร์ภาณู
ปีการศึกษา.....2552.....

4974135225 : MAJOR URBAN PLANNING

KEY WORDS : FACTOR INFLUENING / COMMERCIAL ROLE/ MAINTAIN /PHAHURAT

PORNTHIP SENEWAN : FACTORS INFLUENCING THE COMMERCIAL ROLE OF PHAHURAT DISTRICT. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.SAKCHAI KIRINPANU, Ph.D., 179 pp.

The objectives of this study are to investigate 1) the development of the area and the entrepreneurs as well as their economic activities, 2) the causes and factors that have kept Phahurat a trading area, 3) the relationship between Phahurat and its vicinity and 4) the comparative advantages of Phahurat potentials. This study also provides suggestions for improving this area. The questionnaires are 400 buyers and 120 entrepreneurs. The former were randomly chosen while the latter were chosen by using multi-stage sampling.

It has been found that the trading activities in Phahurat involve cloth. At first, this area was a Vietnamese settlement and was later developed into a major Sikh trading area during the reign of King Rama V. Later, Phahurat Road was built and Phahurat has since been known as Little India. At present, Phahurat is in a recovery phase having undergone many adaptations for survival. It has turned itself into a unique cloth market in that it offers special kinds of cloth that can be bought only from there. It wants to meet the demands of this niche market. This has lead to other adaptations in line with economic changes.

The factors which affect its commercial role are 1) its historical background dating back to the reign of King Rama V, 2) its long-standing reputation as a major old central business district of Bangkok, 3) its location in the center of an old commercial area of the city. It can easily be accesses via the PokKlau Bridge connecting Jakphet Road and the Memorial Bridge connecting Tripet Road, which is the main road. In this area there are many alleys connecting one another and public transport is also available, 4) the physical adaptations that have been made. The shop owners can sell their merchandise both in the front and at the back of the shops and display their merchandise more attractively. 5) The economic adaptations that have been made. The shop owners do not sell wholesale, rather they sell their merchandise directly to the buyers or sell via a website. Their merchandise includes cloth for Saree, drapes, lace as well as cloth for making cosplay costumes and cabaret costumes. It can be seen that the entrepreneurs sell fashionable cloth, 6) adaptations within the Sikh community due in order to cope with economic changes. 7) a complementary linkage between Phahurat and its vicinity which covers Sempeng and Sapanhan. These three areas are interdependent in terms of products; however, competitive linkage relationships between the three areas also exist to maintain each area's identity. In order for Phahurat to maintain its commercial role, a suggestion might be to have a greater variety of products as well as ensuring the products are fashionable.

Department..... : Urban and Regional Planning Student's Signature..... *Poanthip Senewan*
 Field of Study..... : Urban Planning Advisor's Signature..... *Sakchai Kirinpanu*
 Academic Year..... : 2009

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนิต ภูจินดา ที่ให้ข้อคิด คำแนะนำของการทำวิทยานิพนธ์เสมอมา ตลอดจนคณาจารย์ภาควิชาการวางแผนภาคและเมืองทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ แก่ศิษย์เสมอมาจึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณประชาชนในย่านการค้าพาหุรัดซึ่งเป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์ในเรื่องต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยโดยเฉพาะผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ในวัดชิขิรข์ทุกท่าน คุณ นรินทร์ จำปี, คุณ เจริญ ท้วมประดม, คุณธิดารัตน์, คุณ นรินทร์ ปาลสิงห์ สัจพรเดช

ขอขอบคุณ คุณ อรรจน์, คุณ เกษราภรณ์, คุณ พงศธร เนตรวิเชียร ที่ช่วยเหลือในการทำแผนที่และความช่วยเหลืออื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย รวมถึงเพื่อนๆฝั่งเมือง31ทุกคน ที่ให้กำลังใจ ท้ายที่สุดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่ให้กำลังใจและสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์จนความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฐ
สารบัญแผนที่.....	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 บทนำ.....	1
1.2 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	2
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	4
1.6 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	6
1.7 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.9 นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม.....	8
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมและพื้นที่.....	11
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อมโยง.....	12
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ ลักษณะเฉพาะ และคุณลักษณะของเมือง.....	13
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของชุมชนและแนวคิดเกี่ยวกับย่าน.....	13
2.6 แนวความคิดของส่วนผสมทางการตลาดและวัฏจักรของธุรกิจ.....	14

	หน้า
2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจศาสตร์เมือง.....	16
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.9 กรอบแนวความคิด.....	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	24
3.1 พื้นที่ศึกษา.....	24
3.2 การศึกษาข้อมูลการสำรวจ.....	24
3.3 รูปแบบเครื่องมือใช้ในการศึกษา.....	26
3.4 การจำแนกพื้นที่ศึกษา.....	28
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
3.6 ระยะเวลาเก็บข้อมูล.....	29
บทที่ 4 ประวัติความเป็นมาและสภาพทั่วไปของย่านการค้าพาหุรัด.....	30
4.1 วิวัฒนาการของพื้นที่และผู้ประกอบการ.....	30
4.2 ลักษณะทางกายภาพ.....	40
4.2.2) ลักษณะการเข้าถึง.....	41
4.2.3) กรรมสิทธิ์ที่ดิน.....	44
4.2.4) ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร.....	45
4.3. ลักษณะทางสังคม.....	49
บทที่ 5 สภาพทางกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่.....	51
5.1 พัฒนาการและองค์ประกอบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	51
5.2 พัฒนาการขององค์ประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ.....	62
5.3 พัฒนาการด้านการใช้พื้นที่.....	63
5.4 สภาพปัจจุบันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านการค้าพาหุรัด.....	65
5.5 ผลแบบสอบถาม.....	89
5.5.1 ผลแบบสอบถามของผู้ประกอบการ.....	89
5.5.2 ผลแบบสอบถามของผู้ซื้อ.....	98
5.6 สรุปบทบาทของย่านการค้าพาหุรัด.....	106
บทที่ 6 ปัจจัย ศักยภาพ ความได้เปรียบ ข้อจำกัด.....	107
6.1 แนวทางการวิเคราะห์ผลการศึกษา.....	107
6.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่านการค้าพาหุรัด.....	108

	หน้า
6.3 ความเชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจย่านพาหุรัดกับย่านพาณิชย์กรรมอื่นๆ.....	119
6.4 การเกิดขึ้นของอินเดียมโรว์.....	123
6.5 ศักยภาพและความได้เปรียบของย่านการค้าพาหุรัด.....	124
6.6 ข้อจำกัดของย่านการค้าพาหุรัด.....	125
บทที่ 7 บทสรุป ปัญหาและแนวทางการพัฒนา.....	126
7.1 บทสรุป.....	126
7.2 ปัญหาของย่านการค้าพาหุรัด.....	129
7.3 ข้อเสนอแนะ.....	130
7.4 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป.....	130
รายการอ้างอิง.....	131
ภาคผนวก.....	136
ภาคผนวก ก.....	137
ภาคผนวก ข.....	159
ภาคผนวก ค.....	168
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	179

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง ข-4 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในย่านการค้าพาหุรัด.....	163
ตาราง ข-5 แสดงร้อยละของอาชีพจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อในย่านการค้าพาหุรัด.....	164
ตาราง ข-6 แสดงร้อยละของประเภทของผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บจำแนกตามอาชีพ.....	164
ตาราง ข-7 แสดงร้อยละของสถานที่ซื้อสินค้ากับอาชีพของผู้ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	165
ตาราง ข-8 แสดงร้อยละของวัตถุประสงค์จำแนกตามอาชีพของผู้ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด...	165
ตาราง ข-9 แสดงร้อยละของมูลค่าการซื้อสินค้าจำแนกตามอาชีพ.....	166
ตาราง ข-10 แสดงร้อยละของวันเดินทาง สถานที่จอดรถและค่าจอดรถของผู้ซื้อ.....	166
ตาราง ค-1 แสดงร้อยละความแตกต่างของสินค้าภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	168
ตาราง ค-2 แสดงร้อยละของการปรับตัวของย่านการค้าพาหุรัด.....	168
ตาราง ค-3 แสดงร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าทางบทบาทด้านพาณิชย์กรรม.....	168
ตาราง ค-4 แสดงร้อยละของกลุ่มลูกค้า อาชีพที่ซื้อสินค้า และประเภทสินค้า.....	169
ตาราง ค-5 แสดงร้อยละของอาชีพจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	170
ตาราง ค-6 แสดงร้อยละของผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากย่านอื่น.....	170
ตาราง ค-7 แสดงร้อยละของสินค้าเอกลักษณ์และการซื้อสินค้าในย่านสะพานหันและลำเพ็ง	171
ตาราง ค-8 แสดงร้อยละความเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจย่านพาหุรัดกับย่านอื่นๆ.....	171
ตาราง ค-9 แสดงร้อยละการซื้อสินค้าในอนาคตกับปริมาณการซื้อในอนาคต.....	174
ตาราง ค-10 แสดงการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในอนาคต.....	175
ตาราง ค-11 แสดงร้อยละเหตุผลที่สนใจและไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูงของผู้ประกอบการ.....	175
ตาราง ค-12 แสดงร้อยละเหตุผลที่สนใจและไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูงของผู้ซื้อ.....	175
ตาราง ค-13 แสดงร้อยละของปัญหาภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	176
ตาราง ค-14 แสดงร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนลอยหรือวางสินค้านอกร้าน.....	177

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 ขั้นตอนของวิธีการดำเนินการศึกษา.....	5
ภาพที่ 2-1 วัฏจักรของธุรกิจ.....	16
ภาพที่ 2-2 แสดงกรอบแนวคิดของย่าน.....	20
ภาพที่ 3-1 ทางเข้าออกโดยรอบย่านการค้าพาหุรัด.....	28
ภาพที่ 4-1 สะพานหันในรัชกาลที่ 5-6.....	31
ภาพที่ 4-2 วัดราชบูรณะวรวิหารในสมัยรัชกาลที่ 1.....	31
ภาพที่ 4-2.1 สภาพพื้นที่ภายในย่านการค้าพาหุรัดในช่วงที่ 1 และช่วงที่ 2.....	33
ภาพที่ 4-3 สะพานหันและประตูสะพานหัน.....	35
ภาพที่ 4-4 ถนนจักรเพชรและมุมถนนพาหุรัด.....	35
ภาพที่ 4-2.2 สภาพพื้นที่ภายในย่านการค้าพาหุรัดในช่วงที่ 2 และช่วงที่ 3.....	38
ภาพที่ 4-5 ถนนและซอยในย่านการค้าพาหุรัด.....	42
ภาพที่ 4-6 ทางเท้ารอบบริเวณพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัด.....	43
ภาพที่ 4-7 การคมนาคมสาธารณะในย่านการค้าพาหุรัด.....	44
ภาพที่ 4-8 อาคารพาณิชย์จำแนกตามกรรมสิทธิ์ที่ดินภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	47
ภาพที่ 4-9 สภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินของย่านการค้าพาหุรัด.....	48
ภาพที่ 4-10 คูรดวาราหรือวัดซีกข์.....	50
ภาพที่ 4-11 สภาพปัจจุบันศาลเจ้าแม่ทับทิมและวัดราชบูรณะวรวิหาร.....	50
ภาพที่ 5-1 ตลาดมิ่งเมืองและสะพานพุทธ.....	53
ภาพที่ 5-2 แสดงห่วงโซ่อุตสาหกรรม.....	66
ภาพที่ 5-3 รัศมีการให้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑลของของย่านการค้าพาหุรัด.....	103
ภาพที่ 5-4 รัศมีการให้บริการในภูมิภาคของย่านการค้าพาหุรัด.....	103
ภาพที่ 6-1 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรม.....	107
ภาพที่ 6-2 ภาพถ่ายทางอากาศปี 2495 ของย่านการค้าพาหุรัดและบริเวณโดยรอบ.....	120
ภาพที่ 6-3 ภาพถ่ายทางอากาศปี 2544 ของย่านการค้าพาหุรัดและบริเวณโดยรอบ.....	120
ภาพที่ 6-4 ศูนย์การค้าอินเดีย เอ็มโพเรียม.....	123
ภาพ ค-1 แสดงเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าข้ามหอนครสายเฉลิมรัชมงคล.....	173

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 5-1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนจักรเพชร.....	69
แผนภูมิที่ 5-2 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนพหลุ่รัด.....	71
แผนภูมิที่ 5-3 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนตรีเพชร.....	73
แผนภูมิที่ 5-4 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวในตลาดพหลุ่รัด.....	75
แผนภูมิที่ 5-5 แสดงอาชีพจำแนกตามประเภทสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ซื้อ).....	98
แผนภูมิที่ 5-6 แสดงอาชีพจำแนกตามสินค้าประเภทผ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ซื้อ).....	99
แผนภูมิที่ 5-7 แสดงอาชีพจำแนกตามสถานที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ซื้อ).....	100
แผนภูมิที่ ค- 1 แสดงร้อยละกลุ่มอาชีพกับปริมาณการซื้อในอนาคต.....	174
แผนภูมิที่ ค- 2 แสดงร้อยละเหตุผลของการซื้อสินค้ากับปริมาณการซื้อในอนาคต.....	174



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนที่

	หน้า
แผนที่ 1-1 แสดงที่ตั้งของย่านการค้าพาหุรัด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร.....	3
แผนที่ 1-2 แสดงขอบเขตของพื้นที่ศึกษา.....	3
แผนที่ 4-1 แสดงที่ตั้งของย่านการค้าพาหุรัด.....	40
แผนที่ 4-2 แสดงประเภทอาคารพาณิชย์จำแนกตามกรรมสิทธิ์ที่ดินภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	46
แผนที่ 5-1 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดในช่วง พ.ศ. 2434 – พ.ศ. 2489.....	58
แผนที่ 5-2 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดในช่วง พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2520.....	59
แผนที่ 5-3 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดในช่วง พ.ศ. 2521 – พ.ศ. 2535.....	60
แผนที่ 5-4 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดในช่วง พ.ศ. 2536 – ปัจจุบัน.....	61
แผนที่ 5-5 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจจำแนกตามประเภทสินค้าบริเวณถนนจักรเพชร.....	77
แผนที่ 5-6 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจจำแนกตามประเภทสินค้าบริเวณถนนพาหุรัด.....	78
แผนที่ 5-7 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจจำแนกตามประเภทสินค้าบริเวณถนนตรีเพชร.....	79
แผนที่ 5-8 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจจำแนกตามประเภทสินค้าบริเวณตลาดพาหุรัด.....	80
แผนที่ 5-9 แสดงรูปแบบการใช้พื้นที่ของอาคารพาณิชย์ทั้งสองด้าน.....	81
แผนที่ 5-10 แสดงการเข้าถึงและทางเท้าและชอยภายในย่าน.....	82
แผนที่ 5-11 แสดงสถานที่จอดรถรับส่งสินค้าและผู้โดยสารภายในย่านการค้าพาหุรัด.....	83
แผนที่ 5-12 แสดงรูปแบบการจำหน่ายสินค้าของย่านการค้าพาหุรัด.....	84
แผนที่ 5-13 แสดงรูปแบบการค้าหีบแร่แฝงลอยบริเวณถนนพาหุรัด.....	85
แผนที่ 5-14 แสดงรูปแบบการค้าหีบแร่แฝงลอยบริเวณถนนจักรเพชรและตรีเพชร.....	86
แผนที่ 5-15 แสดงรูปแบบการค้าหีบแร่แฝงลอยบริเวณตลาดพาหุรัด.....	87
แผนที่ 5-16 แสดงรูปแบบการค้าหีบแร่แฝงลอยบริเวณตลาดพาหุรัด.....	88

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่านการค้าพาหุรัด เนื่องจากย่านการค้าพาหุรัดคือพื้นที่พาณิชย์กรรมสำคัญของเมืองและสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปพร้อมๆ กับการดำรงและรักษาบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของพื้นที่เอาไว้ได้เป็นอย่างดี ภายใต้การขยายตัวอย่างไร้ทิศทางของเมือง (Urban Sprawl) จึงนำมาสู่ประเด็นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1.2 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ย่านการค้าพาหุรัด (แผนที่ 1-1) ประกอบไปด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย แต่มีความโดดเด่นการค้าผ้าของชาวซิกซ์ที่อพยพมาเข้ามาจากประเทศอินเดีย จนได้รับการขนานนามว่า "ลิตเติลอินเดีย" ของประเทศไทย ซึ่งรูปแบบของการจำหน่ายมีทั้งปลีกและส่ง สินค้าของย่านกระจายตัวไปยังย่านอื่นๆ ของเมือง ได้แก่ ย่านประตูน้ำ ย่านบางกะปิ ย่านธนบุรีฯ ตลอดจนภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย กิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้ล้วนสร้างรายได้มูลค่ามหาศาลให้กับย่านการค้าพาหุรัดตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมิได้ได้หล่อเลี้ยงเฉพาะคนในพื้นที่แต่ยังเป็นกลไกหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การจ้างงาน การขนส่ง หรือแม้แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ฯลฯ นอกจากนี้ย่านการค้าพาหุรัดยังมีความได้เปรียบของการกระจุกตัว/รวมกลุ่มกันทางเศรษฐกิจของย่านพาหุรัดกับย่านพาณิชย์กรรมอื่นๆ บริเวณโดยรอบ เช่น ย่านสำเพ็ง ย่านสะพานหัน ย่านเยาวราช ย่านคลองถม ย่านเวียงนครเขมร เป็นต้น ถึงแม้ว่าสภาพสังคมของประชากรในพื้นที่มีความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรมของชาวไทย ชาวไทยเชื้อสายจีน ชาวไทยฮินดูและชาวไทยซิกซ์ที่ประกอบอาชีพและพักอาศัยในย่านการค้าพาหุรัด อันแสดงออกถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสงบปราศจากความขัดแย้งทั้งที่มีความแตกต่างกันทั้งเชื้อชาติและศาสนา วัฒนธรรมประเพณี

ปัจจุบันย่านการค้าพาหุรัดต้องเผชิญกับการเข้ามาของห้างสรรพสินค้า อินเดีย เอ็มโพเรียม ซึ่งอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ บทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่านการค้าพาหุรัดจากการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจบนอาคารพาณิชย์/ตึกแถว เปลี่ยนมาเป็นตึกสูง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีความน่าสนใจและนำไปสู่การศึกษา สาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่/ดำรงบทบาทด้าน

พาณิชยกรรมของย่านการค้าพาหุรัด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบผสมผสานหรือยังคงรูปแบบเดิม

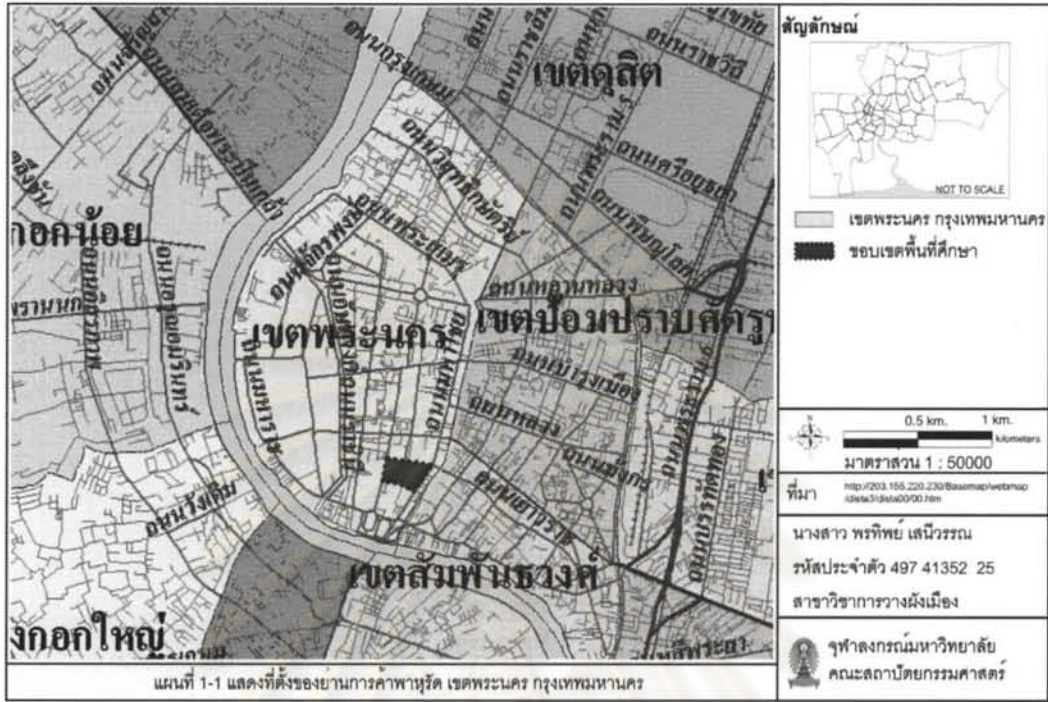
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาวิวัฒนาการของพื้นที่และผู้ประกอบการตลอดจนรูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในย่านการค้าพาหุรัด
2. ศึกษาถึงสาเหตุและปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงและคงอยู่ได้ต่อไป
3. ศึกษาความสัมพันธ์เชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านการค้าพาหุรัดกับพื้นที่ย่านพาณิชยกรรมอื่นๆ บริเวณโดยรอบ
4. ศึกษาศักยภาพความได้เปรียบในเชิงกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม ข้อจำกัด ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ศึกษา

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

- 1) ขอบเขตทางด้านเนื้อหา - ศึกษาถึงกิจกรรมทางการค้าของย่านและสภาพทางกายภาพของย่าน เพื่อหาบทบาททางด้านพาณิชยกรรมของย่าน รวมถึงระดมการให้บริการสภาพปัญหาที่พบ เพื่อทราบถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เพื่อนำไปกำหนดทิศทางเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาย่านการค้าพาหุรัด
- 2) ขอบเขตทางด้านพื้นที่ - ย่านพาหุรัด อยู่ในแขวงวังบูรพาภิรมย์เขตการปกครองเขตพระนคร ตามแนວถนนพาหุรัด ในการศึกษาครั้งนี้อาศัยหลักเกณฑ์การแบ่งพื้นที่โดยใช้แนວถนนและศึกษาร้านค้าประเภทตึกแถว/อาคารพาณิชย์เท่านั้น จะศึกษาร้านค้าประเภทตึกแถว ตั้งแต่ถนนจักรเพชร ถนนพาหุรัด ไปจนถึงถนนตรีเพชร พื้นที่ประมาณ 1.67 ตารางกิโลเมตร (แผนที่ 1-2)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

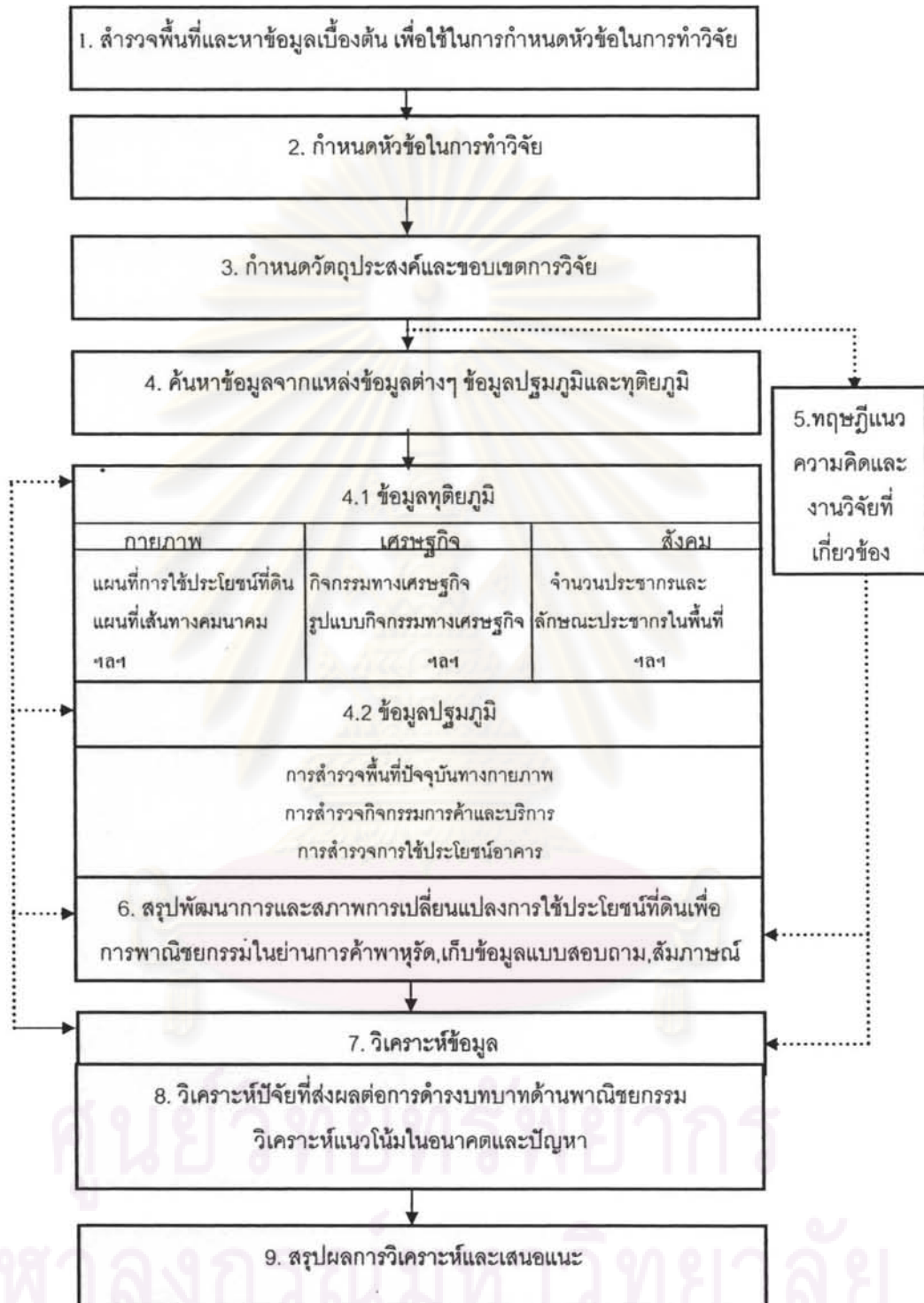


1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. สำรวจพื้นที่และหาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อใช้ในการกำหนดหัวข้อในการทำวิจัย
ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดพื้นฐานของงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ศึกษา
2. เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิทุติยภูมิและตติยภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง แผนที่แสดงรายละเอียดต่างๆที่จะนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นไปใช้ในการสำรวจภาคสนามและวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลอื่นๆ เพื่อระบุถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา พร้อมทั้งการกำหนดกรอบแนวคิด ตลอดจนทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
3. สร้างเครื่องมือวิจัย คือการออกแบบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อผู้ประกอบการ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเองและสัมภาษณ์ประชาชนที่พักอาศัยในพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัด
4. ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลผู้ซื้อ ผู้ประกอบการ และประชาชนที่พักอาศัยในพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัด
5. วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลการศึกษา เพื่ออธิบายถึงบทบาทของย่านการค้าพาหุรัด ตลอดจนวิเคราะห์ ปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และประชากรของพื้นที่ศึกษา
6. นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ปัจจัย/สาเหตุที่ทำให้ย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงอยู่ การเชื่อมโยงกันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับย่านการค้าอื่นๆ ตลอดจนสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับย่านการค้าพาหุรัด
7. สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาย่านการค้าพาหุรัด (แผนภาพที่ 1-1)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 1-1 ขั้นตอนของวิธีการดำเนินการศึกษา



1.6 แหล่งที่มาของข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม สัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกต
2. ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลจากสถิติหน่วยงานราชการ เอกชน และข้อมูลเอกสารจากวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ ซึ่งจะเป็นการรวบรวมข้อมูลทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมและประชากร ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรม

1.7 ข้อจำกัดในการศึกษา

1. การสอบถามข้อมูลในเชิงธุรกิจ ผู้ประกอบการอาจไม่ให้ข้อมูลตรงตามความเป็นจริงทั้งหมด เพราะเป็นความลับไม่อาจเปิดเผยได้ทั้งจึงทำให้ผู้วิจัยต้องอาศัยการเก็บข้อมูลจากแหล่งอื่นควบคู่ไปด้วย
2. การสำรวจเป็นการสำรวจเฉพาะพื้นที่ ยังไม่มีการสำรวจมาก่อนจึงไม่พบข้อมูลทุติยภูมิเฉพาะพื้นที่ จึงจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลในระดับเขตและแขวงมาประกอบการศึกษาคั้งนี้

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงวิวัฒนาการของพื้นที่และผู้ประกอบการรวมถึงรูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในย่านการค้าพาดูร์ด
2. ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของพื้นที่ย่านการค้าพาดูร์ดสามารถดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมอยู่ได้
3. ทราบถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงของกิจกรรมการค้าภายในย่านการค้าพาดูร์ดกับพื้นที่ย่านพาณิชย์กรรมอื่นๆบริเวณโดยรอบ
4. ทำให้ทราบถึงศักยภาพ ข้อจำกัด เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงพื้นที่ฟูตลดจนพัฒนาพื้นที่การค้าย่านพาดูร์ด ตลอดจนผลของการศึกษาสามารถนำไปปรับและประยุกต์ใช้ในการพัฒนาย่านการค้าอื่นๆ

1.9 นิยามศัพท์

1. ความคงอยู่ หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรม การปฏิบัติที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (สุทศ กันทะมา 2542: 6)
2. เอกลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่แสดงออกบ่งบอกถึงความแตกต่างมีและลักษณะเฉพาะ เอกลักษณ์ที่แสดงออกมามีหลายด้าน เช่น อาหาร ภาษา ศิลปะ ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม (จงจิต กล่อมสิงห์ 2546: 5)

3. การค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าโดยไม่เปลี่ยนรูปแบบของสินค้าทั้งชนิดที่เป็นสินค้าใหม่และใช้แล้วให้แก่คนทั่วไปเพื่อการบริโภค หรือเพื่อใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลหรือในครัวเรือน (ยุทธศักดิ์ คุณาสวัสดิ์, 2544: 64)

4. การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าปริมาณมากให้แก่ พ่อค้า ตัวแทน หรือผู้รวบรวม ซึ่งประกอบกิจการเข้าแทรกอยู่ระหว่างผู้ผลิต กับผู้ค้าปลีก หรือผู้ใช้ (User) (ยุทธศักดิ์ คุณาสวัสดิ์, 2544: 65)

5. ย่านการค้า หมายถึง อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีประชาชนอยู่ อาศัยและเป็นที่ยอมรับของร้านค้าหรือย่านที่คนนิยมจับจ่ายซื้อของขายสินค้าและสินค้าและบริการเป็นจำนวนมาก (สุมนา อยู่โพธิ์, 2531:29)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด จำเป็นต้องศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการศึกษาและอ้างอิงเพื่อให้บรรลุตามแนวทางการศึกษาวิจัยที่วางแผนไว้ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม

1) ตลาด

เกียรติ จิวะกุลและคณะ กล่าวว่า ตลาดคือ สถานที่เดียวหรือหลายสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ในบริเวณที่มีทำเลเหมาะสมเป็นองค์ประกอบของพื้นที่ชุมชนในด้านเป็นย่านศูนย์กลาง(Central Place)

ในขณะที่ กองผังเมืองรวม (2540:35) ได้อธิบายลักษณะการเกิดย่านการค้าว่า ไม่ว่าจะย่านที่พักอาศัยจะไปอยู่ ณ ที่ใด ย่านการค้าจะขยายตัวตามออกไปเสมอ ส่วนใหญ่ย่านการค้ามักเกิดขึ้นในบริเวณ ดังนี้ 1) ศูนย์กลางชุมชน 2) บริเวณที่ถนนสายหลักตัดกัน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางด้านการจราจรและความปลอดภัย 3) บริเวณสองฝั่งถนนสายหลัก และมีการขยายตัวตามถนนออกไปเรื่อยๆทำให้เกิดปัญหาการขยายตัวเมืองแบบ Ribbon Development

2) ลักษณะการเกิดย่านการค้าและกำหนดที่ตั้ง

Harris และ Ullman (อ้างใน Wallace, S.E., 1980:118) ได้ระบุหลักเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของเมืองซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับตลาดได้คือ 1) เมืองบางเมืองจะตั้งอยู่ในย่านศูนย์กลาง 2) เมืองบางเมืองเป็นเมืองคมนาคนขนส่ง 3) เมืองที่มีบทบาทเฉพาะ

3) โครงสร้างและรูปแบบย่านการค้า

รูปแบบโครงสร้างย่านการค้าของเมือง โดย Berry ศึกษารูปแบบการค้าของเมืองชิคาโก และสามารถจำแนกโครงสร้างของย่านการค้าออกเป็น 3 ประเภทคือ

3.1) ศูนย์การค้า (shopping Centers) Berry จำแนกศูนย์การค้าออกเป็น 6 ประเภท/ลำดับศักร์ ตามประเภทของกิจกรรมการค้า องค์ประกอบของศูนย์การค้า ความถี่ในด้านทำเลที่ตั้ง ขนาดและขอบเขตของตลาด พื้นที่ จำนวนลูกค้า ฯลฯ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ศูนย์การค้าตามหัวมุมถนน (Convenience Shopping Center) เป็นศูนย์การค้าลำดับต่ำสุด คือ ปริมาณการซื้อ ปริมาณเงินของผู้บริโภคอยู่ในระดับต่ำ อาจหมายถึงสินค้าราคาถูก จะประกอบไปด้วยร้านค้าโตเตุขายสินค้าจำเป็นขั้นพื้นฐาน มีขอบเขตตลาดแคบบริการลูกค้าที่อาศัยอยู่ใกล้เคียงระยะทางระหว่างร้านค้า

- ศูนย์การค้าในละแวกที่อยู่อาศัย (Neighborhood Shopping Center) ประกอบไปด้วยร้านค้าที่ขายสินค้าและบริการอันดับต่ำ สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ศูนย์การค้าประเภทนี้มีประเภทของสินค้าและบริการมากกว่าศูนย์การค้าตามหัวมุมถนน

- ศูนย์การค้าระดับชุมชน (Community Shopping Center) ศูนย์การค้าประเภทนี้มีขนาดใหญ่กว่าสองประเภทที่กล่าวมา ขอบเขตตลาดและจำนวนร้านค้า ความหลากหลายของสินค้าและร้านค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร รองเท้า เป็นต้น ร้านค้าเหล่านี้มี ปริมาณการซื้อ ปริมาณเงินของผู้บริโภคระดับสูงแสดงถึงสินค้ามีราคาแพง

- ศูนย์การค้าภูมิภาค (Regional shopping Center) เป็นศูนย์การค้าที่มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น สินค้าหลากหลาย จะมีร้านค้าที่ขายสินค้าเหมือนกัน ขอบเขตของสินค้ากว้างขวาง

- ศูนย์การค้าภูมิภาคขนาดใหญ่ (Super Regional Shopping Center) ภายในประกอบไปด้วยกิจกรรมการค้าหลายประเภท ขอบเขตการค้าขนาดใหญ่ ลูกค้านำมาจากทุกส่วนของเมือง ทั้งในชนบทรอบนอกและเมืองที่อยู่ใกล้เคียง ศูนย์การค้าประเภทนี้กลายเป็นศูนย์กลางชุมชนชนานเมืองด้วย

- ศูนย์การค้าในกลางมหานคร (Metropolitan CBD) เป็นศูนย์การค้าลำดับสูงสุดในเขตชุมชนเมือง เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ สินค้าหลากหลาย ให้บริการทั้งในและนอกเมืองรวมถึงนักท่องเที่ยวมีขอบเขตการบริการกว้าง

3.2) ย่านการค้าตามแนวถนน จะประกอบไปด้วยกิจกรรมธุรกิจของสองฟากฝั่งถนนจะเกิดขึ้นตามถนนสายสำคัญ ไม่ต้องการทำเลที่ตั้ง แต่ต้องการทำเลที่ตั้งตามเส้นทางคมนาคม โดยคำนึงถึงการเข้าถึงเป็นหลัก

จากการศึกษาของศักดิ์ชัย ศิริจันทร์ภาณุและคณะ (อ้างถึงใน ชัชวาลย์ วายลี, 2528: 178-179) เกี่ยวกับการกำหนดย่านธุรกิจการค้ากลางของกรุงเทพฯ ซึ่งพิจารณาจากภาษีอากร และจากลักษณะการใช้ที่ดิน พบว่า เขตบางรักเป็นย่านธุรกิจกลางของกรุงเทพฯ เมื่อพิจารณาโครงสร้างและรูปแบบการใช้ที่ดิน เพื่อการค้าปลีกอีกสองลักษณะ คือ แนวยาวตามถนนสายสำคัญ และการรวมกลุ่มตามชนิดของสินค้าที่เหมือนกัน พบว่า การพัฒนาย่านการค้าในแนวยาวตามถนนนั้น เป็นลักษณะที่เด่นชัดในกรุงเทพฯ มหานคร ส่วนการรวมกลุ่มร้านค้าที่ขายของเหมือนกัน เป็นย่านการค้าพิเศษเฉพาะอย่างก็พบได้ในกรุงเทพฯ เช่นเดียวกัน เช่น ย่านค้าทองในเยาวราช ย่านค้าเพชรพลอยแถบสะพานหัน ย่านขายเสื้อผ้าแถบประตูน้ำและพาหุรัด ย่านขายชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องยนต์แถบเชียงกง เป็นต้น

3.3) เขตการค้าเฉพาะ (Specialized Area) เป็นเขตการค้าที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันกระจุกตัวหรือเกาะตัวกัน การเกาะกลุ่มอาจทำให้เกิดการประหยัดภายนอกเช่น ค่าขนส่ง

ค่าโฆษณา เป็นต้น การค้าจะเกิดขึ้นบริเวณใดบริเวณหนึ่งของเมือง เขตการค้าแบบนี้ไม่มีรูปหรือทำเลที่ตั้งที่แน่นอน

นอกจากนี้ Berry and Horton (อ้างถึงใน สารียา ศรีเชื้อ, 2540:21) กล่าวว่า รูปแบบของย่านการค้ามีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของเมือง ถึงแม้ว่าย่านการค้าจะประกอบไปด้วยร้านค้า หรือกิจกรรมหลายอย่าง ระยะเวลาที่มีแนวโน้มว่ากิจกรรมประเภทเดียวกันจะมาตั้งอยู่รวมกันมากขึ้น ร้านค้าขนาดเล็กจะมีจำนวนลดน้อยลง รูปแบบย่านการค้าประกอบไปด้วยเขตธุรกิจการค้า 2 ส่วน

1) **เขตธุรกิจการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional sector)** มีตลาดสดอยู่ตรงกลางมีร้านค้าแบบตึกแถวอยู่รายรอบ เมื่อเมืองเจริญขึ้นส่วนที่เป็นเขตการค้าดั้งเดิมจะได้รับการพัฒนา ทำให้บทบาทหน้าที่เปลี่ยนไป คือมีกิจกรรมหรือธุรกิจใหม่ๆเพิ่มเติมเข้ามาเข้ามา ร้านค้าขนาดเล็กลดจำนวนลง นอกจากนี้กิจกรรมการค้าปลีกมีบทบาทเด่นในปัจจุบัน ซึ่งก่อนหน้านี้เขตนี้อยู่เคยเป็นเขตการค้าส่ง เขตอุตสาหกรรม เขตที่อยู่อาศัยเขตธุรกิจการค้าดั้งเดิมจะพลุกพล่าน จอแจให้บริการลูกค้าหลายระดับทั้งในเมืองและชนบท จะมีชีวิตชีวามากในช่วงกลางวันแต่จะเงียบในช่วงกลางคืน

2) **เขตธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Modern Sector)** เขตนี้เป็นส่วนที่เพิ่มเข้ามาตอนหลังประมาณทศวรรษ 1960 ส่วนมากรูปแบบค่อนข้างคล้ายกับCBDของเมืองในซีกโลกตะวันตก กล่าวคือ ถนนกว้างขวาง ประกอบไปด้วยศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า อาคารจอดรถ สถาบันการเงิน ภัตตาคาร เขตธุรกิจการค้าสมัยใหม่จะมีธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจที่ไม่เป็นทางการปะปน เขตการค้าประเภทนี้จะให้บริการแก่ผู้มีฐานะปานกลางและฐานะดีตลอดจนนักท่องเที่ยว

4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม

กฤษเขต ไกรवास (2538:21-25) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้ที่ดินประเภทการค้าซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยได้แก่

1) **ปัจจัยทางกายภาพ** ประกอบด้วย ระบบคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค ประเภทของการใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณใกล้เคียง ความสะดวกในการเข้าถึง และความเป็นศูนย์กลางเมือง

2) **ปัจจัยทางเศรษฐกิจ** ซึ่งประกอบด้วย ราคาที่ดิน ค่าเช่า เงินลงทุน ผลตอบแทนและผลประโยชน์ที่ได้รับ และความเกี่ยวข้องของเชิงแข่งขันและส่งเสริมกัน

3) **ปัจจัยทางสังคม** ประกอบด้วย จำนวนประชากร ลักษณะประชากร ความปลอดภัย และกฎหมายบังคับ

สุวิทย์ เปี้ยผ่อง(2535: 71-73) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม 5 ประการดังต่อไปนี้

1) พฤติกรรมของการซื้อสินค้า 2) ทางเดินทางเท้าของผู้ซื้อสินค้า จากกฎ "Rule of Thumb" กล่าวว่ายิ่งมีการสัญจรทางเท้ามากเท่าใดก็ยิ่งจะมีธุรกิจการค้ามากขึ้นเท่านั้น (Delbert J. Duncan, Chales F Philliph, Stanley C. Hollander, 1972) นอกจากนี้พิจารณาถึงทางเดินเท้ายังต้องศึกษาถึง จำนวนของผู้สัญจร เพศและช่วงอายุของผู้สัญจร และช่วงเวลาที่มีการสัญจร 3) ทำเลของพื้นที่ที่อยู่ใกล้กับพาณิชยกรรมในรูปแบบเดียวกัน เพื่อให้พื้นที่ย่านพาณิชยกรรมเกิดการประหยัดจากการกระจุกตัว 4) ความสามารถในการเข้าถึงได้สะดวก โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมขนส่ง ได้แก่ ถนน ทางเท้า แม่น้ำ ฯลฯ 5) ลักษณะของสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมที่ดีจะนำมาสู่ความน่าสนใจและดึงดูดให้จับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมและพื้นที่

Rapport (1982) กล่าวถึงแนวกิจของกิจกรรมว่า กิจกรรมจะถ่ายทอดโดยตรงจากวิถีชีวิตและรากฐานวัฒนธรรม กิจกรรมมีองค์ประกอบ 4 อย่างคือ ตัวกิจกรรม กิจกรรมถูกนำไปใช้อย่างไร กิจกรรมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอื่น และ ระบบของกิจกรรม ระบบของกิจกรรมไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากพื้นที่และเวลาและจะต้องพิจารณาทั้งระบบของกิจกรรม

ที่ตั้ง (Setting) เป็นการผสมผสานของที่ตั้งและบทบาทของที่ตั้ง ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมของระบบกิจกรรมที่ต่อเนื่อง สภาพแวดล้อมและกิจกรรมจะเชื่อมโยงด้วยกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดที่ตั้งที่เหมาะสม จะถูกพิจารณารวมกับระบบภายในกิจกรรมที่เกิดขึ้นถูกเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เชื่อมโยงในด้านเรื่องของพื้นที่ ความใกล้ชิด การเชื่อมโยง การแบ่งแยก ช่วงเวลา เป็นต้น ที่ตั้งจะเป็นไปตามความเหมาะสมของกิจกรรมและพฤติกรรม ที่ตั้งมีขอบเขตและเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เวลาและคุณภาพของที่ตั้งแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมและเปลี่ยนไปตามกลุ่มวัฒนธรรมนั้นๆ

Chapin (1972:221-253) กล่าวสรุปกิจกรรมมีความองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 3 ประการคือ 1) แหล่งประกอบกิจกรรม 2) ประเภทของกิจกรรม 3) ระบบกิจกรรม ระบบของกิจกรรมมีองค์ประกอบเชิงพื้นที่และองค์ประกอบเวลาทั้งสองอย่างรับอิทธิพลด้วยข้อจำกัดจากวัฒนธรรมและธรรมชาติของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อมโยง

Hartshorne (1926) (อ้างถึงในลูซีรา เรื่องรัศมีชัย 2549:10-13) ได้กล่าวถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในเขตเมืองว่ามีความเชื่อมโยงดังนี้

1) *ความเชื่อมโยงในเชิงการแข่งขัน (Competitive Linkage)* ความเชื่อมโยงในลักษณะเช่นนี้ ร้านค้าปลีกต่างๆจะอยู่รวมกัน เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ได้มากที่สุดและแบ่งเขตการตลาด ทำให้ลูกค้าได้มีโอกาสเปรียบเทียบสินค้า

2) *ความเชื่อมโยงในเชิงส่งเสริม (Complementary Linkage)* เป็นลักษณะของร้านค้าธุรกิจ ที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนในธุรกิจที่ตั้งอยู่ในบริเวณหนึ่งๆ เช่น สำนักงาน ร้านขายอุปกรณ์สำนักงาน ที่ตั้งอยู่ใกล้กันเพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน

3) *ความเชื่อมโยงเชิงร่วมสถานที่ (Commensal Linkage)* เป็นกิจกรรมที่มีความต้องการใช้สถานที่ร่วมกัน เช่น สำนักงานวางแผน สำนักงานวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม จะใช้พื้นที่เพื่อจัดตั้งสำนักงานร่วมกัน

4) *ความเชื่อมโยงเชิงประกอบ (Ancillary Linkage)* เป็นธุรกิจบริการต่างๆที่อยู่ใกล้กันที่เกิดขึ้นใกล้กับศูนย์กลางของการจ้างงาน เพื่อจัดหาสินค้าและบริการกับพนักงานเหล่านั้น เช่น ร้านอาหาร ที่อยู่ใกล้สำนักงาน

Bendavid (1926) (อ้างถึงในลูซีรา เรื่องรัศมีชัย 2549:10-13) การศึกษาความเชื่อมโยงมีการบ่งชี้ถึงความเคลื่อนไหวที่สามารถจะเป็นไปได้ (potential Flows) สามารถจะเป็นไปได้ภายใต้ความเชื่อมโยงระหว่างภาคที่เกิดขึ้น จะสามารถเป็นฐานสำหรับการเพิ่มขึ้นของการไหลเวียนของสินค้าและบริการ ความเชื่อมโยงที่อาจเป็นไปได้หลายแบบเช่น

1) *ความเชื่อมโยงในการผลิตไปข้างหน้า (Forward Production Linkages)* จะเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าจนถึงขั้นสำเร็จรูป หรือการขยายกระบวนการผลิตที่เป็นอยู่ เพื่อที่ว่าจะสามารถผลิตสินค้าได้หลายชนิดจากวัตถุดิบที่ใช้อยู่

2) *ความเชื่อมโยงในการผลิตไปข้างหลัง (Backward Production Linkages)* เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต รวมถึงปัจจัยเข้าโดยอ้อม (indirect Input)

3) *ความเชื่อมโยงในของการกระจายสินค้าและบริการ (Distribution Linkages)* เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากที่ตั้งของภาคในโครงข่ายคมนาคมระหว่างภาค

4) *ความเชื่อมโยงของการค้าและบริการ (Commercial and service Linkages)* เกี่ยวข้องกับการขายปลีกที่เป็นไปได้ของภาค และเกี่ยวกับพื้นที่ให้บริการทางการค้า

5) *ความเชื่อมโยงอื่นๆ* เช่น ความเชื่อมโยงของสาธารณูปโภคสาธารณูปการและสถาบันต่างๆ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ ลักษณะเฉพาะ และคุณลักษณะของเมือง

เอกลักษณ์ (Uniqueness) คุณลักษณะ (Character) และลักษณะเฉพาะ (Identity)

แนวคิดของควมมีเอกลักษณ์ยากที่จะอธิบายได้ชัดเจนหรือระบุตรงๆ สถานที่อันน่าจดจำมีเอกลักษณ์หรือจิตวิญญาณแห่งสถานที่ (spirit of place) ของแต่ละแห่งซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะที่อันจะสร้างจิตวิญญาณแห่งสถานที่ สำนึกการเป็นส่วนหนึ่งของผู้คนที่ตั้งอยู่บนรากฐานของ

1) มุมมองของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในที่ตั้ง เช่น รูปที่ดิน ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ

2) ลักษณะทางวัฒนธรรม เช่น สะพาน ป้อม โบสถ์ อันตอสนองต่อภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ สังคม ท่าเลที่ตั้งทางกายภาพ กิจกรรมของมนุษย์ และสถานที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางกายภาพและประวัติศาสตร์

3) ประสบการณ์ความรู้สึก ซึ่งได้จากการมองเห็นอันดับแรก เป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ของวัฒนธรรมกับภูมิทัศน์เดิม

- องค์ประกอบหลักของลักษณะเฉพาะ (Identity) ระบุลักษณะเฉพาะประกอบด้วย

1) ลักษณะทางกายภาพ โครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ ลักษณะจริงของอาคาร ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ และคุณลักษณะทางสุนทรียภาพ

2) กิจกรรมและหน้าที่ ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์ วัฒนธรรมมีผลต่อพื้นที่อย่างไร และอาคาร ภูมิทัศน์ถูกใช้งานอย่างไร

3) การสื่อความหมายและสัญลักษณ์ คุณลักษณะของสถานที่ที่สืบเนื่องจากการตอบสนองต่อลักษณะทางกายภาพและหน้าที่ใช้สอยของประชากร (Garnham, Harry L., 1985: 1-8)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของชุมชนและแนวคิดเกี่ยวกับย่าน

ชุมชน หมายถึง สถานที่ซึ่งคนใช้เป็นที่ตั้งบ้านเรือน ทำมาหากิน เลี้ยงดูบุตรหลาน และกระทำกิจกรรมต่างๆ ส่วนใหญ่ในชีวิต (ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล, 2539: 25)

ชุมชน ความหมายในทางผังเมือง โลกแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่ดำเนินเป็นประจำในชุมชนเป็นเบื้องหลังการมองชุมชนโครงสร้างอันเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การดำเนินไปของชุมชน จะประกอบไปด้วย ผู้คนและกิจกรรมต่างๆ วันเวลา พื้นที่ว่าง อาคารบ้านเรือน ชีวิตชุมชนในพื้นที่หนึ่งๆอาจพัฒนาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว (เกียรติ จิระกุลและคณะ, 2525: 27)

2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ทางสังคม Chombart de Lauwe (อ้างถึงใน Golledge, R.G. and Stimson) ได้อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับพื้นที่ทางสังคมในเมือง (urban social space) ซึ่งเป็นลำดับศักดิ์ของพื้นที่ตามรูปแบบที่กลุ่มคน อาศัย เคลื่อนที่ และมีปฏิสัมพันธ์โดย

แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม 1) พื้นที่ระดับครอบครัว (Family Space) เครือข่ายลักษณะความเชื่อมโยงในการปะทะสัมพันธ์ทางสังคมระดับทั่วไป 2) พื้นที่ละแวกบ้าน (neighborhood Space) เครือข่ายที่ขึ้นนำการเคลื่อนไหวระดับทั่วไปและในชีวิตประจำวัน 3) พื้นที่ทางเศรษฐกิจ (Economic Space) เป็นศูนย์รวมของการจ้างงาน 4) พื้นที่ของเมือง/พื้นที่ทางสังคมระดับภูมิภาค (Golledge, 1997: 135)

2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับย่าน

1) ความหมายของย่าน Katz (1994) ระบุว่า กลุ่ม New Urbanism ได้ให้ความหมายของย่าน (Districts) หมายถึง พื้นที่ที่มีกิจกรรมหลักอย่างชัดเจน แต่ก็มีกิจกรรมอื่นมารองรับด้วยการจัดกิจกรรมจะต้องมีความสมดุล โดยให้ความสำคัญของกิจกรรมหลักก่อน

ชาญญ ชีวภรณ์วิวัฒน์ (2544: 20) ย่าน หมายถึง พื้นที่ส่วนหนึ่งของเมืองที่มีบริเวณขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่ คนจะรับรู้ความเป็นย่านเมื่อเข้าสู่ย่านนั้นๆ แล้ว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ย่านที่เกิดจากการรวมกลุ่มของอาคารและการรวมกลุ่มของกิจกรรม ลักษณะเฉพาะของย่าน คือ ความหลากหลาย และครอบคลุมบริเวณคาบเกี่ยวกันอย่างซับซ้อน

2) ลักษณะของย่าน วิมลศรี ลิ้มธนากุล (2537: 17) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของย่านว่า ย่านที่สมบูรณ์จะต้องมีชุมชนรองรับอยู่เบื้องหลัง หรือพื้นที่บริเวณที่เรียกว่าย่านควรเกิดจากการที่คนในชุมชนประกอบกิจกรรมประเภทเดียวกันทำให้เกิดเป็นย่านขึ้น รวมถึงสมาชิกที่ไม่ถาวรควรมีจำนวนน้อยกว่าสมาชิกที่อยู่ประจำถาวร เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ในระดับย่าน จึงมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเกิดจากการรวมกลุ่มของกิจกรรมประเภทเดียวกัน นอกจากนี้ ย่านจะเป็นที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหากินเลี้ยงชีพของคนในชุมชนแล้ว ในระดับเมืองย่านยังจะต้องโดดเด่นสามารถเป็นที่หมายของคนภายนอกได้รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในย่านนั้น จะต้องเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ต้องการของคนทั่วไปไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่ในชุมชนเดียวเท่านั้น

2.6 แนวคิดของส่วนผสมทางการตลาดและวัฏจักรของธุรกิจ

1) แนวคิดของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) กลุ่มของเครื่องมือ/กิจกรรมนำมาใช้เพื่อสื่อสารวัตถุประสงค์ทางการตลาดของตนเองไปยังตลาดเป้าหมาย ส่วนผสมทางการตลาดสามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4P's ได้แก่

1) ราคา (Price) คือ สิ่งที่ถูกค้าต้องจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ปฏิพล ตั้งจักรวรรานนท์, 2550: 355-357)

2) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ที่ตั้งของกิจการ รูปแบบของการจัดวางสินค้า

3) *ผลิตภัณฑ์ (Product)* หมายถึง ตัวสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องและไม่สามารถจับต้องเพื่อนำเสนอขายให้แก่ลูกค้า

4) *การส่งเสริมการขาย (Promotion)* การส่งเสริมการขาย การสร้างความพึงพอใจส่วนเกินให้กับลูกค้าเป็นเรื่องยากแต่ถ้าทำได้จะเกิดผลดีกับผู้ประกอบการ เช่น 1. การโฆษณา (Advertising) คือการส่งข่าวสารไปยังผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) โดยผ่านทางสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น 2. การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) คือพนักงานขายบอกให้ลูกค้าคนหนึ่งหรือกลุ่มเล็กให้ทราบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย (อ้างในสมัญญา เจริญ, 2549: 34)

2) *วัฏจักรของธุรกิจ*

วัฏจักรของธุรกิจ (business circle) คือ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ทำให้ภาวะของธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปเป็นขั้นตอนตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เสมือนวัฏจักรของสิ่งมีชีวิตที่มีการเกิดแก่เจ็บตายแบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ

1) *ระยะรุ่งเรือง (prosperity)* เป็นระยะที่ธุรกิจมีความเจริญเติบโตเต็มที่ ลักษณะของธุรกิจในระยะนี้จะมีลักษณะดังนี้ เศรษฐกิจรุ่งเรืองไปได้เรื่อยๆ ยอดขายเพิ่มจำนวนขึ้น ค่าจ้างแรงงานอยู่ในอัตราสูง เป็นต้น

2) *ระยะเสื่อมโทรม (recession or decline)* เมื่อธุรกิจเจริญเติบโตเต็มที่แล้วจะมีธุรกิจอื่นเข้ามาแข่งขันกันมาก มีการผลิตสินค้าและบริการมากเกินกว่าที่ผู้บริโภคต้องการ การขายเริ่มชะลอตัวไปด้วย ซึ่งเป็นการเข้าสู่ระยะเสื่อมโทรม เช่น ราคาสินค้าตกควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ยอดขายตกต่ำ การจ้างงานมีจำนวนน้อยลง ค่าจ้างแรงงานลดต่ำลงหรือคงที่ เป็นต้น

3) *ระยะตกต่ำ (depression)* โดยธรรมชาติของธุรกิจเมื่อเจริญเติบโตเต็มที่แล้วจะค่อยๆ เคลื่อนตัวเข้าสู่ยุครุ่งเรือง และเคลื่อนต่อไปจนถึงระยะตกต่ำในที่สุด ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเป็นไปตามวัฏจักร ลักษณะของธุรกิจตกต่ำ เช่น ธุรกิจตกต่ำถึงที่สุด และเป็นเช่นนี้ต่อไป โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะเวลาอันยาวนาน การจ้างงานไม่เพิ่มจำนวน มีแต่จะตัดทอนลดลง ค่าจ้างอยู่ในอัตราคงที่ เป็นต้น

4) *ระยะฟื้นฟู (recovery)* เป็นระยะถัดไปจากระยะตกต่ำ คือ เมื่อธุรกิจตกต่ำจนถึงที่สุดแล้วไปช่วงระยะหนึ่งจนถึงที่สุดแล้ว ธุรกิจเริ่มเข้าสู่ระยะฟื้นฟู มีลักษณะดังนี้ การจ้างงานเริ่มดีขึ้น ค่าจ้างแรงงานเริ่มถีบตัวสูงขึ้น การลงทุนในธุรกิจมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ยอดขายมีจำนวนมากขึ้น การผลิตและยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงของวัฏจักรธุรกิจจะหมุนเวียนเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องกันไป แต่การเปลี่ยนแปลงแต่ละวัฏจักรจะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมและนโยบายของรัฐบาล หาก

ทราบการเคลื่อนไหวของของวัฏจักรธุรกิจว่าอยู่ในระยะใด และอยู่ ณ จุดใดจะช่วยเตรียมการและดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เซาว์ โรจนแสงและคณะ, 2551:12-14)



ภาพที่ 2-1 วัฏจักรของธุรกิจ

2.7 แนวความคิดเศรษฐศาสตร์ที่ดิน

นักเศรษฐศาสตร์ กล่าวในหนังสือเศรษฐศาสตร์ที่ดินเบื้องต้นว่า ย่านพาณิชยกรรมจะเป็นแหล่งที่ให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการใช้ที่ดินสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้ที่ดินประเภทอื่นๆ แหล่งที่ตั้งสำหรับย่านพาณิชยกรรมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง พิจารณาลายปัจจัยอย่างประกอบกัน เช่น ลักษณะการบริโภคของประชากรในแหล่งที่ตั้ง สถานที่จอดรถ ความสะดวกในการขนส่ง ความคล่องตัวในการจราจร เป็นต้น

ค่าเช่าที่ดินเป็นเครื่องวัดถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ค่าเช่าที่ดินเป็นกุญแจสำคัญของแนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่ดิน ทั้งนี้เพราะแนวคิดนี้จะใช้อธิบายทรัพยากรที่ดิน และมีส่วนในการจัดสรรทรัพยากรที่ดินระหว่างบุคคลต่อบุคคล การใช้ทรัพยากรที่ดินต่างๆ

ลักษณะของค่าเช่าที่ดิน นักเศรษฐศาสตร์ให้ความหมายของค่าเช่าออกเป็น 3 ประเภท

- ค่าเช่าตามสัญญา (Contract Rent) จะเกี่ยวข้องกับค่าเช่าในการเช่าทรัพย์สินต่างๆ จ่ายตามข้อตกลงระหว่างผู้เช่ากับเจ้าของที่ดิน ในกรณีเป็นค่าเช่าที่ดิน ตามกำหนดเวลาที่มีกาใช้ทรัพย์สินนั้นๆ

- ค่าเช่าที่ดิน (Land Rent) ค่าเช่าที่แสดงของรายได้ในเชิงทฤษฎีของการใช้ทรัพยากรที่ดิน หมายถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นสามารถประยุกต์กับทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวกับผลได้ของการใช้ที่ดิน เช่น ค่าเช่าที่ดินสถานที่ สำนักงาน ค่าเช่าทรัพย์สิน ฯลฯ

- ค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rent) ค่าเช่านี้มีความหมายคล้ายกับค่าเช่าที่ดิน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดเดิมที่มีอยู่ผนวกกับแนวความคิดปัจจุบัน นักเศรษฐศาสตร์นิยามค่าเช่าทางเศรษฐกิจ คือส่วนเกินของรายได้ที่อยู่เหนือราคาต่ำสุดของอุปทานในการนำเอาปัจจัยไปใช้ในการผลิต จะเห็นว่าค่าเช่าทางเศรษฐกิจในช่วงระยะสั้นมากกว่าระยะยาว เพราะส่วนเกินของ

รายได้ขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานมีความเปลี่ยนแปลงเสมอ และไม่สามารถคาดคะเนได้ ดังนั้น แนวความคิดเกี่ยวกับค่าเช่าทางเศรษฐกิจควรจะต้องนำเอารายได้ที่เกิดจากเงินทุน แรงงาน และการจัดการ (คำพล พัวพาณิชย์ 2525: 42)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤตพร ลากพิมล (2546) วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่านลำเพ็ญ กรุงเทพมหานครรวมทั้งหาแนวทางการพัฒนาเพื่อให้ย่านมีศักยภาพและคงอยู่ต่อไป เครื่องมือในการวิเคราะห์คือ การสำรวจ ผลแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ภาพถ่ายทางอากาศ

ผลการศึกษาพบว่า ย่านลำเพ็ญสามารถคงอยู่ได้ตลอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพราะปัจจัยทางกายภาพ ได้แก่ ปัจจัยด้านการคมนาคมย่านมีถนนหลายสาย ปัจจัยด้านสภาพที่ตั้ง ปัจจัยด้านการเข้าถึงพื้นที่ และปัจจัยด้านลักษณะของย่าน ปัจจัยทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ปัจจัยกรรมสิทธิ์ที่ดิน ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาที่ดิน ปัจจัยด้านกิจกรรมการค้า และปัจจัยด้านรูปแบบการค้า ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ ปัจจัยทางประชากร ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมเชื้อชาติ ตลอดจนการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางการพัฒนาย่าน แนวทางการพัฒนาทางด้านกายภาพเป็นหลักและพิจารณาควบคู่ด้านอื่น ด้านเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กันไป

เจนการ เจนการกิจ (2547) วัตถุประสงค์ศึกษาพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรมในย่านสุขุมวิท เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงย่าน และเพื่อให้ทราบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาพื้นที่ เครื่องมือในการวิเคราะห์คือ การสำรวจ การสังเกต ผลแบบสอบถามและสัมภาษณ์ ภาพถ่ายทางอากาศ

ผลการศึกษาพบว่า ย่านสุขุมวิทมีลักษณะการรวมตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายประเภทมีความแตกต่างลักษณะทางเศรษฐกิจและลักษณะของประชากรในพื้นที่ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ ปัจจัยความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ ปัจจัยการพัฒนาด้านที่อยู่อาศัยในพื้นที่ ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความเป็นศูนย์กลางเมือง ปัจจัยราคาที่ดิน ปัจจัยกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ ปัจจัยบทบาททางเศรษฐกิจของพื้นที่ ปัจจัยจำนวนประชากร ปัจจัยลักษณะของประชากร และปัจจัยสาธารณะ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายโครงการพัฒนา กฎหมายและข้อกำหนดของรัฐ และปัจจัยเกี่ยวกับค่านิยมต่อพื้นที่ ผู้วิจัยเสนอแนะแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงบทบาทของย่านจากย่านพักอาศัยชั้นหนึ่งดีซึ่งมีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงเป็นย่านพาณิชย์กรรมระดับบนใน

อนาคต แนวทางการพัฒนาพื้นที่โดยกำหนดพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนา การพัฒนาโครงข่ายถนนชอย เพื่อให้ย่านสุขุมวิทพัฒนาอย่างมีแบบแผนต่อไปในอนาคต

สุदारัตน์ อุทธารัตน์ (2549) วัตถุประสงค์ศึกษาศักยภาพการพัฒนาย่านการค้าใจกลางเมืองเชียงใหม่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาย่านการค้าใจกลางเมืองเชียงใหม่ นำไปสู่วิเคราะห์ศักยภาพย่านการค้าเชียงใหม่ เครื่องมือในการวิเคราะห์ได้แก่ ข้อมูลเชิงพื้นที่ ได้แก่ แผนที่ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน แผนที่ตำบล แผนที่ขอบเขตถนน ผังเมืองรวมเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ภาพถ่ายทางอากาศ ข้อมูลเชิงพฤติกรรม การสำรวจ การสังเกต ผลแบบสอบถามและสัมภาษณ์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ย่านการค้าในกลางเมืองเชียงใหม่ให้บริการครอบคลุมทั้งจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดข้างเคียง ในปัจจุบันย่านการค้าเชียงใหม่เข้าสู่ช่วงเสื่อมถอย (Recession) และคาบเกี่ยวช่วงตกต่ำ (Depression) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อย่านการค้าในกลางเมืองเชียงใหม่ออกเป็น 4 ด้านดังนี้ 1) ปัจจัยด้านกายภาพ ได้แก่ ระบบคมนาคมและการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่ง การใช้รถยนต์ส่วนตัว ความแออัดของพื้นที่ใจกลางเมือง การขยายตัวของเมืองไปสู่ชนบท ธุรกิจกิจการบางประเภทต้องการทำเลที่ตั้งใกล้ถนนสายสำคัญ 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ราคาที่ดิน ค่าเช่าที่ดิน นโยบายที่สนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจแบบกระจายออกจากศูนย์กลาง ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจผันผวน 3) ปัจจัยทางสังคม การเพิ่มขึ้นของประชากร การเปลี่ยนแปลงรสนิยมและกำลังซื้อของผู้บริโภค 4) ปัจจัยอื่นๆ เช่น การใช้พื้นที่ภายใน CBD และการใช้ที่ดินบริเวณใกล้เคียง พื้นที่ว่าง/พื้นที่ยังไม่ใช้ประโยชน์ การใช้ที่ดินบางประเภท

ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการพัฒนาปรับปรุงย่านการค้าใจกลางเมือง 3 แนวทางดังนี้ 1) แนวทางการอนุรักษ์ (conservation) ควรมีมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมอาคารเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ บริเวณถนนท่าแพ 2) แนวทางการปรับปรุง (Rehabilitation) ควรมีการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และกำหนดประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินภายในย่านการค้าใจกลางเมืองพื้นที่ปรับปรุงเร่งด่วน คือ บริเวณตลาดวโรรส ตลาดลำไย และไนท์บาร์ชา 3) แนวทางการพัฒนา (Redevelopment) ควรทำหารื้อถอนอาคารเก่า และปรับเปลี่ยนประโยชน์การใช้สอยอาคารให้เหมาะสมตามศักยภาพของพื้นที่ พื้นที่ควรพัฒนา คือ อาคารบริเวณถนนราชวงศ์ ถนนลอยเคราะห์ และถนนช้างคลาน

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสร้างตัวแปร(ปัจจัย)ดัชนีชี้วัดการดำรงอยู่ของย่านการค้าพาหุรัดจึงสรุปออกมาเป็น 4 กลุ่มคือ 1) ปัจจัยทางกายภาพ 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยทางสังคม 4) ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (ตารางที่ 2-1)

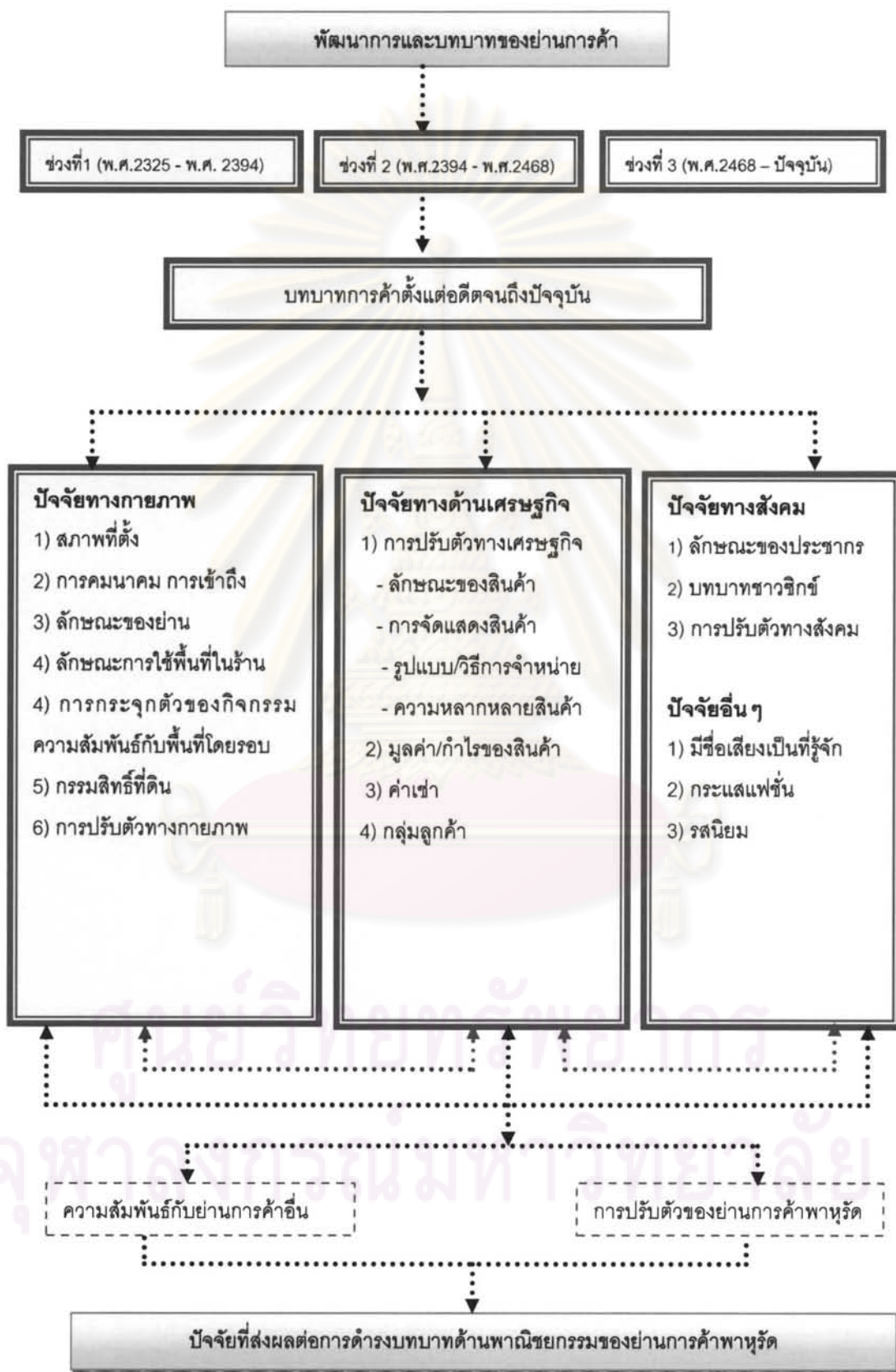
2.9 กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง พบว่าศึกษาวิวัฒนาการของพื้นที่และรูปแบบของกิจกรรมภายในย่าน การเกิดขึ้นของการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงในเชิงพื้นที่และกิจกรรม เพื่อหาสาเหตุและปัจจัยที่ทำให้เกิดกลไกการปรับตัวทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (ภาพที่ 2-2) 1) ปัจจัยทางกายภาพ ได้แก่ สภาพที่ตั้ง การคมนาคมขนส่งการเข้าถึง ลักษณะของย่าน กรรมสิทธิ์ที่ดิน การกระจุกตัวและความเชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การปรับตัวทางกายภาพ 2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การปรับตัวทางเศรษฐกิจ ลักษณะของสินค้า การจัดแสดงสินค้า รูปแบบการจำหน่าย และกลุ่มลูกค้า 3) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ ลักษณะของประชากร ปัจจัยด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรม รวมถึงการปรับตัวทางสังคมของผู้ประกอบการ 4) ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์และความมีชื่อเสียงของย่าน กระแสแฟชั่น

ย่านการค้าพาหุรัดมีความสำคัญมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ถึงแม้ย่านการค้าพาหุรัดจะปรับตัวเพื่อให้ย่านสามารถดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมเอาไว้ได้ ดังนั้น การศึกษาจึงมิได้ศึกษาเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งจำเป็นต้องศึกษาอย่างรอบด้านเพื่อให้ครอบคลุม และชัดเจนในการหาคำตอบ เนื่องจากย่านการค้าพาหุรัดมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจและกลุ่มของลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลต่อความเชื่อมโยงของย่าน ดังนั้น การวางแผนทางการปรับปรุงฟื้นฟู ป้องกันปัญหาที่อาจก่อให้เกิดการล่มสลายของย่าน จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการคำนึงถึงลักษณะของย่านเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นด้าน กายภาพ เศรษฐกิจ สังคม เพื่อให้การกำหนดทิศทางการฟื้นฟูมีความเหมาะสมสอดคล้องกับย่าน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 2-2 แสดงกรอบแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้ารับบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่านการค้าพาหุรัด



ตารางที่ 2-1 แสดงกลุ่มตัวแปร/ตัวชี้วัดปัจจัยการดำรงบทบาทของย่านการค้าพาหุรัด

ปัจจัย/ตัวชี้วัด	สถานที่ตั้งของร้านค้า			
	ถนนจักรเพชร	ถนนพาหุรัด	ถนนตรีเพชร	ตลาดพาหุรัด
ปัจจัยทางกายภาพ				
1) สภาพที่ตั้ง				
-เชื่อมต่อกจากสะพานพุทธ			*	
-เชื่อมต่อย่านต่อจากสะพานพระปกเกล้า	*			
2) ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่				
-ที่ตั้งร้านติดกับริมถนนสายหลัก	*	*	*	
-ที่ตั้งร้านไม่ติดกับริมถนนสายหลัก				*
-ที่ตั้งของร้านบริเวณหัวมุม		*	*	
3) การคมนาคมและขนส่งสินค้า				
-การเข้าถึงสะดวก	*	*	*	
-ทิศทางการสัญจรทางเดียว		*		
-ขนส่งสินค้าโดยใช้(พาหนะขนาดใหญ่)		*	*	
-ขนส่งสินค้าโดยใช้(พาหนะขนาดเล็ก)	*	*	*	*
-ซอยและการเชื่อมต่อของพื้นที่ภายในย่าน	*	*	*	*
-จุดขนส่งสาธารณะ	*	*	*	
-สถานที่จอดรถ	*	*	*	
ปัจจัยลักษณะของย่าน				
1) ทางเท้า				
-ความกว้างของทางเท้า 3 เมตร	*	*	*	
-ความกว้างของทางเท้า 4 เมตร				*
2) หาบแร่แผงลอย				
-หาบแร่แผงลอยเคลื่อนที่เพื่อการค้าตลอดเวลา		*	*	
-หาบแร่แผงลอยมีลักษณะเคลื่อนที่บางเวลา		*	*	
-หาบแร่แผงลอยถาวรขายอยู่กับที่ไม่ย้าย	*	*	*	*
3) ความเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ				
-ย่านสะพานหัน ลำเพ็ง	*		*	
-สถานศึกษา			*	
-ชุมชนชิคซ์ ฮินดู				*

ตารางที่ 2-1 (ต่อ) แสดงกลุ่มตัวแปร/ตัวชี้วัดปัจจัยการดำรงบทบาทของย่านการค้าพาหุรัด

ปัจจัย/ตัวชี้วัด	สถานที่ตั้งของร้านค้า			
	ถนนจักรเพชร	ถนนพาหุรัด	ถนนตรีเพชร	ตลาดพาหุรัด
4) การกระจุกตัวของร้านค้า				
- ผ้า	*	*		
- อุปกรณ์ตัดเย็บและอุปกรณ์ตกแต่ง	*	*		*
- สินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้า			*	*
5) ลักษณะอาคาร				
- ตึกแถวลักษณะร้านค้าแบบดั้งเดิม	*	*	*	*
- ตึกสูงสมัยใหม่แบบmodern sector	*			
ปัจจัยลักษณะการใช้พื้นที่ภายในร้าน				
1) การใช้ประโยชน์สองด้านของอาคาร		*		*
2) การจัดวางสินค้า				
- การจัดวางสินค้ายาวนอกร้าน		*	*	*
- การใช้อุปกรณ์ในการแสดงสินค้า	*	*		
- การออกแบบชั้นวางสมัยใหม่ ทันสมัย	*	*		
3) การจัดเก็บสินค้า				
- ชั้นบนของอาคารภายในร้าน	*	*	*	*
- โรงงาน โกดัง		*		
ปัจจัยกรรมสิทธิ์ที่ดิน				
- กรรมสิทธิ์เอกชน	*	*		
- วัดราชบูรณะวรวิหาร			*	*
- สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์		*		
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ				
1. การปรับตัวทางเศรษฐกิจ				
1.1) ประเภทของสินค้า				
- ผ้า	*	*		
- อุปกรณ์ตัดเย็บและอุปกรณ์ตกแต่ง	*	*		
- สินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้า			*	*
1.2) ลักษณะของสินค้า				
- สินค้ามีเอกลักษณ์นำไปใช้เฉพาะงาน	*	*		
- สินค้าทั่วไปไม่มีความพิเศษ			*	*

ตารางที่ 2-1(ต่อ) แสดงกลุ่มตัวแปร/ตัวชี้วัดปัจจัยการดำรงบทบาทของย่านการค้าพาหุรัด

ปัจจัย/ตัวชี้วัด	สถานที่ตั้งของร้านค้า			
	ถนนจักรเพชร	ถนนพาหุรัด	ถนนตรีเพชร	ตลาดพาหุรัด
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ				
1.3) รูปแบบ/วิธีการจำหน่าย				
-จำหน่ายสินค้าหน้าร้าน	*	*	*	*
-การสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์	*	*		
-จำหน่ายผ่านเว็บไซต์		*		
1.4) ความหลากหลายของสินค้า		*		
2) บรรจุภัณฑ์ของสินค้า				
-บรรจุภัณฑ์เน้นความสวยงาม	*	*		
-บรรจุภัณฑ์ของสินค้าไม่เน้นความสวยงาม			*	*
3) มูลค่า/ราคาของสินค้า				
- มูลค่า/ราคาสูง	*	*		
- มูลค่า/ราคาต่ำ		*	*	*
4) กำไรต่อหน่วยของสินค้า				
-กำไรต่อหน่วยน้อย		*	*	*
-กำไรต่อหน่วยมาก	*	*		
5) ค่าเช่าถูก	*	*	*	*
6) กลุ่มลูกค้า				
-กลุ่มลูกค้าระดับกลาง	*	*	*	*
-ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	*	*		
ปัจจัยทางสังคม				
1) ลักษณะของประชากร				
-เชื้อชาติไทย, ไทยจีน			*	*
- ไทยซิกซ์, อินเดีย	*	*		*
2) การปรับตัวของสังคมซิกซ์	*	*		*

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

จากการศึกษา ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด โดยบทนี้จะแสดงรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ที่มาของข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยมีลำดับการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 พื้นที่ศึกษา

พื้นที่ในการศึกษาค้างนี้คือ ย่านการค้าพาหุรัด แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนครซึ่งเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมสำคัญของเมืองตั้งแต่อดีต ขนาดพื้นที่รวม 1.67 ตารางกิโลเมตรตั้งอยู่เขตชั้นในอันเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์สำคัญของกรุงเทพมหานคร และเปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 8.00 น. – 18.00 น.

3.2 การศึกษาข้อมูลการสำรวจ

1) ประชากรเป้าหมาย ประชากรเป้าหมาย ประชากรเป้าหมาย สำหรับการเลือกตัวอย่างในการศึกษาดังนี้

กลุ่มที่1 ผู้ซื้อ กลุ่มผู้ซื้อ/ผู้ใช้บริการภายในย่านการค้าพาหุรัด

กลุ่มที่2 ผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าประเภทตึกแถวในย่านการค้าพาหุรัด

2) ขนาดตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่1 ผู้ซื้อ

ในการศึกษาค้างนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยใช้การคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรยามานะ (Yamane, 1976) ดังนี้

1) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยค้างนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประมาณค่าเฉลี่ยของประชาชน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

$$\text{ถ้าขนาดกลุ่มตัวอย่าง } n = \frac{9,500}{1+9,500(0.05)^2} = 383$$

*หมายเหตุ: ขนาดของประชากรทั้งหมดได้มาจากผลรวมของจำนวนผู้ที่เข้ามาในย่านการค้าพาหุรัด จากการสังเกตการณ์นับ บันทึกอัตราการสัญจรผ่านทางเข้า-ออก ของย่านการค้าพาหุรัด จำนวน 5 ด้าน (ภาพที่ 3-1) โดยใช้ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลด้านละ 5 นาที ในช่วงเวลาเดียวกัน ระหว่างวันที่ 15 –30 พฤศจิกายน 2550 (ตารางที่ 3-1)

2) การสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างประชาชนผู้ที่เข้ามาใช้บริการย่านการค้าพาหุรัดโดยใช้วิธีสุ่มแบบหลายชั้น (Multi-stage sampling)

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling โดยกำหนดสัดส่วน (Proportion Stratified to size) ของผู้เข้ามาใช้บริการในวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์ (ตารางที่ 3-1) ตารางที่ 3-1 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการย่านการค้าพาหุรัดที่ทำการสุ่มในช่วงวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์

วัน	จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการ คน/วัน	จำนวนตัวอย่าง
วันธรรมดา	3,725	150
วันหยุดสุดสัปดาห์	5,775	233
รวม	9,500	383

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 383 คน ทำการสุ่มในวันธรรมดา และวันหยุดสุดสัปดาห์มีสัดส่วนคือ วันธรรมดา 150 คน วันหยุดสุดสัปดาห์ 233 คน เพื่อความสมบูรณ์ของการวิจัยผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มเติมรวมทั้งสิ้น 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental sampling) คือ เลือกสุ่มตัวอย่างจากผู้เข้ามาใช้บริการย่านการค้าพาหุรัดให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ในช่วงวันที่ 1 ธ.ค. 2550 ถึง 31 ธ.ค. 2550

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการ

- กลุ่มของผู้ประกอบการ ภายในย่านการค้าพาหุรัดประกอบไปด้วยร้านค้าประเภทตึกแถว จำนวนทั้งสิ้น 132 ร้าน การจำแนกประเภทสินค้าโดยอาศัยหลักเกณฑ์โครงสร้างการผลิต (supply chain) (รายละเอียดหน้า 65) ของการผลิตเครื่องแต่งกายมาใช้ในการแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าดังนี้

1) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประมาณค่าเฉลี่ยของประชาชน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

$$\text{ถ้าขนาดกลุ่มตัวอย่าง } n = \frac{132}{1+132(0.05)^2} = 99$$

2) การสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในย่านการค้าพาหุรัดโดยใช้วิธีสุ่มแบบหลายชั้น (Multi-stage sampling)

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขนาดตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling โดยกำหนดสัดส่วน (Proportion Stratified to size) ของผู้ประกอบการ (ตารางที่ 3-2)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือเลือกสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ในช่วงวันที่ 1 ม.ค. 2551 ถึง 31 ม.ค. 2551 ตารางที่ 3-2 แสดงการจำแนกประเภทและจำนวนของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ประเภทสินค้า	จำนวนร้าน	จำนวนตัวอย่าง
กลุ่มที่ 1 ผ้าชนิดต่างๆ	40	40*
กลุ่มที่ 2 อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่ง	42	42*
กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้า	50	38
รวม	132	120

*หมายเหตุ: ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างทั้งหมดทุกร้านในย่านการค้าพาหุรัดคือ กลุ่มที่ 1 ผ้าชนิดต่างๆ 40 ร้าน กลุ่มที่ 2 อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่ง 42 ร้าน ทั้งหมดเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล และกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้าได้แก่ ของชำร่วย สินค้าที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวอินเดีย เป็นต้น ผู้วิจัยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณหาสัดส่วนคือ 38 ร้าน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการคือ 120 ร้าน

3.3 รูปแบบเครื่องมือใช้ในการศึกษา

3.3.1 เครื่องมือใช้ในการศึกษา

1) **การสังเกตการณ์** การบันทึกกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านการค้าพาหุรัด (Observation) เป็นการสังเกตสภาพพื้นที่ พฤติกรรมการซื้อสินค้า การขนส่งสินค้า ฯลฯ ที่เกิดขึ้นตลอดทั้งวันของการเปิดให้บริการในวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยแบ่งช่วงเวลาของผู้ใช้บริการออกเป็น 5 ช่วงเวลาดังนี้

ช่วงที่ 1 เวลา 6.00-8.00 น.

ช่วงที่ 2 เวลา 8.00-10.00 น.

ช่วงที่ 3 เวลา 10.00-13.00 น.

ช่วงที่ 4 เวลา 13.00-15.00 น.

ช่วงที่ 5 เวลา 15.00-18.00 น.

วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์ของผู้ใช้บริการ ในการวิจัยครั้งนี้สังเกตการณ์ตามช่วงเวลาต่างๆด้วย โดยบันทึกอัตราการสัญจรผ่าน (Gate Method) คือการนับปริมาณผู้ให้บริการที่เดินเท้าสัญจร

ผ่านในแต่ละด้านของย่านการค้าพาหุรัด กำหนดตำแหน่งของด้านตามความเหมาะสมของเส้นทางการสัญจร (ภาพที่ 3-1) ของย่านการค้าพาหุรัดจำนวน 5 ด้าน เพื่อให้สามารถบันทึกการเข้ามาใช้บริการภายในย่านอย่างชัดเจน โดยใช้ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลด้านละ 5 นาที ในช่วงเวลาเดียวกัน

2) ชุดเครื่องมือ/กลุ่มตัวแปร การชี้วัดการดำรงอยู่ของย่านการค้าพาหุรัด (รายละเอียดในบทที่ 2 หน้า 21)

- ปัจจัยทางกายภาพ ได้แก่ สภาพที่ตั้ง การคมนาคมและการเข้าถึง ลักษณะของย่าน ลักษณะการใช้พื้นที่ภายในย่าน การกระจุกตัวของกิจกรรมและความสัมพันธ์กับพื้นที่โดยรอบ กรรมสิทธิ์ที่ดิน การปรับตัวทางกายภาพ

- ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การปรับตัวทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ประเภทของสินค้า ขนาดของสินค้า ลักษณะสินค้า บรรจุภัณฑ์สินค้า รูปแบบ/วิธีการจำหน่าย ความหลากหลายของสินค้า มูลค่า/ราคาของสินค้า กำไรต่อหน่วยของสินค้า ค่าเช่า กลุ่มลูกค้า

- ปัจจัยทางสังคม สภาพสังคมของชาวซิกซ์ ลักษณะของประชากร เครือข่ายทางสังคม

- ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ชื่อเสียงของย่าน กระแสแฟชั่น รสนิยม

3) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ลักษณะการสัมภาษณ์เป็นแบบเจาะลึกจะเน้นในส่วนพัฒนาการของพื้นที่และกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่าน โดยสัมภาษณ์บุคคลสำคัญมีความน่าเชื่อถือ ทราบเรื่องราวในอดีตของพื้นที่ศึกษา ประชากรเป้าหมายในการสัมภาษณ์คือ ผู้อาวุโสในวัดซิกซ์ อาจารย์สอนศาสนาซิกซ์ เจ้าของกิจการค้าผ้า อุปกรณ์ตัดเย็บและอุปกรณ์ตกแต่งในย่านการค้าพาหุรัด กำหนดขนาดของการสัมภาษณ์ (แบบโควต้า) จำนวนทั้งสิ้น 12 ราย

3.3.2) การใช้แบบสอบถาม

การแจกแบบสอบถามตามกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัด โดยการแจกแบบสอบถามแบ่งออกเป็นวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยใช้วิธีสุ่มแจกแก่ผู้เข้ามาใช้บริการเพื่อทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในย่าน โดยรูปแบบคำถามในเรื่องต่างๆดังนี้

แบบสอบถามผู้ซื้อ/ผู้ใช้บริการ

- ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา
- พฤติกรรมของผู้ซื้อ ได้แก่ ประเภทสินค้า สถานที่ซื้อสินค้า มูลค่าวัตถุประสงค์ของการซื้อ วันและช่วงเวลา เหตุผลของการซื้อสินค้า ปัจจัยที่ทำให้ย่านการค้าพาหุรัดดำรงอยู่ การซื้อสินค้าย่านการค้าบริเวณโดยรอบ ประเภทสินค้า เหตุผลของการซื้อสินค้า และแนวโน้มการซื้อสินค้าในอนาคต
- ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไป-กลับ ได้แก่ พาหนะการเดินทาง ค่าจอดรถ สถานที่จอดรถ
- ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะภายในย่าน

แบบสอบถามผู้ประกอบการ

- ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันของผู้ประกอบการและแรงงาน(ลูกจ้าง) ลักษณะการเดินทางของผู้ประกอบการและแรงงาน(ลูกจ้าง) สถานที่จอดรถ ค่าจอดรถ
- ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะภายในย่าน
- ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่าน

3.4 การจำแนกพื้นที่ศึกษา

ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจำแนกพื้นที่ศึกษาโดยมีเกณฑ์ในการแบ่งพื้นที่คือ การใช้ทางการเข้า-ออกของย่านการค้าพาหุรัดโดยใช้เส้นทางการสัญจรการเข้า-ออก (ภาพที่ 3-1) ทางเข้าออกโดยรอบย่านการค้าพาหุรัด ดังนี้

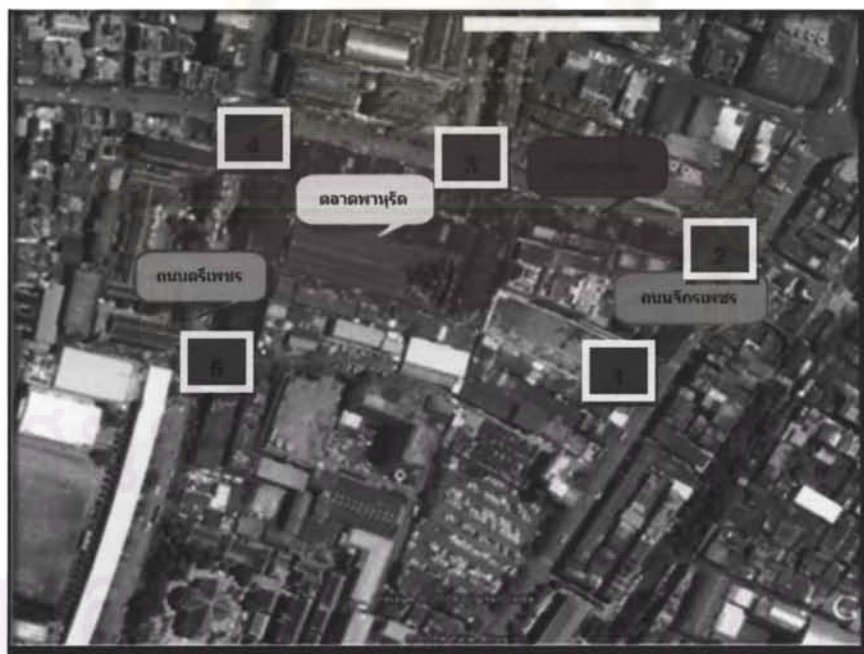
บริเวณที่ 1 ศาลเจ้าแม่ทับทิม (ติดกับจุดขนส่งสาธารณะบริเวณถนนจักรเพชร)

บริเวณที่ 2 ถนนพาหุรัด (มุมถนนพาหุรัดติดกับถนนจักรเพชร)

บริเวณที่ 3 ดิโอดส์สยามพลาซ่า (แยกถนนพาหุรัดติดกับดิโอดส์สยามพลาซ่า)

บริเวณที่ 4 ถนนตรีเพชร (มุมถนนพาหุรัดติดกับถนนตรีเพชร)

บริเวณที่ 5 วัดเลียบ (ติดกับจุดขนส่งสาธารณะบริเวณถนนตรีเพชร)



ภาพที่ 3-1 ทางเข้าออกโดยรอบย่านการค้าพาหุรัด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผังบันทึกกิจกรรมที่ได้จากการสังเกตและสำรวจภาคสนามในพื้นที่ มาทำการวิเคราะห์ การใช้พื้นที่ โดยอาศัยหลักการทางสถิติและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องหาข้อสรุปในสภาพที่เป็นอยู่เพื่อทำความเข้าใจ วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมย่านการค้าพาหุรัด รวมถึงลักษณะความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ จากข้อมูลที่ศึกษามาข้างต้น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย นำมาสู่ข้อสรุป ข้อสังเกต ปัญหา ข้อเสนอแนะของพื้นที่ศึกษา

3.6 ระยะเวลาการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลคือ ช่วงเวลาในวันธรรมดาและวันหยุดสุดสัปดาห์ ในวันธรรมดาคะเก็บข้อมูลจากวันระหว่างสัปดาห์ (วันอังคาร-วันพฤหัสบดี) ผู้วิจัยยกเว้นการเก็บข้อมูลในวันจันทร์และศุกร์ เนื่องจากวันต้นสัปดาห์และท้ายสัปดาห์ อาจทำให้มีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากเป็นช่วงวันเริ่มต้นของการทำงาน และวันสุดท้ายของการทำงานในสัปดาห์ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน เริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม พ.ศ.2550 และเดือนมกราคม พ.ศ.2551 ต่อเนื่องไปจนเสร็จ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ประวัติความเป็นมาและสภาพทั่วไปของย่านการค้าพาหุรัด

4.1 ประวัติความเป็นมา

ย่านการค้าพาหุรัดเป็นพื้นที่ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับกรุงรัตนโกสินทร์นับแต่สมัยเริ่มสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ ลักษณะความเป็นไปของพื้นที่ซึ่งพิจารณาตามวิวัฒนาการของกรุงรัตนโกสินทร์ โดยอาศัยการแบ่งช่วงของพัฒนาการตามการวิเคราะห์องค์ประกอบเมืองด้านกายภาพในเขตรัตนโกสินทร์: ตำแหน่งที่ตั้งและความสัมพันธ์ต่อเนื่องของวัง วัด สถานที่ราชการ บ้าน ตลาด คลอง สะพาน ถนน โดยนำเสนอรายละเอียดขององค์ประกอบทางกายภาพในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมขึ้นในแต่ละช่วงและกิจกรรมที่สัมพันธ์กับพื้นที่ ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลวิวัฒนาการของพื้นที่และผู้ประกอบการในพาหุรัดย่านการค้า ตลอดจนสภาพทั่วไป ในด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของย่านการค้าพาหุรัดซึ่งจะกล่าวในบทที่ 4 ดังนี้

ช่วงที่ 1 ยุคเริ่มสร้างกรุงสมัยรัชกาลที่ 1- รัชกาลที่ 3 (พ.ศ.2325 - พ.ศ. 2394)

ช่วงที่ 2 ยุคหัวเลี้ยวหัวต่อสู่การพัฒนาเมืองในรัชกาลที่ 4 - รัชกาลที่ 6 (พ.ศ.2394 - พ.ศ.2468)

ช่วงที่ 3 ยุคเมืองใหม่และการเริ่มตั้งถิ่นฐานของชาวชิโนในประเศไทยจนถึงปัจจุบันรัชกาลที่ 7- รัชกาลที่ 9 (พ.ศ.2468 - ปัจจุบัน)

ช่วงที่ 1 สมัยรัชกาลที่ 1- รัชกาลที่ 3 (พ.ศ.2325 - พ.ศ. 2394)

นับตั้งแต่รัชกาลที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดให้ย้ายพระนครจากฝั่งธนบุรีมาทางด้านฝั่งตรงข้าม เนื่องจากกรุงธนบุรีมีแม่น้ำเจ้าพระยาผ่ากลางซึ่งลักษณะเป็นเมืองอกแตกไม่เหมาะสมทางด้านยุทธศาสตร์ในการป้องกันข้าศึกที่จะเข้ามาโจมตี และไม่สามารถขยายพระราชวังได้ เพราะถูกขนาบด้วยวัดแจ้งและวัดท้ายตลาด รวมถึงกรุงธนบุรีตั้งอยู่บนส่วนที่แม่น้ำถูกกั้นขวาง จึงโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายพระนครมาทางซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา รัชกาลที่ 1 ทรงมีภารกิจในการป้องกันประเทศและบูรณะประเทศจากการทำศึกสงคราม ดังนั้น โครงสร้างเมืองของกรุงเทพฯ จึงเน้นหนักในการเสริมความแข็งแกร่งด้านการป้องกันพระนคร ดังเห็นได้จากการโปรดให้คลองหลอดเป็นคูเมืองชั้นใน และคลองบางลำพู และคลองโอ่งอ่างคลองคูเมืองเมื่อขุดแล้วทำให้เกิดเป็นทางน้ำล้อมรอบกรุงเป็นคูเมือง เรียกว่า คลองรอบกรุง ประชาชนมักเรียกชื่อคลองตามสถานที่สำคัญที่คลองผ่าน เมื่อผ่านสะพานหันก็เรียกว่า คลองสะพานหัน เมื่อมีคลองผ่านบริเวณสะพานหันซึ่งอยู่ใกล้กับย่านการค้าพาหุรัด จึงทำให้เกิดชุมชนรอบ

คลองและการค้าขายทางน้ำบริเวณโดยรอบอย่างสะพานหัน พาหุรัดและลำเพ็ญขึ้น เพราะในอดีตผู้คนส่วนใหญ่มักพึ่งพาการคมนาคม การค้าขายทางน้ำเป็นหลัก



ภาพที่ 4-1 สะพานหันในสมัยรัตนโกสินทร์ (ที่มา:เสน่ห์เมืองจิว: ทำเลมังกรทอง)

ในสมัยรัชกาลที่ 1 ทรงสถาปนากรุงเทพมหานครให้เป็นราชธานีแล้วจึงโปรดเกล้าฯ และสร้างพระบรมมหาราชวังและทรงวางรากฐานการก่อสร้างบ้านเมืองหลายประการ นอกจากนี้การสร้างถนนสร้างสะพาน วัด และสถานที่สำคัญต่างๆ ในพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัดมีวัดราชบูรณะวรวิหาร หรือวัดเลียบเป็น ศูนย์กลางชุมชนพาหุรัดในสมัยนั้น (ตั้งอยู่ระหว่างถนนตรีเพชร¹ และถนนจักรเพชร) ถูกสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 เมื่อ ปีพ.ศ. 2336 สมเด็จพระเจ้าหลานเธอเจ้าฟ้ากรมหลวงเทพหริรักษ์มีพระราชศรัทธาบูรณปฏิสังขรณ์วัดนี้และสถาปนาให้เป็นพระอารามหลวงพระราชทานนามว่า "วัดราชบูรณะ" ให้เป็นวัดคู่บ้านคู่เมือง (อรสรวง บุตรนาค, 2541: 63)



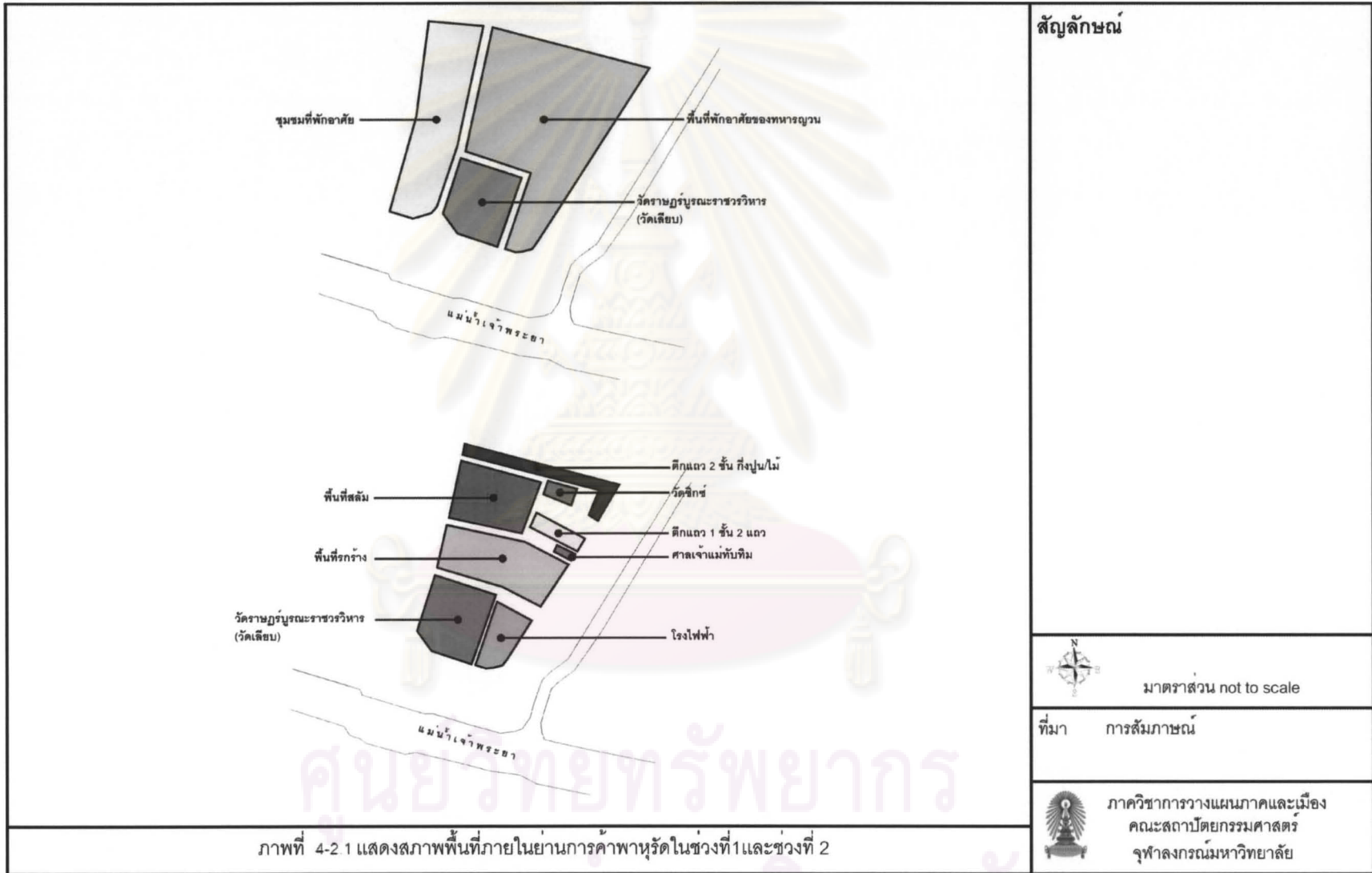
ภาพที่ 4-2 วัดราชบูรณะวรวิหารในสมัยรัชกาลที่ 1

¹ ถนนตรีเพชร ได้นามมาจากพระนาม สมเด็จพระบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าตรีเพชรสุดมธำรงค์ พระราชโอรสในสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประสูติแต่สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี ล้นพระชนม์เมื่อพระชันษา 7 ปี สมเด็จพระบรมราชชนกฯ จึงนำทรัพย์ส่วนพระองค์ของพระบรมราชโอรสสร้างถนนเพื่อทรงอุทิศส่วนพระราชกุศลพระราชทาน และโปรดพระราชทานนามเพื่อเป็นอนุสรณ์แก่สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอพระองค์นี้ว่า "ถนนตรีเพชร"

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในสมัยของรัชกาลที่ 1-3 บริเวณย่านการค้าพาหุรัดส่วนใหญ่ เป็นการค้าขายของชุมชนและการอาศัยของชาวญวน และชาวไทยบางส่วน จึงเกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจขึ้นบริเวณรอบๆวัด และคลองรอบกรุงบริเวณสะพานหัน ตลาดสดของชุมชนและตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าต่างประเทศ ส่วนตลาดบกในสมัยนั้นยังไม่มีบทบาทความสำคัญเท่าตลาดน้ำ ตลาดน้ำมีทั้งการขายปลีก และขายส่งอาหารสด-แห้ง แต่มีตลาดสำคัญอยู่บริเวณโดยรอบและอยู่ใกล้กับย่านการค้าพาหุรัด ได้แก่ ตลาดบ้านหม้อ ตลาดสะพานหัน ตลาดสำเพ็ง ตลาดสามยอด ซึ่งตลาดเหล่านี้ล้วนมีการแทรกตัวอยู่ของชาวอินเดียซึ่งจะค้าผ้า แพรพรรณนานาชาติ โดยเฉพาะตลาดบ้านหม้อเป็นสถานที่แรกที่มีการตั้งถิ่นของชาวซิกข์

ลักษณะประชากรในสมัยรัชกาลที่ 1-3 ลักษณะเชื้อชาติของประชากรที่อพยพเข้ามาภายใน ย่านการค้าพาหุรัดส่วนใหญ่คือชาวญวนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่กันมาก่อนการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ การตั้งถิ่นฐานของประชากรมักชอบปลูกที่พักอาศัยอยู่ตามชายแม่น้ำที่ล่องสะดวกทั้งชาวไทย จีน ฝรั่งเศส แขก ชุมชนเหล่านี้คงขยายตัวเมื่อประชากรอพยพหนีภัยพม่าเมื่อกรุงศรีอยุธยา และเกิดเป็นย่านชุมชนขึ้นต่อมาในสมัยธนบุรี เช่น ชุมชนจีนหลวงในคลองบางหลวง(คลองบางใหญ่) ชุมชนมอญแถวคลองมอญ ชุมชนมุสลิมตามแนวคลองบางกอกใหญ่จนถึงตลาดพลู และบ้านญวน รวมถึงบริเวณถนนพาหุรัดซึ่งเป็นพื้นที่อาศัยของชาวญวน แต่ในปัจจุบันภายในย่านได้กลายเป็นที่อยู่อาศัยและทำการค้าขายของชาวซิกข์และการพักอาศัยของชาวไทยรอบๆวัดราชบูรณะ (นรินทร์ ปาลซิงห์ สัจพรเดช, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2552)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4-2.1 แสดงสภาพพื้นที่ภายในย่านการค้าพาดูริตในช่วงที่ 1 และช่วงที่ 2

สัญลักษณ์



มาตราส่วน not to scale

ที่มา การสัมภาษณ์



ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ช่วงที่ 2 ยุคหัวเลี้ยวหัวต่อสู่การพัฒนาเมืองในสมัยรัชกาลที่ 4-6 (พ.ศ.2394 - พ.ศ.2468)

ในสมัยรัชกาลที่ 4 คือช่วงเวลาที่ประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากประเทศตะวันตกจึงทำให้ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมโดยเฉพาะหลังการทำสนธิสัญญาเบาว์ริงกับประเทศอังกฤษ ประเทศไทยจึงมีการพัฒนาในหลายๆด้าน โดยเฉพาะมีการติดต่อค้าขายกับต่างชาติมากขึ้น ประกอบกับการตัดถนนใหม่ ในบริเวณใกล้เคียงเช่น ถนนเจริญกรุง ถนนเฟื่องนคร และการตัดคลองผดุงกรุงเกษมในสมัยรัชกาลที่ 4 จึงทำให้เขตพระนครขยายตัวออกไปจากเดิม

ในสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวญวนที่พักอาศัยได้ย้ายออกจากย่าน แต่การขยายตัวของชุมชนของชาวชิวกซ์ที่เคยแทรกตัวในบริเวณลำเพ็ญ และบ้านหม้อ เพราะชาวชิวกซ์ได้เข้ามาอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯจำนวนมาก จึงนำไปสู่การมีศาสนสถานแห่งแรกของชาวชิวกซ์ในกรุงเทพฯเมื่อปี พ.ศ. 2455 ตั้งอยู่บริเวณบ้านหม้อ ศาสนสถานแห่งแรก เมื่อสังคมชิวกซ์เติบโตขึ้นจึงได้ย้ายจากที่เดิมมาบริเวณหัวมุมของถนนจักรเพชรและถนนพารุทธ์ในปัจจุบัน เหตุที่ชาวชิวกซ์ต้องมีศาสนสถานก็เพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนา เนื่องจากสังคมของชาวชิวกซ์นั้นค้ำสอนมุ่งเน้นถึงความร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือกันภายในชุมชน ดังนั้น ชาวชิวกซ์จึงชุมนุมอยู่บริเวณอำเภอพารุทธ์ กระจายตัวตั้งแต่ถนนบ้านหม้อมาจรดถนนพารุทธ์ ประกอบกับสมัยรัชกาลที่ 5 ทรงโปรดเกล้าฯให้ตัดถนนพารุทธ์เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่สมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าหญิงพารุทธ์มณีมัย (สมเด็จพระบรมวงศ์เจ้าเธอ เจ้าฟ้าพารุทธ์มณีมัย กรมพระเทพนารีรัตน์)² ในปี พ.ศ.2434 จนกระทั่งพ.ศ. 2441 จึงมีพระราชดำริว่าจะทรงปลูกสร้างตึกแถวริมถนนเพื่อสร้างผลประโยชน์³

ภายหลังการสร้างตึกแถวในปีพ.ศ. 2447 เกิดเพลิงไหม้ครั้งใหญ่จึงมีประกาศห้ามก่อสร้างอาคารไม้และสร้างตึกแถวแทน บริเวณริมถนนพารุทธ์ กลายมาเป็นอาคารคอนกรีต (ตึกแถว) ที่มีรูปแบบทันสมัยกว่าเดิม (ดังภาพที่ 4-2.1) จึงทำให้บริเวณพารุทธ์มีลักษณะเป็นตึกแถวแบบสมัยใหม่มากขึ้น ประกอบกับการที่เป็นย่านการค้าและย่านชุมชนแต่เดิม เพราะตั้งอยู่ใกล้กับสะพานหันอันเป็นทางไปสู่ลำเพ็ญซึ่งเป็นย่านการค้าที่สำคัญ จึงทำให้บริเวณนี้มีความเจริญมากมีสินค้าวางขายมากทั้งสินค้าผ้า ผลไม้จากต่างประเทศ ร้านขายยาจีนและยาไทย เครื่องแก้ว เครื่องกระเบื้อง ฯลฯ เพราะบริเวณนี้เป็นแหล่งสินค้าที่จะ

² พระราชธิดาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประสูติแต่สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถพระบรมราชชนนี สิ้นพระชนม์เมื่อพระชันษาเพียง 10 ปี สมเด็จพระบรมราชชนกชนนีจึงนำทรัพย์ส่วนพระองค์ส่วนหนึ่งของสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพารุทธ์มณีมัย มาสร้างถนนเพื่อทรงอุทิศส่วนพระราชกุศลพระราชทาน และโปรดพระราชทานนามถนนเพื่อเป็นอนุสรณ์แก่สมเด็จพระเจ้าลูกเธอพระองค์นี้ว่า "ถนนพารุทธ์"

³ ความว่า ด้วยความที่ตำบลบ้านกะบะ ซึ่งทรงโปรดเกล้าฯ ให้ช่างทหารในญวนอยู่อาศัยกับที่ทรัพย์บุตรพระยาอัมภิมณตริทามาตย์ถวายเป็นรับพระราชทานเปลี่ยนที่หลวงตึกดินริมวัดดินายกนั้นเป็นที่ติดต่อกลจดถนนบ้านญวน...บัดนี้มีพระราชเสาวนีย์โปรดเกล้าฯ ให้กระทรวงนครบาลมอบที่ต่อนั้นให้แก่ พระคลังข้างที่ เพื่อที่จะได้จัดการทำตึกเป็นประโยชน์ต่อไป... (ร.5 น. 18.1/54 เอกสารกระทรวงนครบาล, รัชกาลที่ 5 เรื่องที่ดินหลวง)

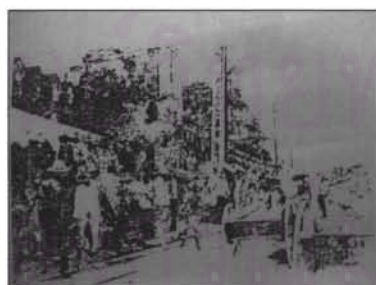
นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ภายในย่านยังมีชาวไทยเชื้อสายจีนที่มาจากย่านลำเพ็ญเข้ามาทำการค้าและสร้างศาลเจ้าแม่ทับทิมในปี พ.ศ. 2460

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของย่านทำให้เกิดร้านค้าผ้าของชาวซิกซ์จำนวนมากที่อพยพมาจากประเทศอินเดีย สาเหตุที่ชาวซิกซ์นิยมประกอบอาชีพค้าผ้า เนื่องจากการสานต่ออาชีพเดิม ดังนั้น การค้าผ้าของชาวซิกซ์ในสมัยนั้นเฟื่องฟูและได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับหลักฐานทางประวัติศาสตร์และการสัมภาษณ์ที่บ่งชี้ถึงความคึกคักของการค้าของย่านการค้าพาหุรัดและย่านการค้าที่อยู่ใกล้เคียงอย่าง สะพานหันและลำเพ็ญ (ดังภาพที่ 4-3 และภาพที่ 4-4)

ลักษณะสังคมของย่านการค้าพาหุรัดในช่วงที่ 2 ประชากรที่อาศัยในย่านการค้าพาหุรัดเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้นได้แก่ ชาวอินเดีย แขกซิกซ์ แขกฮินดู ชาวจีน เป็นต้น ย่านการค้าพาหุรัดในสมัยนั้นเป็นที่อยู่อาศัยของชาวอินเดียจำนวนมาก ทั้งชาวซิกซ์ ฮินดู ชาวอินเดียเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยเป็นจำนวนมากเพราะสาเหตุทางการเมืองของประเทศอินเดีย ประกอบความอุดมสมบูรณ์ ความปลอดภัย และความช่วยเหลือจากผู้เข้ามาตั้งถิ่นฐานก่อน จึงทำให้ย่านการค้าพาหุรัดมีความเจริญเติบโตทางประชากรและเศรษฐกิจของชาวซิกซ์

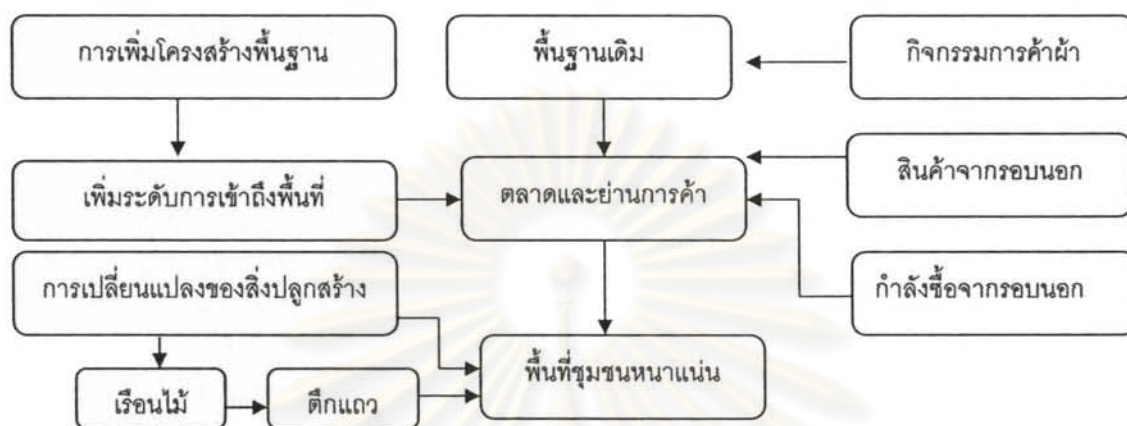


ภาพที่ 4-3 สะพานหันและประตูสะพานหันในสมัยรัชกาลที่ 5-6



ภาพที่ 4-4 ถนนจักรเพชร และมุมถนนพาหุรัดพ.ศ.2455

รูปแบบของพัฒนาการช่วงที่ 2 รัชกาลที่ 4-6



ช่วงที่ 3 ยุคหัวเลี้ยวหัวต่อสู่การพัฒนาเมืองในสมัยรัชกาลที่ 7-9 (พ.ศ.2468 – ปัจจุบัน)

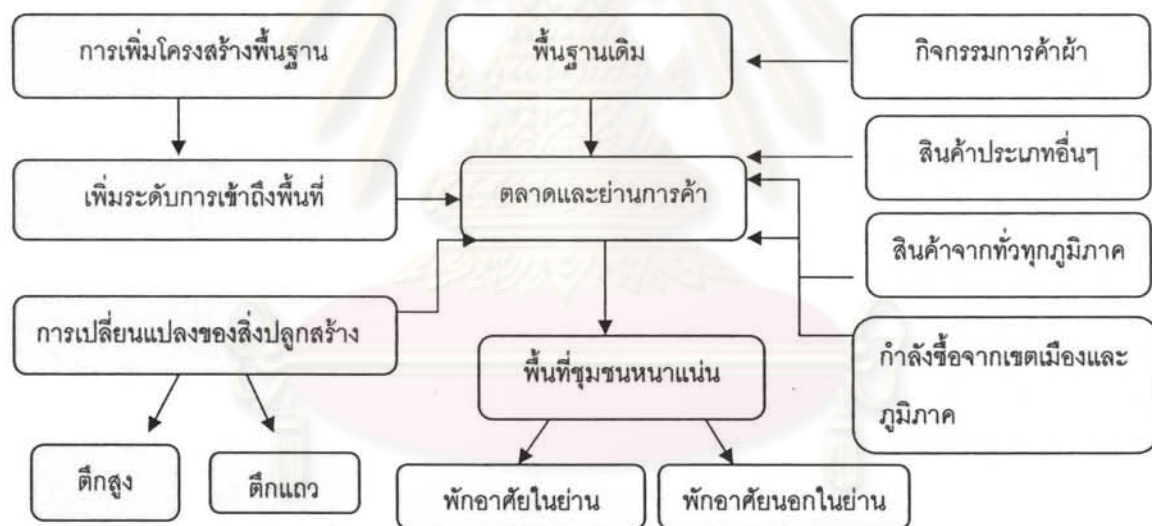
ในช่วงที่ 3 คือช่วงที่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน รวมทั้งการให้สัญชาติไทยแก่ชาวซิกข์ จึงทำให้ชาวซิกข์ที่รับกรรมสิทธิ์การซื้อที่ดินบริเวณพาหุรัดเพื่อเป็นที่พักถาวร⁴ จนทำให้ย่านการค้าพาหุรัดกลายเป็นศูนย์รวมของชาวซิกข์แห่งแรกของประเทศไทย และย่านการค้าพาหุรัดจึงกลายเป็นย่านค้าผ้าของชาวซิกข์ ในช่วงปี พ.ศ. 2470 กิจกรรมค้าผ้าของชาวซิกข์ที่ย่านการค้าพาหุรัดขยายตัวเพิ่มขึ้น เพราะชาวญี่ปุ่นจึงหันมาทำการค้า กับพ่อค้าอินเดียพ่อค้าชายผ้า (จารุนันท์ สิงห์สัจจะ. ผู้ประกอบการ.สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2551)ก่อให้เกิดผลบวกทางเศรษฐกิจ ทำให้ฐานะของชาวซิกข์ดีขึ้น และการขยายถิ่นฐานที่อยู่อาศัยมากขึ้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2475 ชาวซิกข์ได้รวบรวมเงินซื้อที่ดินและก่อสร้างศาสนสถานถาวรใช้ชื่อว่า "ศาสนสถานสมาคมศรีคุรุสภาสิงห์สภา" มีลักษณะเป็นตึกสามชั้นครึ่ง จนกระทั่งสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ย่านการค้าพาหุรัดได้รับผลกระทบจากภัยสงครามจึงจึงเริ่มอพยพออกจากพื้นที่ มีเพียงบางส่วนของเปิดร้านค้าและทำธุรกิจ

ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ชุมชนชาวซิกข์ และภายหลังการแบ่งแยกประเทศอินเดียในปี พ.ศ. 2490 ชาวซิกข์และชาวฮินดูที่อพยพเข้ามาสู่ประเทศไทยมากขึ้น แต่ยังคงอาศัยรวมกันเป็นกลุ่มบริเวณรอบคูรวารา (วัดซิกข์) สภาพเศรษฐกิจของชาวซิกข์มีรากฐานมาจากการค้าผ้าและสิ่งทอ ส่วนมากรูปแบบของ

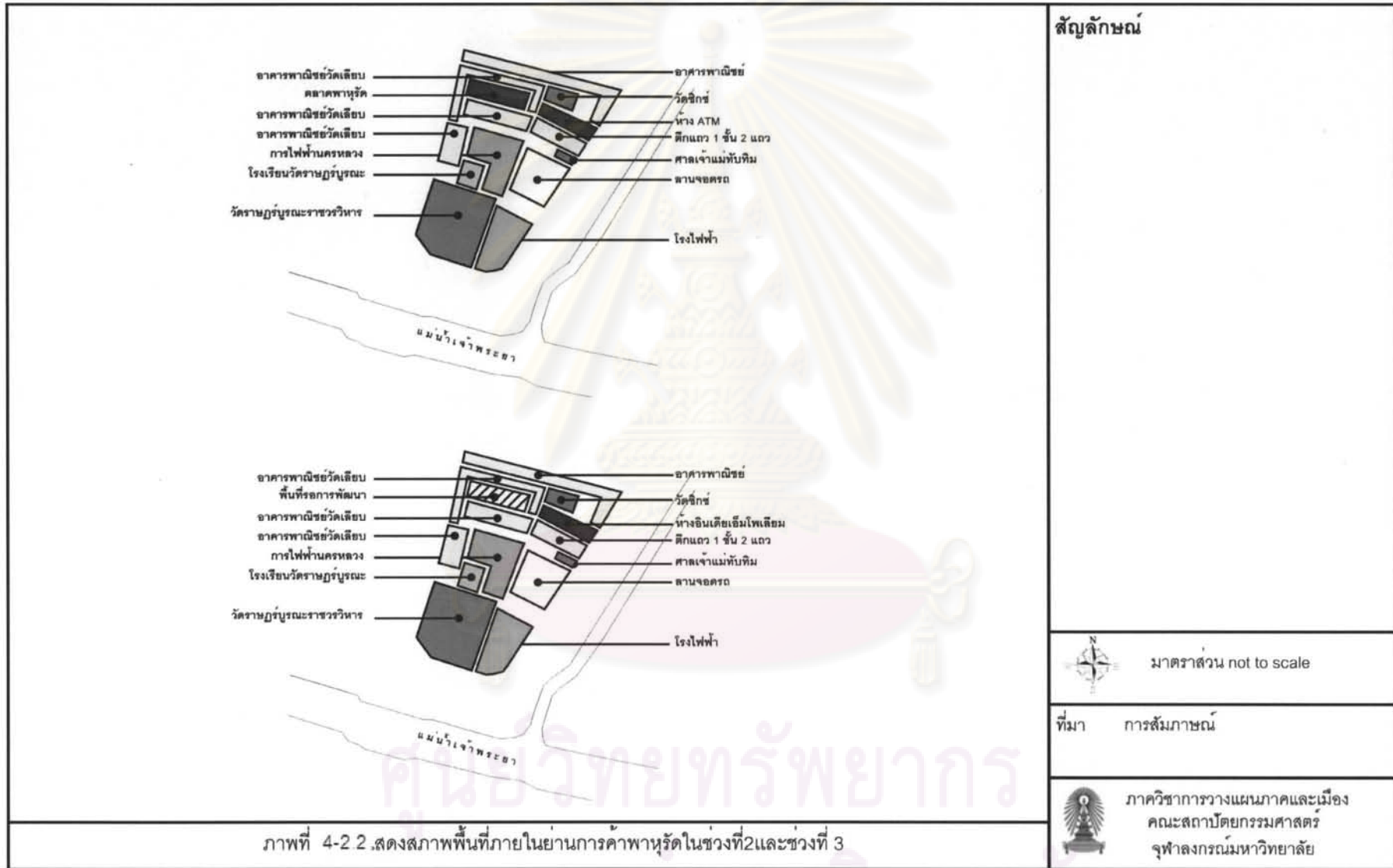
⁴ 1. นายลัดดา จิงห์ ได้ขอซื้อที่ดินบ้านซึ่งอยู่ด้านหลังตึกแถวถนนพาหุรัดฝั่งใต้ ซึ่งมี "อ้าแดงจำปีที่ นายไผ่นองป็นผู้ชาย" โดยขอซื้อในปี พ.ศ. 2450 (ร.ศ.125) (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ มร.5ค/13) 2. นายบัคฮาวาจิงห์และนายบุคาจิงห์ ขอซื้อที่ดินกับตึกแถวริมถนนพาหุรัดซึ่งพระเจ้านองยาเธอ กรมขุนสรรพสาตร์ศุภกิจเป็นผู้ขาย โดยขอซื้อในปี พ.ศ. 2453 (ร.ศ.128) (กองจดหมายเหตุแห่งชาติ ร.5 น. 18.1/54)

การค้าขายแบบซื้อมา ขายไป ในช่วงปี พ.ศ. 2507-2514 เริ่มมีการขยายตัวของย่านการค้าออกจาก ศูนย์กลางเมือง ย่านเยาวราช วังบูรพา พายุหุ้ด ปากคลองตลาด เคลื่อนไปทางตะวันออกก่อให้เกิดย่าน การค้าราชประสงค์ต่อเนื่องมายังประตูน้ำ การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลดีต่อธุรกิจการค้าผ้าของพายุหุ้ด ค่อนข้างมากเพราะสภาพของตลาดเฉลิมลาภในสมัยนั้นเกิดการปรับเปลี่ยนของกิจกรรมจากตลาดสดเป็น ร้านตัดเสื้อ จึงทำให้เกิดความความต้องการผ้าจากย่านการค้าพายุหุ้ดเป็นจำนวนมาก (รันยิด ชิงห์บุรี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์,15 ธันวาคม 2551) แต่ในขณะที่เดียวกันช่วงปี พ.ศ. 2510 เกิดไฟไหม้ย่านชุมชน แออัดพายุหุ้ด วัดราชบูรณะดำเนินการจัดสร้างอาคารพาณิชย์และตลาดผ้าขึ้นมาแทนในบริเวณเดิม ภายหลังการปรับปรุงและสร้างตึกแถวพายุหุ้ดก็ยังคงเป็นตลาดค้าผ้าที่ประชาชนเป็นที่รู้จักกันดีจนถึง ปัจจุบัน (พระเทพโสภณ. เจ้าอาวาสวัดราชบูรณะวรวิหาร . สัมภาษณ์,15 ตุลาคม 2552) ในปีพ.ศ. 2546 เกิดไฟไหม้อีกครั้งบริเวณห้าง เอ. ที.เอ็ม. แต่ในปี พ.ศ.2550 บริเวณห้าง เอ.ที.เอ็ม ก็ถูกแทนที่ด้วยห้าง อินเดียเอ็มโพเริ่มมีลักษณะเป็นตึกสูงเพื่อใช้เป็นศูนย์การค้าแบบสมัย

รูปแบบของพัฒนาการช่วงที่ 3 รัชกาลที่ 7 -9




ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย




ภาพที่ 4-2.2 .แสดงสภาพพื้นที่ภายในย่านการค้าพาหุรัดในช่วงที่2และช่วงที่ 3

สัญลักษณ์

 มาตราส่วน not to scale

ที่มา การสัมภาษณ์

 ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-1 สรุปวิวัฒนาการของพื้นที่ย่านการค้าพหุรัด

หัวข้อ	ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3
	ช่วงเริ่มก่อรูปของเมือง (พ.ศ.2325 - พ.ศ. 2394)	สมัยรัชกาลที่ 4-6 (พ.ศ.2394- พ.ศ.2468)	สมัยรัชกาลที่ 7-9 (พ.ศ.2468 -ปัจจุบัน)
องค์ประกอบทางกายภาพที่เปลี่ยนแปลงภายในย่านและบริเวณโดยรอบ	ลักษณะของร้านค้าบ้านเรือนไม้แผงลอย การสร้างวัดเลียบบนย่านการค้าพหุรัด	ลักษณะร้านค้าเปลี่ยนจากเรือนไม้มาเป็นตึกแถว และมีการขุดคลองรอบกรุง ตัดถนนในย่านการค้าพหุรัดและย่านการค้าใกล้เคียงอย่างลำเพ็ญ สะพานหัน เขาวราช	การสร้างตึกแถวให้มีลักษณะสมัยใหม่ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ และการใช้ประโยชน์เพื่อการพักอาศัยลดลง การใช้สร้างสะพานพุทธและสะพานพระปกเกล้าเป็นตัวเชื่อมการเข้าถึงพื้นที่ให้สะดวก
ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ	พักอาศัยและกิจกรรมการค้าจำหน่ายสินค้าทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และเป็นการค้าขายที่พึ่งพิงทางน้ำของบริเวณใกล้เคียงเป็นหลัก	เริ่มมีการค้าผ้าในตึกแถวเกิดขึ้นในพื้นที่กิจกรรมการค้าส่วนใหญ่คือ ผ้าชนิดต่างๆและอุปกรณ์ตัดเย็บ	สินค้ามีการปรับตัว โดยสินค้าในย่านมีความเฉพาะตัว มีสินค้าประเภทอื่นนอกจากผ้า สินค้าเริ่มมีความหลากหลาย ในปัจจุบันเริ่มมีการค้าผ้าในร้านค้าประเภทตึกสูง
ลักษณะทางสังคม	สภาพสังคมยังไม่มีหลากหลายของเชื้อชาติ ศาสนา มีเพียงการอาศัยของชุมชน ที่อยู่รอบ ศาสนสถาน ประชากรส่วนใหญ่คือคนไทยที่ทำการค้าและพักอาศัยในบริเวณย่าน	ผู้ประกอบการค้าผ้าส่วนใหญ่เป็นชาวซีกซ์ แต่ก็มีคนไทยและคนจีนไม่มากนัก เริ่มความหลากหลายของวิถีชีวิตและความเชื่อการค้าขายและพักอาศัยในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นการตั้งหลักแหล่งของชาวอินเดีย ได้แก่ ชาวฮินดู ชาวซีกซ์ ที่มาจากประเทศอินเดีย และแรงงานในย่านก็เป็นสมาชิกในครอบครัว และแรงงานอินเดียจะนิยมว่าจ้างแรงงานอินเดียซึ่งเป็นที่รู้จักคุ้นเคย	มีความหลากหลายของผู้ประกอบการและประชากรได้แก่ ไทย อินเดีย จีนในช่วงแรกชาวอินเดียเริ่มเข้ามาทำการค้าและพักอาศัยภายในย่านภายหลังมีฐานะก็จะย้ายออกไป ปัจจุบันประชากรยังมีความหลากหลาย และมีการเพิ่มขึ้นของแรงงานต่างด้าว (ประชากรแฝง)
บทบาทสำคัญของพื้นที่	ตลาดในละแวกชุมชนให้บริการระดับชุมชน	เปลี่ยนจากการค้าขายทางน้ำเป็นทางบก	ตลาดค้าผ้าที่มีลักษณะเฉพาะที่เชื่อมระหว่างฝั่งพระนครกับฝั่งธนบุรี

ที่มา: สรุปมาจากการสัมภาษณ์

4.2 ลักษณะทางกายภาพ

4.2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับย่านการค้าพาหุรัด

ที่ตั้ง: แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร อาณาเขตติดต่อดังนี้ (แผนที่ 4-1)

ทิศเหนือ จรดกับ เขตดุสิตโดยมีคลองผดุงกรุงเกษมเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ จรดกับเขตคลองสาน และเขตธนบุรี โดยมีแนวกิ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่ง

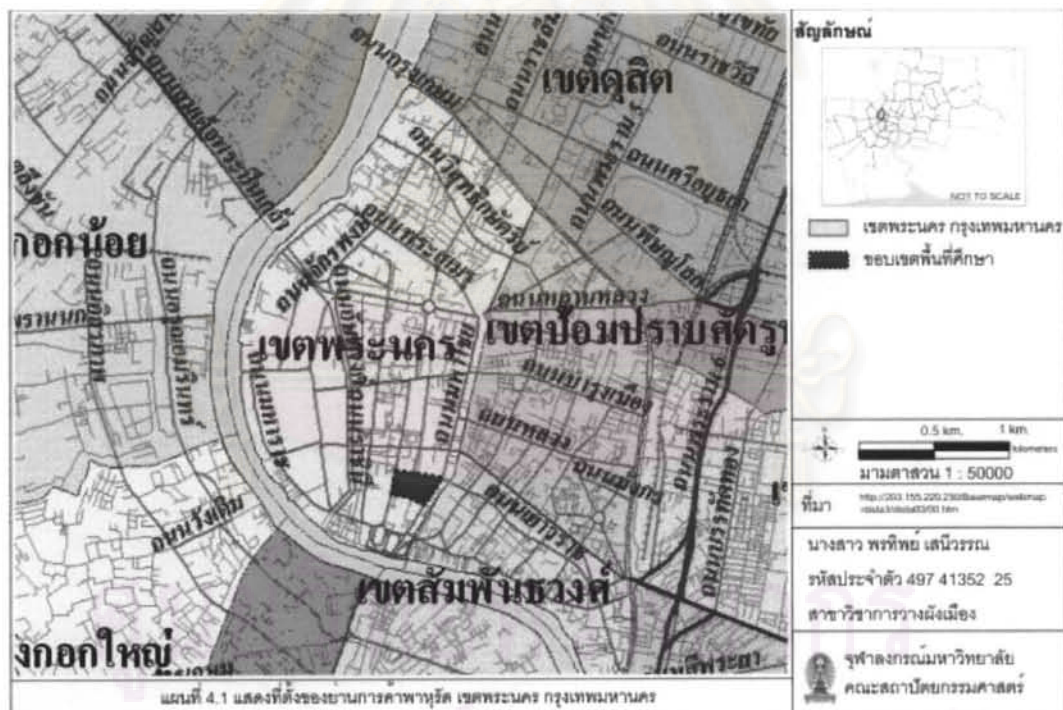
ทิศตะวันออก จรดกับ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ โดยมีถนนราชดำเนินนอกและ

คลองรอบกรุง(คลองโอ่งอ่าง) เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก จรดกับ เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อยมีแนวกิ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต

ขนาด: 1.67 ตารางกิโลเมตร

ช่วงเวลา เปิด-ปิด: 6.00 น.- 20.00 น.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2.2 ลักษณะการเข้าถึง

ย่านการค้าพาหุรัด อยู่ในเขตการปกครอง เขตพระนครเมื่อพิจารณาถึงความพร้อมของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพบว่ามีความพร้อมในการให้บริการรายละเอียดดังนี้

1) ถนน ซอย และทางเท้า

- ถนนพาหุรัด คือ ถนนที่มีช่องทางการจราจรและความยาวประมาณ 500 เมตร ถนนสายนี้สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ถนนที่เชื่อมระหว่างถนนจักรเพชรและถนนตรีเพชร ริมสองฝั่งถนนพาหุรัด และฝั่งตรงข้ามของถนนพาหุรัดคือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และห้างสรรพสินค้าดิโอลด์สยาม

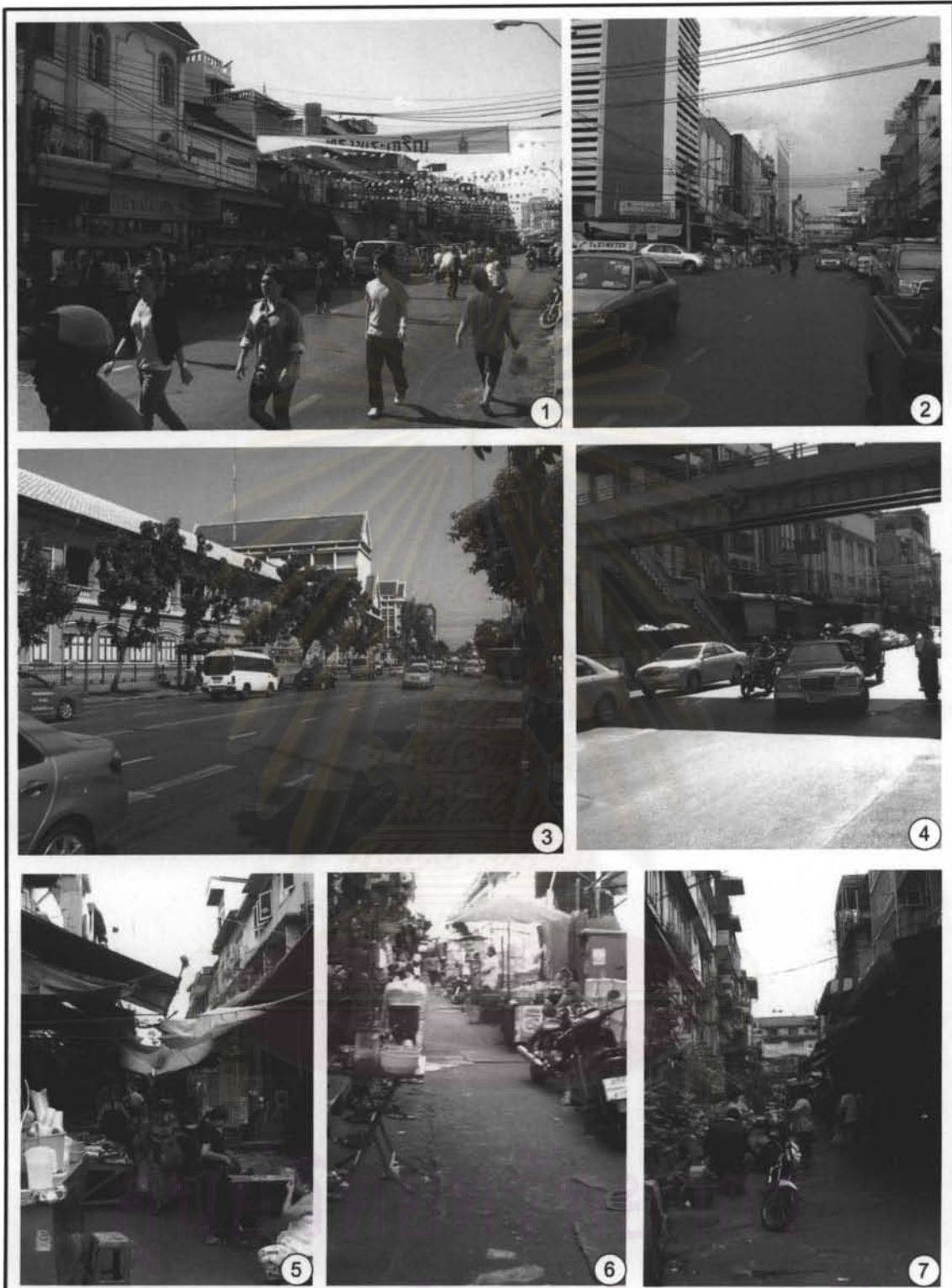
- ถนนจักรเพชร คือ ถนนที่เชื่อมโยงระหว่างย่านการค้าพาหุรัดและตรอกหัวเม็ดของย่านสำเพ็ง

- ถนนตรีเพชรจะเชื่อมระหว่างย่านการค้าพาหุรัดกับ ย่านปากคลองตลาด โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย สองข้างของถนนมีทางเท้าขนาดกว้างประมาณ 2.30-2.50 เมตร ทางเท้าในพื้นที่เดิมไปด้วยแผงลอยจึงทำให้ทางเท้าแคบมากและเดินซื้อสินค้าค่อนข้างลำบาก

- ซอยที่สำคัญ คือ ซอยจิดามณี บริเวณด้านหลังของตึกแถวริมถนนพาหุรัดทางเข้าซอยนี้ติดกับถนนตรีเพชรสามารถเชื่อมเข้าไปสู่ภายในชุมชน และวัดชิขิข์และทางเท้ามีจำนวนไม่มากนักโดยส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณด้านหน้าของตึกแถว (ภาพที่ 4-5)

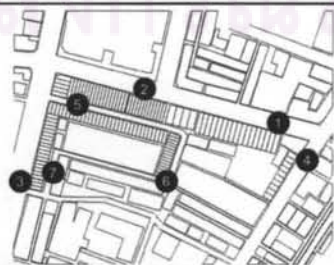
- ทางเท้า ในย่านการค้าพาหุรัดมีลักษณะเชื่อมต่อพื้นที่ในแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน เพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า โดยเริ่มตั้งแต่ถนนจักรเพชร จนกระทั่งถนนตรีเพชร (ภาพที่ 4-6)

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4-5 ถนนและชอยภายในย่านการค้าพาหุรัด

สัญลักษณ์

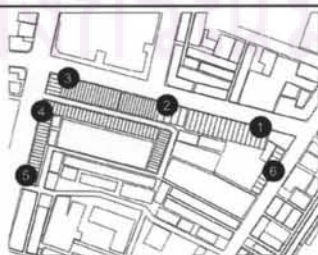


- ① ถนนพาหุรัด
- ② ถนนพาหุรัด
- ③ ถนนศรีเพชร
- ④ ถนนจักรเพชร
- ⑤ ชอยภายในย่านการค้าพาหุรัด
- ⑥ ชอยภายในย่านการค้าพาหุรัด
- ⑦ ชอยภายในย่านการค้าพาหุรัด



ภาพที่ 4-6 ทางเดินเท้ารอบบริเวณพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัด

สัญลักษณ์



- ① ทางเดินเท้าบริเวณถนนพาหุรัด
- ② ทางเดินเท้าบริเวณถนนพาหุรัด
- ③ ทางเดินเท้าบริเวณถนนพาหุรัด
- ④ ทางเดินเท้าบริเวณถนนศรีเพชร
- ⑤ ทางเดินเท้าบริเวณถนนศรีเพชร
- ⑥ ทางเดินเท้าบริเวณถนนจักรเพชร

2) การคมนาคมขนส่ง

- การคมนาคมขนส่งทางบก การเดินทางเข้าสู่ตัวย่านจะหนาแน่นในช่วงเช้าเพราะมีกลุ่มของลูกค้าที่ต้องการเข้ามาซื้อสินค้า กลุ่มผู้ประกอบการ ลูกจ้างพนักงานที่ทำงานภายในย่านและบริเวณใกล้เคียง และกลุ่มของนักเรียนนักศึกษา ต่างพากันหลั่งไหลเข้าสู่ตัวย่านเป็นจำนวนมากจึงทำให้ปริมาณการจราจรหนาแน่น สำหรับผู้ที่เดินทางโดยพาหนะส่วนตัว เช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ ที่จอดรอเพื่ออำนวยความสะดวก จากการสำรวจ สถานที่จอดรถคือ บริเวณวัดราชบูรณะ ดิโอล์ด สยามพลาซ่า ศาลเจ้าแม่ทับทิม เป็นต้น

- ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่มีให้บริการประชาชนและลูกค้าที่เดินทางเข้า-ออกที่ย่านการค้าพาหุรัดที่สำคัญมี 3 คือ จุดที่ 1 บริเวณริมถนนพาหุรัด จุดที่ 2 บริเวณริมถนนตรีเพชร จุดที่ 3 บริเวณริมถนนจักรเพชรซึ่งอยู่ใกล้กับศาลเจ้าแม่ทับทิม



ภาพที่ 4-7 การคมนาคมสาธารณะในย่านการค้าพาหุรัด

4.2.3 กรรมสิทธิ์ที่ดินย่านการค้าพาหุรัดสามารถจำแนกกรรมสิทธิ์ที่ดินออกเป็น 3 ประเภท

1.) **ที่ดินของเอกชน** คือที่ดินซึ่งบุคคลทั่วไปเป็นเจ้าของซึ่งเจ้าสามารถนำที่ดินมาใช้ประโยชน์ได้ โดยให้ผู้อื่นเช่าต่อ ในการคิดค่าเช่าจะมีการคิดเป็นรายเดือนรายปีตามแต่กรณีจะตกลงกัน ค่าเช่าโดยส่วนใหญ่ค่อนข้างสูงเพราะพื้นที่ย่านคือ ศูนย์กลางในการค้าที่สำคัญของเขตพระนครและกรุงเทพฯ จึงมีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรมอย่างคึกคักและมีประสิทธิภาพสูงสุด อาณาเขตที่ดินเอกชนในย่านการค้าพาหุรัดคือ บริเวณอินเดียมโพธิ์ริ้ว วัดชิขิ และตึกแถวบางส่วน (แผนที่ 4-1) และ (ภาพที่ 4-8)

2.) **ที่ดินของวัดราชบูรณะหรือวัดเลียบ** คือที่ดินซึ่งเป็นเจ้าของและเป็นกรรมสิทธิ์ของวัด ปัจจุบันวัดได้อนุญาตให้ประชาชนเช่าตึกแถวที่สร้างขึ้นจากที่ดินของวัด ในบริเวณริมถนนตรีเพชร และที่ดินภายในตลาดพาหุรัด ส่วนใหญ่ประชาชนใช้พื้นที่บริเวณดังกล่าวเพื่อการพาณิชย์กรรมเป็นหลัก เพราะ

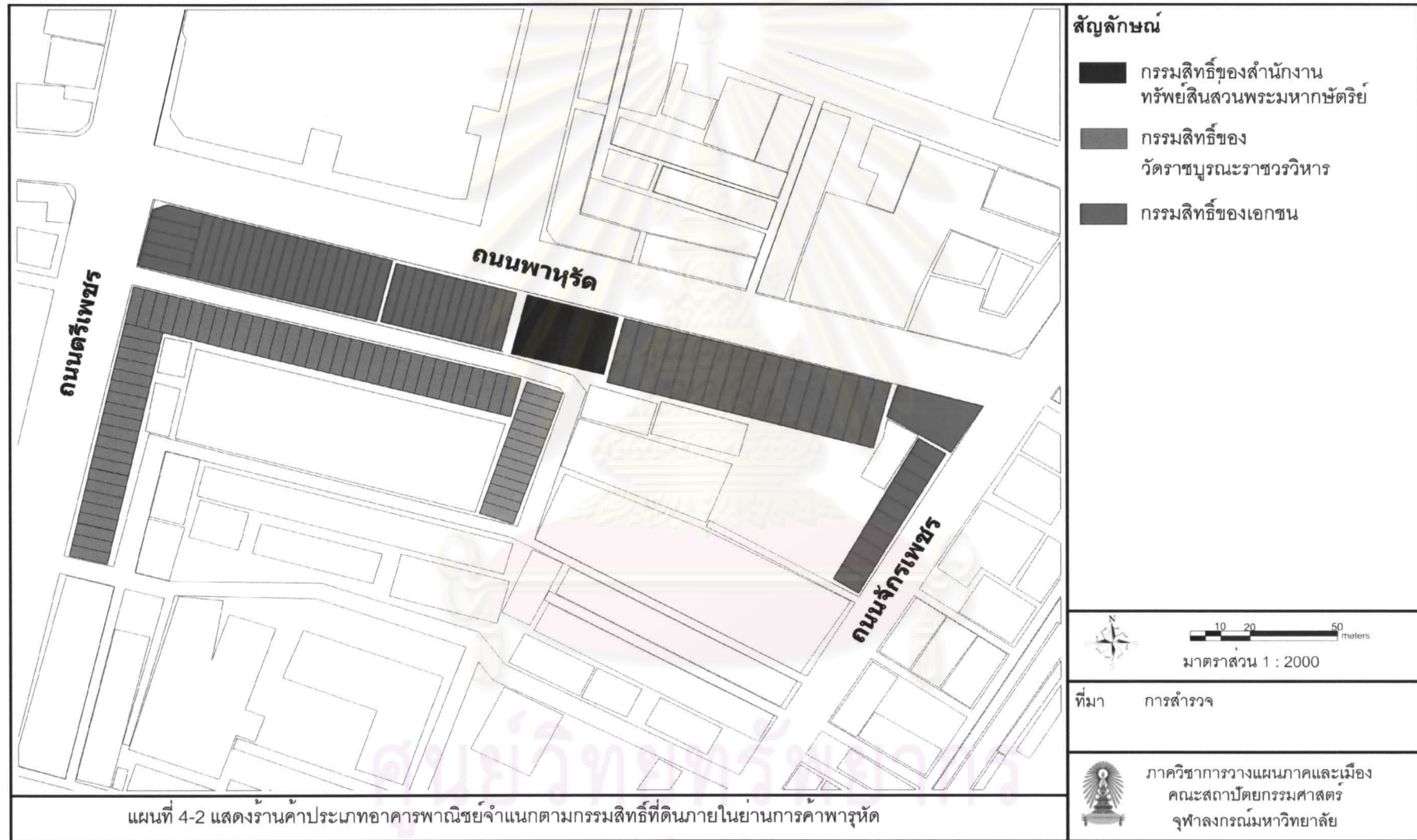
สามารถสร้างผลตอบแทนให้สูงกว่าการทำกิจกรรมอื่น ประกอบกับความเป็นย่านพาณิชย์กรรมเก่าตั้งแต่อดีตจึงทำให้พื้นที่เป็นที่รู้จักจึงประกอบไปด้วยร้านค้าและกิจการทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย (แผนที่ 4-2) และ (ภาพที่ 4-8)

3.) ที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ คือตึกแถวบริเวณถนนพาดูร์ด ปัจจุบันมีสภาพเป็นร้านค้าเพื่อการพาณิชย์กรรมทั้งหมด

4.2.4 ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร

การใช้ประโยชน์ที่ดินในย่านการค้าพาดูร์ดมีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตมาพร้อมกับกรุงรัตนโกสินทร์ คือการเพิ่มตั้งถิ่นฐานอยู่ริมน้ำและเมื่อมีการตัดถนนเข้ามาในบริเวณย่านจึงมีการขยายตัวและเกิดการกระจุกตัวของบ้านเรือน ตึกแถวสองฝั่งถนน จนกลายเป็นย่านที่หนาแน่นไปด้วยผู้คนที่ค้าขายผ้า และสินค้าอื่นๆหลากหลายชนิด จึงทำให้เกิดการใช้ที่ดินในลักษณะผสมผสาน (Mixed Land Used) คือการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการค้าขายควบคู่ไปกับการพักอาศัย ปัจจุบันย่านการค้าพาดูร์ดอยู่ในเขตผังเมืองรวมสีน้ำตาลเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมตั้งแต่สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ อย่างไรก็ตามย่านการค้าพาดูร์ดก็ยังคงมีบทบาททางด้านพาณิชย์กรรมต่อเนื่องมาจากอดีต โดยเฉพาะผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บจำนวนมาก เพราะราคาที่ดินที่สูง การใช้ประโยชน์เพื่อการค้าเป็นหลักจึงมีความคุ้มค่า ส่งผลให้การใช้ที่ดินเพื่อการพักอาศัยลดลง มีเพียงการพักอาศัยของผู้ประกอบการเพียงเล็กน้อย และชุมชนชาวซิกข์ ฮินดูและลูกจ้าง/แรงงานรายได้น้อยบางส่วนเท่านั้น และพื้นที่บางส่วนของย่านก็เป็นสถานที่ราชการและศาสนสถาน (ภาพที่ 4-9)

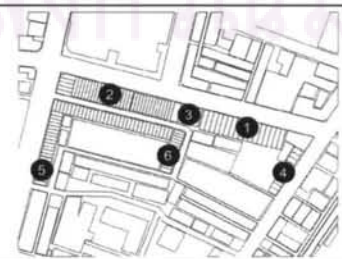
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



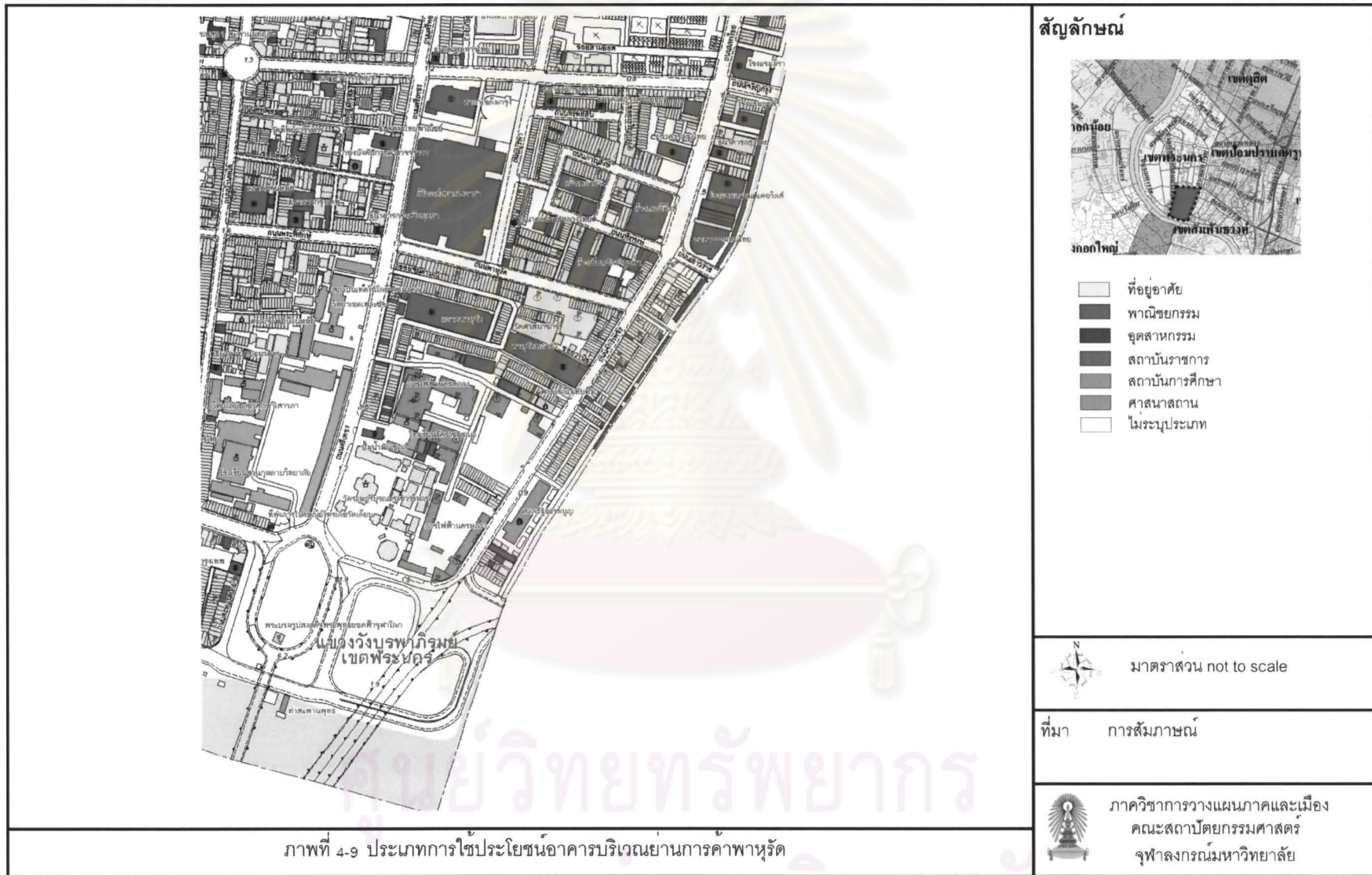


ภาพที่ 4-8 อาคารพาณิชย์จำแนกตามกรรมสิทธิ์ที่ดินภายในย่านการค้าพารุห์ดี

สัญลักษณ์



- ① อาคารกรรมสิทธิ์ของเอกชน
- ② อาคารกรรมสิทธิ์ของเอกชน
- ③ อาคารกรรมสิทธิ์สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
- ④ อาคารกรรมสิทธิ์ของเอกชน
- ⑤ อาคารกรรมสิทธิ์วัดราชบูรณะราชวรวิหาร
- ⑥ อาคารกรรมสิทธิ์วัดราชบูรณะราชวรวิหาร



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 ลักษณะสังคมในพื้นที่

4.3.1 ลักษณะทางสังคม

- ลักษณะประชากร

ปัจจุบันประชากรในย่านการค้าพาดูร์ดจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 15,638 คน ศาสนาซิกข์ร้อยละ 80 ศาสนาฮินดูร้อยละ 18 และศาสนาอื่นๆ ร้อยละ 2 (อาจศึก จันทมาศ, 2547:44)

- ประเพณี วัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในย่านการค้าพาดูร์ด

ย่านการค้าพาดูร์ดเป็นย่านที่มีชาวฮินดูเพียงที่นับถือศาสนาซิกข์อาศัยอยู่ในพื้นที่จำนวนมากและเป็นเวลานาน การอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองไทยทำให้ชาวซิกข์ได้นำเอาขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ตลอดจนศาสนาเข้ามาด้วย เช่น พิธีสมรสอนันต์ (ตามศาสนวินัยของซิกข์) งานไว้อาลัยผู้ล่วงลับ พิธีตั้งชื่อเด็ก และพิธีรับอมฤต (พิธีปฏิญาณตนเป็นชาวซิกข์โดยสมบูรณ์) เพราะกิจกรรมทางศาสนาของชาวซิกข์จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อกระทำต่อหน้าพระคัมภีร์คุรุครันถ์ซาฮิบเท่านั้น การกล่าวถึงประเพณี วัฒนธรรม และวัดซิกข์ เพื่อต้องการชี้ให้เห็นว่า ชาวซิกข์มีวินัย และเคร่งครัดต่อการทำพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งต้องทำต่อหน้าพระคัมภีร์คุรุครันถ์ซาฮิบจึงจะถือว่าพิธีกรรมนั้นกระทำโดยสมบูรณ์ ดังนั้น ประเพณีของชาวซิกข์จึงมีอาจแยกจากวัดซิกข์ในย่านการค้าพาดูร์ดได้ ผู้วิจัยจึงนำเสนอรายละเอียดของวัดซิกข์เพื่อประกอบความเข้าใจพื้นที่ศึกษามากยิ่งขึ้นดังนี้

- วัดซิกข์ ในย่านการค้าพาดูร์ดคือ คุรุตวารา ศรีคุรุสภาสิงห์ (วัดซิกข์) เป็นศูนย์กลางทางศาสนา และสังคมของชาวซิกข์ในกรุงเทพมหานคร คุรุตวารามีลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นรูปโดมด้วยสีทอง เป็นศิลปกรรมที่ได้รับอิทธิพลมาจากเปอร์เซีย โดมทองแทนสัญลักษณ์ของดอกบัวคว่ำ-บัวหงายอันสื่อถึงความหมายของการสอนให้รู้จักควบคุมกิเลส โทสะ โมหะ ให้หมดสิ้นไป และมีจิตใจบริสุทธิ์ผุดผ่อง (ทักษิณา ณ ตะกั่วป่า 2548: 19) (ภาพที่ 4-10) คุรุตวารา จัดได้ว่าเป็นศาสนสถานเอนกประสงค์ เนื่องจากใช้ทำกิจกรรมหลายประเภท นอกจากการทำความเคารพพระคัมภีร์และสวดมนต์ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติกันเป็นประจำทุกวันแล้ว คุรุตวารายังเป็นสถานที่จัดงานในวันสำคัญ เช่น พิธีสมรสอนันต์ (ตามศาสนวินัยของซิกข์) งานไว้อาลัยผู้ล่วงลับ พิธีตั้งชื่อเด็ก และพิธีรับอมฤต (พิธีปฏิญาณตนเป็นชาวซิกข์โดยสมบูรณ์) เพราะกิจกรรมทางศาสนาของชาวซิกข์จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อกระทำต่อหน้าพระคัมภีร์ ลักษณะทางกายภาพคุรุตวาราเป็นตึกขนาดใหญ่สูง 6 ชั้น บนเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่ บนยอดตึกเป็นโดม มีลักษณะเป็นดอกบัวตูมสีทองขนาดใหญ่ มีโดมสีทอง-ขาว เล็กใหญ่อีก 21 ยอด (ภาพที่ 4-10)



ภาพที่ 4-10 คุรุदวาราหรือวัดซิกข์

- ศาลเจ้า ย่านการค้าพาหุรัด มีศาลเจ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยึดถือเป็นที่ยึดถือ คือ ศาลเจ้าแม่ทับทิม และมีชาวจีนมาตั้งถาวรมากมาย ชาวจีนขนานนามว่า ปัจจุบันบริเวณใกล้ศาลเจ้าแม่ทับทิมบางส่วนได้ถูกจัดสรรพื้นที่จอดรถของรถตู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในย่าน

- วัด ย่านการค้าพาหุรัดมีวัดที่สำคัญคือวัดราชบูรณะหรือวัดเลียบ เป็นวัดที่ตั้งมาแต่สมัยรัชกาลที่ 1 ปัจจุบันวัดราชบูรณะยังคงมีบทบาททางศาสนาของผู้คนในชุมชนเหมือนในอดีต แต่เนื่องจากวิถีชีวิตของประชากรคนเมืองเปลี่ยนไป บทบาทของวัดราชบูรณะจึงเปลี่ยนจากเดิม เช่น การจัดสรรพื้นที่ โดยการอนุญาตให้รถยนต์ส่วนบุคคลจอดรถในพื้นที่วัด บรรยากาศของความสงบจึงไม่เหมือนเดิม (ภาพที่ 4-11)



ภาพที่ 4-11 สภาพปัจจุบันศาลเจ้าแม่ทับทิมและวัดราชบูรณะวรวิหาร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สภาพกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่

5.1 พัฒนาการและองค์ประกอบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านการค้าพาหุรัด

5.1.1 ช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ้า รัชกาลที่ 5-6 (ช่วง พ.ศ. 2434-2468)

พื้นที่ : บริเวณ ถนนพาหุรัด ถนนจักรเพชร

ลักษณะของร้านค้า: ในระยะแรกร้านค้ามีลักษณะเป็นเรือนไม้ ต่อมาในปี พ.ศ.2441 เปลี่ยนเป็นตึกแถว

ผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นชาวซิกข์จากบ้านหม้อ, วัดเกาะ (วัดสัมพันธวงศ์) บางส่วนเริ่มเข้ามาค้าขายในย่านมากขึ้น สาเหตุที่ย้ายกิจการจากบ้านหม้อมาที่พาหุรัดเพราะชาวซิกข์เพิ่มจำนวนขึ้น ทำให้พื้นที่เดิมคับแคบแออัด ในระยะหลังจากย้ายมาที่ย่านการค้าพาหุรัด ชาวซิกข์พักอาศัยและค้าขายบริเวณโดยรอบศาสนสถาน (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

ประเภทของสินค้า: จำหน่ายเพียงผ้าเท่านั้น ได้แก่ ผ้าดิบ ผ้าใช้งานพิธีมงคล ผ้าพื้น ผ้าตาด ผ้ามัสลิน ผ้าชีฟอง ผ้าลูกไม้ชั้นดีที่นำเข้าจากต่างประเทศ (แผนที่ 5-1)

ที่มาของสินค้า: ส่วนใหญ่นำเข้ามาจากต่างประเทศทั้งในแถบยุโรป เอเชีย เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีการผลิตผ้าที่เป็นพับ เป็นม้วน มีเพียงการทอผ้าใช้ในครัวเรือนเท่านั้นเช่น ผ้าขาวม้า ผ้าโล่ง เป็นต้น (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การขนส่งสินค้า: สินค้าขนส่งมาทางเรือทั้งหมด ผ่านท่าเรือในประเทศสิงคโปร์ และลำเลียงเข้ามาที่กรุงเทพฯบริเวณท่าเรือ Bangkok Dock หลังจากนั้นขนส่งสินค้าลงเรือแล่นมาตามคลองโอ่งอ่าง และทยอยขนมายังร้าน (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การแสดงสินค้า: สินค้าถูกวางขายหน้าร้านโดยจะกองวางไว้บนแผงเป็นพับๆ และพับใส่ห่อผ้าถือสินค้าไซว้ แยกเดินเร่ขายตามบ้าน

การเก็บสินค้า: สินค้าทั้งหมดจะถูกเก็บไว้ที่พักอาศัยของผู้ประกอบการ

รูปแบบการขาย: ในระยะแรกรูปแบบการขายจะมีลักษณะแบบเรือเร่ เดินแบกและเร่ขายสินค้านำสินค้าลงเรือขายให้กับประชาชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ในระยะหลังเริ่มมีการสร้างถนนมากขึ้น จึงทำให้รูปแบบการขายเปลี่ยนเป็นการขายที่หน้าร้าน เพราะผู้ประกอบการบางส่วนสามารถเก็บออมเงินทุนจนสร้างฐานะจนซื้อที่ดินและสภาพร่างกายไม่เอื้ออำนวยต่อการเร่ขายผ้า (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

ลูกค้า/ผู้ซื้อ: ลูกค้าหลักคือ 1) กลุ่มชนชั้นสูง จะนิยมซื้อผ้าที่มีความงดงาม เพื่อนำไปตัดชุดในงานพิธีต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี พ.ศ.2440 หลังจากการเสด็จประพาสยุโรป จึงการแต่งกายของสตรียุโรปมาดัดแปลงตามแบบอังกฤษ สมัยควีนวิกตอเรียเรียกว่า "เสื้อแขนหมูแฮม" หรือ "ขาหมูแฮม"

ลักษณะเสื้อแขนพองตรงไหล่ แขนยาว ตัวเสื้อประดับด้วย ลูกไม้ โบว์ ตัวเสื้อพอดีตัว คอเสื้อนิยมตั้งสูงและบริเวณย่านการค้ำพาดูร์ดยังอยู่ใกล้กับวังบูรพาทำให้ข้าราชการในวังเข้ามาเป็นลูกค้าในย่าน

2) **กลุ่มประชาชนทั่วไป** นิยมใช้ผ้าพื้น (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า: ส่วนใหญ่จะเน้นการซื้อเพื่อนำไปใช้ตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกาย

5.1.2 ช่วงที่ 2 รัชกาลที่ 7-9 (ช่วง พ.ศ. 2468-พ.ศ.2489) ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 พ.ศ. 2482-2488

พื้นที่ : ถนนจักรเพชร ถนนพาดูร์ด ถนนตรีเพชร ตลาดพาดูร์ด

ลักษณะของร้านค้า: ร้านค้าประเภทตึกแถวเกาะตัว ริมถนนสายหลัก และห้องแถวไม้แทรกตัวอยู่ด้านหลังของตึกแถวริมถนนพาดูร์ด

ผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการชาวซีกซ์เพิ่มจำนวนขึ้นเพราะได้รับความช่วยเหลือจากผู้ที่อยู่พพเข้ามาอยู่ก่อนจึงมีความสะดวกและช่องทางทำมาหากิน

ประเภทของสินค้า: สินค้าส่วนใหญ่คือผ้าได้แก่ ผ้าสีพื้น ผ้าดิบ ผ้าใช้งานพิธีมงคล ผ้าพื้น ผ้าชีฟอง ผ้าลูกไม้ชั้นดีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเหมือนเดิม (วสันต์ โคณาธา. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552) (แผนที่ 5-1)

ที่มาของสินค้า: สินค้า้นำเข้ามาจากต่างประเทศ

การขนส่งสินค้า: การขนส่งสินค้าทางเรือและทางบก

การแสดงสินค้า: การแสดงสินค้าเริ่มปรับรูปแบบการจัดแสดงสินค้า โดยใช้ห้องแขวนโชว์ผ้า และปรับขนาดของสินค้าคือเพิ่มความหนา จำนวนหลายของผ้ามากขึ้น (วสันต์ โคณาธา. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การเก็บสินค้า: การเก็บสินค้าไว้ที่ชั้นบนควบคู่กับการพักอาศัยในบ้าน

รูปแบบการขาย: เริ่มมีทั้งการขายปลีกคือขายเป็นเมตรให้กับลูกค้า การขายส่งยกม้วนเพื่อนำไปขายต่อยังย่านการค้าอื่นที่อยู่รอบนอกและต่างจังหวัด

ลูกค้า/ผู้ซื้อ: 1) **กลุ่มช่างตัดเสื้อ**ลูกค้าประจำ 2) **ลูกค้าต่างชาติ** กลุ่มทหารญี่ปุ่น เพราะประเทศไทยต้องตกอยู่ในภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงเกิดการกักตุนสินค้า สาเหตุเนื่องจากชาวจีนย่านลำเพ็งไม่ขายผ้าให้กับชาวญี่ปุ่นเพราะปัญหาทางการเมือง ชาวญี่ปุ่นจึงหันมาซื้อผ้ากับชาวซีกซ์แทน ประกอบกับความได้เปรียบทางภาษาที่ช่วยส่งเสริมการค้าขายในสมัยนั้น (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า: นำไปใช้ในครัวเรือนเพื่อตัดเย็บเครื่องแต่งกาย

ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง: 1) **ผลของการเกิดขึ้นของตลาดมิ่งเมือง** ในช่วงแรกประมาณปี.พ.ศ. 2475 ตลาดมิ่งเมืองสร้างขึ้นเพื่อรองรับตลาดขายผ้าบริเวณลำเพ็ง สะพานหัน พาดูร์ด ตลาดมิ่งเมืองคือร้านตัดเสื้อที่มีชื่อเสียงในฐานะแหล่งชุมนุมช่างตัดเย็บเสื้อผ้า เมื่อซื้อผ้ามีแหล่งตัดเย็บอยู่ใกล้ๆ จึงเพิ่ม

ความสะดวก แสดงให้เห็นถึงการส่งเสริมเกื้อกูลซึ่งกันและกันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ดังนั้น ตลาดมิ่งเมืองจึงได้รับความนิยมจากบรรดาสุภาพสตรีและประชาชนทั่วไปในยุคนั้น (จรัญญา อัครสุวรรณกิจ. ผู้ประกอบการ. **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน. 2552) 2) **ความได้เปรียบของการเข้าถึงพื้นที่** จากการสร้างสะพานพุทธยอดฟ้าฯในปี พ.ศ.2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 (ภาพที่ 5-1) จึงทำให้เกิดการเชื่อมโยงการค้าระหว่างฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี ส่งผลให้การค้าขายหนาแน่นไปด้วยลูกค้าในฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี



ภาพที่ 5-1 ตลาดมิ่งเมืองและสะพานพุทธ

5.1.3 ช่วงที่ 3 ช่วงปี พ.ศ.2489 - พ.ศ.2520 (หลังสงครามโลกครั้งที่2)

พื้นที่ : ถนนจักรเพชร ถนนพารุรัต ถนนตรีเพชร และ ตึกแถวตลาดพารุรัต หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 วัดเลียบสร้างตึกแถวริมถนนตรีเพชรประมาณปี พ.ศ.2512 ตึกแถวบริเวณตลาดพารุรัต และตลาดพารุรัต รวมถึงการสร้างตึกแถวลักษณะสมัยใหม่บริเวณถนนพารุรัตและถนนจักรเพชร

ผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการมีความหลากหลายมีทั้งชาวซิกซ์ ชาวจีนจากสำเพ็ง และชาวไทย เนื่องจากชาวซิกซ์บางส่วนอพยพกลับอินเดียเพราะภัยสงคราม และบางส่วนย้ายก็ออกไปตั้งถิ่นฐานอยู่ต่างจังหวัด เพราะการหมดสัญญาเช่าร้าน และราคาที่ดินสูงนับลิบล้อบาท จึงทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจไม่ต่อสัญญา แต่ซื้อที่ดินในบริเวณด้านหลังตึกแถวพารุรัต ถนนจักรเพชรแทน จึงทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาค้าขายในย่าน (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. **สัมภาษณ์**, 6 พฤศจิกายน. 2552)

ประเภทของสินค้า: สินค้าเริ่มมีความหลากหลาย ได้แก่ ผ้าไซลอน ผ้าซาติน ผ้าต่วน ผ้าคอตตอน ผ้าม่าน ผ้าลาย เป็นต้น สินค้าประเภทอื่นๆ เช่น สินค้าในงานพิธีมงคล ของชำร่วย อุปกรณ์ตัดเย็บ ฯลฯ (แผนที่ 5-2) (นรินทร์ ปาลสิงห์ สัจพรเดช, **สัมภาษณ์**, 10 ตุลาคม 2552)

ที่มาของสินค้า: ให้นำเข้าจากต่างประเทศและผลิตในประเทศไทย เพราะประเทศไทยได้นำเข้าเครื่องจักรเพื่อผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มของกระทรวงกลาโหมในปี พ.ศ. 2478 จัดตั้งโรงฝ้ายสยาม เพื่อใช้ในการผลิตผ้าและสำลีสำหรับกิจการทหาร ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการทอผ้าด้วยเครื่องจักรในประเทศไทย (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. **สัมภาษณ์**, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การขนส่งสินค้า: การขนส่งสินค้าเข้ามาเปลี่ยนเป็นการขนส่งทางบกโดยจะใช้รถบรรทุกขนส่งสินค้าจากโรงงานเข้ามาส่งสินค้าที่ตัวย่าน และใช้รถบรรทุกขนส่งสินค้าไปส่งลูกค้าตามคำสั่งซื้อ (ออเดอร์) (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การแสดงสินค้า: การจัดเรียงเน้นวางเรียงซ้อนเน้นปริมาณมากๆ เพราะว่าผ้ามีความหลากหลายของชนิด ลวดลายเพิ่มขึ้นจึงจำเป็นต้องจัดเรียงสินค้าให้ได้มากที่สุด (นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การเก็บสินค้า: 1) โรงงานจะเก็บสินค้าที่ผลิตเสร็จไว้ที่โรงงาน 2) โกดังผู้ประกอบการที่มีความพร้อมเรื่องของโกดังเพื่อสำรองสินค้าไว้จำหน่าย 3) ร้านค้าในย่านคือชั้นบนของร้านและผู้ประกอบการยังคงใช้ชั้นบนร้านพักอาศัย

รูปแบบการขาย: การขายหน้าร้านและการขายโดยส่งพนักงานขาย นำแคตตาล็อกผ้าไปติดต่อกับลูกค้าแล้วจึงส่งสินค้าไปให้ภายหลัง

ลูกค้า/ผู้ซื้อ: เน้นซื้อใช้เอง เน้นการซื้อเพื่อนำไปขาย และเริ่มมีกลุ่มของลูกค้าต่างชาติต่างประเทศเข้ามาสั่งซื้อสินค้าเพราะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (บุตรหลาน) เริ่มหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้า

วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า: สินค้าจะถูกนำไปตัดชุดเสื้อผ้าสตรี และสินค้าที่สั่งซื้อไปจะนำไปตัดเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่: 1) บทบาทของช่างตัดเสื้อ ในช่วงแรกการย้ายเข้ามาของช่างตัดเสื้อจากตลาดมิ่งเมือง กล่าวคือตลาดมิ่งเมืองถูกรื้อเพราะจะสร้างเป็นห้างดิโอลด์ สยาม ในปี พ.ศ.2502 ช่างตัดเสื้อจึงย้ายเข้ามาเปิดกิจการต่อในบริเวณตลาดพาหุรัด จึงทำย่านเต็มไปด้วยช่างตัดเสื้อและตลาดการค้าผ้า กลายเป็นแหล่งตัดเย็บเสื้อผ้าที่ครบวงจร

2) **การเกิดขึ้นของย่านการค้าใหม่รอบนอก** การเติบโตของย่านการค้าโบ๊เบ๊ในช่วงปี พ.ศ.2500-พ.ศ.2520 เพราะการตัดเย็บเสื้อผ้าในช่วงนั้นยังไม่มีเครื่องจักรเย็บแบบ เสื้อผ้านิยมตัดขาย ไม่มีการขายแบบซ้ๆ จำนวนมาก ผู้ประกอบการในโบ๊เบ๊จำเป็นต้องซื้อและพึ่งพาวัตถุดิบ (ผ้า) และอุปกรณ์ตัดเย็บจากพาหุรัดและลำพืดจำนวนมาก (สุรพัฒน์ อุดมวิเศษ. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, พฤศจิกายน. 2552)

3) **กระแสแฟชั่น** หลังครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนหันมาให้ความสนใจเรื่องแฟชั่นมากขึ้น การตัดเย็บเสื้อผ้าเป็นแบบเรียบง่ายแต่เน้นลวดลาย เช่น ชุดเดรสสั้น กระโปรงลายดอก เป็นต้น การค้าผ้าในย่านการค้าพาหุรัดสร้างรายได้แก่พ่อค้าผ้าจำนวนมาก (สุรพัฒน์ อุดมวิเศษ. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

4) **การเกิดขึ้นของเสื้อผ้าสำเร็จรูป** ในปี พ.ศ.2507 การขยายตัวของย่านการค้าจากย่านเยาวราช ลำพืด พาหุรัด เสาชิงช้า ปากคลองตลาด เคลื่อนตัวมาทางตะวันออกของกรุงเทพฯ ทำให้เกิดย่านการค้าสี่แยกราชประสงค์ขยายตัวต่อเนื่องมายังบริเวณประตูน้ำ พื้นที่พาณิชย์กรรมเดิมเป็นตลาดแต่ค่อยๆ กลายเป็นร้านตัดเสื้อผ้าสตรี และชุดการแสดง รวมถึงร้านจำหน่ายผ้าเป็นเมตรๆ ซึ่งวัตถุดิบ อุปกรณ์

ส่วนใหญ่ก็นิยมซื้อมาจากย่านการค้าพาหุรัด (ยัสวินเดอริงห์ พิชิตสิงห์. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม. 2552) แต่ในช่วงปลายปี พ.ศ.2516 ช่างตัดเสื้อเหล่านี้จึงรับจ้างตัดเสื้อขายให้แก่ชาวต่างชาติแล้วส่งออกไปต่างประเทศ ในยุคนั้นการเย็บจักรเฟื่องฟู (บูมมาก) ช่างตัดเสื้อย้ายมาจากย่านการค้าพาหุรัดยังคงนิยมซื้อสินค้าจากย่านการค้าพาหุรัด เพราะผู้ประกอบการยังอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าจะส่งเซลล์ไปแนะนำสินค้าพร้อมกับแคตตาล็อกตัวอย่างสินค้าและบริการจัดส่งสินค้า (ชาร์วันยิต ชิงค์ สัจเดวี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม 2552)

5.1.4 ช่วงที่ 4 ปี พ.ศ.2521 - พ.ศ.2535

พื้นที่ : ถนนจักรเพชร ถนนพาหุรัด ถนนตรีเพชร และตึกแถวตลาดพาหุรัด

ผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มเดิม

ประเภทของสินค้า: สินค้าภายในย่านคือ ผ้าผืน ผ้าพับ ผ้ากำมะหยี่พื้น ผ้ายัด ผ้าพิมพ์ ผ้าแก้ว ซีฟอง เป็นต้น ผู้ประกอบการบริเวณตึกแถวในตลาดพาหุรัดนำเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปจาก ย่านโบ๊เบ๊ ย่านประตูน้ำเข้ามาจำหน่าย (แผนที่ 5-3)

ที่มาของสินค้า: สั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในย่านสำเพ็ง และตัวแทนผู้ผลิตจากโรงงาน ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บและสินค้าส่วนใหญ่ผลิตในประเทศ ผ้าบางชนิดนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ฝรั่งเศส เบลเยียม อินเดีย เป็นต้น

การขนส่งสินค้า: สินค้าปริมาณมากจะใช้รถกระบะ แต่ถ้าปริมาณสินค้าไม่มาก 2-4 ม้วนจะใช้รถจักรยานยนต์ในการขนส่ง (สุรพัฒน์ อุดมวิเศษ. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การแสดงสินค้า: เริ่มมีการใช้หุ่นเข้ามาช่วยในการแสดงสินค้า (สุรพัฒน์ อุดมวิเศษ. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552)

การเก็บสินค้า: มีความหลากหลายโดยจะมีการออเดอร์สินค้า ผากไว้ที่โรงงาน หรือแม้แต่การเก็บสินค้าไว้ที่ชั้นบนของร้านค้า ขึ้นอยู่กับชนิดของผ้า โดยเฉพาะผ้าที่ได้รับความนิยมจะเก็บสินค้าค่อนข้างมากเพื่อจะได้สะดวกในการนำสินค้ามาจำหน่าย

รูปแบบการขาย: การขายจะเน้นการขายหน้าร้านเป็นหลัก และผู้ประกอบการส่งเซลล์ไปขายสินค้า รับออเดอร์ลูกค้า แล้วจัดส่งสินค้า (ชาร์วันยิต ชิงค์ สัจเดวี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม. 2552)

ลูกค้า/ผู้ซื้อ: กลุ่มที่ซื้อไปใช้เองและกลุ่มที่นำไปใช้ในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดเล็ก เช่น การซื้อกระดุม ซิป จำนวนไม่มากก็จะซื้อจากย่านการค้าพาหุรัด (ชาร์วันยิต ชิงค์ สัจเดวี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, ตุลาคม. 2552)

วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า: นำไปใช้ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป นำไปใช้ตัดเครื่องแต่งกายเสื้อผ้าสตรี และซื้อสินค้าไปใช้เฉพาะงาน งานแต่งงาน งานมงคล งานแสดง เป็นต้น

ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง: 1) *ความสะดวกของการเข้าถึง* ในปี พ.ศ.2527 การสร้างสะพานพระปกเกล้าเป็นสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาเชื่อมระหว่างฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี มีลักษณะสะพานคู่และสร้างขนานกับสะพานพุทธยอดฟ้า เพื่อระบายการจราจร ทำให้สะดวกเข้าถึงได้ง่ายขึ้น 2) *กระแสความนิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูป* เนื่องจากเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสะดวก เพราะสามารถซื้อแล้วนำไปใช้ได้โดยไม่ต้องเสียเวลารอนาน และราคาไม่แพง จึงทำให้ลูกค้านิยมไปแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3) *การเกิดขึ้นของร้านค้าประเภทตึกสูง* ห้างเอทีเอ็ม ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายใช้สอยในย่าน 4) *การเกิดขึ้นของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านฝั่งธนบุรี* การขยายตัวของโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านฝั่งธนบุรี คลองสาน เอื้ออำนวยให้การสั่งซื้อสินค้าจากย่านการค้าพาหุรัดเพิ่มขึ้น

5.1.5 ช่วงที่ 5 ปี พ.ศ.2536 – ปัจจุบัน

พื้นที่: ถนนจักรเพชร ถนนพาหุรัด ตลาดพาหุรัด ถนนตรีเพชร

ผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการในย่านความหลากหลายทางเชื้อชาติและศาสนา ได้แก่ ชาวไทย ชิกซ์ ฮินดู ชาวไทยเชื้อสายจีน และชาวไทย

ประเภทของสินค้า: สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นคือ ผ้าม่าน ผ้าสำหรับ ผ้าลูกไม้ ผ้าใช้ในงานแสดง อุปกรณ์ตัดเย็บ และจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆภายในย่าน ได้แก่ อุปกรณ์ตกแต่งชุดของชำร่วย การ์ดแต่งงาน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป อาหารเครื่องดื่ม เป็นต้น (แผนที่ 5-4)

ที่มาของสินค้า: ในประเทศผ่านตัวแทนจำหน่าย เครือข่ายทางการค้า ได้แก่ โรงงานผลิตที่สมุทรปราการ ราชบุรี และต่างประเทศได้แก่ ผ้าสำหรับ นำเข้ามาอินเดีย ผ้าลูกไม้นำเข้าจากยุโรป เป็นต้น

การขนส่งสินค้า: มีลักษณะการขนส่งทางบกทั้งหมด แต่จะใช้พาหนะในการขนส่งแตกต่างกันตามปริมาณสินค้า เช่น ผ้าจำนวนมากก็จะใช้รถบรรทุก 4 ล้อ ในกรณีผ้าจำนวนไม่มากจะใช้รถจักรยานยนต์ (เวสป้า) (วิทยา ท้วมประดม, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน, 2552)

การแสดงสินค้า: 1) มีการนำหุ่นเข้ามาใช้ในการแสดงสินค้า 2) การใช้ชั้นสำหรับวางผ้า 3) การจัดเรียงผ้าให้ซ้อนเรียงตัวกัน 4) การจัดแสดงผ้าม่านจะมีการแขวนโชว์ทั้งผืน 5) การปรับปรุงตกแต่งร้านให้ทันสมัยและใช้พื้นที่ชั้นสองแสดงสินค้า 6) การวางสินค้ามีการลูกค้านำร้านและลามออกมาด้านนอก (วิทยา ท้วมประดม, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน, 2552)

การเก็บสินค้า: สินค้าที่จะถูกเก็บชั้นบนของร้าน และโกดัง

รูปแบบการขาย: ขายหน้าร้านและปรับรูปแบบการขายโดยสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ การรับออเดอร์ลูกค้าในการผลิตผ้าตลอดจนการพัฒนาจรูปแบบการจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์ (นรินทร์ पालซิงห์ สัจพรเดช, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2552)

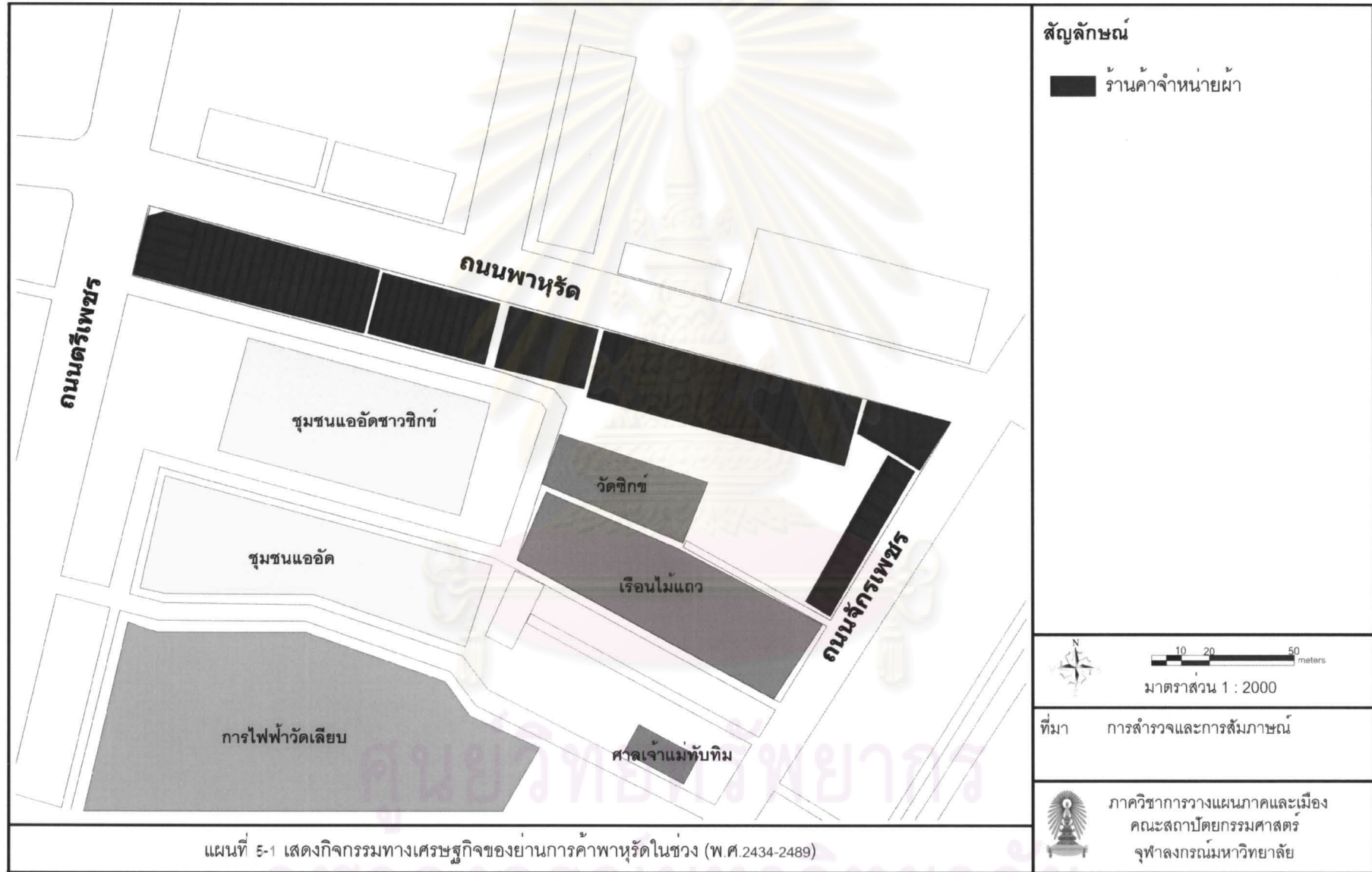
ลูกค้า/ผู้ซื้อ: กลุ่มลูกค้าต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์และเฉพาะตัว และกลุ่มที่ซื้อสินค้าไปใช้เองและนำไปขายต่อ

วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า: วัตถุประสงค์การซื้อมุ่งความเฉพาะต้องการสินค้ามีลักษณะพิเศษ เช่น การซื้อผ้าใช้ในงานแสดงเพื่อนำไปตัดชุดคาบาเร่ย์ ชุดเชียร์ลีดเดอร์ ชุดคอสเพลย์ (นรินทร์ ปาลสิงห์ สัจพรเดช, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2552)

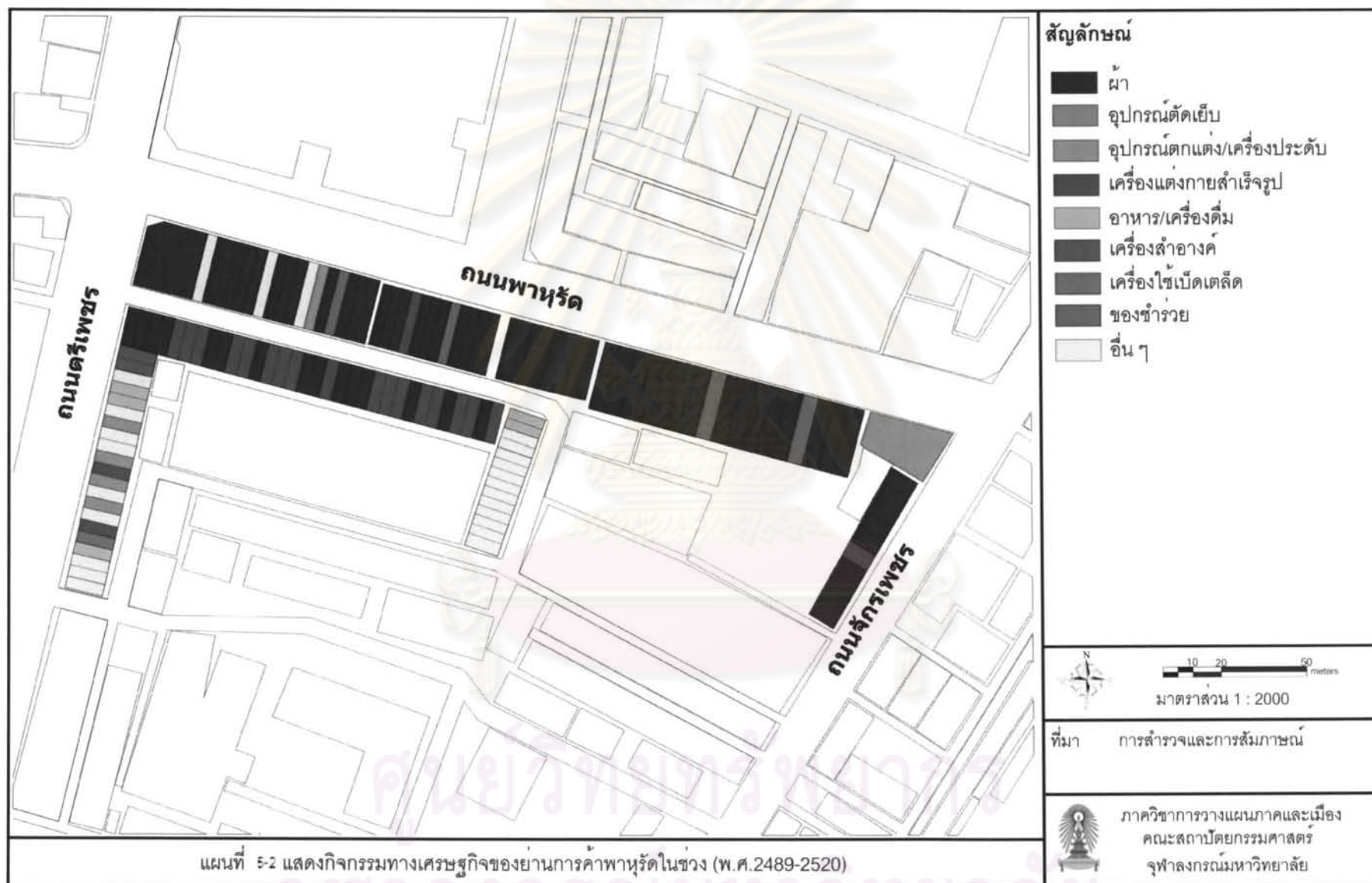
ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง: 1) **การเกิดเพลิงไหม้** ห้างเอทีเอ็มและตลาดพาหุรัดในปี พ.ศ.2546 แต่ในปี พ.ศ.2551บริเวณดังกล่าวก็ถูกแทนที่ด้วยห้างอินเดียมโพเรียม 2) **การเกิดขึ้นของแผงลอยในย่าน** ทำให้สินค้าและผู้ประกอบการมีความหลากหลายและสินค้าที่จำหน่ายมีความสัมพันธ์กับสินค้าในร้านค้า เช่น เครื่องประดับ อุปกรณ์ตกแต่งชุด เครื่องสำอางค์ เป็นต้น 3) **กระแสแฟชั่น** ผู้ประกอบการปรับตัวตามกระแสและมองหากลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (นรินทร์ ปาลสิงห์ สัจพรเดช, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2552)

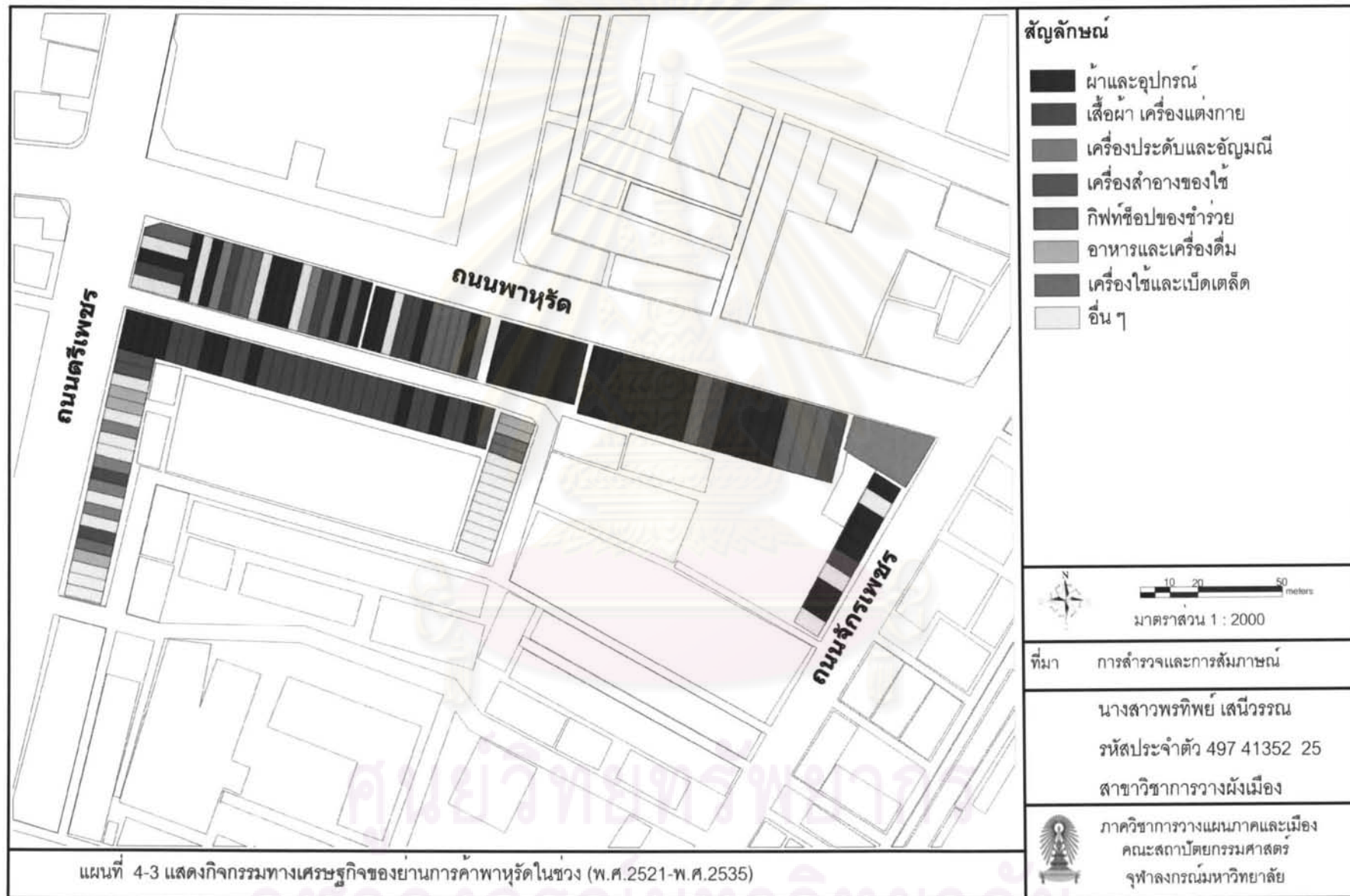


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนที่ 5-1 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพารุคในช่วง (พ.ศ.2434-2489)







5.2 พัฒนาการขององค์ประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

สินค้า: สินค้าในย่านเปลี่ยนแปลงจาก ผ้าดิบ ผ้าใช้ในงานพระราชพิธี ผ้าพื้น ผ้าชาติน ผ้าหางกระรอก ผ้าลายดอก มาสู่ผ้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว และผ้าที่มีความนิยมตาม กระแสแฟชั่นแฟชั่น ตามลำดับ โดยการเปลี่ยนแปลงของสินค้าจะมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไปตามยุคสมัย สินค้าประเภทเดิมจะค่อยๆ ถูกแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากสินค้าใหม่ๆ แต่ถ้าสินค้ามีศักยภาพเพียงพอ อย่างผ้าสาหรี่ ผ้าลูกไม้ ก็จะทำให้ตลาดยังคงขยายตัวได้ แต่ถ้าสินค้าเดิมไม่มีศักยภาพเพียงพอก็จะทำให้ ถูกแทนที่ด้วยสินค้าใหม่ เช่น การเข้ามาของผ้าใช้ในงานแสดงและผ้ามา่าน และอุปกรณ์ตัดเย็บและอุปกรณ์ ตกแต่งอื่นๆ ซึ่งแสดงถึงการปรับตัวโดยนำสินค้าที่มีความโดดเด่นเข้ามาสร้างศักยภาพ

ที่มาของสินค้า: ในช่วงแรกสินค้าของย่านจะนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด ต่อประเทศไทย สามารถผลิตสินค้าเองได้ ผู้ประกอบการก็เปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้ผลิต ในปัจจุบันที่มาของสินค้ามีลักษณะ การผสมผสานกันคือ ซื้อมาขายไป และซื้อสินค้าโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย สรุปได้ว่า สินค้ามีที่มาแตกต่างกัน เนื่องจากความต้องการสินค้ามีความหลากหลายของลูกค้าทำให้ผู้ประกอบการต้องการจัดหาสินค้าจาก หลายแหล่ง

รูปแบบการขายสินค้า: รูปแบบการขายเปลี่ยนจากการเดินเร่ขาย นำสินค้าลงเรือไปขายมาเป็นการขายสินค้าแบบมีหลักแหล่งมีร้านเป็นของตัวเองซึ่งเป็นลักษณะขายปลีกจำนวนไม่มาก หลังจากนั้นก็ ขายส่งจำนวนมากก็นำสินค้าออกไปขายวิ่งออกไปขายยังที่ต่างๆและเริ่มมีการส่งเซลล์ (พนักงานขาย) ออกไปแนะนำขายสินค้า โดยมีแคตตาล็อกของสินค้าออกไปด้วย จนกระทั่งได้สู่การขายแบบสั่งออเดอร์ สินค้าทางโทรศัพท์ และรับคำสั่งซื้อตามแบบที่ลูกค้าต้องการในกรณีที่ต้องการสินค้าที่มีแบบเฉพาะ และ ปัจจุบันก็มีทั้งการขายปลีกและการขายส่งจำนวนมากแต่ปริมาณอาจจะน้อยกว่าย่านสำเพ็ง

ผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการเดิมเป็นชาวซีกซ์ทั้งหมดทำหน้าที่เป็นผู้ขายเพียงอย่างเดียว ต่อมา ผู้ขายเริ่มมีความหลากหลายทั้งชาวไทย ชาวจีน เมื่ออุตสาหกรรมขยายตัวสัดส่วนของผลกำไรลดลง ผู้ประกอบการบางส่วนจึงหันไปใช้ตัวแทนจำหน่ายในการซื้อค้ายังร้านของตนเพราะไม่จำเป็นต้องลงทุนกับ เครื่องจักร แรงงาน วัตถุดิบและต้นทุนการผลิต

ผู้ซื้อ: ในอดีตผู้ซื้อสินค้าจะเป็นเพียงผู้ซื้อละแวกย่านในเขตพระนครซึ่งสัมพันธ์กับลักษณะของ สินค้าในยุคสมัยนั้นต่อมา พื้นที่เริ่มมีความเป็นศูนย์กลางแห่งหนึ่งของการค้าผ้าจึงทำให้ระดับของผู้ซื้อเริ่ม ขยายตัวในระดับภาค ระดับประเทศและระดับต่างประเทศ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.3 พัฒนาการด้านการใช้พื้นที่

การใช้พื้นที่เป็นผลมาจากลักษณะของลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยรูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านมีความเปลี่ยนแปลงก็ย่อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการพื้นที่จากรายละเอียดจึงนำมาสู่รูปแบบพัฒนาการใช้พื้นที่ในย่านได้ดังนี้

ลักษณะการขาย: ลักษณะของการขายจะมีความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ในการใช้พื้นที่ กล่าวคือ ในช่วงแรกของการขายผ่านนั้นจะเป็นการเดินเร่ขายแล้วจึงพัฒนามาเป็นการขายหน้าร้าน แสดงให้เห็นว่าเป็นการใช้พื้นที่เพื่อการขายสินค้า/พาณิชย์กรรม การนำสินค้าออกไปขายนอกพื้นที่ก็ทำให้การใช้พื้นที่มีลักษณะการใช้พื้นที่เพื่อเป็นจุดกลางในการเตรียมสินค้าขนส่งสินค้า ส่วนการส่งพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้าก็เป็นการใช้พื้นที่ลักษณะก้ำกึ่งกันระหว่างการจัดเตรียมสินค้าและสำนักงานขาย และการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ของลูกค้าก็เป็นการใช้พื้นที่ในลักษณะของสำนักงาน

รูปแบบของอาคาร: รูปแบบของอาคารในพื้นที่ในช่วงแรกมีลักษณะเป็นเรือนไม้ตึกแถวไม้ และมีหาบเร่แผงลอยเกิดขึ้นด้วย ต่อมาจึงเป็นตึกแถว หลังจากนั้นก็มีการค้าแบบหาบเร่แผงลอยบริเวณทางเท้าของย่านเกิดขึ้น และพัฒนามาสู่การเกิดขึ้นของร้านค้าประเภทตึกสูง

การใช้ประโยชน์ของอาคารและพื้นที่: การใช้ประโยชน์อาคารและพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบของอาคาร คือในช่วงแรกการใช้ประโยชน์ของอาคารและพื้นที่จะใช้เพื่อการค้าและพาณิชย์กรรมควบคู่กับการพักอาศัย ต่อมารูปแบบของการใช้ประโยชน์และพื้นที่อาคารในบริเวณตลาดพาหุรัด ก็เริ่มมีการใช้พื้นที่ในลักษณะการผลิตคือ ตัดเย็บเสื้อผ้า แต่ปัจจุบันบทบาทนี้เริ่มลดลงเพราะช่างตัดเย็บเหลือเพียง 2-5 รายเท่านั้น ทั้งนี้เพราะพื้นที่ตลาดพาหุรัดถูกไฟไหม้ถูกไฟไหม้ช่างตัดเย็บต้องย้ายออกไป ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ของอาคารคือ การใช้ประโยชน์ของอาคารจะถูกใช้เพื่อการพาณิชย์กรรมแล้วยังมีการใช้เพื่อเก็บสินค้าเพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกันสัดส่วนการใช้ประโยชน์เพื่อการพักอาศัยกลับลดลงผู้ประกอบการย้ายออกตัวย่านไปพักอาศัยในพื้นที่อื่น เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายในย่านค่อนข้างแออัด นอกจากนี้แล้วการใช้ประโยชน์ของอาคารในพื้นที่ยังมีลักษณะเป็นสำนักงานคือ รับคำสั่งซื้อของลูกค้าทางโทรศัพท์ ตลอดจนการเกิดขึ้นของร้านค้าประเภทตึกสูงมีลักษณะการใช้ประโยชน์คือ พาณิชยกรรมและการบริการด้านสาธารณะ เช่น ร้านอาหารสมัยใหม่ ที่จอดรถส่วนตัว ห้องน้ำ ธุรกิจทางการเงิน เป็นต้น

ตารางที่ 5-1 แสดงลักษณะของการขาย รูปแบบอาคารและการใช้ประโยชน์อาคาร

รายละเอียด	ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3	ช่วงที่ 4	ช่วงที่ 5
	พ.ศ. 2434-2468	พ.ศ. 2468-พ.ศ.2489	พ.ศ.2489 - พ.ศ.2520	พ.ศ.2521 - พ.ศ.2535	พ.ศ.2536-ปัจจุบัน
ลักษณะของการขาย					
- เดินเช่าขายสินค้า	*				
- ขายหน้าร้าน	*	*	*	*	*
- นำสินค้าออกไปขาย	*	*	*	*	
- ส่งเซลล์แนะนำสินค้า			*	*	
- แคนดวล็อคแนะนำสินค้า			*	*	*
- ลูกค้าโทรสั่งสินค้า					*
- สั่งตามแบบลูกค้า					*
รูปแบบอาคารในพื้นที่					
- หาบเร่	*	*			
- แผงลอยดวาร์ในตลาด			*	*	
- แผงลอยบริเวณทางเท้า					*
- เรือนไม้ ห้องแถวไม้	*				
- ตึกแถว		*	*	*	*
- ตึกสูง ศูนย์การค้า				*	*
การใช้ประโยชน์อาคาร					
- พักอาศัยเจ้าของกิจการ	*	*	*	*	*
- พักอาศัยของแรงงาน			*	*	*
- เพื่อพาณิชย์กรรม	*	*	*	*	*
- การตัดเย็บเสื้อผ้า		*	*	*	*
- เพื่อเก็บสินค้า	*	*	*	*	*

ที่มา: สรุปมาจากการสัมภาษณ์

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.4 สภาพปัจจุบันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านการค้าพาหุรัด

5.4.1 ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ย่านการค้าพาหุรัดถือว่าเป็นย่านการค้าที่มีความสำคัญมาตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน สภาพปัจจุบันของย่านการค้าพาหุรัดประกอบไปด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย แต่สามารถจำแนกโดยอาศัยโครงสร้างการผลิต (Supply Chain) ของการผลิตเครื่องแต่งกาย/ ผ้าผืน มาใช้เป็นในการแบ่งกลุ่มของประเภทสินค้าภายในย่านจำแนกได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิต/ตัดเย็บ (ภาพที่ 5-2)

1) ผ้า คือวัตถุดิบหลักในการผลิตตัดเย็บซึ่งได้แก่ ผ้าชนิดต่างๆเช่น ผ้าผืน ผ้าสำหรับ ผ้าใช้ในงานแสดง ผ้าลูกไม้ ผ้าชีฟอง ผ้าหางกระรอก ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ฯลฯ

2) อุปกรณ์ตัดเย็บ เช่น กระจุดม ตะขอ ชิป ไหมปัก ไหมถัก เข็มหมุด ริมบันผ้า กรรไกร ฟองน้ำยาง ยืด เทปต่อไหล่ ไหมปัก สายวัด ฯลฯ

3) อุปกรณ์ตกแต่งชุด/เครื่องประดับ เครื่องประดับ สร้อย กำไล แหวน ต่างหู นาฬิกา เข็มกลัด เข็มขัด วิกผม มงกุฎ ขนไก่ตกแต่ง ฯลฯ

กลุ่มที่ 2 สินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต/ตัดเย็บ

1) เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป

2) ของชำร่วย การ์ดแต่งงาน สินค้าที่เกี่ยวข้องกับงานพิธีมงคลประเพณี ฯลฯ

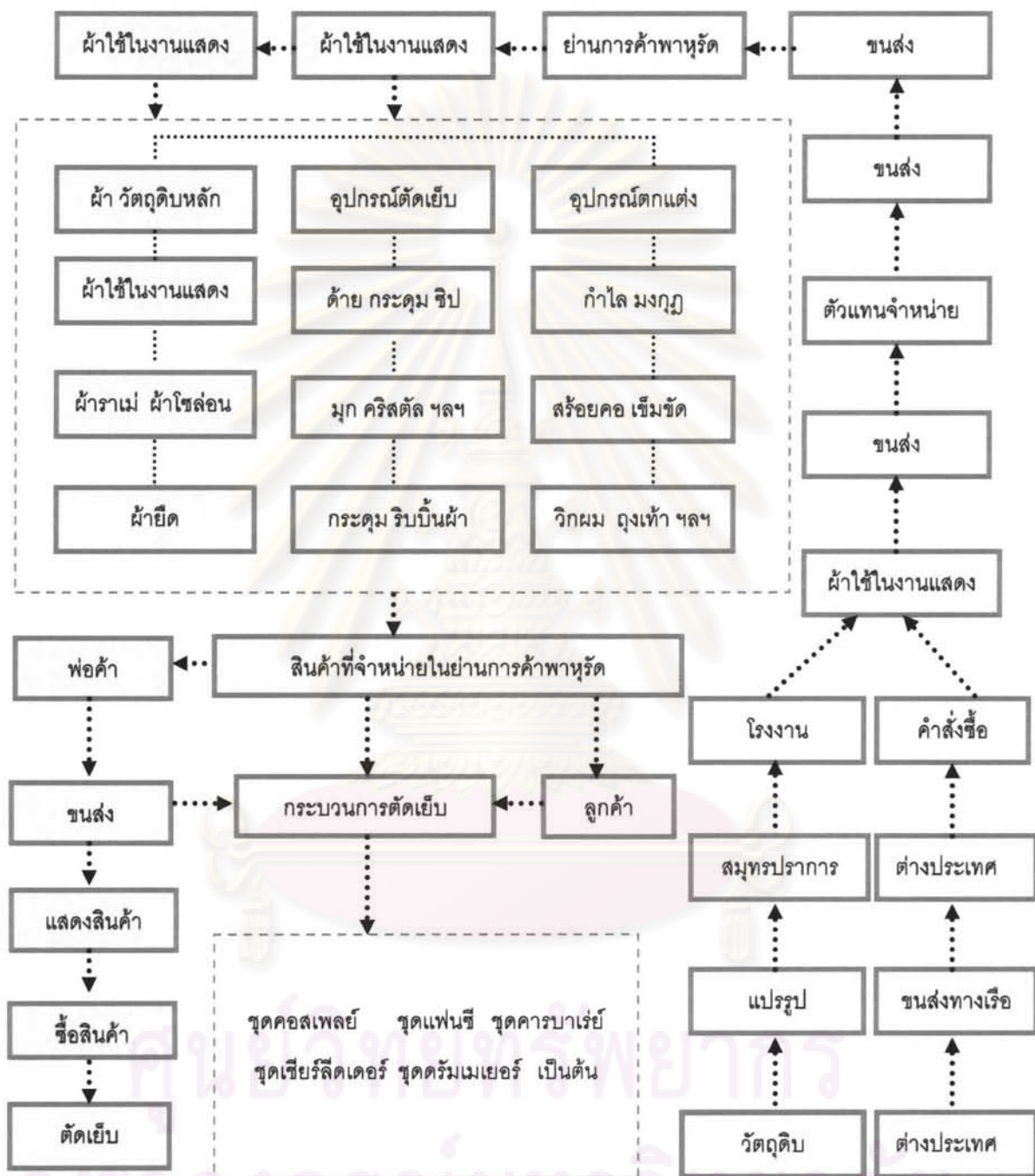
3) อุปกรณ์การศึกษา ได้แก่ เครื่องเขียน สมุด ปากกา

4) อาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านอาหาร

การนำโครงสร้างการผลิต (Supply Chain) มาใช้ในการศึกษาเพื่อต้องการนำมาจำแนกประเภทของสินค้าในย่านและต้องการชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างของการผลิตสินค้า 1 อย่าง ในที่นี้คือชุดการแสดง จะต้องใช้ผ้าซึ่งเป็นสินค้าหลัก และสินค้าประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องในการผลิตชุดการแสดง ดังนั้น การใช้โครงสร้างการผลิตนี้จะสามารถบอกได้ว่าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการการตัดเย็บชุดการแสดงสามารถหาซื้อได้ทั้งหมดที่ย่านการค้าพาหุรัดหรือไม่หรือต้องซื้อสินค้าเพิ่มเติมจากย่านอื่น (ภาพที่ 5-2)

จากภาพที่ 5-2 แสดงให้เห็นว่าสินค้าในย่านการค้าพาหุรัดสามารถตอบสนองการผลิตชุดการแสดงได้ทั้งหมดมีความเชื่อมโยงในเชิงส่งเสริม (Complementary Linkage) เป็นลักษณะของร้านค้าธุรกิจที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนในธุรกิจที่ตั้งอยู่ในบริเวณหนึ่งๆ ที่ตั้งอยู่ใกล้กันเพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบหลักคือผ้าใช้ในงานแสดงชนิดต่างและแบบต่างๆ อุปกรณ์ในการตัดเย็บชุด ตลอดจนอุปกรณ์ตกแต่งชุดเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ สวยงาม จากตัวอย่างนี้ชี้ให้เห็นว่าความต่อเนื่องและครบวงจรของสินค้าทำให้ย่านได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าประเภทนี้

ภาพที่ 5-2 แสดงห่วงโซ่อุปทาน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.4.2 สภาพปัจจุบันของลักษณะทางกายภาพและกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่าน

การศึกษาคั้งนี้จึงศึกษาลักษณะทางกายภาพควบคู่กับลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านจำแนกออกเป็น 4 บริเวณรายละเอียดดังนี้

บริเวณที่1 ถนนจักรเพชร

1) ลักษณะทางกายภาพและการใช้ประโยชน์อาคาร ลักษณะทางกายภาพบริเวณนี้ประกอบไปด้วยร้านค้าประเภทตึกแถวจำนวนทั้งสิ้น 10 ร้าน ส่วนใหญ่คือ ตึกแถวจำนวน 4 ชั้น ร้อยละ 90.0 ลักษณะการใช้ประโยชน์อาคารคือ ชั้น 1 ร้อยละ 100.0 ใช้เพื่อการพาณิชย์กรรม และชั้น 2-4 ส่วนใหญ่จะใช้เพื่อเก็บสินค้าร้อยละ 100.0 ร้อยละ 80.0 ร้อยละ 77.8

2) ลักษณะทางเท้า ทางเท้าบริเวณนี้มีความกว้างประมาณ 3 เมตร ทางเท้าบริเวณนี้จะมีการวางสินค้าของแผงลอยจึงทำให้มีพื้นที่สำหรับการสัญจร 1.5 เมตร เท่านั้น นอกจากนี้ทางเท้าบริเวณนี้จะค่อนข้างแออัดในช่วงเวลา 10.00 -12.00 น. เพราะเป็นช่วงเวลาลูกค้านิยมเดินทางเข้ามาซื้อสินค้า (แผนที่ 5-16)

3) ซอยเชื่อมระหว่างพื้นที่แต่ละโซน ซอยบริเวณถนนจักรเพชรจะคั่นกลางระหว่างตึกแถวซึ่งซอยนี้จะสามารถเดินทะลุผ่านเข้ามายังด้านหลังของตึกแถวริมถนนพหลุวัติ ร้านค้าบริเวณตลาดพหลุวัติได้อย่างรวดเร็ว (แผนที่ 5-10)

4) จุดขนส่งสาธารณะ บริเวณถนนจักรเพชรมีจุดขนส่งสาธารณะอยู่ด้านหน้าศาลเจ้าแม่ทับทิม ซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากร้านค้า จึงทำให้การเดินทางมาซื้อสินค้าและเดินทางกลับภายหลังจากการขนส่งสินค้าได้อย่างสะดวก (แผนที่ 5-11)

5) สถานที่จอดรถ ที่จอดรถบริเวณนี้ตั้งอยู่ด้านหลังของการไฟฟ้าวัดเลียบซึ่งอยู่ถัดจากศาลเจ้าแม่ทับทิม ที่จอดรถบริเวณนี้มีความได้เปรียบเพราะตั้งอยู่ใกล้กับย่านและที่จอดรถตั้งอยู่ติดกับถนนจักรเพชรซึ่งเป็นถนนที่ใช้เดินทางเข้ามาสู่อำเภอ (แผนที่ 5-11)

6) หาบแร่แผงลอยถนนจักรเพชร กิจกรรมทางเศรษฐกิจหาบแร่แผงลอยบริเวณนี้มีจำนวนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับบริเวณอื่นๆของย่าน เนื่องจากทางเท้าบริเวณนี้มีการจัดวางต้นไม้และจำนวนร้านค้าประเภทตึกแถวบริเวณก็มีจำนวนเพียง 10 ร้านเท่านั้น กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ที่จำหน่ายคือ อุปกรณ์ตกแต่ง/เครื่องประดับ และ สินค้าประเภทอื่นๆ ได้แก่ ของเล่น ลอตเตอรี่ ฯลฯ ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 27.3 รองลงมา เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป อาหารและเครื่องดื่มในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 18.2 (ตารางที่ 5-2) (แผนที่ 5-14)

ตารางที่ 5-2 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของหาบเร่แผงลอยบริเวณถนนจักรเพชร

ประเภทสินค้า	จำนวน	อัตราส่วน(ร้อยละ)
1.ผ้า	1	9.1
2.อุปกรณ์ตกแต่ง/เครื่องประดับ	3	27.3
3. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	2	18.2
4.อาหารและเครื่องดื่ม	2	18.2
5.อื่นๆ	3	27.3
รวม	11	100.00

ที่มา: การสำรวจ (เดือนตุลาคม 2552)

7) ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ที่ตั้ง ริมถนนจักรเพชร

เวลาเปิด-ปิด 8.00-18.00

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณถนนจักรเพชรส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทผ้า ประกอบไปด้วย ผ้าลูกไม้ ผ้าสำหรับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ ชุดสำหรับสำเร็จรูป และเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีคลินิกน่านักมิชชั่น เพื่อให้บริการด้านสาธารณสุข และบริเวณนี้ยังเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าอินเดียมโพเรียม จำแนกกิจกรรมทางเศรษฐกิจตามประเภทของสินค้าดังนี้

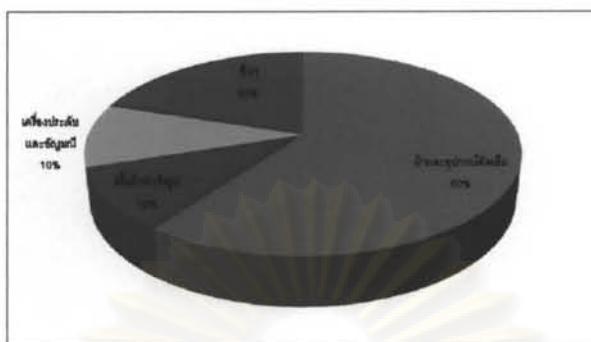
ตารางที่ 5-3 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนจักรเพชร

ประเภทสินค้า	จำนวนร้าน	อัตราส่วน (ร้อยละ)
1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ	6	60.0
2. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	1	10.0
3. เครื่องประดับและอัญมณี	1	10.0
4. อื่นๆ	2	20.0
รวม	10	100.0

ที่มา: การสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

เมื่อนำกิจกรรมทางเศรษฐกิจริมถนนจักรเพชรมาจำแนกตามประเภทของสินค้าดังแผนภูมิที่ 5-1 พบว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณถนนจักรเพชรมีทั้งหมด 10 ร้าน และสินค้าที่จำหน่ายมากที่สุด คือ สินค้าประเภทผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บมีจำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ร้านค้าประเภทกลุ่มอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ซึ่งในบริเวณนี้ถูกใช้เป็นที่คลินิกรักษาพยาบาล น่านักมิชชั่น คลินิก และเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องประดับอัญมณีในสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 10.0 (แผนภูมิที่ 5-1) และ (แผนที่ 5-5)

แผนภูมิที่ 5-1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนจักรเพชร



ที่มา: จากสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

บริเวณที่ 2 ถนนพหลุ์

1) **ลักษณะทางกายภาพและการใช้ประโยชน์อาคาร** โดยลักษณะทางกายภาพประกอบไปด้วยร้านค้าประเภทตึกแถว ร้านค้าจำนวนทั้งสิ้น 55 ร้าน (ภาคผนวก ข ตาราง ข-1) ลักษณะเป็นร้านค้าตึกแถว 2-5 ชั้น ส่วนใหญ่เป็นตึกแถว 3 ชั้นร้อยละ 43.6 ลักษณะการใช้ประโยชน์อาคารคือ ชั้น 1 ใช้เพื่อการพาณิชย์กรรมร้อยละ 100.0 ในชั้น 2-4 ส่วนใหญ่ใช้เพื่อเก็บสินค้า ร้อยละ 96.4 ร้อยละ 95.0 และร้อยละ 75.0 ทั้งนี้เพราะร้านค้าบริเวณนี้ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าจำหน่ายปลีกและส่ง

2) **ทางเท้า** ทางเท้าของบริเวณนี้จะยาวขนานไปกับถนนพหลุ์และทางเท้าบริเวณนี้จะมีแผงลอยจำนวนมากวางสินค้าไว้จำหน่ายและการวางสินค้าของร้านค้าที่รูกล้อออกมาบริเวณทางเท้า จึงทำให้การสัญจรบริเวณนี้จึงค่อนข้างแออัด โดยเฉพาะช่วงเช้าที่มีลูกค้าจำนวนมากมาซื้อสินค้าในย่าน (แผนที่ 5-16)

3) **ชอยเชื่อมระหว่างพื้นที่แต่ละโซน** ชอยที่เชื่อมระหว่างพื้นที่ในบริเวณนี้จะมีมากที่สุดคือ 3 ชอยโดยจะอยู่ติดกับร้านค้าบริเวณริมถนนพหลุ์โดยจะเชื่อมร้านค้าระหว่างริมถนนพหลุ์มายังร้านค้าในตลาดพหลุ์ และยังเชื่อมต่อไปยังร้านค้าบริเวณตรีเพชรได้ด้วย ซึ่งชอยเหล่านี้จะช่วยให้การเดินทางเลือกซื้อสินค้าทำได้สะดวกขึ้นและประหยัดเวลา (แผนที่ 5-10)

4) **สถานที่จอดรถ** ตั้งอยู่ใกล้กับร้านค้าบริเวณนี้คือ ที่จอดรถบริเวณ ห้างดิโอลด์สยาม พลาซ่า และบริเวณธนาคารทหารไทย ซึ่งอยู่ใกล้ร้านค้าบริเวณนี้ (แผนที่ 5-11)

5) **หาบเร่แผงลอยกิจกรรมทางเศรษฐกิจหาบเร่แผงลอยทอดยาวบนทางเท้าตามแนวถนนพหลุ์จำนวนมาก** แผงซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้แก่ ชุดราตรีเด็ก เสื้อผ้าเด็ก เสื้อผ้าสตรี ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาคือ อุปกรณ์ตกแต่ง/เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 22.2 และผ้า ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าปูที่นอน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผ้าผืนสำเร็จรูปที่บรรจุภัณฑ์เหมาะสมและสะดวกสำหรับการจัดวางบนแผงลอย คิดร้อยละ 6.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 5-4) และ (แผนที่ 5-13)

ตารางที่ 5-4 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของหาบเร่แผงลอยบริเวณถนนพหลุข

ประเภทสินค้า	จำนวน	อัตราส่วน(ร้อยละ)
1.ผ้า	8	6.3
2.อุปกรณ์ตกแต่ง/เครื่องประดับ	28	22.2
3. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	83	65.9
4.อาหารและเครื่องดื่ม	2	1.6
5. เครื่องสำอางค์	1	0.8
6.ของใช้เบ็ดเตล็ด	2	1.6
7.อื่นๆ	2	1.6
รวม	126	100.0

ที่มา: การสำรวจ (เดือนตุลาคม 2552)

6) ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ที่ตั้ง ริมถนนพหลุข

เวลาเปิด-ปิด 7.00-18.00

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณถนนพหลุข ร้านค้าบริเวณย่านการค้าพหลุขประกอบไปด้วยดีกแถวจำนวนมากจนกลายเป็นภาพที่เปรียบเสมือนเอกลักษณ์ของพื้นที่บริเวณนี้ ร้านค้าบริเวณนี้ส่วนมากจะเป็นร้านขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับ ของชำร่วย เป็นต้น สินค้าจะมีความหลากหลายมากกว่าร้านค้าบริเวณอื่นๆของย่าน และลูกค้าส่วนใหญ่ก็ยังให้ความสำคัญกับร้านค้าบริเวณนี้ค่อนข้างมากจะซื้อหรือชมสินค้า ก่อนที่เดินทางไปยังร้านบริเวณอื่นๆเพราะ ร้านค้าดั้งเดิมผลการสำรวจพบว่าร้านจำหน่ายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับบริเวณอื่นๆ จำนวน 27 ร้าน

ตารางที่ 5-5 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทดีกแถวริมถนนพหลุข

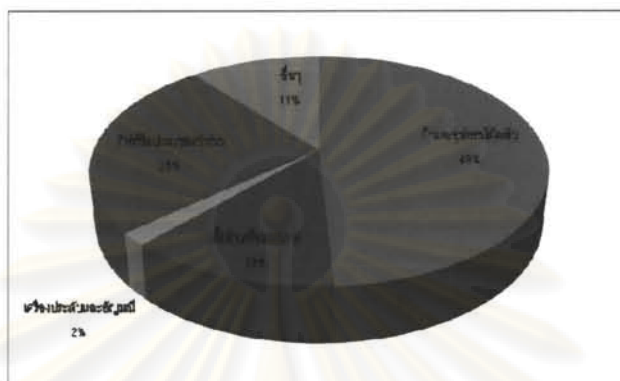
ประเภทสินค้า	จำนวนร้าน	อัตราส่วน (ร้อยละ)
1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ	27	49.1
2. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	7	12.7
3. เครื่องประดับและอัญมณี	1	1.8
4. กิฟท์ช๊อปและของชำร่วย	14	25.5
5. อื่นๆ	6	10.9
รวม	55	100

ที่มา: จากสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

ร้านค้าบริเวณริมถนนพหลุขมีการกระจุกตัวของสินค้าประเภทผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บและของชำร่วยมากที่สุด สามารถกิจกรรมทางเศรษฐกิจ(แผนภูมิที่ 5-2) ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งสิ้น 55 ร้าน ร้านค้าที่จำหน่ายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บมากที่สุดคือ 27 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาได้แก่ สินค้าประเภทของชำร่วยจำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.5 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปจำนวน

7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 12.7 สินค้าประเภทอื่นๆ ได้แก่ ร้านจำหน่ายเสื่อน้ำมัน ที่นอน จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เครื่องประดับ จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.8 (แผนภูมิที่ 5-2)และ(แผนที่ 5-6)

แผนภูมิที่ 5-2 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนพหลุรัด



ที่มา: การสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

บริเวณที่ 3 ถนนตรีเพชร

1) ลักษณะทางกายภาพและการใช้ประโยชน์อาคาร ลักษณะทางกายภาพบริเวณนี้ประกอบไปด้วยร้านค้าประเภทตึกแถวจำนวนทั้งสิ้น 15 ร้าน (ภาคผนวก ข ตาราง ข-1) ลักษณะเป็นตึกแถว 4 ชั้น ลักษณะการใช้ประโยชน์อาคารคือ ชั้น 1 ใช้เพื่อการพาณิชย์กรรม ร้อยละ 100.0 ชั้น 2-4 ส่วนใหญ่ใช้เก็บสินค้า ร้อยละ 100.0 ร้อยละ 53.3

2) ทางเท้า สภาพทางเท้าบริเวณนี้จะความแออัดน้อยกว่าบริเวณถนนพหลุรัด เพราะการวางสินค้าออกร้านที่รูก้าออกมาบริเวณทางเท้าน้อยกว่า นอกจากนี้การสัญจรของลูกค้าส่วนใหญ่จะหนาแน่นในช่วงเช้าและกลางวัน เพราะกลุ่มลูกค้านักเรียน นักศึกษาที่นิยมมาซื้อสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม และอุปกรณ์การเรียน (แผนที่ 5-16)

3) ขอยเชื่อมระหว่างพื้นที่แต่ละโซน บริเวณถนนตรีเพชรมีขอยที่เชื่อม 2 จุด คือจุดที่ 1 ขอยจินตามณีเป็นขอยขนาดใหญ่ที่เชื่อมระหว่างตึกแถวถนนตรีเพชรไปยังด้านหลังของตึกแถวถนนพหลุรัด และเชื่อมไปยังด้านหลังห้างอินเดียเอ็มโพเรียม จุดที่ 2 ขอยบริเวณจุดขนส่งสาธารณะถนนตรีเพชร ขอยบริเวณนี้จะเชื่อมมายังตลาดพหลุรัดและตึกแถวด้านหลังตลาดพหลุรัด (แผนที่ 5-10)

4) จุดขนส่งสาธารณะ จุดขนส่งบริเวณนี้มีความสำคัญค่อนข้างมากเพราะสามารถเดินเท้ามาจากตึกแถวในตลาดพหลุรัด หรือแม้แต่ตึกแถวพหลุรัด ถนนจักรเพชร สามารถเดินเท้าทะลุมายังจุดขนส่งนี้ได้อย่างสะดวก (แผนที่ 5-11)

5) สถานที่จอดรถ ร้านค้าบริเวณถนนจักรเพชรมีที่จอดรถคือ บริเวณวัดเลียบ/วัดราชบูรณะ วรวิหาร สถานที่จอดรถบริเวณนี้ส่วนใหญ่จะใช้เป็นที่จอดรถของผู้ประกอบการและพนักงานของการไฟฟ้า วัดราชบูรณะวรวิหาร (แผนที่ 5-11)

6) หาบเร่แผงลอยบริเวณถนนตรีเพชรกิจกรรมทางเศรษฐกิจของหาบเร่แผงลอยส่วนใหญ่ของ บริเวณนี้จะเป็นการจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป เช่น กางเกงขาสั้น เสื้อเชิ้ต เสื้อผ้าแฟชั่นวัยรุ่น ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 17.9 (ตารางที่ 5-6) (แผนที่ 5-14)

ตารางที่ 5-6 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของหาบเร่แผงลอยบริเวณถนนตรีเพชร

ประเภทสินค้า	จำนวน	อัตราส่วน(ร้อยละ)
1.อุปกรณ์ตกแต่ง/เครื่องประดับ	1	2.6
2. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	26	66.7
3.อาหารและเครื่องดื่ม	7	17.9
4.เครื่องสำอางค์	1	2.6
5.ของใช้เบ็ดเตล็ด	2	5.1
6.อื่นๆ	2	5.1
รวม	39	100.0

ที่มา: การสำรวจ (เดือนตุลาคม 2552)

7) ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ที่ตั้ง ริมถนนตรีเพชร

เวลาเปิด-ปิด 7.00-19.00

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณถนนตรีเพชร ซึ่งเริ่มตั้งแต่ถนนตรีเพชรจนถึงมุมถนน พานูรดี ร้านค้าบริเวณถนนตรีเพชรจะประกอบไปด้วยร้านขายสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัว ร้านอาหาร เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด เครื่องประดับ เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของร้านค้าประเภทอื่นๆ วัตถุประสงค์ของลูกค้านักเรียนนักศึกษา (ตารางที่ 5-7)

ตารางที่ 5-7 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวถนนตรีเพชร

ประเภทสินค้า	จำนวนร้าน	อัตราส่วน (ร้อยละ)
1. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	2	13.3
2. เครื่องประดับและอัญมณี	4	26.7
3. เครื่องสำอางของใช้ส่วนตัว	2	13.3
4. อาหารและเครื่องดื่มจำนวน	3	20.0

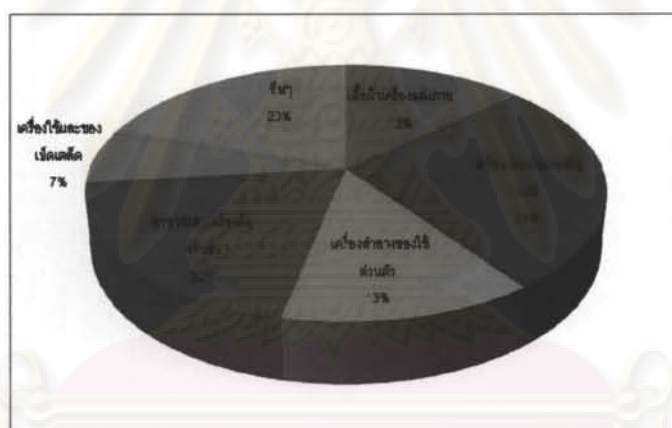
ตารางที่ 5-7 (ต่อ)แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวถนนตรีเพชร

ประเภทสินค้า	จำนวนร้าน	อัตราส่วน (ร้อยละ)
5. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	1	6.7
6. อื่นๆ	3	20.0
รวม	15	100.0

ที่มา: จากสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

ร้านค้าบริเวณริมถนนตรีเพชรส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทกลุ่มสินค้าอื่นๆกระจุกตัวอยู่มากที่สุด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็คือ กลุ่มร้านค้าดั้งเดิมที่จำหน่ายสินค้ามาตั้งแต่เริ่มสร้างตึกแถวจำนวนร้านค้าทั้งสิ้น 15 ร้าน คือ สินค้าประเภทอื่นๆ 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาได้แก่ เครื่องประดับและอัญมณีจำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 26.7 อาหารและเครื่องดื่มจำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป, เครื่องสำอางค์ของใช้ส่วนตัวประเภทละ 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 (แผนภูมิที่ 5-3) และ (แผนที่ 5-7)

แผนภูมิที่ 5-3 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวริมถนนตรีเพชร



ที่มา: จากสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

4. บริเวณตลาดพาหุรัด

1) ลักษณะทางกายภาพและการใช้ประโยชน์อาคาร ลักษณะทางกายภาพบริเวณนี้ประกอบไปด้วยร้านค้าประเภทตึกแถวจำนวนทั้งสิ้น 40 ร้าน (ภาคผนวก ข ตาราง ข-1) ร้านค้าส่วนใหญ่คือ ตึกแถว 2 ชั้น ร้อยละ 87.5 มีลักษณะการใช้ประโยชน์อาคารคือ ชั้น 1 ร้อยละ 100.0 ใช้เพื่อการพาณิชย์กรรม ชั้น 2 ร้อยละ 87.5 ส่วนใหญ่ใช้เพื่อการพักอาศัย ทั้งนี้เพราะร้านค้าบริเวณนี้ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าจำหน่ายปลีกจึงไม่จำเป็นต้องสำรองสินค้า พื้นที่ชั้นบนของอาคารจึงถูกใช้เพื่อการพักอาศัยเป็นหลัก (แผนที่ 5-9)

3) การใช้ประโยชน์ทั้งสองด้านของอาคารพาณิชย์ อาคารพาณิชย์บริเวณตลาดพาหุรัดมีการใช้ประโยชน์ทั้งด้านหน้าและด้านหลังของอาคาร ซึ่งการใช้ประโยชน์ดังกล่าวของบริเวณนี้เกิดขึ้นมากที่สุด (แผนที่ 5-9)

2) ทางเท้า ทางเท้าบริเวณนี้ค่อนข้างกว้างกว่าพื้นที่อื่นๆสามารถเดินสวนทางไปกลับได้นอกจากนี้ยังอยู่ติดกับซอยอื่น ๆ จึงทำให้การเดินทางเชื่อมต่อซื้อสินค้าสะดวกและรวดเร็ว (แผนที่ 5-16)

4) ซอยเชื่อมระหว่างพื้นที่แต่ละโซน ซอยบริเวณนี้จะเชื่อมกันระหว่างร้านค้าตึกแถวบริเวณตลาดพาหุรัดกับตลาดพาหุรัด และซอยบริเวณตลาดหลังของตลาดพาหุรัดไปถนนจักรเพชร (แผนที่ 5-10)

5) หาบเร่แผงลอยบริเวณตลาดพาหุรัด กิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปมากถึงร้อยละ 51.7 เสื้อผ้าสำเร็จรูปบริเวณนี้คือ ชุดไทยเด็กสำเร็จรูป เสื้อผ้าในงานมงคล ชุดการแสดงโชว์ เป็นต้น เครื่องประดับอุปกรณ์ตกแต่งในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 20.2 และ 19.1 (ตารางที่ 5-8) (แผนที่ 5-15)

ตารางที่ 5-8 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของหาบเร่แผงลอยบริเวณตลาดพาหุรัด

ประเภทสินค้า	จำนวน	อัตราส่วน (ร้อยละ)
1.ผ้า	2	2.2
2.อุปกรณ์ตัดเย็บ	4	4.5
3.อุปกรณ์ตกแต่ง/เครื่องประดับ	17	19.1
4. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	46	51.7
5.อาหารและเครื่องดื่ม	18	20.2
6.เครื่องสำอางค์	1	1.1
7.ของชำร่วย	1	1.1
รวม	89	100.0

ที่มา: การสำรวจ (เดือนตุลาคม 2552)

6) ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ที่ตั้ง ภายในตลาดพาหุรัด

เวลาเปิด-ปิด 8.00-18.00

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณตลาดพาหุรัด ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าแบบปลีกและจำหน่ายส่งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สินค้าคือ เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป

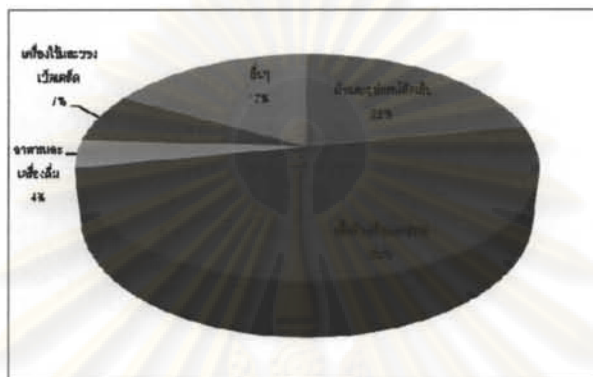
ตารางที่ 5-9 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทตึกแถวในตลาดพาหุรัด

ประเภทสินค้า	จำนวนร้าน	อัตราส่วน (ร้อยละ)
1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ	10	22.0
2. เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	23	50.0
3. อาหารและเครื่องดื่ม	2	4.0
4. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	3	7.0
5. อื่นๆ	2	17.0
รวม	40	100.0

ที่มา: จากสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าร้านค้าภายในตลาดพาหุรัดส่วนใหญ่คือร้านจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ร้านค้าที่จำหน่ายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บคิดเป็นร้อยละ 22.0 นอกจากนี้ร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ ได้แก่ เครื่องเทศอินเดีย เครื่องหอมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวอินเดีย คิดเป็นร้อยละ 17.0 (แผนภาพที่ 5-4) และ (แผนที่ 5-8)

แผนภูมิที่ 5-4 กิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้าประเภทติกแถวในตลาดพาหุรัด



ที่มา: จากสำรวจ (เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2550)

5.4.3 กิจกรรมทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา

ร้านค้าส่วนใหญ่จะเปิดกิจการเวลา 8.00 น. ร้อยละ 51.7 เปิดกิจการช่วงเวลา 8.00-10.00 น. รองลงมาร้อยละ 30.0 เปิดกิจการช่วงเวลา 6.00 - 8.00 น. มีเพียงร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จะเปิดร้านก่อนเวลา 8.00 น. เพราะต้องเตรียมวัตถุดิบ ส่วนใหญ่จะเปิดทำการทุกวัน ส่วนน้อยที่หยุดในวันอาทิตย์และวันในเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน วันสงกรานต์ และวันสำคัญทางศาสนาซิกข์เท่านั้น

5.4.4 แหล่งที่มาของสินค้าในย่านการค้าพาหุรัด

1) แหล่งที่มาของสินค้าในประเทศ สินค้าที่มาจากในประเทศจำแนกได้ดังนี้ เขตต่างๆในกรุงเทพฯ ร้อยละ 98.3 ปริมาณร้อยละ 24.2 และต่างจังหวัดร้อยละ 60.0 (ภาคผนวก ข ตาราง ข-2) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ผลรวมจึงมากกว่า 100%) ซึ่งสินค้าของย่านมีแหล่งที่มาจากทั่วทุกสารทิศของประเทศ ได้แก่ ของชำร่วยเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ ฯลฯ

2) แหล่งที่มาของสินค้าจากต่างประเทศ สินค้าที่มาจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 35.0 (ภาคผนวก ข ตาราง ข-2) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ผลรวมจึงมากกว่า 100%) แหล่งที่มาของสินค้าได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส จีน เกาหลี ญี่ปุ่น อินเดีย เป็นต้น ประเภทของสินค้าที่นำเข้ามาส่วนใหญ่คือผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ ได้แก่ ผ้าลูกไม้ ผ้าสำหรับ ผ้าม่าน ผ้าใช้ในงานแสดง เป็นต้น สินค้าที่เน้นความงามสวยงามของลวดลาย รูปแบบและเนื้อผ้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น การตัดเย็บชุดไทย ตัวเสื้อจะตัดเย็บจากผ้าไหมอิตาลี สไบจะใช้ผ้าลูกไม้อย่างดีนำเข้ามาจากฝรั่งเศส

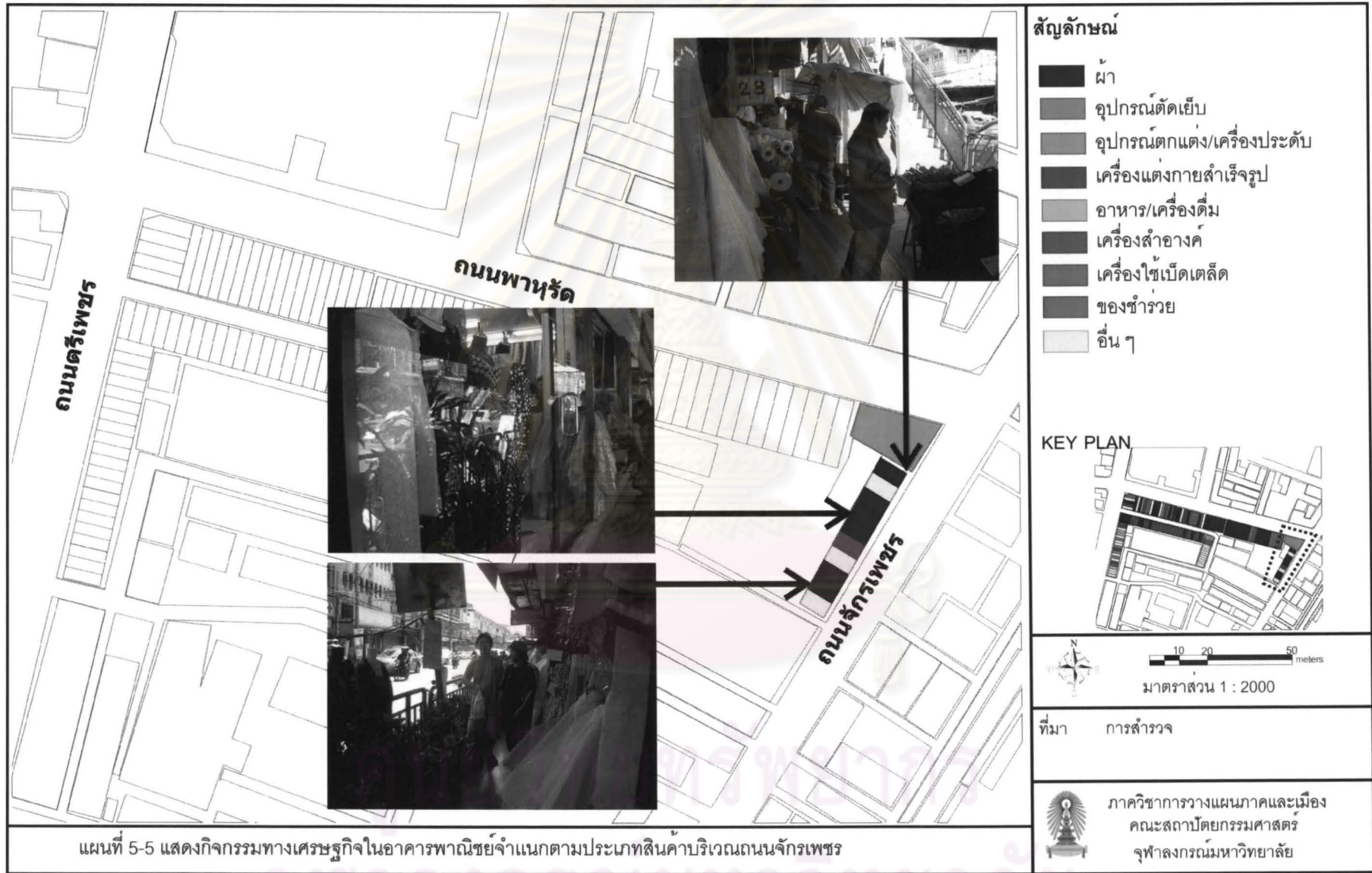
5.4.5 รูปแบบของการจำหน่าย

กิจกรรมทางเศรษฐกิจในย่านการค้าพาหุรัดประกอบไปด้วยรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1) รูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในลักษณะการค้าปลีก การแบ่งจำหน่ายผ้าเป็นเมตร และจากการศึกษาพบว่า ลักษณะหรือรูปแบบการจำหน่ายสินค้าในย่านการค้าพาหุรัดมีทั้งการจำหน่ายปลีกและส่งร้อยละ 41.6 โดยลักษณะการจำหน่ายปลีกในสัดส่วนร้อยละ 90-95 ของการจำหน่าย (ภาคผนวก ข ตาราง ข- 3 และแผนที่ 5-12) แสดงถึงมูลค่าของการจำหน่ายว่า สัดส่วนการจำหน่ายปลีกนั้นมีสัดส่วนมากแต่มูลค่ากลับไม่ได้มากนัก

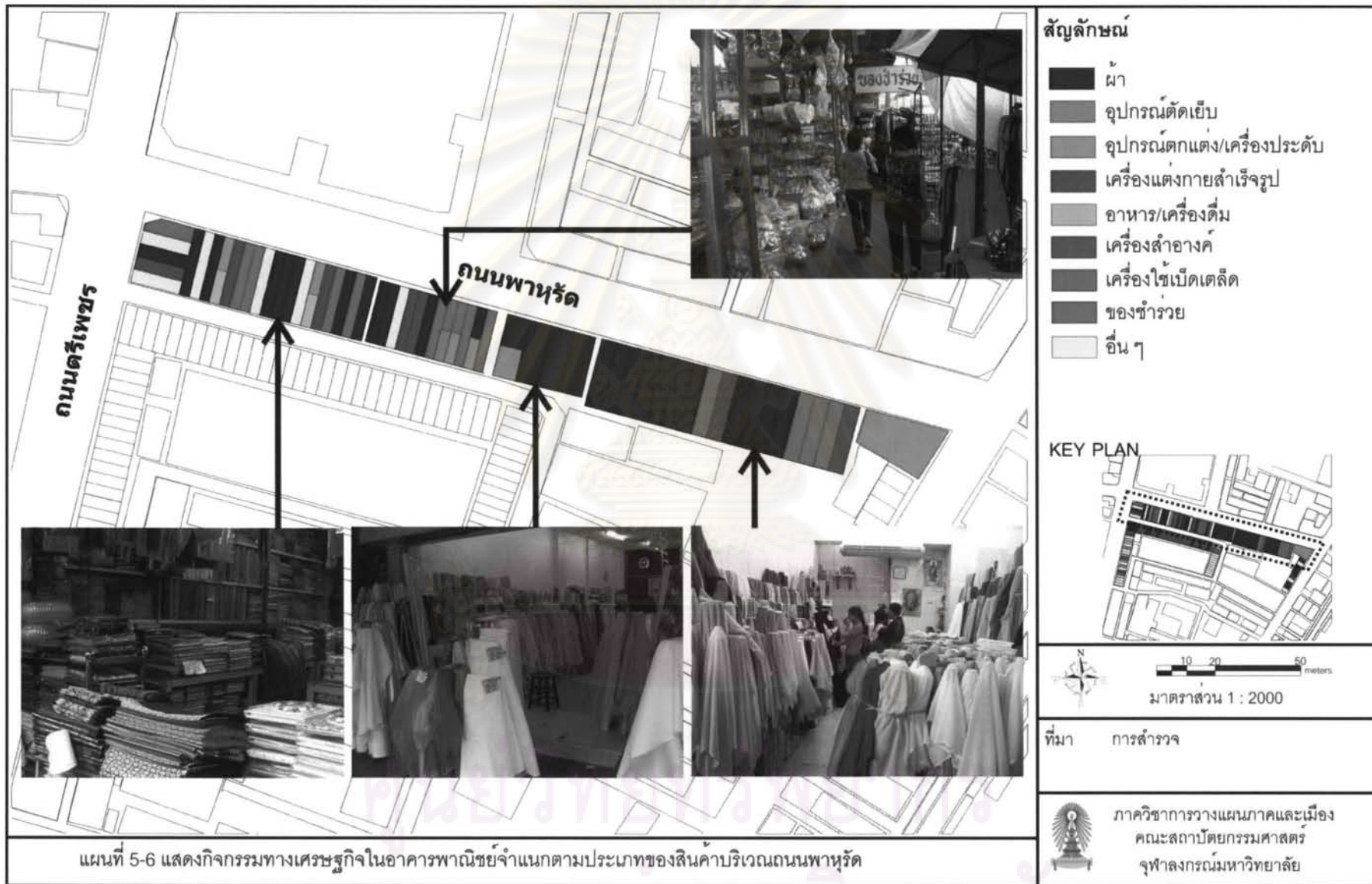
2) รูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในลักษณะการค้าส่ง คือการจำหน่ายผ้าในรูปแบบทั้งม้วน/พับ การซื้อสินค้าในปริมาณมากจึงทำให้ราคาสินค้าถูกลง ดังนั้นผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปจำหน่ายจึงซื้อสินค้าในรูปแบบส่งมากกว่าปลีก ย่านการค้าพาหุรัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง แต่สัดส่วนของการจำหน่ายส่งจะมีสัดส่วนน้อยกว่าจำหน่ายปลีก โดยการจำหน่ายในสัดส่วนร้อยละ 10-15 ของการจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 22.5 ของการจำหน่ายส่ง(ภาคผนวก ข ตาราง ข- 3 และแผนที่ 5-12) ถึงแม้ว่าสัดส่วนของการจำหน่ายส่งจะไม่มากแต่การจำหน่ายส่งจะมีสัดส่วนไม่มากแต่มูลค่าของการจำหน่ายส่งมูลค่าค่อนข้างสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

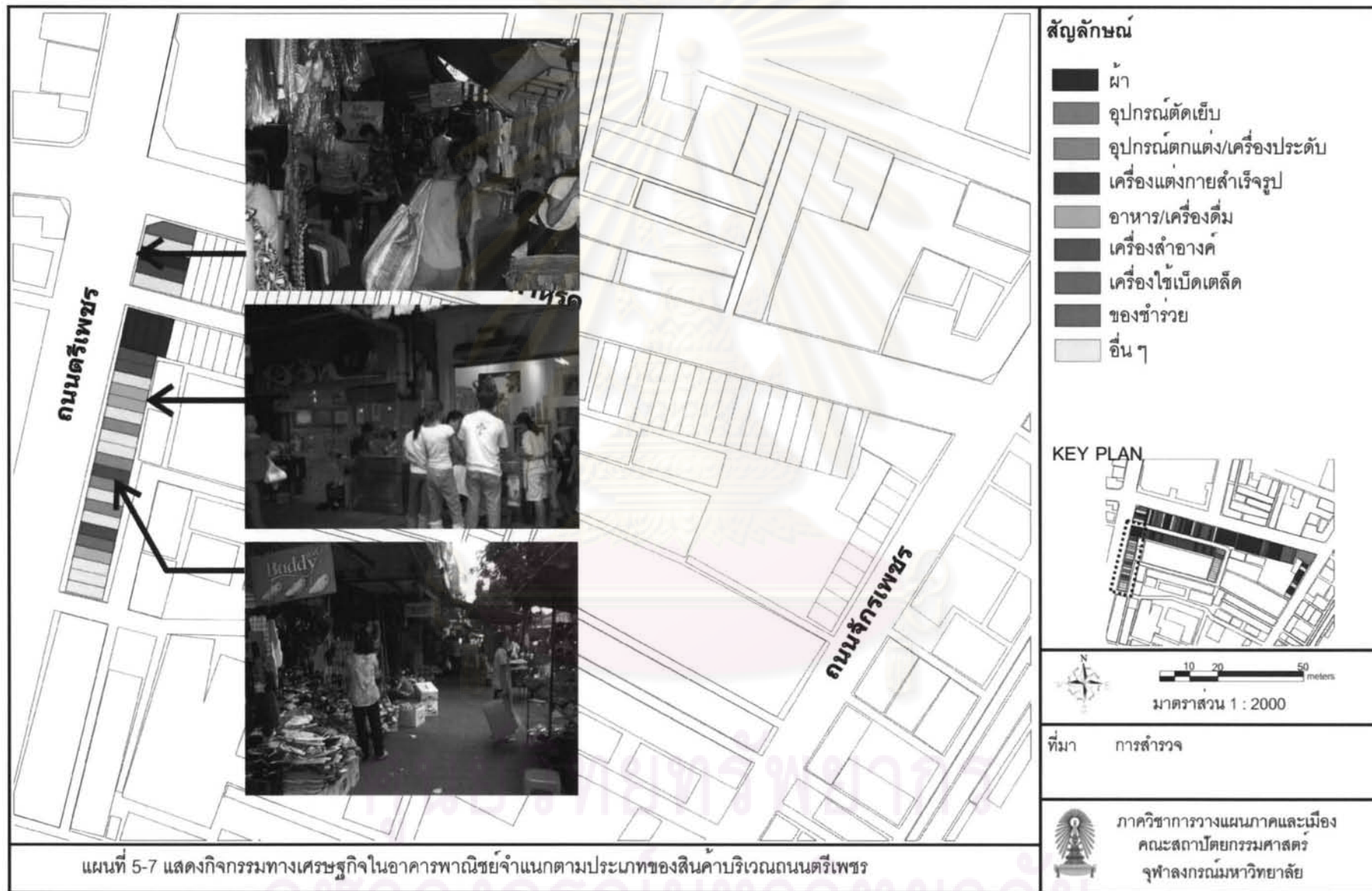


แผนที่ 5-5 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจในอาคารพาณิชย์จำแนกตามประเภทสินค้าบริเวณถนนจักรเพชร

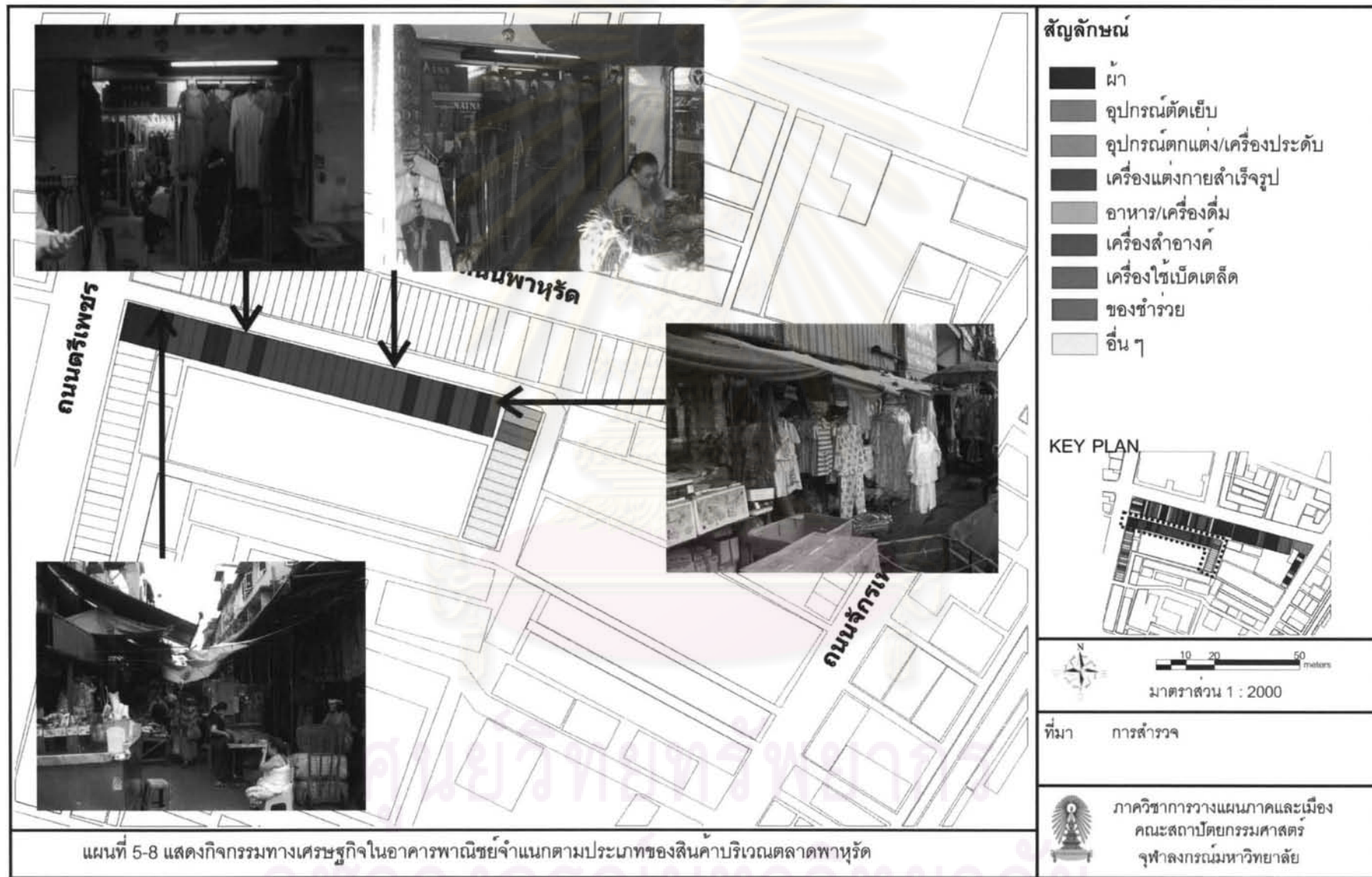
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

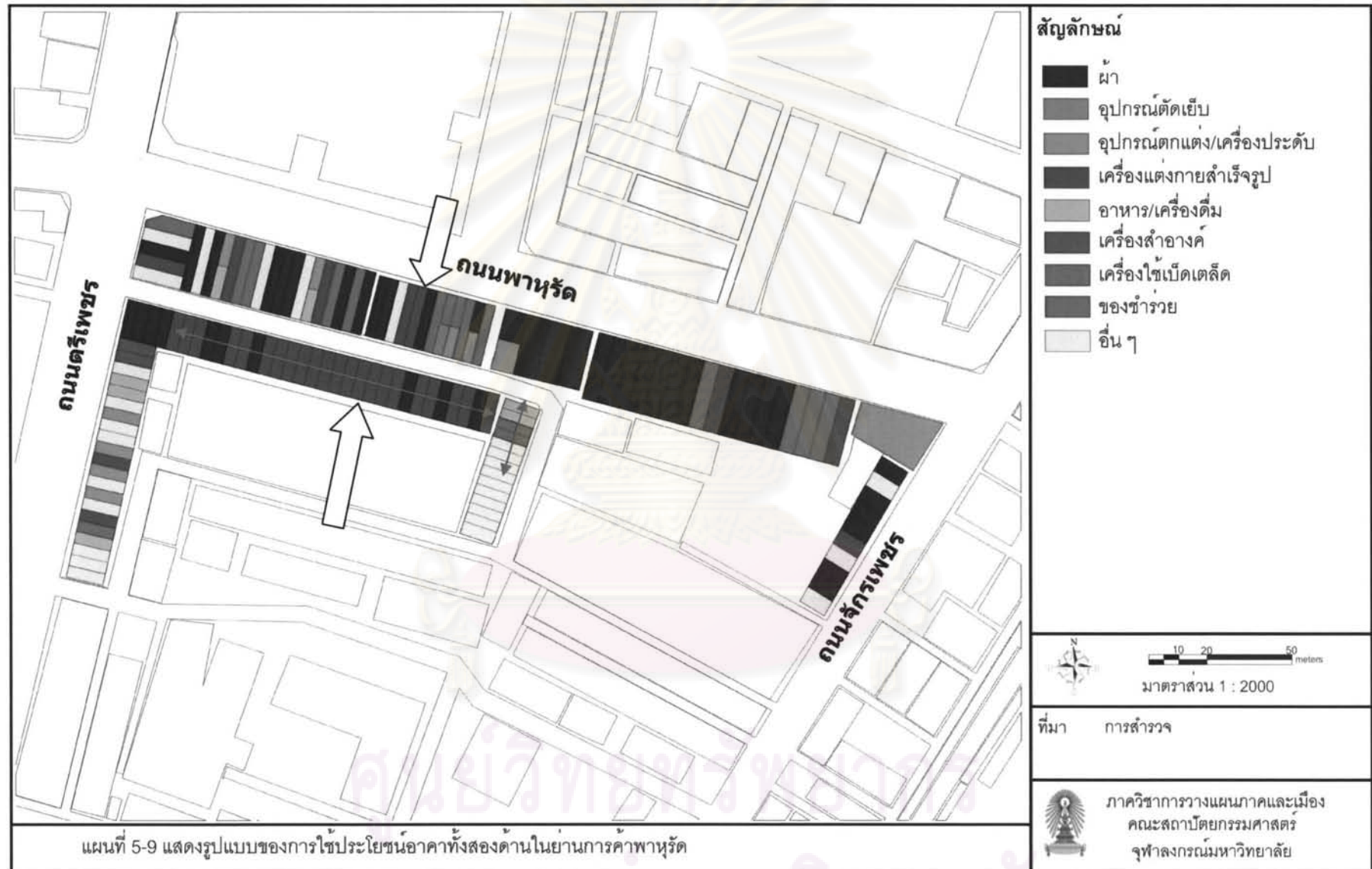


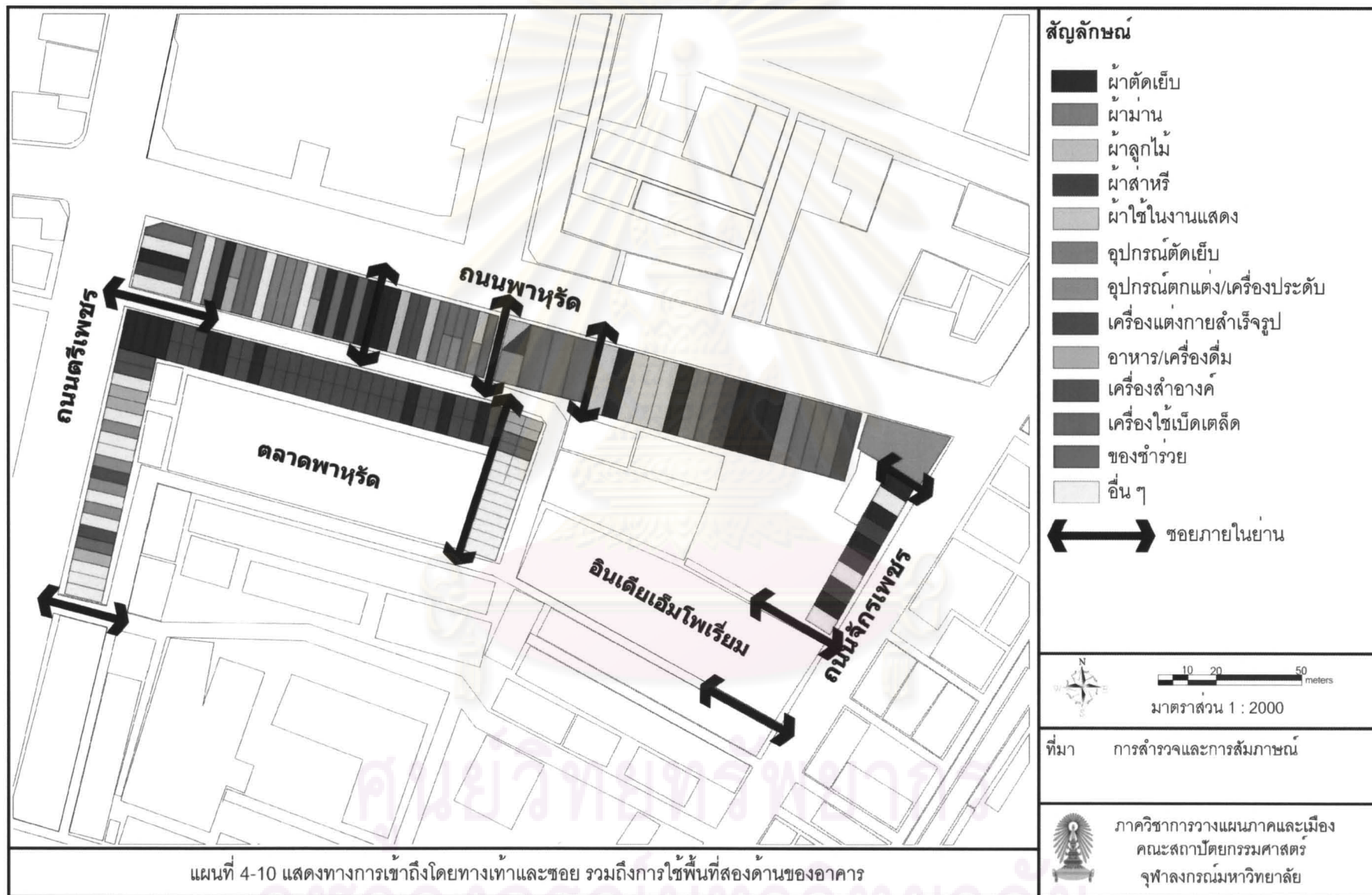
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

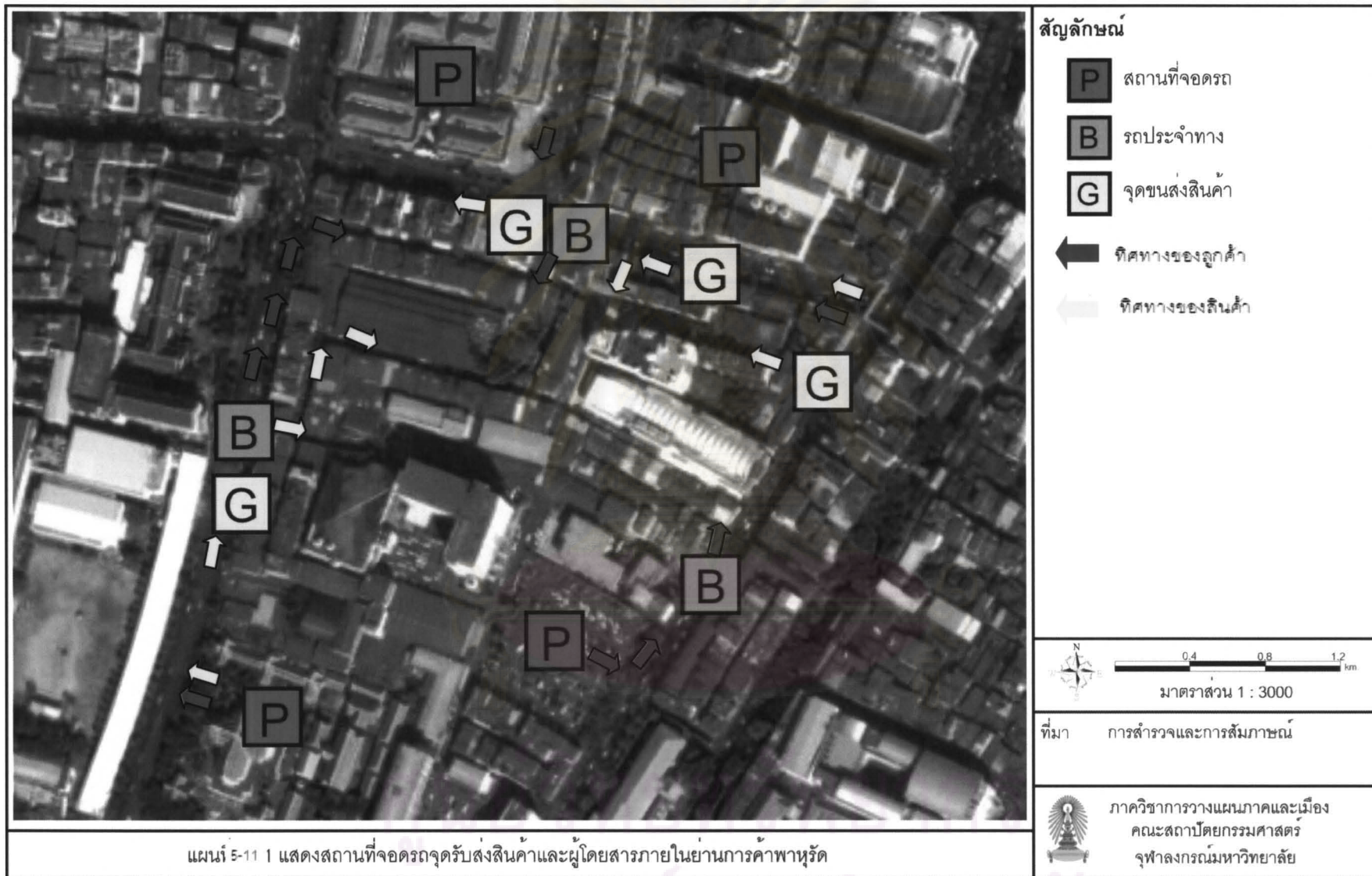


แผนที่ 5-7 แสดงกิจกรรมทางเศรษฐกิจในอาคารพาณิชย์จำแนกตามประเภทของสินค้าบริเวณถนนตรีเพชร

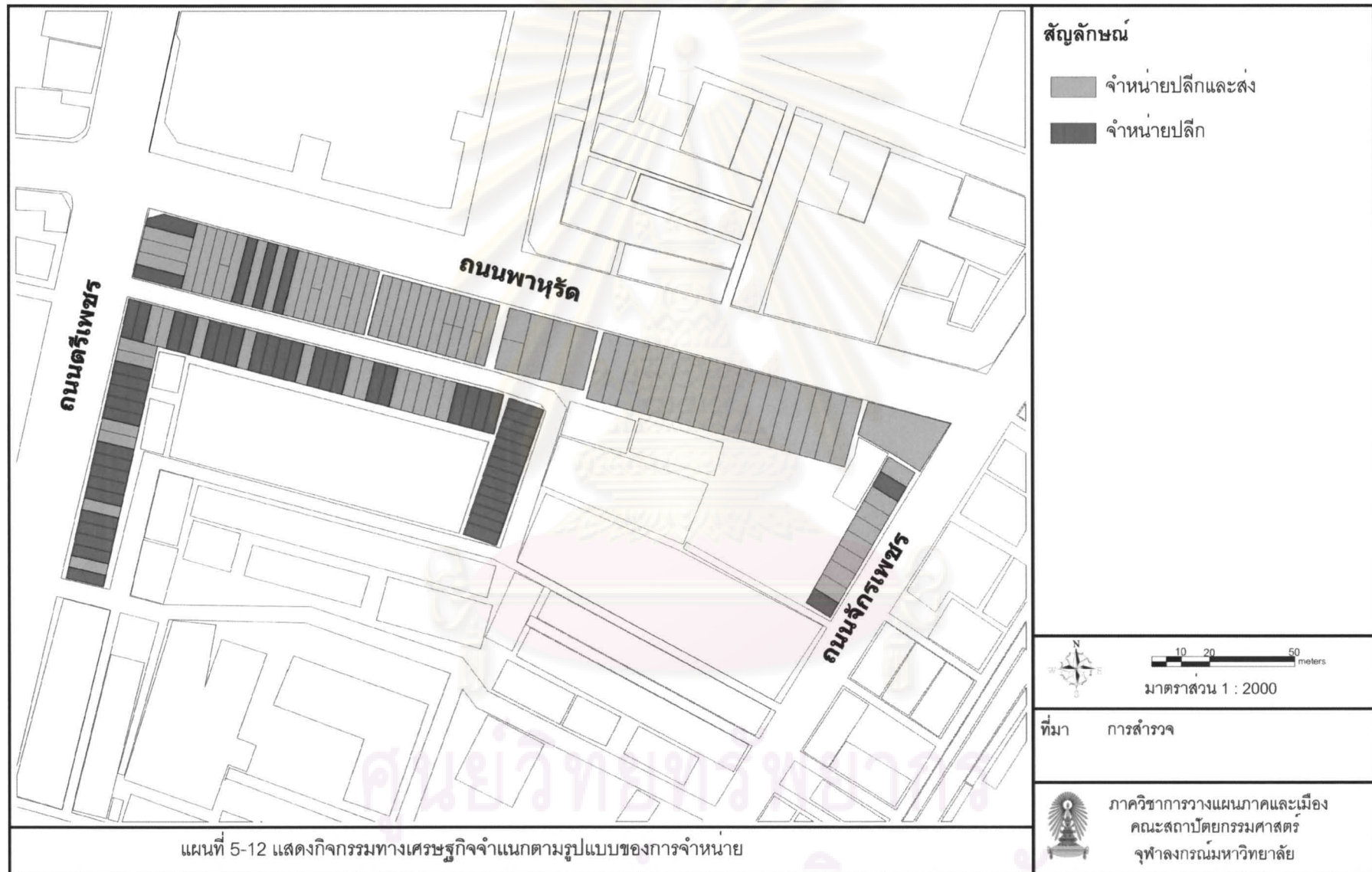


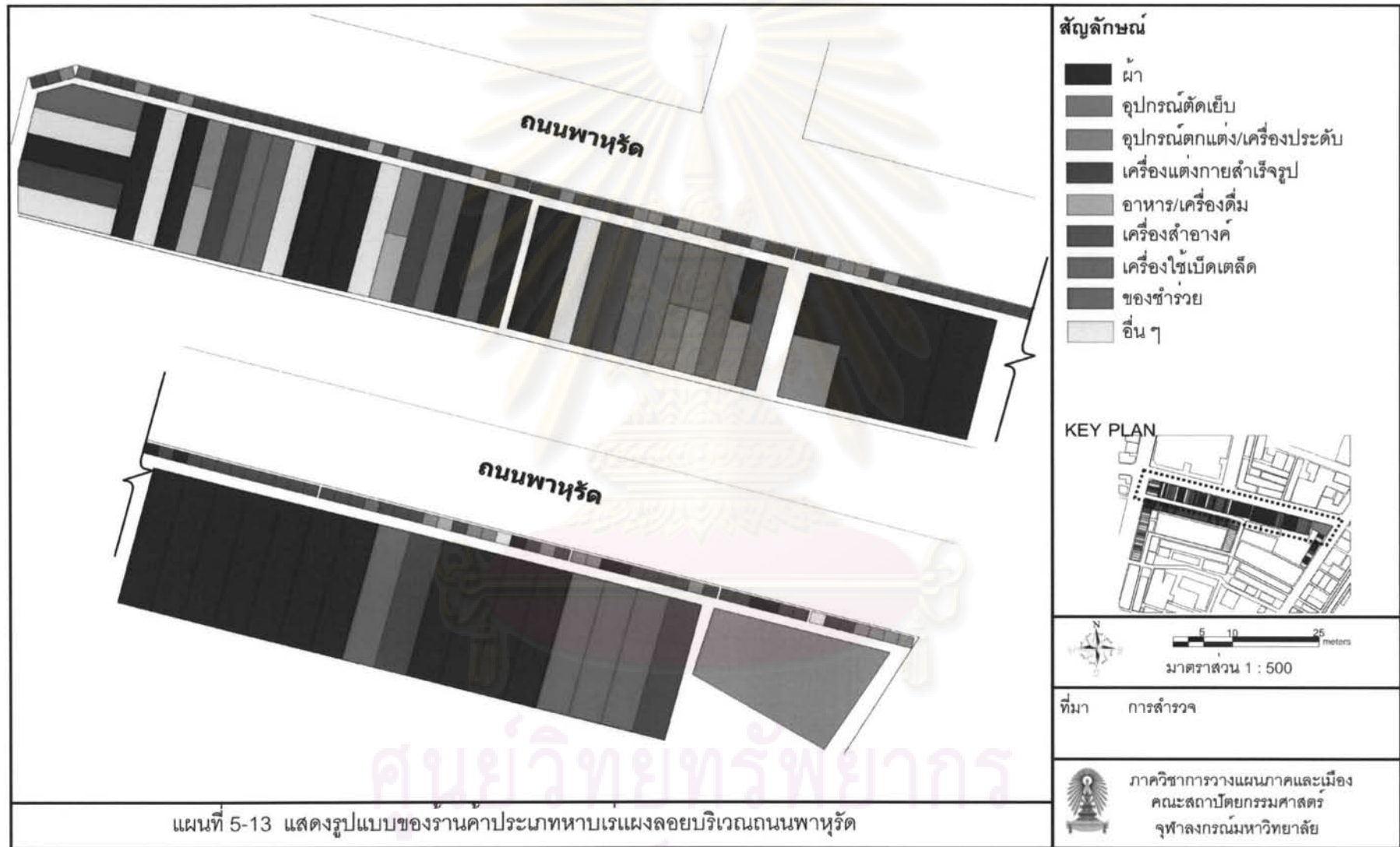




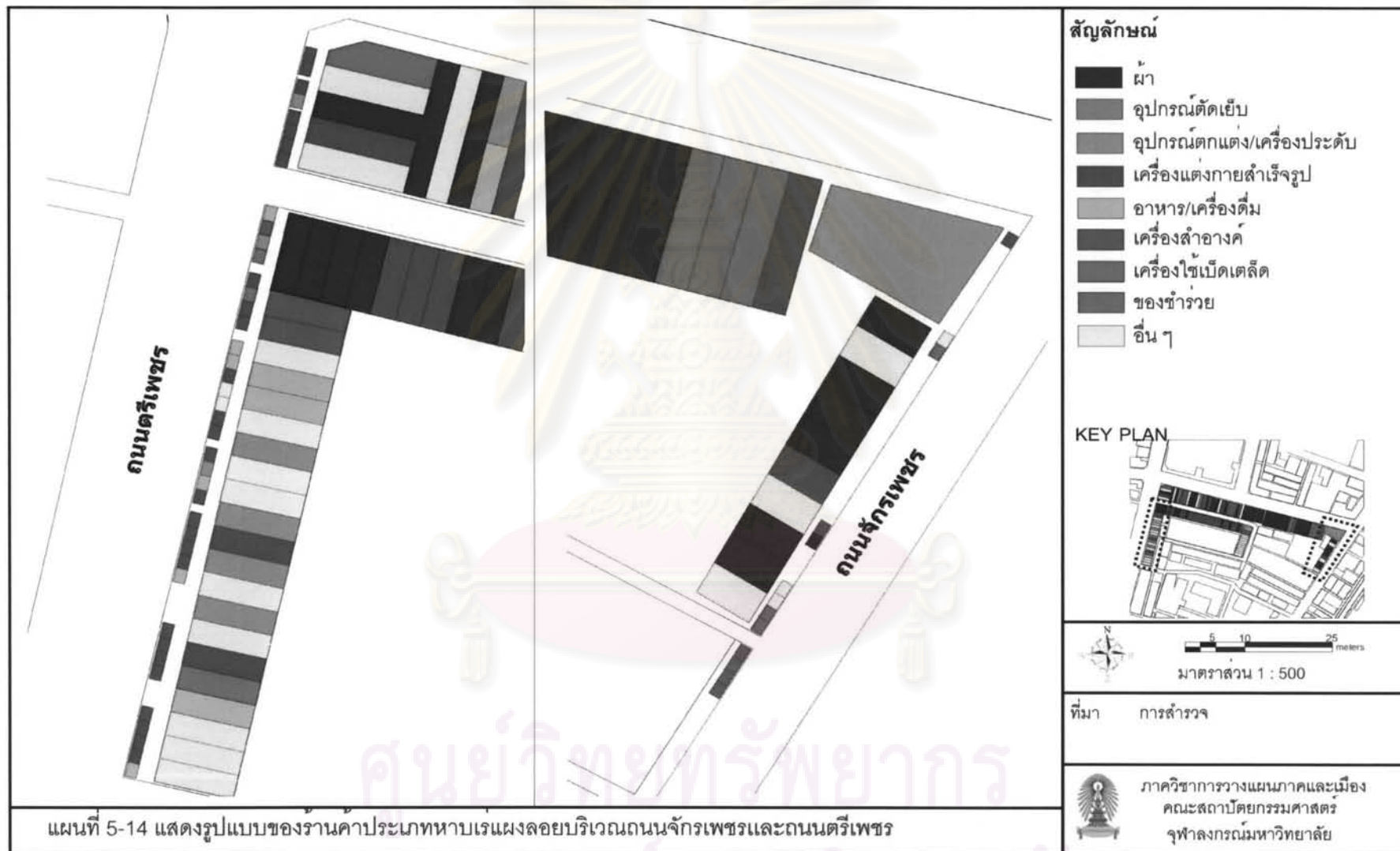


แผนที่ 5-11 1 แสดงสถานที่จอดรถจุดรับส่งสินค้าและผู้โดยสารภายในย่านการค้าพาหุรัด



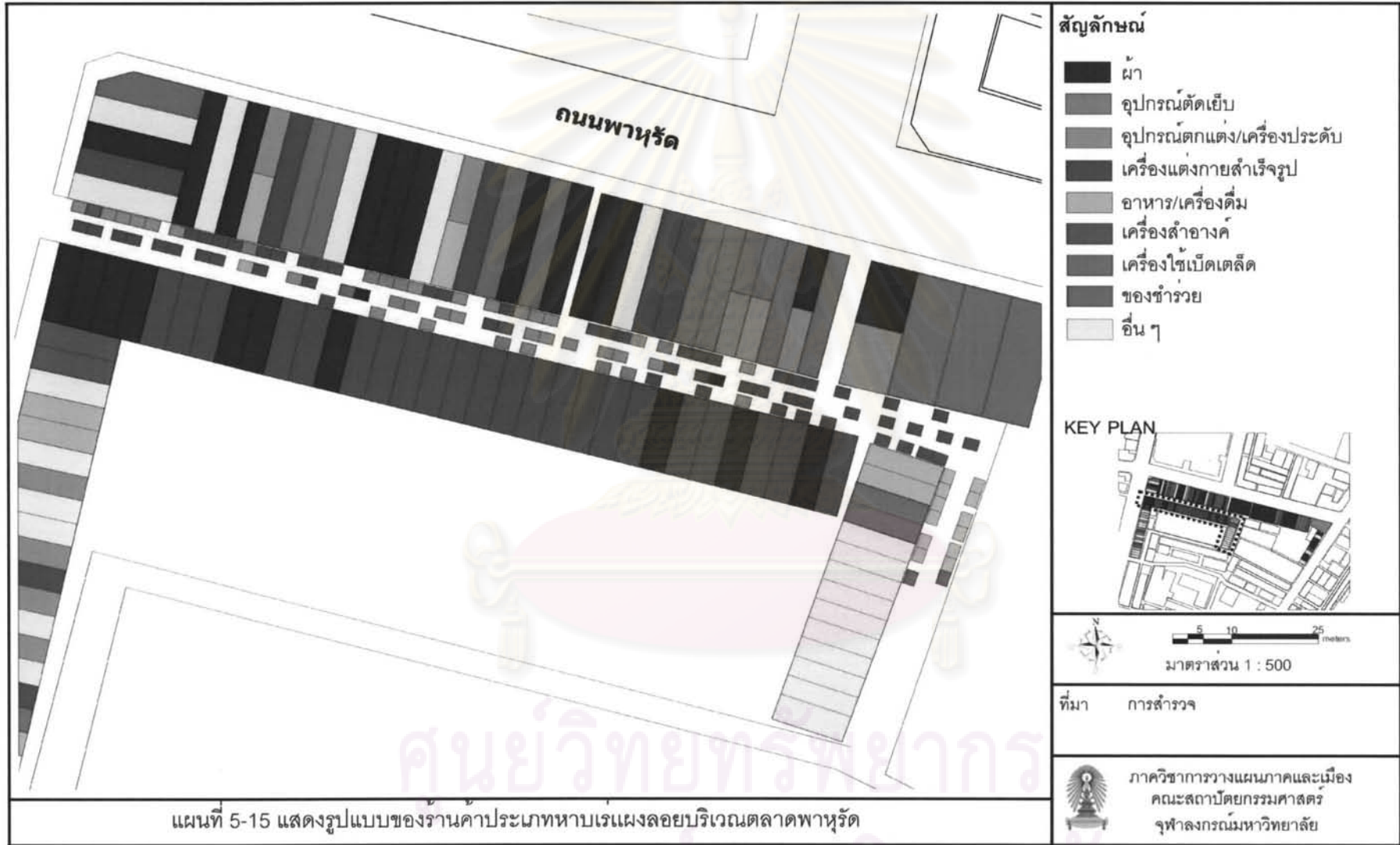


ศูนย์วิทยพัชรพยาบาล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

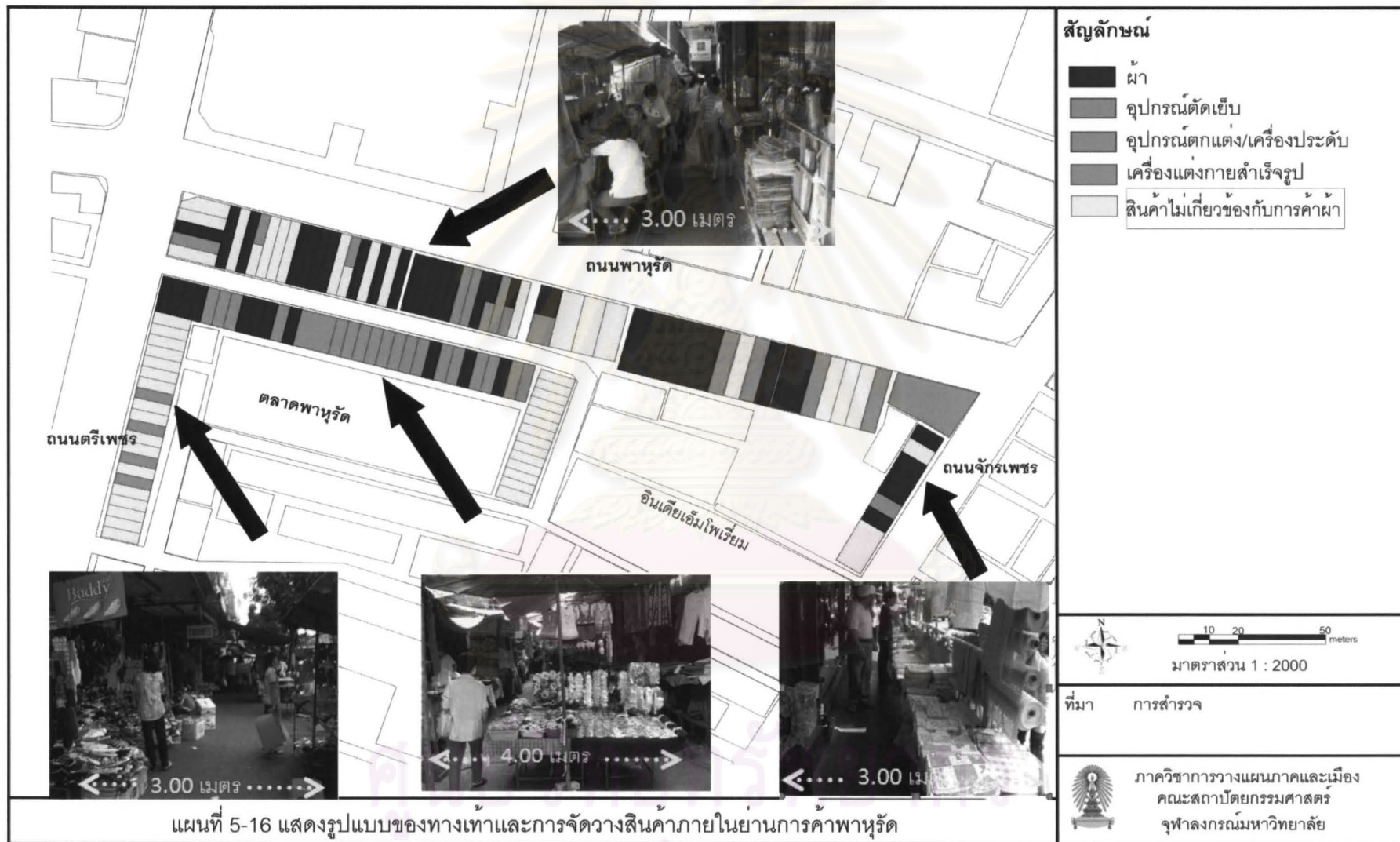


แผนที่ 5-14 แสดงรูปแบบของร้านค้าประเภทหาบเร่แผงลอยบริเวณถนนจักรเพชรและถนนตรีเพชร

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.5 ผลแบบสอบถาม

5.5.1 ผลจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามผู้ประกอบการ

แบบสอบถามผู้ประกอบการในย่านการค้าพาหุรัดจำนวน 120 ชุด (ภาคผนวก ก)

1.1) ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ (ตารางที่ 5-10)

ผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ประกอบการ)ในย่านการค้าพาหุรัดร้อยละ 60.0 เพศหญิงและเพศ ร้อยละ 40.0 ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 42.5 อายุระหว่าง 41-50 ปี รายได้ของผู้ตอบ แบบสอบถามร้อยละ 38.3 มีรายได้ต่อเดือน 30,000-50,000 บาท รองลงมาร้อยละ 31.6 มีรายได้ ต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าย่านการค้าพาหุรัด สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ เป็นจำนวนมากและรายได้จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนทำการค้าภายในย่าน เพราะมองเห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุนและผลกำไรที่จะได้รับ ถึงแม้ว่าตัวผู้ประกอบการจะมี ภูมิลำเนาอยู่ในเขตต่างๆของกรุงเทพฯร้อยละ 93.3 ปริมาณร้อยละ 6.7 เช่น นนทบุรี สmouthปราการ ปทุมธานี ข้อมูลนี้สนับสนุนว่าย่านการค้าพาหุรัดมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูด ผู้ประกอบการให้เข้ามาทำการค้าในย่านการค้าพาหุรัด

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีบ้านพักอาศัยเขตพระนครร้อยละ 77.5 ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะพักอาศัย/มีบ้านอยู่นอกเขตพระนครแต่สภาพทางสังคมยังรู้จักและ คำนึงกับเพื่อนบ้านอย่างเหนียวแน่น เห็นได้จาก การรู้จักพูดคุยกับผู้ประกอบการ/เพื่อนบ้าน จำนวน 6-10หลัง คิดเป็นร้อยละ77.5 เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชาวไทยซิกซ์ที่มีความสัมพันธ์ เหนียวแน่น

1.2) ลักษณะการเดินทาง (ตารางที่ 5-10)

ลักษณะการเดินทางของของผู้ประกอบการ (ผู้ตอบแบบสอบถาม) ผู้ประกอบการเดินทาง ฆาไปและฆากลับโดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ46.7และร้อยละ 44.2 เนื่องจากผู้ประกอบการย้ายไป พักอาศัยนอกย่านการค้าพาหุรัด เห็นได้จากการพักอาศัยในเขตต่างๆของกรุงเทพฯสูงถึงร้อยละ 58.3 เช่น ยานนาวา ธนบุรี ฯลฯ ผู้ประกอบการจึงนิยมจอดรถบริเวณห้างอิโอล์ดสยาม พลาซ่าร้อย ละ 33.3 และจ่ายค่าจอดรถเฉลี่ยต่อวันประมาณ 120-140 บาทคิดเป็นร้อยละ 24.4

1.3) ลักษณะแรงงานและการจ้างงาน (ตารางที่ 5-10)

การจ้างงานภายในย่านโดยรวมแล้วผู้ประกอบการมีการจ้างงานของแรงงานสูงถึงร้อยละ 82.5 จำนวนแรงงานในร้านคือ 1-3 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 ในขณะที่บางส่วนไม่มีการจ้างงานคิด เป็นร้อยละ17.5 ทั้งนี้เพราะตลาดพาหุรัดร้านบริเวณนี้จำหน่ายสินค้าปลีกจึงไม่มีความจำเป็นที่ ต้องใช้แรงงาน ลูกจ้าง/แรงงาน ในย่านการค้าพาหุรัดร้อยละ 81.7 พักอาศัยในกรุงเทพฯซึ่ง ส่วนใหญ่จะพักอาศัยใกล้กับแหล่งงาน เช่น เขตธนบุรี คลองสาน สัมพันธวงศ์ เป็นต้น

เพราะประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลูกจ้าง/แรงงานส่วนใหญ่เดินทางขาไปและขากลับโดยรถประจำทางในสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 74.2

1.4) ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจผู้ประกอบการ (ตารางที่ 5-11)

ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่คือผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ ร้อยละ 35.8 จำหน่ายจำหน่ายปลีกสัดส่วนร้อยละ 90-95 คิดเป็นร้อยละ 41.6 และจำหน่ายส่งสัดส่วนร้อยละ 10-15 คิดเป็นร้อยละ 22.5 แหล่งที่มาของสินค้าในย่านคือ ในกรุงเทพฯ ย่านสำเพ็งคิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาคือมาจากต่างประเทศได้แก่ อินเดีย ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เบลเยียม เป็นต้น ร้อยละ 31.7 ช่วงเวลารับสินค้าจากผู้ผลิต (วันธรรมดา) ช่วงเวลาของการรับสินค้าจากผู้ผลิต (วันหยุด) ในช่วงเวลา 13.00 - 15.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 58.3 แต่ในช่วงวันหยุดผู้ประกอบการนิยมรับสินค้า ช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 28.3 ทั้งนี้เพราะเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าและการสัญจรไม่หนาแน่น ผู้ประกอบการระบุว่า กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าในย่านส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าในกรุงเทพฯ สัดส่วน ร้อยละ 80-85 คิดเป็นร้อยละ 47.5 สัดส่วนของลูกค้าต่างจังหวัดคือ ร้อยละ 11-20 คิดเป็นร้อยละ 44.2 ลูกค้าเหล่านี้นิยมซื้อสินค้าวันหยุดและวันธรรมดาร้อยละ 47.5 และช่วงเวลา ที่นิยมซื้อสินค้าคือ 10.00 - 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 43.3

ผู้ประกอบการระบุว่าสินค้าเอกลักษณ์ของย่านคือผ้า ได้แก่ ผ้าใช้ในงานแสดง ร้อยละ 59.2 ผ้าสำหรับ ร้อยละ 39.2 ผ้าม่าน ร้อยละ 25.0 นอกจากนี้ผู้ประกอบการระบุว่าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปได้แก่ ชุดไทย ชุดนาฏศิลป์ ร้อยละ 51.7 และสินค้าประเภทสินค้ามงคลใช้ในงานพิธีมงคลต่างๆ เช่น ของชำร่วย การ์ดแต่งงาน ร้อยละ 52.5

นอกจากนี้ผลการศึกษายังระบุว่าสินค้าของย่านการค้าพาหุรัดมีความแตกต่างจากย่านการค้า สำเพ็ง และย่านการค้าสะพานหันว่า สินค้าย่านการค้าพาหุรัดมีที่นี้เพียงที่เดียว ร้อยละ 44.2 สินค้าราคาถูกร้อยละ 58.3 สินค้ามีความหลากหลาย ร้อยละ 26.7 ตามลำดับ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการระบุว่ากลุ่มลูกค้าของย่านการค้าพาหุรัดมีความแตกต่างของลูกค้าเพราะกลุ่มลูกค้าต้องการสินค้าเฉพาะ ร้อยละ 44.2 และเป็นลูกค้าซื้อปลีกมากกว่าซื้อส่ง ร้อยละ 35.8 ผู้ประกอบการในย่านปรับตัวโดยเพิ่มความหลากหลายของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาปรับตัวโดยการปรับปรุงร้านให้ทันสมัยจัดวางสินค้าให้สวยงามและรองรับปริมาณสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 44.2 (ตารางที่ 5-11)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5-10 แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะการเดินทางของผู้ประกอบการ (n=120)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1) เพศ		
- ชาย	48	40.0
- หญิง	72	60.0
รวม	120	100.0
2) อายุ		
- อายุ 21-30 ปี	2	1.7
- อายุ 31-40 ปี	22	18.3
- อายุ 41-50 ปี	51	42.5
- อายุ 51 ปีขึ้นไป	45	37.5
รวม	120	100.0
3) รายได้		
- 5,000-20,000 บาท	25	20.7
- 30,000-50,000 บาท	46	38.3
- 60,000-90,000 บาท	11	9.2
- 100,000 บาทขึ้นไป	38	31.6
รวม	120	100.0
4) ระดับการศึกษา		
- ระดับประถมศึกษา	24	20.0
- ระดับมัธยมศึกษา	32	26.7
- ระดับอาชีวะ อนุปริญญา	28	23.3
- ระดับปริญญาตรี	32	26.7
- สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4	3.3
รวม	120	100.0
5) ภูมิลำเนาของเจ้าของกิจการ		
- เขตต่างๆในกรุงเทพฯ	112	93.3
- ปริมณฑล	8	6.7
รวม	120	100.0

ตารางที่ 5-10 (ต่อ) แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะการเดินทางของผู้ประกอบการ

6) การมีบ้าน/ที่พักอาศัยนอกเขตพระนคร	จำนวน	ร้อยละ
- ผู้ประกอบการมีบ้านพักนอกเขตพระนคร	93	77.5
- ผู้ประกอบการไม่มีบ้านพักนอกเขตพระนคร	27	22.5
รวม	120	100.0
7) เพื่อนบ้าน		
- รู้จักกับผู้ประกอบการ 3-5 หลัง	33	27.5
- รู้จักกับผู้ประกอบการ 6-10 หลัง	39	32.5
- รู้จักกับผู้ประกอบการมากกว่า 10 หลัง	33	27.5
8) สถานที่พักอาศัยของผู้ประกอบการ		
- พักอาศัยในสถานที่ทำงาน	48	40.0
- เขตต่างๆของกรุงเทพฯ	70	58.3
- ปริมณฑล	2	1.7
รวม	120	100.0
9) จำนวนลูกจ้าง/แรงงาน		
- ไม่มีคนงาน	21	17.5
- มีคนงาน	99	82.5
รวม	120	100.0
10) จำนวนลูกจ้าง/แรงงาน		
- จำนวน 0 คน	21	17.5
- จำนวน 1-3 คน	76	63.4
- จำนวน 4-6 คน	16	13.3
- จำนวน 7-20 คน	7	5.8
11) สถานที่พักอาศัยของลูกจ้าง/แรงงาน		
- พักอาศัยในร้านค้า/สถานที่ทำงาน	10	8.3
- พักอาศัยในกรุงเทพฯ	98	81.7
- พักอาศัยในปริมณฑล	8	6.7
12) ลักษณะการเดินทางของลูกจ้าง/แรงงาน (ขาไป)		
- ไม่ได้เดินทาง	5	4.2
- รถจักรยานยนต์	22	18.3
- แท็กซี่	2	1.7

ตารางที่ 5-10 (ต่อ) แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในย่านการค้าพาหุรัด

12) ลักษณะการเดินทางของลูกจ้าง/แรงงาน (ขาไป)	จำนวน	ร้อยละ
- สามล้อรับจ้าง	1	0.8
- รถประจำทาง	89	74.2
- เรือ	6	5.0
- เดิน	5	4.2
- อื่นๆ	4	3.3
13) ลักษณะการเดินทางของลูกจ้าง/แรงงาน (ขากลับ)		
- ไม่ได้เดินทาง	5	4.2
- รถจักรยานยนต์	22	18.3
- รถประจำทาง	89	74.2
- เรือ	6	5.0
- เดิน	5	4.2
- อื่นๆ	4	3.3
รวม	120	100.0
14) ลักษณะการเดินทางของผู้ประกอบการ (ขาไป)		
- ไม่ได้เดินทาง	48	40.0
- รถยนต์	56	46.7
- แท็กซี่	16	13.3
รวม	120	100.0
15) ลักษณะการเดินทางของผู้ประกอบการ (ขากลับ)		
- ไม่ได้เดินทาง	48	40.0
- รถยนต์	53	44.2
- แท็กซี่	19	15.8
รวม	120	100.0
16) สถานที่จอดรถ		
- วัดราชบูรณะวรวิหาร	9	7.5
- ห้าง ดิโอลด์สยาม พลาซ่า	40	33.3
- ศาลเจ้าแม่ทับทิม	13	10.8
- อื่นๆ	16	13.3
รวม	78	65.0

ตารางที่ 5-10 (ต่อ) แสดงร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในย่านการค้าพาหุรัด

17) ค่าจอดรถเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
- 50-100 บาท	13	10.8
- 120-140 บาท	29	24.2
- 160-180 บาท	14	11.7
- 200 บาทขึ้นไป	22	18.3

ตารางที่ 5-11 แสดงร้อยละลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ (n=120)

1) สินค้าที่จำหน่าย*(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
- ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ	43	35.8
- เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	33	27.5
- เครื่องประดับและอัญมณี	6	5.0
- เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว	2	1.7
- กีฬาที่ซื้อมาและของชำร่วย	14	11.7
- เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	4	3.3
- อื่นๆ เช่น	25	20.8
2) ลักษณะของการจำหน่าย		
2.1) ขายปลีก		
- ร้อยละ 15-35	5	4.2
- ร้อยละ 40-70	5	4.2
- ร้อยละ 80-85	17	14.2
- ร้อยละ 90-95	50	41.6
- ร้อยละ 100	43	35.8
3) ลักษณะของการจำหน่าย*		
3.2) ขายส่ง		
- ร้อยละ 0	45	37.5
- ร้อยละ 5	23	19.2
- ร้อยละ 10-15	27	22.5
- ร้อยละ 20	15	12.5
- ร้อยละ 30-70	6	5.0
- ร้อยละ 75-85	4	3.3

ตารางที่ 5-11(ต่อ) แสดงร้อยละลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ (n=120)

4) กลุ่มลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
4.1) ลูกค้าในกรุงเทพฯ		
- ร้อยละ 30-40	2	1.7
- ร้อยละ 50-60	9	7.5
- ร้อยละ 70-75	12	10.0
- ร้อยละ 80-85	57	47.5
- ร้อยละ 90-100	40	33.3
4.2) ลูกค้าต่างจังหวัด		
- ร้อยละ 0	5	4.2
- ร้อยละ 1-10	40	33.4
- ร้อยละ 11-20	53	44.2
- ร้อยละ 21-30	14	11.6
- ร้อยละ 31-40	4	3.3
- ร้อยละ 41-65	4	3.3
5) วันที่ลูกค้านิยมเดินทางมาซื้อสินค้า		
- วันธรรมดา	15	12.5
- วันหยุด	46	38.3
- วันธรรมดาและวันหยุด	57	47.5
- อื่นๆ ไม่แน่นอน	2	1.7
6) ช่วงเวลาที่ลูกค้านิยมซื้อสินค้า		
- เวลา 8.00 - 10.00 น.	4	3.3
- เวลา 10.00 - 13.00 น.	52	43.3
- เวลา 13.00 - 15.00 น.	46	38.3
- เวลา 15.00 - 17.00 น.	13	10.8
- อื่นๆ ไม่แน่นอน	5	4.2
7) ช่วงเวลาที่รับสินค้าจากผู้ผลิต(วันธรรมดา)		
- เวลา 6.00 - 8.00 น.	5	4.2
- เวลา 9.00 - 12.00 น.	13	10.8
- เวลา 13.00 - 15.00 น.	70	58.3
- เวลา 16.00 - 18.00 น.	20	16.7

ตารางที่ 5-11(ต่อ) แสดงร้อยละลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ (n=120)

7) ช่วงเวลาที่รับสินค้าจากผู้ผลิต(วันธรรมดา)	จำนวน	ร้อยละ
- อื่นๆ ไม่นั่นอน	12	10.0
8) ช่วงเวลาที่รับสินค้าจากผู้ผลิต(วันหยุด)		
- เวลา 6.00 - 8.00 น.	26	21.7
- เวลา 9.00 - 12.00 น.	17	14.2
- เวลา 13.00 - 15.00 น.	24	20.0
- เวลา 16.00 - 18.00 น.	34	28.3
- อื่นๆ ไม่นั่นอน	19	15.8
9) ช่วงเวลาที่เปิดกิจการ		
- เวลา 6.00 - 8.00 น.	36	30.0
- เวลา 8.00 - 10.00 น.	62	51.7
- เวลา 10.00 - 12.00 น.	10	8.3
- อื่นๆ ไม่นั่นอน	12	10.0
10) ระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
- ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ 5-10 ปี	8	6.7
- ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ 11-20 ปี	15	12.5
- ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการมากกว่า 20 ปีขึ้นไป	97	80.8
- ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ 5-10 ปี	8	6.7
11) สถานที่ผลิต/แหล่งที่มาของสินค้า		
- กรุงเทพฯ เช่น สัมพันธวงศ์	118	98.3
- ปริมณฑล	15	12.5
- ต่างจังหวัด เช่น ราชบุรี	34	28.3
- ต่างประเทศ เช่น อินเดีย ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เบลเยียม เป็นต้น	38	31.7
12) สินค้าเอกลักษณ์เฉพาะ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *		
1) ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ*		
- ผ้าผ่าน	30	25.0
- ผ้าสาหรี่	47	39.2
- ผ้าลูกไม้	20	16.7

ตารางที่ 5-11 (ต่อ) แสดงร้อยละลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ (n=120)

12) สินค้าเอกลักษณ์เฉพาะ(ตอบได้มากกว่า1ข้อ) *	จำนวน	ร้อยละ
- ผ้าใช้ในงานแสดง	71	59.2
- รับประทานอาหาร ลูกไม้	12	10.0
2) เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป เช่น ชุดไทย ชุดนาฏยศิลป์	62	51.7
3) เครื่องประดับ อุปกรณ์ตกแต่ง กำไล สร้อยคอ วิคฉม ฯลฯ	29	24.2
4) ของใช้ส่วนตัวและเครื่องสำอางค์	8	6.7
5) ของชำร่วย	63	52.5
6) เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	18	15.0
7) อื่นๆ เช่น เครื่องเทศ เครื่องหอม ที่นอน ฯลฯ	13	10.8
13) ความแตกต่างของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น*		
- สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	53	44.2
- สินค้าราคาถูกกว่าที่อื่น	70	58.3
- สินค้ามีความหลากหลาย	32	26.7
- การเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่ายกว่า	26	21.7
- อื่นๆ รูปแบบลวดลาย สิ่งผลิตตามแบบ	24	20.0
14) ความแตกต่างของกลุ่มลูกค้า*		
- ไม่แตกต่าง	9	7.5
- ลูกค้าซื้อปลีกมากกว่าซื้อส่ง	43	35.8
- กลุ่มลูกค้าต้องการสินค้าเฉพาะ	53	44.2
- มีข้อจำกัดเรื่องเวลาซื้อสินค้า	14	11.7
15) การปรับตัวของย่านการค้าพาหุรัด*		
- เพิ่มความหลากหลายของสินค้า	92	76.7
- ปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย	53	44.2
- ปรับราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	26	21.7
- อื่นๆ สินค้าเอกลักษณ์ ปรับตัวตามกระแสแฟชั่น	14	11.7

*หมายเหตุ: (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

5.5.2 ผลจากแบบสอบถามของผู้ซื้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามผู้ซื้อ

ผลแบบสอบถามผู้ซื้อแบบสอบถามผู้ซื้อจำนวน 400 ชุด (ภาคผนวก ก)

2.1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อในย่านการค้าพาหุรัด มีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยผู้ซื้อเพศหญิงร้อยละ 55.0 ในขณะที่เพศชายคิดเป็นร้อยละ 45.0 ผู้ซื้อส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-40 ปี รวมคิดเป็นร้อยละ 65 ผู้ซื้อมีรายได้ระหว่าง 10,001- 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 37.0 และระดับอนุปริญญาร้อยละ 22.0 (ภาคผนวก ข ตาราง ข -4)

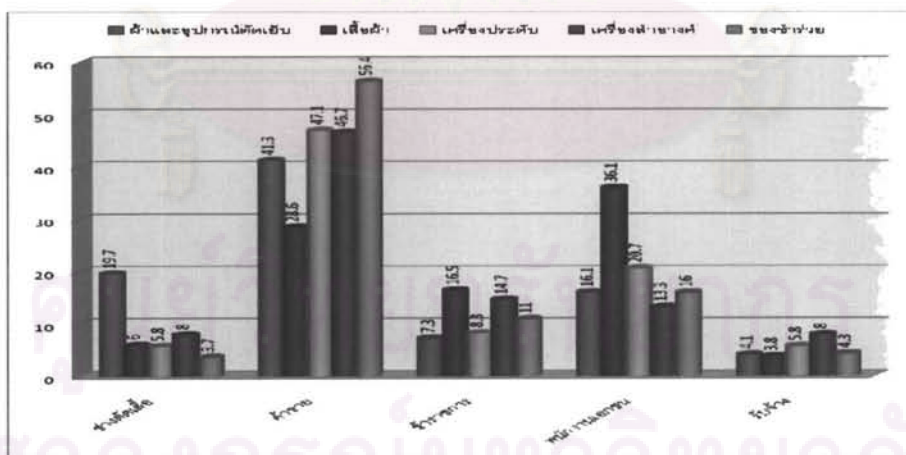
2.2) พฤติกรรมของผู้ซื้อ

1) วิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้ซื้อโดยพิจารณาจากอาชีพและประเภทสินค้าที่ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัดรวมถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าภายในย่าน รายละเอียดดังนี้

- ประเภทสินค้ากับอาชีพของผู้ซื้อ (ภาคผนวก ข ตาราง ข-5)

กลุ่มอาชีพค้าขาย และช่างตัดเสื้อนิยมซื้อผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บในย่านการค้าพาหุรัดมากที่สุดรวมทั้งสิ้นร้อยละ 60.0 (ประเภทของผ้า แสดงในหัวข้อ พฤติกรรมของผู้ซื้อ คือ สินค้าประเภทผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บกับอาชีพ) เพราะผู้ซื้อกลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่เข้ามาซื้อสินค้าเพื่อใช้ในการพาณิชย์กรรมต่อไป รองลงมาคือกลุ่มพนักงานเอกชนที่ทำงานในบริเวณโดยรอบและบริเวณใกล้เคียง นิยมซื้อเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 36.1 (แผนภูมิที่ 5-5)

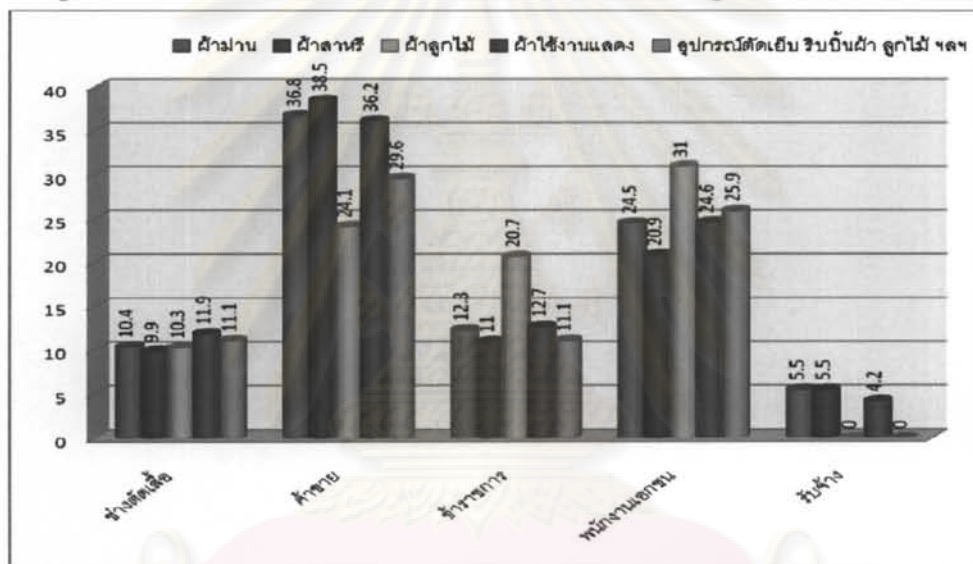
แผนภูมิที่ 5-5 แสดงอาชีพจำแนกตามประเภทสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้ซื้อ)



- **สินค้าประเภทผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บกับอาชีพ (ภาคผนวก ข ตาราง ข-6)**

กลุ่มอาชีพค้าขายนิยมซื้อผ้าสำหรับมากที่สุด ร้อยละ 38.5 เพราะผ้าชนิดนี้มีจำหน่ายเฉพาะย่านการค้าพาหุรัดและเป็นศูนย์รวมของผ้าสำหรับ รูปแบบต่างๆ รองลงมาคือ ผ้าผ่าน ร้อยละ 36.8 เนื่องจากผ้าผ่านภายในย่านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน ประกอบกับความหลากหลาย ของสินค้า และผ้าใช้ในงานแสดง ร้อยละ 36.2 เพราะเป็นสินค้าในย่านมีราคาหลากหลาย และกลุ่มพนักงานเอกขนนิยมซื้อผ้าลูกไม้ ร้อยละ 31.0 เพราะผ้าลูกไม้สีล้วนลดลายสวยงาม ซึ่งผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงรูปแบบการจำหน่ายส่วนใหญ่จะจำหน่ายปลีกมากกว่าส่ง ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ที่เน้นการซื้อปลีกเพื่อนำไปใช้เอง (แผนภูมิที่ 5-6)

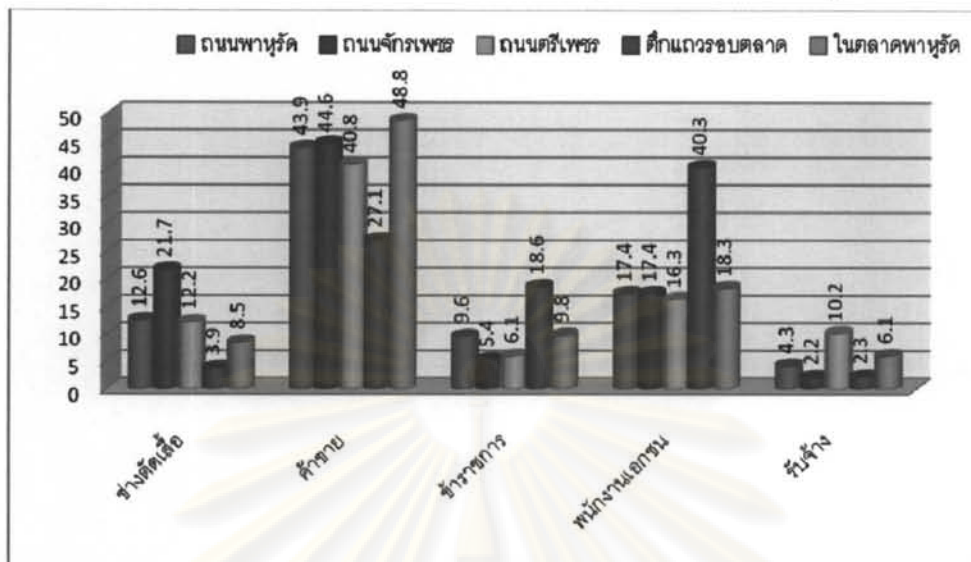
แผนภูมิที่ 5-6 แสดงอาชีพจำแนกตามสินค้าประเภทผ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ซื้อ)



- **สถานที่ซื้อสินค้ากับอาชีพ (ภาคผนวก ข ตาราง ข-7)**

กลุ่มอาชีพค้าขายนิยมซื้อสินค้าบริเวณตลาดพาหุรัด ถนนจักรเพชร ถนนพาหุรัด ร้อยละ 48.8 ร้อยละ 44.6 และ ร้อยละ 43.9 ตามลำดับ พื้นที่บริเวณดังกล่าวมีการกระจุกตัวของสินค้าประเภทผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ และกลุ่มอาชีพพนักงานเอกขนนิยมซื้อสินค้าจากบริเวณตึกแถวในตลาดพาหุรัด ร้อยละ 40.3 (แผนภูมิที่ 5-7) เพราะบริเวณนี้มีการกระจุกตัวของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับหัวข้อประเภทสินค้า

แผนภูมิที่ 5-7 แสดงอาชีพจำแนกตามสถานที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ซื้อ)



● วัตถุประสงค์ของการซื้อกับอาชีพ (ภาคผนวก ข ตาราง ข-8)

ความสัมพันธ์ของกลุ่มอาชีพกับวัตถุประสงค์คือ 1) กลุ่มที่ซื้อสินค้าไปใช้เองคือ พนักงานเอกชน ร้อยละ 45.1 2) กลุ่มที่ซื้อสินค้าไปใช้เพื่อการพาณิชย์กรรมคือ กลุ่มอาชีพค้าขาย ซึ่งลูกค้ากลุ่มค้าขายจะนำสินค้าไปจำหน่ายต่อทั้งในรูปแบบปลีกและขายส่ง

ลูกค้าทั้งสองกลุ่มคือ กำลังซื้อสำคัญและซื้อขายสินค้ามานานจนกลายเป็นความผูกพันกับย่าน นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มช่างตัดเสื้อที่นำผ้าเพื่อไปใช้ในการตัดเย็บก็เจาะจงมาซื้อสินค้าที่ย่านการค้าพาหุรัดเช่นกัน เพราะสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการ

● มูลค่าการซื้อกับอาชีพ (ภาคผนวก ข ตาราง ข-9)

กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชนส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าแต่ละครั้งมูลค่า 1,000-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.2 กลุ่มอาชีพค้าขายมูลค่าซื้อสินค้าแต่ละครั้งมูลค่าคือ 10,000-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.1

● รัศมีการให้บริการของย่านการค้าพาหุรัด ไปยังกรุงเทพฯและปริมณฑล รวมถึงภูมิภาคต่างๆของประเทศ รายละเอียดดังนี้

1) รัศมีการให้บริการในกรุงเทพฯและปริมณฑล

การกระจายตัวของสินค้าของย่านการค้าพาหุรัดมีค่าเฉลี่ย (Mean) ของรัศมีการให้บริการ 16.88 กิโลเมตร และรัศมีการให้บริการต่ำสุด 5 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 33.3 ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก บางกอกน้อย รัศมีการให้บริการสูงสุด 50 กิโลเมตรคิดเป็นร้อยละ 8.6 ได้แก่ นครปฐม สมุทรปราการ การกระจายตัวของสินค้ามีการกระจุกตัวมากและค่าฐานนิยมในรัศมี 20 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 36.5 (ตารางที่ 5-12) และ (ภาพที่ 5-3)

2) รัศมีการให้บริการในภูมิภาค

การกระจายตัวของสินค้าในย่านการค้าพาหุรัดไปยังส่วนภูมิภาคโดยมากแล้วจะเป็นการกระจายสินค้าเพื่อนำไปใช้ในการพาณิชย์กรรม (ขายต่อ) ซึ่งค่าเฉลี่ย (Mean) ของรัศมีการให้บริการคือ 275 กิโลเมตร รัศมีการให้บริการต่ำสุด 100 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 53.6 ได้แก่ จังหวัด ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก ออยุธยา รัศมีการให้บริการสูงสุด 800 กิโลเมตร คิดเป็น ร้อยละ 3.6 คือจังหวัดเชียงราย และค่าฐานนิยม (Mode) คือ 100 กิโลเมตร (ตารางที่ 5-13)(ภาพที่ 5-4)

จากรัศมีการให้บริการของย่านในกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งให้กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เอง และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปขายต่อเจาะจงและตั้งใจเข้ามาซื้อสินค้าจากย่าน ถึงแม้ว่าจะอยู่ห่างไกลจากตัวย่านก็ตาม ทั้งนี้เพราะย่านการค้าพาหุรัดคือ ศูนย์รวมของผ้าครบวงจรขนาดใหญ่และความสำคัญของตัวสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5-12 แสดงร้อยละรัศมีการให้บริการย่านการค้าพาหุรัดในกรุงเทพและปริมณฑล

รัศมีการให้บริการ	ซื้อสินค้าเพื่อนำไป						ร้อยละ
	ขายปลีก	ขายส่ง	ปลีกและส่ง	ใช้เอง	ช่างตัดเสื้อ	รวม	
รัศมีการให้บริการ 5 กิโลเมตร ¹	3	6	30	70	15	124	33.3
รัศมีการให้บริการ 10 กิโลเมตร ²	3	2	12	27	9	53	14.3
รัศมีการให้บริการ 20 กิโลเมตร ³	7	9	31	71	18	136	36.5
รัศมีการให้บริการ 30 กิโลเมตร ⁴	4	1	4	16	2	27	7.3
รัศมีการให้บริการ 50 กิโลเมตร ⁵	3	3	2	20	4	32	8.6
รวมทั้งสิ้น 372 ราย							100.0

หมายเหตุ: รัศมีการให้บริการต่ำสุด 5 กิโลเมตร, รัศมีการให้บริการสูงสุด 50 กิโลเมตร, ค่าเฉลี่ย (Mean) รัศมีการให้บริการ 16.88 กิโลเมตร, ค่าฐานนิยม (Mode) ของรัศมีการให้บริการคือ 20 กิโลเมตร

ตารางที่ 5-13 แสดงร้อยละรัศมีการให้บริการย่านการค้าพาหุรัดไปต่างจังหวัด

รัศมีการให้บริการ	วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า				ร้อยละ
	ขายปลีก	ขายส่ง	ขายทั้งปลีกและส่ง	รวม	
รัศมีการให้บริการ 100 กิโลเมตร ⁶	6	4	5	15	53.6
รัศมีการให้บริการ 300 กิโลเมตร ⁷	5	1	-	6	21.4
รัศมีการให้บริการ 500 กิโลเมตร ⁸	2	1	-	3	10.7
รัศมีการให้บริการ 600 กิโลเมตร ⁹	2	-	-	2	7.1
รัศมีการให้บริการ 700 กิโลเมตร ¹⁰	1	-	-	1	3.6
รัศมีการให้บริการ 800 กิโลเมตร ¹¹	-	1	-	1	3.6
รวมทั้งสิ้น 28 ราย				28	100.0

หมายเหตุ: รัศมีการให้บริการต่ำสุด 100 กิโลเมตร, รัศมีการให้บริการสูงสุด 800 กิโลเมตร, ค่าเฉลี่ย (Mean) ของรัศมีการให้บริการ 275 กิโลเมตร, ค่าฐานนิยม (Mode) ของรัศมีการให้บริการ 100 กิโลเมตร

¹ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ สาทร ดุสิต บางคอแหลม คลองสาน ธนบุรี

² พญาไท ราชเทวี ยานนาวา บางซื่อ จตุจักร ห้วยขวาง ดินแดง วัฒนา

³ ดอนเมือง หลักสี่ บางเขน สายไหม ลาดพร้าว บางกะปิ พระโขนง บางนา ประเวศ สวนหลวง บึงกุ่ม วังทองหลาง คันนายาว

สะพานสูง ดลิ่งชัน ทวีวัฒนา ภาษีเจริญ บางแค หนองแขม ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ จอมทอง บางขุนเทียน บางบอน

⁴ มีนบุรี คลองสามวา ลาดกระบัง หนองจอก

⁵ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ

⁶ อยุธยา ชลบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา

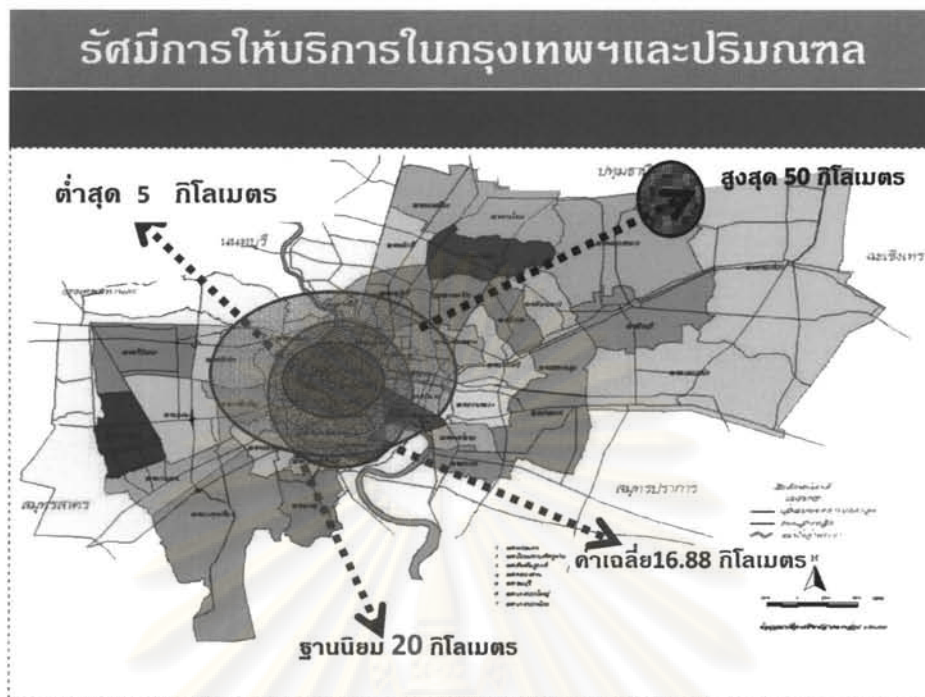
⁷ ประจวบคีรีขันธ์ นครราชสีมา จันทบุรี

⁸ ชอนแก่น

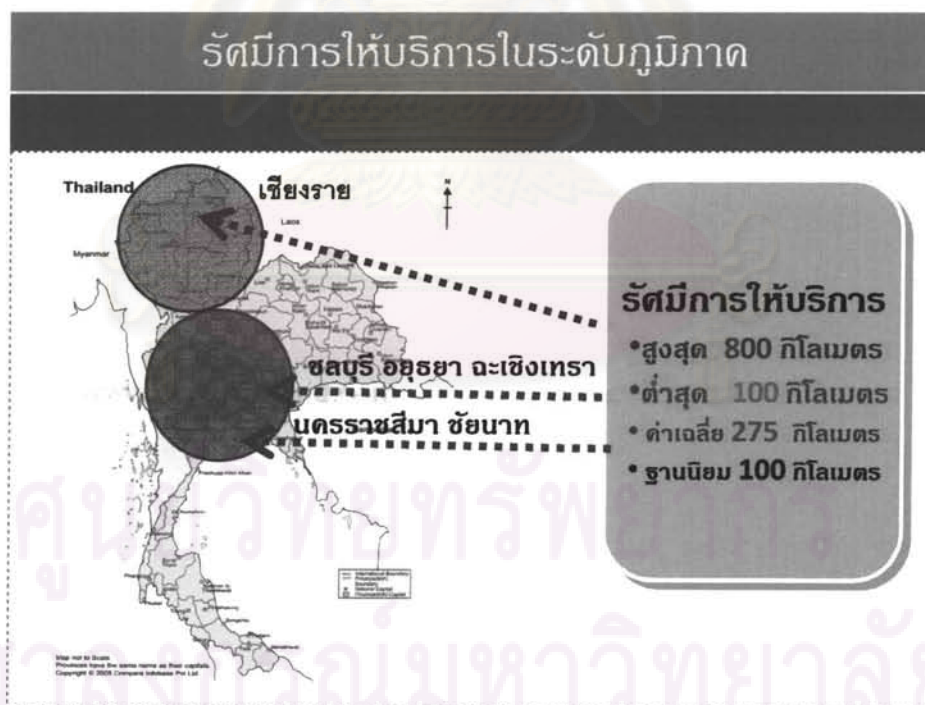
⁹ ลำปาง เชียงใหม่

¹⁰ ภูเก็ต

¹¹ เชียงราย



ภาพที่ 5- 3 รัศมีการให้บริการในกรุงเทพฯและปริมณฑลของของย่านการค้าพาหุรัด



ภาพที่ 5- 4 รัศมีการให้บริการในภูมิภาคของของย่านการค้าพาหุรัด

2.3) ลักษณะการเดินทางของผู้ซื้อในย่านการค้าพาหุรัด

ลักษณะการเดินทางของผู้ซื้อสินค้าภายในย่าน (ตารางที่ 5-14 และตารางที่ 5-15)

ในภาพรวมการเดินทางของผู้ซื้อในย่านการค้าพาหุรัดส่วนใหญ่เกิดขึ้นทั้งในวันหยุดและวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 40.0 (ภาคผนวก ข ตาราง ข -10) ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ทั้งขาไปและขากลับ เป็นแบบ1ต่อ กล่าวคือ การเดินทางขาไป-ขากลับ ขาไปนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 92.3 และขากลับก็เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 100.0 ทั้งนี้เพราะรถยนต์สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการขนสินค้าและสถานที่จอดรถก็อยู่ไม่ไกล

ผู้ซื้อสินค้านิยมจอดรถบริเวณห้างดิโอลด์สยามพลาซ่ามากที่สุด ร้อยละ 57.5 รองลงมาคือบริเวณศาลเจ้าแม่ทับทิม ร้อยละ 20.5 ทั้งนี้เพราะที่จอดรถทั้งสองแห่งอยู่ไม่ไกลจากร้านค้า สามารถเดินเข้ามาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกและการสามารถขนสินค้าก็ทำได้ง่ายและค่าจอดรถโดยเฉลี่ย 20-50 บาท ร้อยละ 46.0 และ 60-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.7 ตามลำดับ (ภาคผนวก ข -ตาราง ข-10) ตารางที่ 5-14 แสดงร้อยละของลักษณะการเดินทางของผู้ซื้อขาไปต่อที่1และต่อที่ 2

การเดินทางต่อที่ 1 (ขาไป) n=400		การเดินทางต่อที่ 2 (ขาไป) n=400							
พาหนะ		รถยนต์	จักรยานยนต์	แท็กซี่	สามล้อ	รถประจำทาง	เรือ	เดิน	รวม
รถยนต์	144	0	0	4	0	4	4	0	156
(ร้อยละ)	(92.3)	(0)	(0)	(2.6)	(0)	(2.6)	(2.6)	(0)	(100.0)
จักรยานยนต์	24	0	0	4	4	4	0	0	28
(ร้อยละ)	(85.7)	(0)	(0)	(8.3)	(8.3)	(14.3)	(0)	(0)	(100.0)
แท็กซี่	40	0	0	4	4	0	0	0	48
(ร้อยละ)	(83.3)	(0)	(0)	(8.3)	(8.3)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
สามล้อ	4	0	0	0	0	0	0	0	4
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
รถประจำทาง	120	0	0	8	0	8	4	0	140
(ร้อยละ)	(85.7)	(0)	(0)	(5.7)	(0)	(5.7)	(2.9)	(0)	(100.0)
เดิน	24	0	0	0	0	0	0	0	24
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5-15 แสดงร้อยละของลักษณะการเดินทางของผู้ซื้อซากลับต่อที่ 1 และต่อที่ 2

การเดินทางต่อที่ 1 (ซากลับ) n=400		การเดินทางต่อที่ 2 (ซากลับ) n=400							
		รถยนต์	จักรยานยนต์	แท็กซี่	สามล้อ	รถประจำทาง	เรือ	เดิน	รวม
รถยนต์	148	0	0	0	0	0	0	0	148
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
จักรยานยนต์	24	0	0	0	0	0	0	0	24
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
แท็กซี่	60	0	0	0	0	0	0	0	60
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
สามล้อ	24	0	0	0	0	0	0	0	24
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
รถประจำทาง	100	0	8	0	0	16	0	0	124
(ร้อยละ)	(80.5)	(0)	(6.5)	(0)	(0)	(13.0)	(0)	(0)	(100.0)
เดิน	20	0	0	0	0	0	0	0	20
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.6 สรุปบทบาทของย่านการค้าพาหุรัด

ย่านการค้าพาหุรัดประกอบไปด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายแต่มีความโดดเด่นในเรื่องของการค้าผ้ามาตั้งแต่อดีต เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านอันได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้า ที่มาของสินค้า รูปแบบการจำหน่าย การจัดเก็บสินค้า ล้วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์นี้ทำให้เกิดรูปแบบของย่านและบทบาทการค้าของย่าน เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งก็ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่นๆ รูปแบบของโครงสร้าง ความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนไปมีส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อบทบาทของย่าน

บทบาทด้านการค้าของย่านการค้าพาหุรัดมีบทบาทด้านการค้าเป็นหลัก คือเป็นแหล่งตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าและกระจายสินค้าจากผู้ผลิต โดยมีหน้าที่ จัดหาสินค้ามาตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตัวย่านเปรียบเสมือนพื้นที่ที่ทำหน้าที่เปรียบเทียบสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย การเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ โครงสร้างมีพัฒนาการจากผู้ซื้อระดับย่านมาสู่ระดับประเทศ บทบาทของย่านการค้าพาหุรัดคือย่านการค้าที่ปรับตัวเพื่อคงบทบาททางเดิมเอาไว้ โดยอาศัยสินค้าความเฉพาะตัวมีเอกลักษณ์เป็นตัวดึงดูดลูกค้า และองค์ประกอบทางการค้าอื่นๆ

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยปัจจัยหลักๆคือ การปรับตัวขององค์ประกอบทางการค้าของย่าน ทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม ของผู้ประกอบการ ตลอดจนผลของการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดและบริเวณโดยรอบ ปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาล้วนมีบทบาทสำคัญที่ทำให้ย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมเอาไว้ได้ (รายละเอียดในบทที่ 6)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมและศักยภาพย่านการค้าพาหุรัด

6.1 แนวทางการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมย่านการค้าพาหุรัด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมย่านการค้าพาหุรัดสามารถแสดงขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1) นำปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของย่านการค้าพาหุรัดจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ศึกษาในบทที่ 2 นำมากำหนดกลุ่มตัวแปร/ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมย่านการค้าพาหุรัด จำแนกออกเป็น ด้านกายภาพ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม (รายละเอียดในบทที่ 2 หน้า 21)

2) นำปัจจัยที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์ร่วมกับการศึกษาในบทที่ 5 พัฒนาการของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และผู้ประกอบการในย่านการค้าพาหุรัด 3) ทำการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่าปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรม ย่านการค้าพาหุรัด โดยทำการทดสอบจากการสัมภาษณ์สำรวจ และผลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ 1) ผู้ซื้อ 2) ผู้ประกอบการ



ภาพที่ 6-1 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชยกรรมย่านการค้าพาหุรัด

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมและศักยภาพย่านการค้าพาหุรัด

6.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่านการค้าพาหุรัดดังนี้

1. ปัจจัยด้านกายภาพ

เมื่อพิจารณาจากการซ้อนทับของ (แผนที่ 5-16) ควบคู่การวิเคราะห์กลุ่มตัวแปร/ปัจจัยในบทที่ 2 (ตารางที่ 2-1 ใน บทที่ 2 หน้า 21) สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1) ปัจจัยด้านสภาพที่ตั้งของย่านการค้าพาหุรัด ที่ตั้งอยู่ในเขตพระนคร ซึ่งเป็นย่านค้าเก่าแก่ เพราะเคยเป็นศูนย์กลางพาณิชย์กรรมเก่าของเมืองในอดีต นอกจากนี้ย่านการค้าพาหุรัดยังอยู่ใกล้กับ สะพานพุทธฯ และสะพานพระปกเกล้าที่เชื่อมต่อกับฝั่งธนบุรีทำให้การเดินทางเข้ามาย่านได้ทำได้สะดวก ยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูล จึงกล่าวได้ว่าย่านการค้าพาหุรัดคือ ย่านที่เป็นตัวกลาง เชื่อมโยงให้เกิดการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าของผู้คนในเขตพระนครและฝั่งธนบุรี กล่าวคือ ในช่วงปี พ.ศ.2512- พ.ศ.2519 ได้เริ่มการก่อสร้างของโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อสำเร็จรูปขนาดเล็กในเขตเมืองชั้นใน และกระจาย ไปยังเขตต่อเมืองของกรุงเทพฯ และในช่วงปี พ.ศ. 2520 - พ.ศ. 2529 เริ่มมีการขยายโรงงาน ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันที่มีการสร้างสะพานพระปกเกล้า ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงตัวย่าน เพื่อ ซื้อสินค้าประเภทผ้าผืนและอุปกรณ์ตัดเย็บในย่าน สำเพ็งและพาหุรัดจนกระทั่งช่วงปี พ.ศ. 2530 - พ.ศ. 2539 โรงงานเหล่านี้เกิดขึ้นและกระจุกตัวมากในเขตจอมทอง คลองสาน ธนบุรี ภาษีเจริญ ซึ่งเป็นการ กระจุกตัวในฝั่งธนบุรีมากขึ้นและในช่วง 10 ปีหลังเป็นช่วงที่โรงงานเริ่มขยายตัวในเขตปริมณฑลคือ สมุทรปราการ (นรินทร์ จำปี, ผู้ประกอบการ, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2552) โรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กเหล่านี้บางส่วนสั่งซื้อสินค้าผ้าทอจากผู้แทนย่านสำเพ็ง ย่านการค้าพาหุรัด ลูกค้าบางรายที่ใช้อุปกรณ์ ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุดก็สั่งซื้อสินค้าจากย่านการค้าพาหุรัด ดังนั้น ย่านการค้าพาหุรัดจึงได้รับประโยชน์อัน เนื่องมาจากความได้เปรียบของสภาพที่ตั้ง

1.2) ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่จากโครงข่ายคมนาคมระบบถนนมีความสำคัญและสร้างความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ได้สูง รายละเอียดดังนี้

-**บริเวณถนนพาหุรัด** กิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณนี้มีการกระจุกตัวของร้านจำหน่ายผ้าชนิดต่างๆ เช่น ผ้าผืน ผ้าใช้ในงานแสดง ผ้าลูกไม้ทั้งนี้เพราะการเข้าถึงได้ง่ายอยู่ริมถนนสายหลัก อันเนื่องจากขนาด สินค้าที่แตกต่าง เช่น ผ้าผืน ขนาดพับ/ม้วนขนาดใหญ่จึงจำเป็นต้องแยกร้านออกมาจากร้านผ้าประเภท อื่นๆ เพราะต้องการพื้นที่ในการขนส่ง และการจัดแสดงผ้ามากกว่าผ้าชนิดอื่น

พาหนะขนส่งสินค้าบริเวณนี้จะมีทั้งการขนส่งโดยรถจักรยานยนต์และรถยนต์ ทั้งนี้เพราะขนาดของ สินค้าที่แตกต่างกัน เช่น ผ้าม้วนเล็กควมหนาไม่มากนักจะใช้รถจักรยานยนต์ แต่ในขณะที่ผ้าพับใหญ่ อย่างผ้าผืน ผ้าใช้งานแสดง จะใช้รถบรรทุกในการขนส่ง ประกอบกับการขนส่งบริเวณนี้มีความได้เปรียบ ของการสัญจรทางเดียว เนื่องจากการพิจารณาบริเวณถนนพาหุรัดที่ถูกใช้การสัญจรทางเดียวจากช่องทาง

การจราจรทั้งหมด 4 ช่องทาง จะถูกใช้เพื่อการจราจรเพียง 2 ช่องทางการจราจรเท่านั้น ดังนั้น ช่องทางการจราจรที่เหลือจึงถูกนำมาใช้อำนวยความสะดวกสบายในการขนส่งสินค้าและบริเวณถนนพาหุรัดอยู่ใกล้กับจุดขนส่งสาธารณะ ที่จอดรถ (แผนที่ 5-11) จึงทำให้การรอรถประจำทาง ตลอดจนการขนส่งสินค้าขึ้นลงภายในย่าน สามารถขึ้นรอรถได้โดยไม่ต้องเดิน/ขนย้ายสินค้าไปไกลและรับสินค้าจากจุดรถบริการสาธารณะและรถยนต์ส่วนตัวที่จอดบริเวณที่จอดรถอยู่ไม่ไกลจากตัวย่าน

ดังนั้น การสัญจรแบบทางเดียวและจุดบริการที่จอดรถของย่านจึงดึงดูดและเข้ามามีบทบาทในการเข้าออกของสินค้าและผู้ให้บริการภายในย่าน ซึ่งผลสืบเนื่องของการสัญจรดังกล่าว จึงมีผลต่อการไหลของสินค้าและผู้ให้บริการได้อย่างคล่องตัว ความได้เปรียบนี้จึงสร้างพึงพอใจของผู้ซื้อผู้ขายที่ได้รับผลประโยชน์จากการสัญจรทางเดียว ทำให้ลูกค้าสามารถเข้ามาซื้อสินค้าและขนส่งสินค้าได้อย่างสะดวก สอดคล้องกับผลการศึกษาของผู้ซื้อ (ร้อยละ 62.5) และ ผู้ประกอบการ (ร้อยละ 20.8) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-3) ระบุว่าระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการมีความเพียงพอตอบสนองความต้องการแก่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการภายในย่านจึงมีส่วนช่วยสนับสนุนการค้าอยู่ของย่าน

-บริเวณถนนจักรเพชร การเกาะตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจริมถนนสายหลัก กิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณนี้มีการกระจุกตัวของร้านจำหน่ายผ้าประเภทต่างๆ โดยเฉพาะ ผ้าสำหรับ ผ้าสำหรับของพาหุรัดมีความเป็นเอกลักษณ์ของรูปแบบ ลวดลาย และที่นี่ยังคือศูนย์รวมของผ้าสำหรับ แหล่งใหญ่เพียงแห่งเดียวที่นำเข้าผ้าสำหรับจากอินเดีย ร้านจำหน่ายผ้าสำหรับ อยู่ใกล้กับศาสนสถาน (วัดชิขิข์) เพราะตอบสนองความต้องการลูกค้าชาวชิขิข์ ต้องใช้ผ้าสำหรับ เพื่อตัดเย็บเครื่องแต่งกายประจำชาติ และชาวชิขิข์/ผู้ประกอบการชาวชิขิข์ในย่านลำเพ็งที่เข้ามาปฏิบัติศาสนกิจในวัดชิขิข์

-บริเวณถนนจักรเพชร คือจุดเชื่อมต่อทั้งสองย่าน มีความได้เปรียบของที่ตั้งห้อมล้อมสามารถเดินเท้าจากที่จอดรถบริเวณศาลเจ้าแม่ทับทิม (แผนที่ 5-11) ได้โดยง่ายเชื่อมต่อใช้สะพานลอยไปยังย่านการค้าสะพานหัน และลำเพ็งได้อย่างสะดวก การขนส่งสินค้าจากย่านลำเพ็งข้ามมาย่านการค้าพาหุรัดโดยใช้รถเข็น เพราะขนาดของผ้าที่ไม่มีความหนา น้ำหนักไม่มากนัก ก็ทำได้รวดเร็ว ประหยัดเวลา เนื่องจากมีทางเท้าและถนนเชื่อมต่อเป็นแนวยาวทั้งสามย่าน

-บริเวณถนนตรีเพชร กิจกรรมทางเศรษฐกิจบริเวณนี้ส่วนใหญ่คือสินค้าประเภทอื่นได้แก่ อุปกรณ์การเรียน สินค้าสำนักงาน ร้านค้าบริเวณนี้มีความได้เปรียบเพราะตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษาและสถานที่ราชการ คือโรงเรียนสวนกุหลาบ วิทยาลัยเพาะช่าง กรมที่ดิน การไฟฟ้าวัดเลียบ ฯลฯ ดังนั้น กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่คือนักเรียน นักศึกษา จากที่ตั้งซึ่งอยู่ใกล้สามารถเดินเท้าข้ามถนนมาซื้อสินค้าได้ง่ายขนาดของสินค้าที่จำหน่ายมีขนาดเล็ก พาหนะขนส่งสินค้าส่วนใหญ่คือ รถบรรทุก 4 ล้อ (รถกระบะ) จากความสะดวกของสถานที่จอดรถของวัดเลียบ ก็ขนย้ายสินค้าได้อย่างสะดวกเพราะสามารถเดินเท้า ใช้รถเข็นสินค้าตามทางเท้าเข้ามายังร้านค้าบริเวณถนนตรีเพชร

2. ปัจจัยลักษณะของย่าน

2.1) ลักษณะและการสัญจรของทางเท้า-ชอยในพื้นที่

-**บริเวณถนนพหลุทธ์** ทางเท้าขนานคู่กับถนนความกว้างประมาณ 3.00 เมตร (แผนที่ 5-16) และชอยเชื่อมระหว่างพื้นที่แต่ละโซน ชอยที่เชื่อมระหว่างพื้นที่ในบริเวณนี้จะมีมากที่สุดคือ 3 ชอย (แผนที่ 5-10) โดยจะอยู่ติดกับร้านค้าบริเวณริมถนนพหลุทธ์โดยจะเชื่อมร้านค้าระหว่างริมถนนพหลุทธ์มายังร้านค้าในตลาดพหลุทธ์ และเชื่อมต่อไปยังร้านค้าบริเวณตรีเพชร ทางเท้าและชอยบริเวณนี้จะช่วยในการไหลของสินค้าจากจุดขนส่งสินค้าบริเวณถนนพหลุทธ์และการไหลของลูกค้าจากบริเวณที่จอดรถ และจุดขนส่งสาธารณะ ซึ่งทางเดินเท้าของผู้ซื้อสินค้าจากกฎของ Rule of Thumb (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า 11) กล่าวว่า ยิ่งมีการสัญจรมากเท่าใดก็ยิ่งจะมีธุรกิจการค้ามากขึ้น จะช่วยให้การเดินเลือกซื้อสินค้าทำได้สะดวกขึ้นและประหยัดเวลา

-**บริเวณตลาดพหลุทธ์** ทางเท้าขนานคู่กับถนนความกว้างประมาณ 4.00 เมตร (แผนที่ 5-16) ทางเท้าบริเวณนี้กว้างกว่าพื้นที่อื่นๆ และแออัดน้อยกว่าบริเวณถนนพหลุทธ์ เพราะการวางสินค้านอกร้านที่รูก้าออกมาบริเวณทางเท้าน้อยกว่า นอกจากนี้การสัญจรของลูกค้าส่วนใหญ่จะหนาแน่นในช่วงเช้าและกลางวัน เพราะกลุ่มลูกค้านักเรียน นักศึกษาที่นิยมมาซื้อสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม และอุปกรณ์การเรียน และชอยเชื่อมระหว่างพื้นที่แต่ละโซน บริเวณถนนตรีเพชรมีชอยที่เชื่อม 2 จุด (แผนที่ 5-10) คือจุดที่ 1 ชอยจินตตามณีเป็นชอยขนาดใหญ่ที่เชื่อมระหว่างตึกแถวถนนตรีเพชรไปยังด้านหลังของตึกแถวถนนพหลุทธ์ และเชื่อมไปยังด้านหลังห้างอินเดียมโพเรียม จุดที่ 2 ชอยบริเวณจุดขนส่งสาธารณะถนนตรีเพชร ชอยบริเวณนี้จะเชื่อมมายังตลาดพหลุทธ์และตึกแถวด้านหลังตลาดพหลุทธ์

-**บริเวณถนนจักรเพชร** ทางเท้าขนานคู่กับถนนจักรเพชรความกว้างประมาณ 3.00 เมตร (แผนที่ 5-16) ทางเท้าบริเวณนี้คือทางเท้าที่นำสินค้าและลูกค้าจากที่จอดรถและจุดขนส่งสาธารณะ (ป้ายรถเมล์) บริเวณศาลเจ้าแม่ทับทิมเข้ามาสู่ตัวย่าน บริเวณนี้มีชอยทั้งหมด 3 จุด (แผนที่ 5-10) เชื่อมโยงการเข้าถึงพื้นที่ การขนส่งสินค้าจากจุดขนส่งสาธารณะที่อยู่บริเวณโดยรอบ (แผนที่ 5-11) สามารถเชื่อมจากพื้นที่โซนหนึ่งไปยังอีกโซนหนึ่ง

-**บริเวณถนนตรีเพชร** ขนานคู่กับถนนตรีเพชรความกว้างประมาณ 3.00 เมตร (แผนที่ 5-16) ลักษณะทางกายภาพที่ทางเท้าสามารถเดินทะลุถึงกันได้ง่าย ใกล้จุดบริการสาธารณะ ทางเท้าบริเวณนี้นำสินค้าและลูกค้าจากที่จอดรถและจุดขนส่งสาธารณะ (ป้ายรถเมล์) บริเวณวัดเลียบเข้ามาสู่ตัวย่าน บริเวณนี้มีชอยทั้งหมด 2 จุด (แผนที่ 5-10) ที่คอยเชื่อมโยงการเข้าถึงพื้นที่ การขนส่งสินค้าจากจุดขนส่งสาธารณะที่อยู่บริเวณโดยรอบ (แผนที่ 5-11)

เมื่อพิจารณาจากทางเท้าและชอยภายในย่านที่สามารถเดินเท้าเปรียบเทียบสินค้าได้อย่างสะดวกและใช้เวลาไม่มากในการเดินเลือกซื้อสินค้า และที่ตั้งของร้านค้าตั้งอยู่ติดกับถนนสายหลักจึงช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงและขนส่งสินค้าโดยใช้รถเข็นขนาดเล็กเพื่อขนส่งสินค้าเข้าออกได้อย่างรวดเร็ว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลัก(ผ้า)ที่เกิดขึ้นจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อุปกรณ์ตัดเย็บ เครื่องประดับตกแต่งชุด และสอดคล้องกับแนวคิดของ Rapport (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า 11) ที่กล่าวว่าทุกกิจกรรมมีความเกี่ยวเนื่องกับ องค์ประกอบ 4 ประการคือ ตัวกิจกรรม กิจกรรมถูกนำไปใช้ อย่างไร กิจกรรมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอื่นๆ รวมเป็นระบบของกิจกรรม ซึ่งระบบของกิจกรรมต้องอาศัยพื้นที่ และเวลาและพิจารณาทั้งระบบเข้าด้วยกัน

2.2) ปัจจัยบริการสาธารณะ

-**บริเวณถนนพหลุรัศ** เมื่อพิจารณา (แผนที่ 5-11) สถานที่จอดรถบริเวณดิโอล์ดสยามพลาซ่า จุดรับส่งสาธารณะและจุดขนส่งสินค้าจะอยู่บนถนนพหลุรัศ ตำแหน่งที่ตั้งจุดบริการสาธารณะที่อยู่ใกล้กับ ท่าเลที่ตั้งของร้าน จึงช่วยสนับสนุนความสะดวกและของเข้าถึงตัวย่านตลอดจนการขนส่งสินค้า

-**บริเวณถนนจักรเพชร** เมื่อพิจารณา (แผนที่ 5-11) จะเห็นว่าสถานที่จอดรถ จุดรับส่งสาธารณะ บริเวณศาลเจ้าแม่ทับทิมทำหน้าที่บริการเชื่อมลูกค้าและสินค้าเข้าไปภายในย่าน และจุดบริการสาธารณะ บริเวณนี้ลดความหนาแน่นของการสัญจร และช่วยให้การไหลเข้าออกของสินค้าและลูกค้าคล่องตัวยิ่งขึ้น

-**บริเวณถนนตรีเพชร** (แผนที่ 5-11) สถานที่จอดรถบริเวณวัดราชบูรณะ จุดรับส่งสาธารณะริม ถนนตรีเพชร และจุดขนส่งสินค้าประเภทสินค้าสำเร็จรูปไปยังร้านบริเวณตลาดพหลุรัศก็ใช้พื้นที่บริเวณนี้ เพราะ ผู้คนไม่พลุกพล่าน ไม่แออัด จึงทำให้การขนส่งสินค้าทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และบริการสาธารณะยังให้บริการกลุ่มลูกค้าบริเวณสถานที่ราชการบริเวณโดยรอบ

2.3) ลักษณะของความเชื่อมโยงหาบเร่แผงลอยกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของร้านค้า ประเภทตึกแถวของย่าน

เมื่อพิจารณาจากข้อมูล (แผนที่ 5-13 ถึงแผนที่ 5-15) สามารถจำแนกหาบเร่แผงลอยในย่าน ออกเป็น 3 ประเภท (T.G. Mcgee and Y.M. Yeung (1997:82) ดังนี้

1) Mobile hawker unit มีลักษณะของหาบเร่แผงลอยที่เคลื่อนที่เพื่อการค้าตลอดเวลา ไม่หยุดอยู่กับที่ ต้องอาศัยพาหนะ เช่น รถเข็น จักรยานยนต์ ฯลฯ

2) Semistatic hawker unit มีลักษณะของหาบเร่แผงลอยที่เคลื่อนที่บางเวลา จะหยุดจำหน่าย สินค้าชั่วคราวเป็นเวลาสั้นๆ เช่น รถขายผลไม้ เครื่องดื่ม ฯลฯ

3) Static hawker unit มีลักษณะของหาบเร่แผงลอยถาวรขายอยู่กับที่ไม่ย้ายไปไหน เช่น แผงลอย เสื้อผ้า ของใช้ เครื่องประดับ อุปกรณ์ตกแต่งชุด อุปกรณ์ตัดเย็บ ฯลฯ

หาบเร่แผงลอยในย่านส่วนใหญ่จะเปิดและปิดพร้อมกับร้านค้า แต่หาบเร่แผงลอยแบบ Mobile hawker unit และหาบเร่แผงลอย Semistatic hawker unit ส่วนใหญ่จะมีไม่มากแต่จะเริ่มเข้ามาในช่วงเย็น และช่วงกลางวัน เพราะลูกค้าต้องใช้บริการขนส่งสินค้าและซื้ออาหารและเครื่องดื่ม

หากวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมหาบเร่แผงลอยกับกิจกรรมของร้านค้าประเภทตึกแถว ควบคู่กับภาพที่ 5-2 แสดงห่วงโซ่อุปทาน (รายละเอียดบทที่ 5 หน้า 66) ในแต่ละบริเวณของย่านดังนี้

-บริเวณถนนพหลุรธา เมื่อพิจารณา (แผนที่ 5-13) จะเห็นว่าลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจของการค้าผ้า และการกระจายกิจกรรมอื่นๆไว้คอยตอบสนองผู้ใช้บริการไว้อย่างครบครัน และความสัมพันธ์ระหว่างกับกิจกรรมหลัก(ผ้า)กับหาบเร่แผงลอย ลักษณะของหาบเร่แผงลอยบริเวณถนนพหลุรธาจะไม่เป็นแผงเดียวกับร้านค้า เป็นลักษณะของการเช่าหน้าร้านเพื่อตั้งแผง สินค้าที่จำหน่ายจะเป็นสินค้าต่างประเภทกับสินค้าในร้าน ซึ่งจะช่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านมีความต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเด็ก กระเป๋า อุปกรณ์ตกแต่ง เครื่องประดับ เป็นต้น

ความสัมพันธ์ของหาบเร่แผงลอยกับร้านค้าประเภทตึกแถวมีลักษณะส่งเสริมซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ร้านจำหน่ายผ้าตัดชุดคอสเพลย์จะอยู่บริเวณถนนพหลุรธาและแผงลอยด้านหลังของถนนพหลุรธาจำหน่ายเครื่องประดับ วิกผม ซึ่งผู้ซื้อสามารถเดินเท้าเชื่อมต่อมาได้อย่างสะดวก และสินค้าประเภทนี้ก็มี ความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้า คือ กลุ่มวัยรุ่นนักเรียน โรงเรียนสวนกุหลาบ ซึ่งสามารถเดินเท้าเข้ามาที่ย่านได้อย่างสะดวกเพราะทางเท้าที่อยู่โดยรอบและซอยที่เชื่อมต่อนพื้นที่บริเวณอื่นๆของย่านอยู่ไม่ไกล

- บริเวณถนนตรีเพช (แผนที่ 5-14) กิจกรรมของร้านค้าประเภทตึกแถวส่วนใหญ่คือสินค้ากลุ่มอื่นๆ และอาหารเครื่องดื่ม ลักษณะของหาบเร่แผงลอยเป็นการเช่าหน้าร้านเพื่อตั้งแผง สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะแตกต่างกับสินค้าในร้าน เช่น เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป กระเป๋า เครื่องสำอางค์ ฯลฯ ความสัมพันธ์มีลักษณะส่งเสริมกันเพราะกิจกรรมบริเวณนี้ตอบสนองของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในย่าน และผ่านบริเวณนี้แล้วเดินทางออกจากตัวย่าน

-บริเวณตลาดพหลุรธา บริเวณใกล้วัดชิริกซ์ (แผนที่ 5-15) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในเชิงประกอบกัน (กิจกรรมรองรับชุมชน) กิจกรรมเหล่านี้จะเกาะตัวอยู่บริเวณตลาดพหลุรธาหลังสุดของอาคารใกล้วัดชิริกซ์ และชุมชนชิริกซ์ ได้แก่ ร้านขายอาหาร เครื่องเทศ ขายของชำ เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ไม่ต้องการการเข้าถึงสูง เพราะกิจกรรมเหล่านี้มีความจำเป็นอยู่แล้วที่ผู้คนที่ต้องใช้บริการ และลักษณะหาบเร่แผงลอยที่เป็นแผงเดียวกับร้านค้า คือเจ้าของคนเดียวกับร้านค้า หาบเร่แผงลอยประเภทนี้จะพบมากบริเวณตลาดพหลุรธา ซึ่งส่วนใหญ่เจ้าของร้านมักนำสินค้าออกมาตั้งแผงลอยและสินค้าที่นำออกมา ก็จะเป็นประเภทเดียวกันกับที่ขายในร้าน

เมื่อพิจารณาจะเห็นว่ากิจกรรมของหาบเร่แผงลอยมีความสำคัญในแง่ของความสัมพันธ์กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่าน สินค้าภายในย่านมีความหลากหลายและสร้างสีสัน บรรยากาศความมีชีวิตชีวาของการค้าขาย และช่วยดึงดูดลูกค้า แต่ในขณะที่เดียวกันหาบเร่แผงลอยที่คับคั่งจำนวนมากจนเกินไปก็สร้างปัญหาต่างๆให้แก่ย่านเช่นกัน ดังนั้น จึงควรมีการควบคุมและดูแลอย่างเหมาะสม

จากความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่มีต่อการใช้ประโยชน์ที่ดิน ย่านการค้าพหลุรธามีการใช้ประโยชน์ที่ดินในทางการค้าเป็นหลัก เพราะ ระบบการคมนาคม การเข้าถึง และคุณลักษณะเฉพาะของย่าน จึงมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจจะเกิดมูลค่า ความคุ้มค่าของพื้นที่มากที่สุด ประกอบกับจำนวนกิจกรรมที่มีการกระจุกตัวจำนวนมากจนก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนของแรงงาน ค่าขนส่ง ส่งผลให้ราคา

สินค้าถูกและมีความหลากหลาย ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อ เปรียบเทียบราคาลักษณะและคุณภาพสินค้าได้ตามต้องการ

2.5) การปรับตัวทางกายภาพ

- การใช้ประโยชน์ทั้งสองด้านของอาคารพาณิชย์

-**บริเวณถนนพหลโยธินและบริเวณตลาดพหลโยธิน** (แผนที่ 5-9) จะเห็นว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจของพื้นที่ทั้งสองเกือบทั้งหมดเปิดใช้พื้นที่ทั้งสองด้านหลังของอาคารพาณิชย์ และมีร้านขนาดใหญ่จำนวน 2 คูหา เพื่อจำหน่ายสินค้า และแสดงสินค้าให้ลูกค้าสามารถมองเห็นสินค้าจากทั้งสองด้าน การใช้พื้นที่ทั้งสองด้านเพื่อรองรับและเปิดช่องทางใน/จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าจำนวนมากได้มองเห็น และเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่เพียงด้านเดียว ตลอดจนการแบ่งพื้นที่ให้จำหน่ายสินค้าที่เหมือนและแตกต่างออกไปจากด้านหน้าของตึกแถว ดังนั้น การใช้พื้นที่ในลักษณะนี้นอกจากจะใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าแล้วยังเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและสร้างประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

3) ปัจจัยด้านกรรมสิทธิ์ที่ดิน

-**บริเวณถนนพหลโยธิน** (แผนที่ 4-2) ที่ดินบริเวณนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชนและที่ดินของสำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

-**บริเวณถนนจักรเพชร** (แผนที่ 4-2) ที่ดินบริเวณนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชน

-**บริเวณตลาดพหลโยธินและบริเวณถนนตรีเพชร** (แผนที่ 4-2) ที่ดินบริเวณนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของวัดราชบูรณะวรวิหาร (วัดเลียบ)

ปัจจัยด้านกรรมสิทธิ์ที่ดินมีผลต่อการดำรงอยู่ของย่านเพราะที่ดินส่วนใหญ่เป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชนผู้ประกอบการเป็นเจ้าของเองไม่มีต้นทุนของค่าเช่า และมีความสะดวกและง่ายต่อการพัฒนาพื้นที่ในเชิงพาณิชย์ เมื่อเปรียบเทียบค่าเช่ากับห้างอินเดียมโพเรียมจะเห็นว่า มีต้นทุนสูงกว่าเพราะค่าเช่าสูง (รายละเอียดหัวข้อ 6.4) ดังนั้น ร้านค้าประเภทตึกแถวจึงได้เปรียบเรื่องต้นทุนที่ต่ำและสินค้าน่าดึงดูด

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

4.1) การปรับตัวทางเศรษฐกิจ

ในอดีตตลาดค้าผ้าของจำหน่ายเพียงผ้าพื้น ต่อมากระแสการแต่งกายเริ่มเปลี่ยนจากการตัดเย็บเสื้อผ้ามาเป็นการสวมใส่เสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงทำให้ผู้ประกอบการก็ปรับตัวทางเศรษฐกิจจนกลายเป็นย่านที่จำหน่ายผ้าที่มีความพิเศษและรายละเอียดของการปรับตัวแต่ละด้านดังนี้

1) ลักษณะของสินค้า

ภายในย่านมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ลักษณะของสินค้ามีผลต่อการเลือกที่ตั้งของร้านในแต่ละบริเวณดังนี้

-**บริเวณถนนพหลุรัศ** (แผนที่ 5-16) เมื่อจำแนกประเภทสินค้าตามห่วงโซ่อุปทาน (บทที่ 5 หน้า 66) พบว่าสินค้าที่จำหน่ายบริเวณนี้คือ ผ้า อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุด และสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้า สินค้าเหล่านี้ต้องการลักษณะทางกายภาพเพื่อตอบสนองในการขาย กล่าวคือ

-**ผ้าผืน** ขนาดพับ/ม้วน ใหญ่มีความหนามาก จึงจำเป็นต้องตั้งร้านติดกับถนนสายหลัก และแยกร้านออกมาจากกลุ่มผ้าชนิดอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้า

-**ผ้าลูกไม้** มีลักษณะพับเล็ก ไม่หนา ต้องการพื้นที่วางสินค้าไม่มาก แต่กำไรต่อหน่วยสูงและมูลค่าของสินค้าสูงเพราะนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น ที่ตั้งร้านจึงตั้งอยู่ริมถนนสายหลักต้องการที่ตั้งที่โดดเด่นสะดุดตาลูกค้า ที่ตั้งของร้านจะอยู่ใกล้กับร้านจำหน่ายของชำร่วยเพราะสินค้ามีความเกี่ยวข้องกันคือสินค้าที่ใช้ในงานพิธีมงคล งานแต่งงาน เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงในเชิงส่งเสริม (Complementary Linkage) (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า12) ร้านค้าทั้งสองที่ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันจะอยู่ใกล้กัน

-**ผ้าใช้ในงานแสดง** ผ้าใช้ในงานแสดงจะตั้งอยู่ใกล้ถนนสายหลักต้องการการเข้าถึง การขนย้ายที่สะดวก และตั้งอยู่ใกล้กับ อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุด เพราะผ้าชนิดนี้ต้องพึ่งพาอุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุด การตั้งร้านของผ้าใช้ในงานแสดงจึงสามารถเดินเท้าถึงกันได้สะดวกไม่ไกล นอกจากนี้ร้านอุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุด ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ด้านหลังถนนพหลุรัศ การเลือกที่ตั้งด้านหลังเพราะค่าเช่าถูก กำไรต่อหน่วยน้อยจึงไม่จำเป็นจะอยู่ริมถนนสายหลัก สินค้าขนาดเล็ก การขนส่งสินค้าเดินเท้า/ใช้รถเข็นขนาดเล็กในการสัญจรตามทางเท้า/ชอยในย่านได้อย่างสะดวก

ดังนั้น เมื่อพิจารณาลักษณะทางกายภาพคู่กับลักษณะทางเศรษฐกิจ จะเห็นว่าที่ตั้งร้านค้าบริเวณถนน พหลุรัศมีความเชื่อมโยงในการผลิตไปข้างหลัง (Backward Production Linkages) เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า12) โดยที่ตั้งของร้านที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิตเครื่องแต่งกายได้แก่ จำหน่ายวัตถุดิบ (ผ้า) อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งจะเรียงตัวเชื่อมต่อกันได้ทั้งทางกายภาพและทางเศรษฐกิจ สะท้อนให้ว่าย่านจำหน่ายสินค้าครบถ้วนทั้งสายผลิตเครื่องแต่งกาย

-**บริเวณถนนจักรเพชร** (แผนที่ 5-16)

-**ผ้าสำหรับ** ผ้าใช้ในงานแสดงจะตั้งอยู่ถนนจักรเพชร ใกล้ศาสนสถาน เพราะเป็นสินค้าของกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (ชาวชิกร์) ที่ตั้งร้านบริเวณนี้มีความได้เปรียบเพราะตั้งอยู่หัวมุมและสามารถเชื่อมโยงกลุ่มลูกค้าชาวชิกร์จากย่านสะพานหัน สำเพ็ง

-บริเวณตลาดพาหุรัด (แผนที่ 5-16)

- เสื้อผ้าสินค้าสำเร็จรูป/ บริเวณนี้จำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป สินค้าประเภทนี้มูลค่าและกำไรต่อหน่วยไม่สูง บรรจุภัณฑ์ไม่เน้นความสวยงาม ดังนั้น ท่าเลที่ตั้งร้านจึงไม่อยู่ติดกับถนนสายหลักเพราะไม่ต้องการการเข้าถึง ประกอบกับขนาดสินค้าเล็กการขนส่งสินค้าทำได้ง่ายเพราะมีทางเท้าและซอยที่เชื่อมโยงกับจุดขนส่งสาธารณะ ที่จอดรถบริเวณโดยรอบ

2) การจัดแสดงสินค้า

-บริเวณถนนพาหุรัด

- ผ้าผืน ขนาดพับของผ้าผืนขนาดใหญ่และมีแบบเข้ามาใหม่ทุกเดือนจึงเน้นการจัดเรียงที่ซ้อนกันเป็นพับกันจำนวนมากเพราะพื้นที่ในร้านจำกัด จึงต้องจัดแสดงสินค้าให้ลูกค้ามองเห็นสินค้าได้ง่าย เพื่อให้สินค้าจำหน่ายได้ง่ายเนื่องจากเพราะมูลค่าและกำไรต่อหน่วยสูง

ในส่วนของผ้าผืนสำเร็จรูปจะจัดแสดงด้านหลังของอาคาร เพราะสินค้าขนาดเล็กจัดแสดงง่ายจะใช้การแขวนโชว์ด้วยห่วง การจัดแสดงวิธีนี้ใช้บริเวณด้านหลังของตึกแถว และการแขวน บรรจุสินค้าในถุงใสเน้นวางจัดแสดงบนชั้นการวางลมออกทางเท้าด้านหลังอาคาร สาเหตุที่ผู้ประกอบการจัดแสดงผ้าผืนสำเร็จรูปไว้ด้านหลังเพราะมูลค่าและกำไรต่อหน่วยไม่มากจึงไม่เน้นเน้นการจัดวางที่สะดุดตา

- ผ้าลูกไม้ ย่านคือศูนย์รวมของผ้าลูกไม้จากต่างประเทศ จะใช้การจัดแสดงที่แตกต่างจากผ้าประเภทอื่นๆ กล่าวคือ จะเน้นการแสดงผลวดลายและความสวยของเนื้อผ้า จึงนิยมใช้หุ่น ห่วงเข้ามาจัดแสดงและขนาดพับของผ้าไม่หนามากจึงถูกจัดวางในชั้นติดผนังที่ออกแบบมาโดยเฉพาะประตูของชั้นเป็นกระจกใสเพื่อให้มองเห็นผ้าด้านใน ทั้งนี้เพราะ ผ้าลูกไม้ต้องการการดูแลเป็นพิเศษเพราะเนื้อผ้าเสี่ยงต่อการเสียหายได้ง่ายและมูลค่าสินค้าสูงจึงทำให้การจัดแสดงสินค้าที่แตกต่าง

- ผ้าใช้ในงานแสดง การจัดแสดงสินค้าจะเน้นปริมาณ วางสินค้าในชั้น คลี่ผ้าออกมา แล้วจัดวางสินค้าด้านนอกบริเวณทางเท้าเพราะต้องการให้ลูกค้าเลือกและสัมผัสสินค้าได้โดยตรงเพื่อเพิ่มโอกาสการขายสินค้า

- อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่ง อุปกรณ์ตัดเย็บสินค้ามีขนาดเล็กและจำนวนสินค้ามีมากจึงถูกบรรจุในกล่องแล้วแยกตามชนิดสินค้า เช่น กล่องกระดุม ซิป ฯลฯ แล้วจัดเรียงบนชั้นภายในร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อและหยิบสินค้ามาจำหน่ายให้แก่ลูกค้า การจัดแสดงอุปกรณ์ตกแต่งชุดจะใช้หุ่นมาจัดแสดงอุปกรณ์ตกแต่ง เช่น มงกุฎ กำไล วิงผม เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นการจัดแสดงสินค้าอย่างครบวงจร

- ของขวัญ สินค้าขนาดเล็กบรรจุภัณฑ์จึงเน้นความสวยงาม ด้วยขนาดสินค้าที่เล็กจึงจำเป็นต้องใช้พื้นที่หน้าร้านในการจัดเรียงเพื่อให้มองเห็นสินค้าอย่างชัดเจน และการจัดเรียงตัวของร้านจะอยู่ใกล้กับร้านจำหน่ายผ้าลูกไม้และสินค้าใช้ในงานพิธีมงคลเพื่อความต่อเนื่องของกิจกรรม

-บริเวณถนนจักรเพชร

- *ผ้าสำหรับ* การจัดแสดงและใช้พื้นที่ภายในร้านจะแตกต่างไปจากผ้าชนิดอื่นเพราะขนาดของผ้ามีลักษณะทั้งแบบเป็นพับไม่หนา มีเพียงบางส่วนที่เป็นม้วน ผ้าพับจะซ้อนทับกันเรียงตัวอยู่ในชั้น และการจัดแสดงสินค้าไม่มีการลุกล้าออกมาบริเวณทางเท้า ไม่เน้นการจัดแสดงที่เข้าถึงสินค้าได้ง่าย เพราะผ้าสำหรับเป็นสินค้าของลูกค้าเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเข้ามาเลือกซื้อสินค้าโดยตรง

-บริเวณตลาดพาหุรัด

- *เสื้อผ้าสำเร็จรูป* การจัดแสดงสินค้าบริเวณนี้ไม่เน้นความสวยงามแต่การจัดแสดงสินค้าส่วนใหญ่จะลุกล้าออกมาบริเวณทางเท้า เนื่องจากบริเวณนี้ทางเท้ากว้างกว่าพื้นที่อื่นๆ ประกอบกับการใช้พื้นที่สองด้านของอาคารที่ติดกับตลาดพาหุรัดจึงทำให้การจัดแสดงสินค้ามีการใช้พื้นที่ลุกล้าทางเท้าค่อนข้างมากให้เพราะผู้ประกอบการต้องการลูกค้าเข้าถึง เลือกสินค้าได้ง่ายรองรับลูกค้าได้ทั้งสองด้านของอาคาร

นอกจากการจัดแสดงสินค้าผู้ประกอบการยังปรับปรุงร้านให้ทันสมัย น่าสนใจ(ร้อยละ68.3) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-2) การปรับตัวในเรื่องนี้จำเป็นต่อการอยู่รอดเพราะการซื้อผ้าของลูกค้าจำเป็นต้องสัมผัสสินค้าโดยตรงก่อนจะตัดสินใจซื้อ ถ้าหากผู้ประกอบการสามารถจัดเรียงสินค้าโดยผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย สัมผัสสินค้าได้โดยตรง ผู้ประกอบการก็จะจำหน่ายสินค้าได้รวดเร็วขึ้นและสร้างโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้นตามไปด้วย

4.3) รูปแบบการจำหน่าย

-*บริเวณถนนพาหุรัดและบริเวณถนนจักรเพชร* รูปแบบการของการจำหน่ายบริเวณนี้คือการขายหน้าร้านเป็นหลัก การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ และจำหน่ายผ่านเว็บไซต์

รูปแบบการจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการสำรอง/เก็บสินค้า ผลต่อการเก็บสินค้าไว้ชั้นบนของร้านสินค้าเพื่อจำหน่ายหน้าร้านเพราะบริเวณนี้มีรูปแบบปลีกและส่งเสริมการจำหน่ายหน้าร้านและขายส่งปริมาณไม่มาก ในกรณีคำสั่งซื้อปริมาณสินค้ามาก ผู้ประกอบการจะเก็บสินค้าไว้ที่โรงงาน

-*บริเวณตลาดพาหุรัดและบริเวณถนนตรีเพชร* รูปแบบการของการจำหน่ายบริเวณนี้คือการขายหน้าร้านเป็นหลักเพราะเป็นการจำหน่ายปลีก รูปแบบการจำหน่ายปลีกมีผลต่อการเก็บสินค้าเพราะไม่ต้องเก็บสินค้าจำนวนมาก จึงใช้ชั้นบนของอาคารพาณิชย์ในการเก็บสินค้าควบคู่กับการพักอาศัย

4.4) การเพิ่มหลากหลายของสินค้า

-*บริเวณถนนพาหุรัด* เมื่อย้อนกลับไปในอดีตจะเห็นว่าบริเวณนี้มีเพียงการจำหน่ายผ้า แต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้ประกอบการก็เริ่มปรับตัวโดยเพิ่มความหลากหลายของสินค้า คือนำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้าเข้ามาจำหน่าย เช่น อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุด เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป ตลอดจนสินค้าที่เกี่ยวข้องกับงานมงคล ความหลากหลายของสินค้าก็พัฒนามากขึ้นมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าและสร้างรายได้ที่หล่อเลี้ยงให้ย่านดำรงอยู่ได้

4.5) การปรับตัวตามกระแสแฟชั่น

-**บริเวณถนนพหลุฑ** ในอดีตผู้คนส่วนใหญ่นิยมสวมเสื้อผ้าที่สั่งตัดเย็บ แต่ปัจจุบันกระแสแฟชั่นความสะดวกรวดเร็วของเสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงทำให้ผู้คนให้ความสำคัญกับเสื้อผ้าสำเร็จรูป ประกอบกับกระแสแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเอง สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ระบุว่าผู้ประกอบการต้องปรับตัวตามกระแสแฟชั่น (ร้อยละ 10.0) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-2) เช่น กระแสแฟชั่นเกาหลี กระแสชุดการแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น เพื่อให้กิจการของตนสามารถแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการยังปรับบทบาทของตนโดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรับออเดอร์ผลิตผ้าที่มีลายพิเศษ ตามแบบที่ลูกค้าต้องการส่งไปยังตัวแทนผู้ผลิต แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไม่ได้ทำหน้าที่ขายสินค้าเพียงอย่างเดียวเหมือนในอดีตแต่ปรับตัวเองเป็นคนกลางในการรับคำสั่งซื้อด้วยเพื่อความอยู่รอดผู้ประกอบการได้ศึกษาและเรียนรู้ถึงกระแสแฟชั่น ความนิยม เพื่อปรับตัวเองให้ทันตามยุคสมัยเช่นกัน

5. ปัจจัยทางสังคม

บทบาทและการปรับตัวสร้างเครือข่ายทางการค้าและความเข้มแข็งของสังคมพ่อค้าชิคซ์ดังนี้

5.1) การสร้างเครือข่ายทางการค้าของชาวชิคซ์ภายในประเทศ บริเวณถนนพหลุฑ ถนนจักรเพชรมีการกระจุกตัวของของร้านค้าผ้าของชาวชิคซ์จึงเกิดการอาศัยความสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อสร้างเครือข่าย รวบรวมคำสั่งซื้อในแต่ละครั้งเพื่อให้ได้สินค้านำมาถูก ลดต้นทุน กระจายสินค้าสร้างข้อได้เปรียบทางการค้าให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ โดยการสั่งซื้อสินค้าระหว่างพ่อค้าชิคซ์ รวมถึงการย้าย/ขยายสาขาในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จุดมุ่งหมายก็เพื่อผลประโยชน์แลกเปลี่ยนทางธุรกิจคือการให้สินเชื่อทางการค้าและสินเชื่อเงินสด ผ่านการคิดสรรให้เข้าร่วมเครือข่ายจะได้รับสินเชื่อทางการค้า เช่น การลงทุนค้าผ้าเพื่อเป็นทุนในการเริ่มธุรกิจ สินเชื่อทางการค้า โดยผู้ให้สินเชื่อไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มจากราคาสินค้า เพราะได้ประโยชน์จากการระบายสินค้าออกสู่ท้องตลาดผ่านผู้ที่ได้รับสินเชื่อ การไว้เนื้อเชื่อใจให้สินค้ามาขายก่อนแล้วชำระเงินทีหลัง การให้ยืมสินค้า/สำรองสินค้าไว้ในยามขาดแคลน สิ่งเหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นเครือข่ายทางสังคมซ่อนตัวอยู่ในรูปแบบของเครือข่ายทางการค้าของชาวชิคซ์ที่มีต่อกัน (วิเคราะห์และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ)(นรินทร์ ปาลสิงห์ สัจพรเดช, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2552)

5.2) สร้างเครือข่ายทางการค้าของชาวชิคซ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ จากการศึกษาประวัติศาสตร์และพัฒนาของรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จะเห็นว่า ชาวชิคซ์บริเวณถนนพหลุฑ ถนนจักรเพชร คือชาวชิคซ์มีถิ่นกำเนิดในอินเดียค้าผ้ากับต่างชาติมากมาย จึงตั้งสาขาทั้งในอินเดียและประเทศอื่นๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐาน เช่น การตั้งสาขาในต่างประเทศ ความสัมพันธ์กับพ่อค้าผ้าชาวอินเดีย พ่อค้าชาวชิคซ์ที่อยู่ในประเทศอื่น เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ทำให้พ่อค้าผ้าชาวชิคซ์ในไทยสามารถได้รับสินเชื่อทางการค้า การสั่งซื้อสินค้าจากพันธมิตรทางการค้า ผลจากการสร้างเครือข่ายจึงทำให้พ่อค้าชิคซ์มี

ความได้เปรียบในเรื่องของสินค้า การค้า ช่องทางการหาสินค้าเข้ามาจำหน่ายในย่านโดยอาศัยเครือข่ายทางสังคมที่วางเอาไว้

ผลของการปรับตัวทางสังคมทำให้กิจการค้าผ้าของพ่อค้าผ้าชาวซิกข์ในสังคมไทย สามารถสร้างเครือข่ายการค้าผ้าของตนได้อย่างแข็งแกร่ง ถึงแม้ว่าจำนวนพ่อค้าชาวซิกข์จะน้อยกว่ากลุ่มพ่อค้าชาวจีนที่ค้าผ้าในสังคมไทยก็ตาม แต่เครือข่ายทางสังคมของชาวซิกข์สามารถรักษาส่วนแบ่งทางการค้าผ้าเอาไว้ได้

6. ปัจจัยอื่น ๆ ที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของย่านการค้าพาหุรัด

6.1) ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์และการเป็นที่รู้จัก ที่ตั้งอยู่ในแขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 หลังจากการสร้างถนนพาหุรัด จึงมีการปลูกสร้างบ้านเรือน อพยพเข้ามาทำการค้า และตั้งถิ่นฐานพักอาศัยของชาวซิกข์ จนกระทั่งย่านการค้า พาหุรัด กลายเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมที่เป็นแหล่งศูนย์รวมของผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บมาจนถึงปัจจุบัน จากชื่อเสียงการค้าผ้าของชาวไทยซิกข์ จนเป็นที่รู้จักของผู้คนส่วนใหญ่ว่า ถ้าต้องการผ้าก็มักจะนึกถึงย่านการค้าพาหุรัดเสมอ เพราะย่านเป็นที่รู้จักและคุ้นเคยของลูกค้ามานานจนลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า

6.2) ปัจจัยการคมนาคม ในปัจจุบันโครงการรถไฟฟ้าใต้ดินสายสีน้ำเงินหรือสายเฉลิมรัชมงคล ซึ่งเป็นสายที่มีสถานีจากหัวลำโพง-บางซื่อ รวมทั้งสิ้น 18 สถานี มีระยะทางยาว 20 กิโลเมตร เป็นสายที่ตัดผ่านบริเวณใกล้เคียงลำเพ็ญซึ่งสามารถเดินจากบริเวณดังกล่าวมายังย่านการค้าพาหุรัดได้สะดวกยิ่งขึ้น จึงช่วยสนับสนุนบทบาททางด้านพาณิชย์กรรมของย่านการค้าพาหุรัด (ภาคผนวก ค ภาพ ค-1)

จากการศึกษา สภาพทั่วไป วิวัฒนาการ และกิจทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดเมื่อนำมาสรุปเปรียบเทียบ โดยอาศัยแนวคิดของ Garnham, Harry (1958:1-8) (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า13) ซึ่งได้กล่าวถึงแนวคิดของคุณลักษณะเฉพาะของย่าน (identity) ของพื้นที่เมืองประกอบไปด้วย 1) ลักษณะทางกายภาพ 2) กิจกรรมและหน้าที่ของพื้นที่ 3) การสื่อความหมายหรือสัญลักษณ์ สามารถจำแนกคุณลักษณะเฉพาะร่วมกันที่เด่นชัดของย่านการค้าพาหุรัดในอดีตมาจนถึงปัจจุบันซึ่งคงลักษณะต่อเนื่องกันมา นอกจากนี้ยังพบว่ามีความลักษณะเฉพาะที่ควรนำมาพิจารณาประกอบกันคือ ด้านสังคมวัฒนธรรม จากแนวคิดและการศึกษาจึงนำมาสรุปเป็นคุณลักษณะเฉพาะของย่านการค้าพาหุรัดคือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6-1 แสดงคุณลักษณะเฉพาะของย่าน

ลักษณะทางกายภาพ	คุณลักษณะเฉพาะ		
	กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	สังคม	การเป็นสัญลักษณ์
ความได้เปรียบของสภาพที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและตัวย่านเป็นตัวกลางที่เชื่อมต่อย่านการค้า ย่านฝั่งธนบุรี	กิจกรรมทางเศรษฐกิจจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างและสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์	ชุมชนชาวจีน	ย่านการค้าผ้าของชาวจีนลิตเติ้ลอินเดียนของประเทศไทย
ความได้เปรียบของลักษณะทางกายภาพของย่านที่มี ความได้เปรียบของการเชื่อมต่อของซอยที่ทะลุ เชื่อมต่อซึ่งกันและกัน	รูปแบบของการค้าดั้งเดิมแบบตลาด การขายหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าสามารถสัมผัสสินค้าและเลือกซื้อได้อย่างสะดวก		ย่านการค้าผ้าที่มีความพิเศษและเป็นย่านที่จำหน่ายสินค้าเกี่ยวข้องกับงานมงคลต่างๆ
ความสะดวกของในเรื่องของใกล้กับที่จอดรถ สามารถเดินเท้าได้อย่างสะดวกรวดเร็วและการสัญจรทางเดียวที่สามารถรองรับประจำทาง รถรับจ้าง ฯลฯขนส่งสินค้า	กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องของการตัดเย็บและตกแต่ง เพิ่มความสมบูรณ์ของการตัดเย็บอย่างครบวงจร		

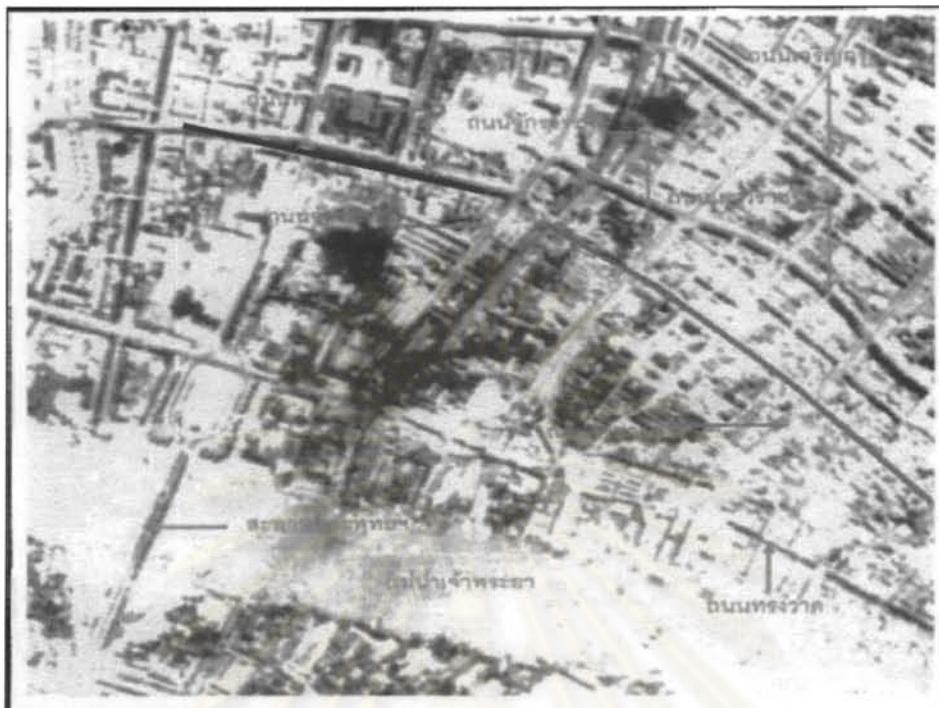
ที่มา: การวิเคราะห์

6.3 ความเชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจย่านพาหุรัดกับย่านพาณิชย์กรรมอื่น ๆ

1) การเกิดขึ้นของการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจ

ในช่วงต้นสมัยรัตนโกสินทร์ภายหลังการศึกสงครามพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชรัชกาลที่ 1 ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์และสร้างพระบรมมหาราชวังบริเวณท่าเตียนและบริเวณใกล้เคียงซึ่งเป็นบริเวณที่ชาวจีน ย้ายออกไปอยู่นอกกำแพงพระนครด้านตะวันตกเฉียงใต้ ตามพระราชพงศาวดารพระราชวังใหม่ให้ตั้งในที่ พระราชาเศรษฐี และพวกคนจีนอาศัยตั้งบ้านเรือนอยู่ก่อนโปรดให้พระยาราชเศรษฐีและพวกจีนไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่สวน ตั้งแต่คลองวัดสามปลื้มไปจนถึงคลองวัดสามเพ็ง (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์, 2503:13)จึงทำให้สำเพ็งกลายเป็นชุมชนของชาวจีน นอกจากชาวจีนที่ย้ายออกมาแล้วยังมีชาวนวน ชาวจีนไปตั้งชุมชนใหม่บริเวณบ้านหม้อ พาหุรัด ถนนจักรเพชร ถนนตรีเพชร เริ่มแรกชาวจีนจะค้าขายอยู่บริเวณบ้านหม้อเมื่อประชากรมากขึ้นจึงย้ายมาอยู่รอบศาสนสถานแห่งใหม่คือย่านการค้าพาหุรัดในปัจจุบัน แต่เดิมบริเวณย่านการค้าพาหุรัดจะเป็นที่พักอาศัยของชาวนวน เมื่อมีการโปรดเกล้าให้สร้างถนนพาหุรัดและตึกแถวสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวนวนเหล่านั้นจึงย้ายออกและชาวจีนย้ายเข้ามาจนกลายเป็นชุมชนชาวจีน

เมื่อพิจารณาย่านการค้าผ้าที่อยู่บริเวณโดยรอบจะเห็นว่า ในช่วงต้นสมัยรัตนโกสินทร์มีการขุดคลองตลอดเป็นคูเมืองชั้นใน เรียกว่า คลองรอบกรุง ประชาชนมักเรียกชื่อคลองตามสถานที่สำคัญที่คลองผ่าน เมื่อผ่านสะพานหันก็เรียกว่าคลองสะพานหัน และเกิดชุมชนค้าขายขึ้นบริเวณนี้จนกลายเป็นย่านสะพานหัน จะเห็นได้ว่าการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจของย่านการค้าทั้งสามเกิดขึ้นมาตั้งแต่อดีต(ภาพที่ 6-2) และต่อมาในช่วงสมัยรัชกาลที่ 4 ได้มีการทำสนธิสัญญาบาวริง ประเทศไทย จึงมีการพัฒนาเศรษฐกิจค่อนข้างมาก มีผลให้ชุมชนของชาวจีนขยายตัวออกไปตามริมถนนสำคัญ เช่น ถนนเจริญกรุง ถนนราชวงศ์ ฯลฯ และชุมชนในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการตัดถนนสายสำคัญและสร้างตึกแถวตามแนวถนนในย่านการค้าพาหุรัด สำเพ็ง สะพานหันจนเกิดการกระจุกตัวของย่านการค้าผ้ามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (ภาพที่ 6-3)



ภาพที่ 6-2 ภาพถ่ายทางอากาศปี 2495 ของย่านการค้าพาหุรัดและบริเวณโดยรอบ



ภาพที่ 6-3 ภาพถ่ายทางอากาศปี 2544 ของย่านการค้าพาหุรัดและบริเวณโดยรอบ

2) ความเชื่อมโยงทางกายภาพ กิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดโดยเฉพาะร้านขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บส่วนมากจะกระจุกตัวตามแนวถนนอย่างหนาแน่นบริเวณถนนพาหุรัด ซึ่งบ่งบอกถึงการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจ (Agglomeration Economics) ของร้านขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บภายในย่าน เมื่อพิจารณาจากลักษณะทางกายภาพของย่านการค้าพาหุรัดกับย่านการค้าที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ได้แก่ สะพานหัน และ ย่านสำเพ็ง ซึ่งเป็นย่านที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทเดียวกันรวมตัวหรือกระจุกตัวของย่านการค้าผ้าที่มีเฉพาะที่นี้เท่านั้นไม่มีย่านค้าผ้าที่อื่นเกาะกลุ่มกันในลักษณะเช่นนี้ เนื่องจากลักษณะของร้านค้าที่เกาะตัวยาวตามแนวถนน สามารถเดินเท้า/เดินทางเชื่อมต่อซึ่งกันและกันเมื่อเดินทางมาซื้อสินค้าในย่านหนึ่งก็สามารถเดินเท้าเชื่อมไปอีกอย่างได้สะดวก

การกระจุกตัวกันทำให้เกิดการส่งเสริมกันของกิจกรรมเขตการค้าเฉพาะ (Specialized Area) เป็นเขตการค้าที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันกระจุกตัวหรือเกาะตัวกันการเกาะกลุ่มอาจทำให้เกิดการประหยัดภายนอกเช่นค่าขนส่ง (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า 9) และช่วยดึงดูดลูกค้าให้หลังไหลเข้ามาสู่ย่านต่างๆบริเวณโดยรอบด้วย ประกอบกับลักษณะของสินค้าแต่ละย่านมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยย่านสำเพ็งมีสินค้าที่โดดเด่นคือ ผ้าตัดสูทชุดทำงาน (ยูนิฟอร์ม) (ร้อยละ90.0) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-7)

ย่านสะพานหันมีผ้าขนสัตว์ เป็นสินค้าโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของย่าน (ร้อยละ90.0) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-7) จากลักษณะทางกายภาพที่กระจุกตัวกันจึงทำให้ย่านการค้าพาหุรัดมีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับย่านการค้าบริเวณโดยรอบ เพราะการกระจุกตัวของย่านการค้าจึงทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการเดินเชื่อมต่อไปยังย่านต่างๆที่อยู่ใกล้เคียง ตลอดจนเป็นสร้างทางเลือกประเภทของสินค้าที่มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของย่านเช่น การกระจุกตัวทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดกับย่านการค้าผ้าบริเวณใกล้เคียง มีความสอดคล้องกับทฤษฎีความเชื่อมโยง ในลักษณะความเชื่อมโยงในเชิงส่งเสริม (Complementary Linkage) คือ มีการพึ่งพิงสินค้าซึ่งกันและกัน เช่น ลูกค้าที่ซื้อผ้าที่พาหุรัดแต่ต้องการผ้าขนสัตว์ก็สามารถเดินเข้ามาซื้อที่สะพานหันได้ เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันย่านค้าผ้าทั้งสามก็มีความเชื่อมโยงกันในลักษณะเชิงการแข่งขัน (Competitive Linkage) เช่น การจำหน่ายสินค้าที่เหมือนกันของย่านการค้าพาหุรัดและย่านสำเพ็ง จากปรากฏการณ์ แสดงให้เห็นถึงการพึ่งพิงกันของลูกค้าและสินค้าของย่านการค้าทั้งสามย่านเมื่อย่านหนึ่งอยู่ได้ก็ส่งผลให้อีกย่านอยู่รอดได้เช่นกัน แต่ในขณะเดียวกันย่านการค้าทั้งสามยังเกิดการแข่งขันกันในเชิงธุรกิจบางส่วน จึงมีอาจปฏิเสธได้ว่าการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจมีผลต่อการดำรงอยู่ของย่าน เมื่อมองถึงประโยชน์ที่ตัวย่านได้รับการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจคือ ทำให้ย่านการค้าพาหุรัดมีความแตกต่างจากย่านอื่น เพราะการเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่าย (ร้อยละ31.0) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-1) การเข้าถึงสินค้าทำได้ง่ายและเลือกซื้อสินค้าทำได้สะดวกยิ่งขึ้น

3) ความเชื่อมโยงทางด้านสินค้า กับย่านการค้าอื่นในบริเวณโดยรอบ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้า ในย่านการค้าอื่นๆคือ กลุ่มของลูกค้าที่นำสินค้าไปใช้เองและลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างๆ ดังนี้ พนักงานเอกชน รองลงมาคือ ราชการ และ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.4 ร้อยละ 26.5 และ ร้อยละ 7.3 ตามลำดับ (ภาคผนวก ค ตาราง ค-8) ลูกค้าจะซื้อสินค้าจากย่านลำเพ็งสูงถึงร้อยละ 63.3 ประเภทสินค้าที่ซื้อคือ ของใช้เบ็ดเตล็ด และกีฬาที่ซื้อป ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 35.8 และ ร้อยละ 35.3 (ภาคผนวก ค ตาราง ค-8) เพราะย่านลำเพ็งมีร้านค้าจำหน่ายสินค้าประเภทกีฬาที่ซื้อปเป็นจำนวนมาก และการซื้อสินค้าในย่านอื่นนั้นส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะซื้อสินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในย่านการค้าพาหุรัด นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อย่านการค้าลำเพ็งและสะพานหัน วิเคราะห์พบว่าความสัมพันธ์ของย่านทั้งสามมีความสัมพันธ์กันของความเชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ ผู้ซื้อสินค้าในย่านลำเพ็ง สะพานหัน ก็เคยซื้อผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บจากย่านการค้าพาหุรัดเช่นกัน โดยเฉพาะผ้าที่ใช้ตัดเสื้อผ้าสตรีเป็นหลัก ผ้าลูกไม้ (ร้อยละ 60.0) ผ้าใช้ในงานแสดง (ร้อยละ 80.0) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-7) เพราะย่านการค้าพาหุรัดมีความโดดเด่นของผ้าประเภทนี้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจของย่านการค้าผ้าส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อสินค้า ในลักษณะของการซื้อสินค้าประกอบกันพืงพืงซึ่งกันและกัน

เมื่อพิจารณาจากสภาพที่ตั้งของย่านที่มีการกระจุกตัวกันทางเศรษฐกิจของย่านการค้าที่อยู่บริเวณโดยรอบ ได้แก่ ย่านสะพานหัน ลำเพ็ง เขาวราช คลองถม เวียงนครเขมร เป็นต้น ซึ่งแต่ละย่านก็มีสินค้าเอกลักษณ์ของแต่ละย่านแตกต่างกันออกไป เช่น ย่านลำเพ็งมีกิจกรรมการค้าหลักสำคัญและโดดเด่นคือ กีฬาที่ซื้อ ผ้าตัดสูท ตัดเครื่องแต่งกายชาย ย่านเขาวราชกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักคือ ทองคำ เครื่องประดับอัญมณี ย่านคลองถมกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักคือ เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

ลักษณะความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของย่านการค้าพาหุรัดกับย่านอื่นๆมีผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของย่าน เพราะตัวย่านมีความสัมพันธ์กันของสภาพที่ตั้ง เพราะอยู่ใกล้กันและกระจุกตัวกันต้องพืงพืงกันในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ พืงพืงกันในลักษณะของการส่งซื้อสินค้าจากย่านลำเพ็งซึ่งเป็นย่านค้าส่งผ้าขนาดใหญ่ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาที่ระบุชัดเจนตรงกันของผู้ซื้อและผู้ประกอบการว่า สินค้าราคาถูก (ร้อยละ 97.5) และ (ร้อยละ 56.7) (ภาคผนวก ค ตาราง ค -3) เพราะด้วยสภาพที่ตั้งที่กระจุกตัว ใกล้กันจึงก่อให้เกิดการประหยัดและลดค่าขนส่งสินค้าจึงทำให้ ราคาขายปลีกไม่ได้บวกค่าขนส่งหรือกำไรเพิ่มจากการจำหน่ายเป็นทอดๆ คือ ปัจจัยที่ย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงอยู่ได้ ดังนั้น ราคาของสินค้า (Price) คือเครื่องมือทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ลักษณะทางกายภาพสามารถเดินทางเชื่อมต่อถึงกันโดยทางเท้า และถนน จึงดึงดูดลูกค้าจากย่านหนึ่งไปสู่อีกย่านหนึ่งได้ ซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อสินค้าตามต้องการได้ง่ายขึ้น แต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจแต่ละย่านโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไปดังที่กล่าวมาข้างต้น

6.4 การเกิดขึ้นของอินเดียมโรว์

ศูนย์การค้า อินเดียม โรว์ มีลักษณะแบบตึกสูงเกิดขึ้นในพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัด คือบริเวณห้าง เอ.ที. เอ็ม.เก่าซึ่งถูกไฟไหม้ ตั้งอยู่ริมถนนจักรเพชร ใกล้ตรอกหัวเม็ด บนเนื้อที่ 2 ไร่ 25 ตารางวา ความสูง 4 ชั้น พื้นที่เช่าเพื่อทำการค้า มากกว่า 4,000 ตารางเมตร ร้านค้ามากกว่า 300 ร้านมีขนาดตั้งแต่ 6 ตารางเมตรถึง130 ตารางเมตร การเช่าพื้นที่ทำการค้าเปิดให้เช่าพื้นที่ทั้งระยะสั้นและระยะยาวคือ ระยะสั้น 1-3 ปี ค่าเช่าเริ่มต้นที่ 7,000 บาทต่อยูนิต และระยะยาว คือ 15 ปี ค่าเช่าเริ่มต้นที่1.4 ล้านบาทต่อยูนิต



ภาพที่ 6- 4 ศูนย์การค้าอินเดียม โรว์

ภายในย่านมีร้านค้าประเภทตึกแถวซึ่งมีความเป็นเขตธุรกิจการค้าแบบดั้งเดิม (tradition sector) จากแนวคิดของ Berry and Horton (รายละเอียดบทที่ 2 หน้า10) ที่ระบุถึงรูปแบบของย่านการค้าว่ามี เขตการค้าธุรกิจแบบดั้งเดิม (tradition sector)และส่วนเขตการค้าธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (modern sector) เมื่อนำมาพิจารณากับย่านการค้าพาหุรัด พบว่า ย่านการค้าพาหุรัดมีรูปแบบของทั้งสองส่วนคือ 1.เขตการค้าธุรกิจแบบดั้งเดิม (tradition sector) ได้แก่ ตึกแถวบริเวณถนนพาหุรัด ถนนจักรเพชรและถนนตรีเพชร 2.เขตการค้าธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (modern sector) เป็นศูนย์การค้าที่เกิดขึ้นช่วงหลังได้รับการวางแผนไว้ล่วงหน้าคือ ห้างอินเดียมโรว์บริเวณถนนจักรเพชร

ตึกแถวส่วนในย่านใหญ่จะเกิดการใช้ประโยชน์ของอาคารในลักษณะผสมผสาน (Mixed use) ระหว่างการค้าขายในชั้นล่าง ควบคู่กับการเก็บสินค้า และพักอาศัยในชั้นบน บ่งบอกถึงการใช้ประโยชน์อาคารที่คุ้มค่า ความคุ้มค่าที่เกิดขึ้นคือ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการสำรองสินค้า(เก็บสินค้า) ลูกค้าไม่ต้องรอนาน ตลอดจนประหยัดต้นทุนไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บสินค้า และขนส่งสินค้า การประหยัดต้นทุนของสินค้าส่งผลต่อผู้ประกอบการในแง่ของรายได้และผลกำไรที่ได้รับจึงทำให้กิจการดำเนินต่อไปได้ ในขณะที่เดียวกันผู้ซื้อก็ได้รับประโยชน์ในแง่ของความสะดวก รวดเร็วของการรับสินค้า จึงเกิดการซื้อซ้ำ สร้างรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงกิจการให้ดำเนินต่อไป

ภายหลังจากการเกิดขึ้นของร้านค้าประเภทตึกสูงอย่างอินเดียม โรว์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่จะยังคงซื้อสินค้าจากร้านประเภทตึกแถวและซื้อในปริมาณเท่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 78.8 (ภาคผนวก ค ตาราง ค -9) กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าในปริมาณเท่าเดิมได้แก่ กลุ่มอาชีพช่างตัดเสื้อ ร้อยละ 87.5 กลุ่มพนักงานเอกชน ร้อยละ 79.3 และกลุ่มค้าขาย ร้อยละ 79.1 ตามลำดับ (ภาคผนวก

แผนภูมิ ค- 1) และกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ยังระบุเหตุผลที่ชัดเจนว่าซื้อสินค้าจากร้านค้าตึกแถว (ภาคผนวก แผนภูมิ ค- 2)

อย่างไรก็ตามผลการศึกษายังพบว่า ชนิด/ประเภทของสินค้าที่จำหน่ายไม่มีความแตกต่างจากร้านค้าประเภทตึกแถว แต่มีความแตกต่างในเรื่องของกลุ่มลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าที่ใช้บริการในอินเดีย เอ็มโพเรียม คือกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำใช้ในครัวเรือน(รูปแบบการซื้อปลีก) และสินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป ชุดแต่งงาน กิ๊ฟช้อฟในห้างอินเดีย เอ็มโพเรียมยังมีร้านอาหารสมัยใหม่และห้องน้ำที่สะอาดไว้บริการ ซึ่งร้านค้าประเภทตึกแถวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ไว้แต่ความหลากหลายของสินค้ายังมีน้อยกว่าร้านค้าประเภทตึกแถว และราคาสินค้าที่แพงกว่าร้านค้าประเภทตึกแถว ลูกค้าและผู้ประกอบการภายในย่านก็ไม่ได้ให้ความสนใจกับร้านค้าประเภทตึกสูง (อินเดีย เอ็มโพเรียม) โดยผู้ประกอบการในย่านส่วนใหญ่จะยังคงดำเนินกิจการแบบร้านตึกแถวต่อไปไม่ย้าย/ขยายกิจการไปยังร้านค้าประเภทตึกสูงร้อยละ 94.2 ของผู้ประกอบการ (ภาคผนวก ค ตาราง ค -10)

ในขณะที่ผู้ซื้อและผู้ประกอบการก็มีความคิดเห็นตรงกันว่าไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูงเพราะค่าเช่าแพง ร้อยละ 67.5 ของผู้ประกอบการ (ภาคผนวก ค ตาราง ค -11) และ ร้อยละ 51.3 ของกลุ่มผู้ซื้อ (ภาคผนวก ค ตาราง ค -12) และ เพราะค่าเช่าที่แพงย่อมส่งผลต่อต้นทุนและราคาสินค้าก็สูงขึ้นตามไปด้วยแต่สินค้าจากร้านตึกแถวราคาถูกกว่า

ดังนั้น การเกิดขึ้นของอินเดียเอ็มโพเรียมไม่สามารถที่จะเข้ามาทดแทนและไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อร้านค้าแบบตึกแถวตลอดจนไม่มีผลต่อการดำรงอยู่ของย่าน แต่กลับเป็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในลักษณะของการใช้สาธารณูปการและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกการใช้พื้นที่ร่วมกัน เช่น การให้บริการร้านอาหารและเครื่องตีสมัยใหม่ สถาบันการเงิน ห้องน้ำ ที่จอดรถ เป็นต้น ที่เปิดให้บริการในห้างอินเดียเอ็มโพเรียม จึงกล่าวสรุปได้ว่า ห้างอินเดียเอ็มโพเรียม (ร้านค้าประเภทตึกสูง) ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ การคงอยู่ของร้านค้าดั้งเดิมประเภทตึกแถว

6.5 ศักยภาพและความได้เปรียบของย่านการค้าพาหุรัด

- ศักยภาพความได้เปรียบในเชิงกายภาพ

- 1) สภาพที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงพื้นที่ทั้งทางบกและการเชื่อมต่อของย่านโดยสะพานพุทธและสะพานพระปกเกล้าที่เชื่อมต่อให้ฝั่งธนบุรีกับเขตพระนครได้ค้าขายกันอย่างสะดวก
- 2) ย่านการค้าพาหุรัดเป็นย่านที่มีสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเห็นได้จาก วัดซิกข์ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมเปอร์เซียร์ ตลอดจน ศาลเจ้า และวัดภายในย่านการค้าพาหุรัด
- 3) ย่านการค้าพาหุรัดเป็นย่านที่มีความสำคัญตั้งแต่อดีตและสืบทอดกิจการค้ามาจนถึงปัจจุบัน เกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของย่าน

4) ย่านการค้าพาหุรัดมีความได้เปรียบเพราะย่านมีการเชื่อมต่อของ ทางเท้าชอย และ สาธารณูปโภค ระบบคมนาคม ทิศทางการสัญจรและสาธารณูปการ ที่จอตรง จุดขนส่งบริการสาธารณะ อย่างครบครัน

- ศักยภาพความได้เปรียบในเชิงเศรษฐกิจ

1) กิจกรรมทางเศรษฐกิจของผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บมีจำนวนมากและเป็นย่านที่มีลักษณะสินค้า พิเศษมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวตอบสนองกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market)

2) ภายในย่านมีการแบ่งพื้นที่ของกรรมทางเศรษฐกิจเอาไว้อย่างชัดเจนทำให้ผู้ซื้อสะดวกสบายใน การเลือกซื้อสินค้า

3) กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและระดับราคาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ซื้อ สามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย

- ศักยภาพความได้เปรียบในเชิงสังคม

1) ย่านการค้าพาหุรัดเป็นย่านการค้าใจกลางเมือง คือย่านชาวซิกซ์อาคัยจำนวนมากส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพค้าผ้าจนทำให้เป็นลักษณะเฉพาะของย่าน

2) ความสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรม ไทย จีน อินเดียที่เห็นได้จาก วัดราชบูรณะวรวิหาร ศาลเจ้าแม่ ทับทิม ครูดวารา/วัดซิกซ์ที่สามารถอยู่รวมได้อย่างลงตัว แสดงออกถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรม

3) ย่านการค้าพาหุรัดมีการรวมกลุ่มทางด้านสังคมของชาวซิกซ์เพื่อสนับสนุนทางการค้า

6.6 ข้อจำกัดของย่านการค้าพาหุรัด

การขยายตัวของย่านไม่สามารถจะขยายตัวได้อีกเพราะ พื้นที่ของย่านได้ถูกจำกัดไว้ด้วยกิจกรรม ประเภทอื่นๆ รายรอบตัวย่าน เช่น สถานที่ราชการ ศาสนสถาน จึงทำให้อ่านไม่สามารถขยายตัวได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาย่านการค้าพหุรัด

7.1 สรุปผลการศึกษา

พัฒนาย่านการค้าพหุรัดคือ ย่านที่ชาวซิกข์อพยพจากประเทศอินเดีย แต่เดิมชาวซิกข์อาศัยอยู่บริเวณบ้านหม้อ เมื่อสังคมซิกข์เติบโตขึ้นจึงได้ย้ายศาสนสถานจากที่มาจากบริเวณหัวมุมของถนนจักรเพชรและถนนพหุรัดในปัจจุบัน การตัดถนนในสมัยรัชกาลที่ 5 เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่สมเด็จพระเจ้าฟ้าพหุรัดมณีมัยที่สิ้นพระชนม์แต่ทรงพระเยาว์ จึงทำให้ถนนสายนี้มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และมีความสำคัญทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการค้าผ้าของชาวซิกข์ พ่อค้าผ้าชาวซิกข์จากแคว้นปัญจาบคนแรกที่เข้ามาค้าผ้าคือนายกิริปาน ราม มาดาส ต่อมาได้แต่งงานพักกราลเทวี ตระกูลนารูลา อาศัยความสัมพันธ์ทางเครือญาติและชักชวนพี่น้องชาวซิกข์เข้ามาทำการค้าในประเทศไทย จนกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งตระกูลนารูลาได้กลายเป็นบริษัทผ้าสี่บริษัทที่เป็นศูนย์กลางของกลุ่มพ่อค้าผ้าชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามา บริษัทดังกล่าวประกอบด้วย เกียนซิงด์ นานด์ซิงด์ (Gian Singh NandSingh) แอล.เอส.บัควาน ซิงห์ (L.S.Bagwan Singh) โบว์.เอส.อินเดอร์ ซิงห์ (Bhool S. InderSingh) และอักบาร์ ซิงห์ นารูลา (Akbal Singh Narula) ซึ่งทั้งสี่บริษัทนี้มีความสัมพันธ์กันในฐานะลูกพี่ลูกน้อง จนกระทั่งปัจจุบันพัฒนาย่านการค้าพหุรัดได้กลายเป็นตลาดผ้าที่มีชื่อเสียง (นรินทร์ ปาลซิงห์ สัจพรเดช, สัมภาษณ์, 23พฤศจิกายน. 2552) และ (อินทริรา ซาฮีร์, 2546: 200)

จากการศึกษาสภาพทั่วไป พัฒนาการของผู้ประกอบการและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สามารถหาสาเหตุและปัจจัยทำให้ที่พัฒนาย่านการค้าพหุรัดสามารถดำรงอยู่ได้ด้วย ปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยทางกายภาพ

1.1) สภาพที่ตั้ง ด้วยย่านที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้ที่ต้องการค้าขายระหว่างฝั่งพระนครและ ฝั่งธนบุรี โดยอาศัยสะพานพระปกเกล้าและสะพานพระพุทธยอดฟ้าเป็นสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาเชื่อมระหว่างฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี เพื่อระบายการจราจร ทำให้สะดวกเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

1.2) ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่จากระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาในพื้นที่อย่างทั่วถึงทั้งระบบถนนทำให้พัฒนาย่านพหุรัดมีศักยภาพและความสะดวกในการเข้าถึงสูง สภาพภายในย่านมีการเข้าถึงสะดวกเพราะที่ตั้งของอยู่ติดกับถนนสายหลักบริเวณถนนพหุรัด ถนนจักรเพชร ถนนตรีเพชร จึงผลต่อการเข้าถึงย่านของลูกค้า การสัญจร ตลอดจนการขนส่งสินค้าภายในย่าน

1.3) ลักษณะของย่าน การสัญจรของทางเท้า-ชอยในพื้นที่ จะเห็นว่า ภายในย่านมี ทางเท้า ชอย ต่างๆที่สามารถทะลุเชื่อมต่อกันที่ช่วยในการการไหลและเคลื่อนย้ายของสินค้า

1.4) บริการสาธารณะ สถานที่จอดรถ จุดขนส่งสินค้า ที่ตั้งอยู่ภายในย่านและบริเวณโดยรอบสามารถเดินเท้าเชื่อมต่อได้ง่าย

1.5) ความเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ เนื่องจากสภาพทำเลที่ตั้งที่เอื้ออำนวยจึงเกิดการรวมกลุ่มกระจุกตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทเดียวกันเพื่อความสะดวกซึ่งกันและกันหรือต้องการแข่งขันกันของย่านการค้าพาหุรัดกับสะพานหัน สำเพ็ง และย่านอื่นๆบริเวณโดยรอบ จึงดึงดูดให้ผู้ประกอบการเข้ามารวมกลุ่มกันเพื่อสร้างการค้า และสร้างทางเลือกแก่ลูกค้าตลอดจนถึงดึงดูดลูกค้าให้ลูกค้าเดินทางมาใช้บริการ

1.6) ความเชื่อมโยงของhabenเร่งแผงลอยกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจร้านค้าประเภทตึกแถว ความสัมพันธ์ของhabenเร่งแผงลอยกับร้านค้าประเภทตึกแถวมีลักษณะส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยลักษณะของhabenเร่งแผงลอยส่วนใหญ่จะไม่ใช่แผงเดียวกับร้านค้า เป็นลักษณะของการเช่าหน้าร้านเพื่อตั้งแผงสินค้าที่จำหน่ายจะเป็นสินค้าต่างประเภทกับสินค้าในร้าน ซึ่งจะช่วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในย่านมีความต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

1.7) การปรับตัวทางกายภาพ โดยการใช้ประโยชน์ทั้งสองด้านของอาคารพาณิชย์ การใช้พื้นที่ทั้งสองด้านเพื่อรองรับและเปิดช่องทางใน/จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ามองเห็น และเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้มีการปรับตัวของการใช้พื้นที่ชั้นบนของอาคารโดยปรับเปลี่ยนเป็นการใช้เพื่อการจัดเก็บสินค้าและการปรับตัวของการใช้พื้นที่จัดแสดงสินค้าภายในร้านให้เกิดประโยชน์สูงสุด การใช้พื้นที่ในลักษณะนี้นอกจากจะใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าแล้วยังเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้า และสร้างประโยชน์ในเชิงธุรกิจให้กับผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

1.8) กรรมสิทธิ์ที่ดิน กรรมสิทธิ์ที่ดินส่วนใหญ่เป็นของเอกชน มีความสะดวกและง่ายต่อการพัฒนาพื้นที่ในเชิงพาณิชย์และผู้ประกอบการเป็นเจ้าของจึงไม่มีต้นทุนของค่าเช่าส่งผลต่อราคาสินค้า สามารถแข่งขันในตลาดได้

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

2.2 การปรับตัวทางเศรษฐกิจ

1) ลักษณะของสินค้า สินค้าของย่านมีความเป็นเอกลักษณ์ มีลักษณะพิเศษ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น สินค้าที่ใช้ในงานแสดง คาบาเร่ย์ งานพิธีมงคล เป็นต้น

2) การจัดแสดงสินค้า ผู้ประกอบการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน โดยคำนึงถึง ขนาด มูลค่า และกำไรต่อหน่วยของสินค้า การจัดแสดงสินค้าจะแตกต่างกันตามประเภทของสินค้า การวางสินค้าให้กลมออกมาบริเวณทางเท้า การใช้อุปกรณ์ประกอบการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้สินค้าสะดุดตา น่าสนใจ สะท้อนให้เห็นถึงการใช้พื้นที่ภายในร้านอย่างคุ้มค่าจัดแสดงสินค้าให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของลูกค้า การจัด

แสดงสินค้าเป็นหนึ่งในช่วยปัจจัยดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อ ซึ่งเป็นช่องทางที่สร้างผลประกอบการให้ร้านค้าดำเนินกิจการต่อไปได้

3) รูปแบบการจำหน่าย การปรับรูปแบบของการจำหน่ายจากการเดินเร่ขาย มาเป็นการส่งพนักงานออกไปจำหน่าย จนกระทั่งการปรับตัวของผู้ประกอบการ โดยบริหารจัดการรูปแบบของการจำหน่ายสินค้าควบคู่กับการจัดเก็บสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการตัดเย็บ (ผ้า) มีรูปแบบการจำหน่ายหน้าร้าน (จำหน่ายปลีกและจำหน่ายส่งในปริมาณไม่มาก) ขนาดของผ้าความหนาไม่มาก และปรับรูปแบบการจำหน่ายคือสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ ดังนั้นการจัดเก็บสินค้าจึงใช้พื้นที่ของโรงงานหรือโกดังเพราะสินค้ามีขนาดพับ ม้วนขนาดใหญ่ต้องใช้พื้นที่จัดเก็บมาก แต่สินค้าสำเร็จรูป(อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่ง)จะมีรูปแบบการจำหน่ายหน้าร้านเป็นหลัก การเก็บสำรองสินค้าจึงใช้พื้นที่ชั้นบนของอาคารเนื่องจากสินค้าขนาดเล็กไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่จัดเก็บจำนวนมาก

4) ความหลากหลายของสินค้า นำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการค้าผ้าเข้ามาจำหน่าย ได้แก่ อุปกรณ์ตัดเย็บ อุปกรณ์ตกแต่งชุด เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าและสร้างรายได้ให้กับกิจการ

5) การปรับตัวตามกระแสแฟชั่นนิยม การปรับตัวของผู้ประกอบการโดยศึกษาและเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงของกระแสแฟชั่น เช่น กระแสแฟชั่นเกาหลี ญี่ปุ่น เพื่อให้กิจการของตนสามารถแข่งขันและตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังปรับบทบาทของตนโดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรับคำสั่งซื้อเพื่อผลิตผ้าตามแบบที่ลูกค้าต้องการส่งไปยังตัวแทนผู้ผลิต

2.2) ปัจจัยกลุ่มลูกค้า กลุ่มลูกค้าคือปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการคงอยู่ของย่านเพราะคือแหล่งรายได้ กลุ่มลูกค้าของย่านคือกลุ่มลูกค้าระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) พิจารณาจากมูลค่า ลักษณะของสินค้าในย่านที่รองรับลูกค้ากลุ่มนี้

3. ปัจจัยทางสังคม

- ปัจจัยบทบาทและการปรับตัวของสังคมซิกซ์ การอาศัยความสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายทางการค้า จึงเกิดการพึ่งพิงซึ่งกันและกันของชาวซิกซ์ จนกลายเป็นความเข้มแข็งและความได้เปรียบทางการค้าให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันและอยู่รอดได้

4. ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

4.1) ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์และความมีชื่อเสียงของย่าน ย่านการค้าพาหุรัดคือพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 จนกระทั่งย่านการค้าพาหุรัดได้กลายเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมที่เป็นแหล่งศูนย์รวมของผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บมาจนถึงปัจจุบัน เพราะย่านเป็นที่รู้จักและคุ้นเคยของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า

4.2) ปัจจัยด้านคมนาคม โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายสีน้ำเงินหรือสายเฉลิมรัชมงคล เป็นสายที่ตัดผ่านบริเวณใกล้เคียงลำเพ็ญซึ่งสามารถเดินจากบริเวณดังกล่าวมายังย่านการค้าพาหุรัดได้สะดวก จึงช่วยสนับสนุนบทบาททางด้านพาณิชย์กรรมของย่าน

ปัจจุบันย่านการค้าพาหุรัดต้องประสบกับปัญหาทางด้านกายภาพ ซึ่งปัญหาต่างๆเหล่านี้สร้างความไม่ปลอดภัย ความไม่สะดวกสบายแก่ผู้ซื้อและผู้ประกอบการ ดังนั้น แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่ผู้ซื้อและผู้ประกอบการ แนวทางการแก้ไขปัญหาคือเสนอในลักษณะแนวทางการพัฒนาเพื่อปรับปรุงพื้นที่ศึกษาให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อส่งเสริมบทบาทการค้าของย่าน

7.2 ปัญหาของย่านการค้าพาหุรัด

- ปัญหาของย่านการค้าพาหุรัด

ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อย่านและกิจกรรม

- 1) ปัญหาของขนาดอันจำกัดของพื้นที่ เพราะพื้นที่ที่มีขนาดจำกัดจึงมีความแออัดและเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัว
- 2) สภาพพื้นที่แออัด ปัญหาความแออัดและความไม่เป็นระเบียบของกิจกรรมทางเท้าคับแคบเดินไม่สะดวกแฉงลอมมากเกินไป ซึ่งปัญหาดังกล่าวผู้ซื้อและผู้ประกอบการต่างก็ระบุตรงกันสูงถึง (ร้อยละ 57.8) และ (ร้อยละ 68.3) ปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับความไม่เห็นด้วยเกี่ยวกับแฉงลอมและการวางสินค้าออกร้านของผู้ประกอบการที่สูงถึง (ร้อยละ 75.0) (ภาคผนวก ค ตาราง ค-13) (ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ทางเดินคับแคบเดินลำบาก ไม่เป็นระเบียบ ตลอดจนการเข้าออกไม่สะดวก เมื่อพิจารณาจากลักษณะทางกายภาพของร้านบริเวณดังกล่าวพบว่า ทางเท้าที่มีความกว้างเพียง 1.5 เมตร แต่กลับมีแฉงลอมวางสินค้าบนทางเท้าตลอดแนวทางเท้าและการวางสินค้าออกร้านรุกล้ำพื้นที่ทางเท้าถึง 3 ใน 4 หรือ 1.12 เมตรและเหลือพื้นที่ไม่มากนัก จึงทำให้การสัญจรเต็มไปด้วยความยากลำบาก
- 3) ปัญหาความเสื่อมโทรมในบางพื้นที่ตามอายุของย่าน อาคารเก่าทรุดโทรมขาดการดูแล และปัญหาการขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ไม่มีห้องน้ำสาธารณะที่ทันสมัยไม่เพียงพอและหายาก เป็นต้น
- 4) ปัญหาการต่อเติมอาคารซึ่งมีความเสี่ยงต่อความมั่นคงของวิศวกรรมอาคาร
- 5) ปัญหาทัศนอุจาด เกิดจากความไม่เป็นระเบียบขององค์ประกอบอาคาร
- 6) ปัญหาการจราจรแออัด จากความไม่เป็นระเบียบของการสัญจร รถเข็นส่งของ การรुकล้ำผิวจราจรจากรถส่งของ จากเข็นอาหาร การวางสินค้า
- 7) ปัญหาพื้นที่และสิ่งสาธารณะประโยชน์ทั้งผิวจราจรและทางเท้า รุกล้ำเพื่อทำการค้า การย้ายสิ่งกีดขวาง
- 8) ปัญหาภาวะเสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัย เพราะสินค้าที่เก็บไว้เป็นเชื้อเพลิงและยากต่อการจัดการอัคคีภัยเนื่องจากความแออัดและสิ่งกีดขวาง

7.3 ข้อเสนอแนะ

1) การวางแผนแก้ไขปัญหาคศศึกษ

ลักษณะ: การวางแผนแก้ไขปัญหาคศศึกษ

บริเวณพื้นที่: บริเวณถนนจักรเพชร บริเวณถนนตรีเพชร บริเวณตลาดพาหุรัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: เนื่องจากลักษณะของย่านที่มีความคับแคบ แออัดไปด้วยผู้คนและกิจกรรมการค้าจำนวนมาก เมื่อเกิดปัญหาคศศึกษย่อมสร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจ สังคม แก่พื้นที่จำนวนมาก ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจส่งผลต่อการดำรงอยู่ของย่าน ดังนั้น ควรมีแนวทางในการแก้ไข โดยจัดตั้งท่อดับเพลิงเพื่อแก้ไขปัญหา ต้องจัดให้มีท่อดับเพลิงที่สามารถดับเพลิงต่อเข้าท่อดับเพลิง โดยรดดับเพลิงไม่จำเป็นต้องเข้ามาในย่าน แต่สามารถต่อสายดับเพลิงเข้ากับท่อดับเพลิงในย่านได้ การติดตั้งเป็นระยะเพื่อดับเพลิงจุดเป้าหมายให้สะดวก รวดเร็ว เพื่อความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัยในย่าน

2) การปรับปรุงย่านการค้าพาหุรัด

ลักษณะ: การปรับปรุงและพัฒนาบริการสาธารณะ

บริเวณ: ซอยจินตามณีด้านหลังตึกแถวถนนพาหุรัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ: การปรับปรุงและพัฒนาบริการสาธารณะต่างๆ ภายในย่านเช่น การสร้างหลังคาบริเวณซอยจินตามณี ด้านหลังของตึกแถวริมถนนพาหุรัด การปรับปรุงดังกล่าวจะมีส่วนช่วยในเรื่องของการเพิ่มความสะดวกในการซื้อขายของลูกค้า และช่วยแก้ไขปัญหาคศศึกษที่ไม่ดีของย่าน นอกจากนี้ควรสร้างห้องน้ำสาธารณะและจัดพื้นที่ทิ้งขยะเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการที่ย่าน จะทำให้อ่านมีศักยภาพที่สามารถดึงดูดผู้คนมาใช้บริการได้เป็นจำนวนมากและคงบทบาทด้านการค้าเอาไว้

3) ข้อเสนอแนะทางเศรษฐกิจ การรักษาความหลากหลายของสินค้าและสรรหาสินค้ารูปแบบใหม่ๆ เพื่อลดการแข่งขันของคู่แข่งและสร้างตลาดใหม่ รวมถึงรักษาระดับและส่งเสริมสนับสนุนบริการ รูปแบบดั้งเดิมรูปแบบสินค้าเก่าเอาไว้

7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคครั้งต่อไป

การศึกษาคครั้งนี้ได้มุ่งประเด็นศึกษาพื้นที่ในมิติทางเศรษฐกิจ อันเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเมืองเป็นหลัก สำหรับการศึกษาคครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านกายภาพและสังคม ตลอดจนหาแนวทางการพัฒนาย่านในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาให้อ่านการค้าให้มีศักยภาพและเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาย่านการค้าอื่นๆ ต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กฤตพร ลาภพิมล. ปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทด้านพาณิชยกรรมของย่านสำเพ็ง. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- กองจดหมายเหตุ. ร.5 น. 18.1/54 , เอกสารกระทรวงนครบาล, รัชกาลที่ 5 เรื่องที่ดินหลวง
กองจดหมายเหตุ. มร. 5ด/13 (40,77) ไมโครฟิล์มรัชกาลที่5, เรื่องที่ดินและคนในบังคับต่างๆ ชื่อ
ขายที่ดิน (ร.ศ. 125-128).
- การศาสนา, กรม. รายงานการอุปถัมภ์ศาสนาอื่น(ศาสนาสิกข์). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การ
ศาสนา, 2525.
- กิจฐเขต ไกรवास . อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาการวางผังเมือง บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2538.
- เกียรติ จิระกุลและคณะ. ตลาดในกรุงเทพมหานคร: การขยายตัวและพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- คำพล พัวพาณิชย์. เศรษฐกิจศาสตร์ที่ดิน. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535.
- งามพิศ สัตย์สรวง. 2545. หน้าที่ที่กำลังเปลี่ยนแปลงของสถาบันศาสนาในกรุงเทพมหานคร:
กรณีศึกษาศาสนาสิกข์. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ม.ป.ป.
- จงจิต กล่อมสิงห์. การรักษาเอกลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายจีนในเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาการศึกษานอกระบบ คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- จรรยา ประชิตโรมรัน, พลตรี. พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่2 . 2542.
- จรัญญา อัครสุวรรณกิจ. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. 10 พฤศจิกายน. 2552.
- จารุพันธ์ สิงห์สังจจะ, ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. 20 พฤศจิกายน. 2551.
- จำนรรจา ชัยโชนิตย์. การใช้ที่ดินย่านศูนย์กลางธุรกิจการค้าใจกลางกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา :
เขตสีลม- สุรวงศ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาการวางผังเมือง บัณฑิต
วิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

- จิราภา ธนาไชยสกุล. บทบาทด้านการค้าและการผลิตของย่านโบ๊เบ๊ กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการวางแผนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ฉัตรชัย พงศ์ประยูร. แนวคิดทางภูมิศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2527.
- ชัชณี วายลี และคณะ. ภูมิศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
2524.
- ชญัญ ชีวภรณ์วิวัฒน์. ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตั้งถิ่นฐานย่านบางลำภู.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการวางแผนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2544.
- ชัย เรื่องศิลป์. ประวัติศาสตร์ไทยสมัยพ.ศ. 2352-2453 ด้านเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ไทย
วัฒนาพานิช จำกัด. พิมพ์ครั้งที่3. 2541.
- ชัย เรื่องศิลป์. ประวัติศาสตร์ไทยสมัยพ.ศ.2352-2453 ด้านสังคม. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ ไสภณการ
พิมพ์. พิมพ์ครั้งที่4. 2545.
- เชาว์ โรจนแสงและคณะ. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหาร. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. พิมพ์ครั้งที่16. 2551.
- ชารันยิต ชิงค์ สัจเดวี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. 14 ต.ค. 2552.
- ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล. กระบวนการเป็นเมืองกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศกำลัง
พัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ดุขฎี ทายตะคุ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์. 2542. วิวัฒนาการกรุงรัตนโกสินทร์: การศึกษาเพื่อเสนอแนะ
แนวทางการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคต. ม.ป.ท.
- ทักษิณา ณ ตะกั่วป่า. ศาสนสถานได้ร่มพระบรมโพธิสมภาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนา
พานิช จำกัด. พิมพ์ครั้งที่1. 2548.
- ทิพย์สุนันท์ สุปิน. แนวทางการใช้ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรมในเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการวางแผนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2547.
- นรินทร์ จำปี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. 6 พฤศจิกายน. 2552.
- นรินทร์ ปาลสิงห์ สัจพรเดช, ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. 10 ตุลาคม 2552.
- เน่งน้อย ศักดิ์ศรี, ม.ร.ว. องค์ประกอบทางกายภาพ กรุงรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์. พิมพ์ครั้งที่1. 2534.
- เน่งน้อย ศักดิ์ศรี, รองศาสตราจารย์ หม่อมราชวงศ์หญิง. บ้านเรือนสมัยรัตนโกสินทร์รัชกาลที่1-
7. ม.ป.ป.

บุปผา สุวรรณมาศ. การสร้างบ้านแปลงเมืองรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ. สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย. 2525.

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์. คัมภีร์นักการตลาด. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เนท, 2550.

ประจักษ์ ศกุนตะลักษณะ. เศรษฐศาสตร์เมือง. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2537.

ประพันธ์ เสวตนันท์. เศรษฐศาสตร์ภูมิภาค. พระนคร:ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

พระเทพโสภณ. เจ้าอาวาสวัดราชบูรณะวรวิหาร . สัมภาษณ์. 15 ตุลาคม. 2552.

พิภพ รอดภัย. บ้านจัดสรรในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล,. กรุงเทพมหานคร : การเคหะแห่งชาติ, 2529.

ยัสวินเดอรชิงห์ พิตติสิงห์. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 14 ตุลาคม. 2552.

ยุทธศักดิ์ คุณาสวัสดิ์, ตำนานธุรกิจค้าปลีกไทย, วารสารส่งเสริมการลงทุน, ปีที่12 ฉบับที่2 (กุมภาพันธ์ 2544), 2544.

รันยิด ชิงห์บุรี. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2551.

วสันต์ โคনারา. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน. 2552.

วิทยา เจริญถาวร, ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 29 ตุลาคม 2552

วิมลศรี ลิ้มธนากุล. ผลกระทบจากระบบเมืองสมัยใหม่ที่มีต่อระบบย่านของคนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

วิไลพร สาคริก . การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยา คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สมชาติ วิจิตรการลิขิต. แนวทางการพัฒนาย่านการค้าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษาย่านบางแค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2548.

สมัญญา เจริญ. อิทธิพลของศูนย์การค้าย่านปิ่นเกล้าที่มีต่อพื้นที่ตะวันออกของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2547.

สำนักงานนโยบายและแผน. สถิติ 2549 กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา. ม.ป.ป.

- สุชีรา เรืองรัศมีชัย. ความเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดเล็กในภาคมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาการวางแผนภาค คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- สุภา รุจิรกุล. แนวทางการฟื้นฟูพื้นที่ศูนย์กลาง: กรณีศึกษาย่านวงเวียนใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สุนา อยุ์โพธิ์. การค้าปลีก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- สุรพัฒน์ อุดมวิเศษ. ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์, 6 พ.ย. 2552.
- สุวิทย์ เบี้ยผ่อง. การค้าส่งและการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา, 2535.
- โสมทัต เทเวศน์ (รวบรวม) , กรุงเทพฯ ในนิราศ . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เรื่องศิลป์. 2521.
- อรสรวง บุตรนาค. เกาะรัตนโกสินทร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ฐานการพิมพ์. พิมพ์ครั้งที่1, 2541.
- อัญชลี วณิชชานัยและคณะ. ทฤษฎีและแนวความคิดแหล่งที่ตั้งพาณิชย์กรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.
- อาจศึก จันทมาศ. เนชั่นเนล จีโอกราฟฟีค. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน). พิมพ์ครั้งที่1, 2547.
- อารีวรรณ อิศวรุ่งนิรันทร. การค้าส่ง, โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร, 2546.
- อินทิรา ชาฮีร์. บทบาทของสมาคมศรีครุสิงห์สภาในสังคม (พ.ศ.2475-พ.ศ.2525). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต ภาควิชาศิลปศาสตร์. คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2534.
- เอกจิต วงศ์สุชาติกุล. ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งและแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิภาค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2523.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

- Askew, M. and Logan, W.S. Cultural Identity and Urban Change in Southeast Asian: Interpretative essay. Geelong: Peakin University Press, 1994.
- Cadwallader, M.T. "A Behavioral Model of Consumer Spatial Decision Making" Economic Geography, 51 (October 1975): 339-347.
- Chapin, Stuart F. Urban Land Use Planning. 3rd ed., Urbana: University of Illinois Press, 1972.
- Garnham, Harry L. Maintain the spirit of place: A Process For the preservation of town character. Mesa: PDA, 1985.
- Horwood E. and Boyce R., Studies of the Central Business District and Urban Freeway Development. Seattle: University of Washington Press, 1959.
- John A. Dawson. Shopping Center development. New York : Longman Inc., 1983.
- Katz, Peter. The New Urbanism : Toward an Architecture of Community. USA. McGrawhill Inc., 1994.
- London, David L, and Della Bitta, Albert J. Consumer Behavior: Concepts and Applications. 4th ed. New York: McGraw-Hill International, Inc, 1993.
- M.A. Hines, Shopping center development and investment. New York: Wiley, 1988.
- M.H. Yeates. The North America City. New York: Harper Collins publishers Inc., 1990.
- Rapport, A. The Meaning of the Built Environment: A Nonverbal Communication Approach. Beverly Hill: sage. 1982.
- T.G. Mcgee and Y.M. Yeung. Hawker in South Asian Cities : Planning for Bazaar Economy. Ottawa: International Development Research Center, 1977.
- William E. Cox Jr., "A Commercial Structure Mode for Depressed Neighbourhoods." Analysis an Valuation of Retail Location. Prentice Hall Company Virginia, 1976.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

โครงการวิทยานิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงชีพของบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด

แบบสอบถามเลขที่.....วันที่.....เวลา.....สำหรับผู้ซื้อ

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงชีพของบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของย่านการค้าพาหุรัด คือ บริเวณย่านการค้าริมถนนพาหุรัด และย่านการค้าริมถนนจักรเพชร อาคารพาณิชย์บริเวณริมถนนจักรเพชร-ตลาดพาหุรัด-อาคารพาณิชย์ริมถนนตรีเพชร ศึกษาถึงรูปแบบการค้าที่เกิดขึ้นภายในอาคารพาณิชย์และตึกสูง และความเชื่อมโยงกันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับย่านการค้าอื่นๆ บริเวณโดยรอบ คำตอบของท่านจะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น กรุณาทำเครื่องหมาย ในคำตอบที่ท่านเลือกลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**1. เพศ**

- () 1.ชาย () 2.หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. อายุ 21-30 ปี
() 3. อายุ 31-40 ปี () 4. อายุ 41-50 ปี
() 5. อายุ 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับรายได้

- () 1.) ต่ำกว่า 5,000 บาท () 2.) 5,001-10,000 บาท
() 3.) 10,001-15,000 บาท () 4.) 15,001-20,000 บาท
() 5.) มากกว่า 20,001 บาท

4. ระดับการศึกษา

- () 1. ระดับประถมศึกษา () 2. ระดับมัธยมศึกษา
() 3. ระดับอาชีวะ อนุปริญญา () 4. ระดับปริญญาตรี
() 5. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () 1. ช่างตัดเสื้อผ้า () 2. ค้าขาย
() 3. รับราชการ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
() 5. รับจ้าง () 6. แม่บ้าน
() 7. ธุรกิจส่วนตัว () 8. ไม่ได้ทำงาน
() 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน

- () 1. ในเขตพระนคร () 2. ในกรุงเทพฯเขต.....
() 3. ต่างจังหวัด (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ซื้อ

1. ประเภทของสินค้าและบริเวณที่ท่านซื้อจากย่านการค้าพาหุรัดคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สินค้า	บริเวณที่ท่านซื้อสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)								
	ตึกแถว/อาคารพาณิชย์บริเวณถนน				ตึกสูง		อื่นๆ		อื่นๆ (ระบุ)
	พาหุรัด	จักรเพชร	ตรีเพชร	ตึกแถว ในตลาด พาหุรัด	อินเดีย เอ็มโพ ริเยม	ห้างสรรพสินค้า	ตลาด พาหุรัด	แผงลอย	
1.ผ้าและ อุปกรณ์ตัด เย็บ									
2.เสื้อผ้า สำเร็จรูป									
3.อัญมณี เครื่องประดับ									
4.ของใช้ ส่วนตัวและ เครื่องสำอาง									
5.กิฟท์ช้อปปิ้ง/ ของชำร่วย									
6. เครื่องใช้ ของเบ็ดเตล็ด									
7.อื่นๆ.....									

2. ท่านซื้อสินค้าในย่านการค้าพาหุรัดเพื่อนำไป

- () 1.ใช้เอง (ข้ามไปข้อ4)
- () 2.นำไปขายปลีก
- () 3. นำไปขายส่ง
- () 4.นำไปขายทั้งปลีกและส่ง
- () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. สถานที่ที่ท่านนำสินค้าไปจำหน่ายคือ

- () 1. ในเขตพระนคร
- () 2. ในกรุงเทพเขต.....
- () 3. ต่างจังหวัด (โปรดระบุ).....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. จำนวนครั้ง	5. ช่วงเวลาในการซื้อ
() 1.) ทุกวัน	() 1. เวลา 6.00 - 8.00 น.
() 2.) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	() 2. เวลา 8.00 - 10.00 น.
() 3.) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	() 3. เวลา 10.00 - 13.00 น.
() 4.) เดือนละครั้ง	() 4. เวลา 13.00 - 15.00 น.
() 5.) 2-3 ครั้งต่อเดือน	() 5. เวลา 15.00 - 17.00 น.
() 6.) ปีละครั้ง	() 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
() 7.) ไม่แน่นอน	
() 8 อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
6. จำนวนเวลาที่ใช้	7. วันที่เดินทางมาซื้อสินค้า
() 1.) น้อยกว่า 15 นาที	() 1.) วันธรรมดา
() 2.) 15-30 นาที	() 2.) วันหยุด
() 3.) 30- 60 นาที	() 3.) วันธรรมดาและวันหยุด
() 4.) 1 ชั่วโมง	() 4.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
() 5.) 1-2 ชั่วโมง	
() 6.) 2 ชั่วโมงขึ้นไป	

8. มูลค่าในการซื้อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย.....

9. ท่านซื้อสินค้าประเภทใดจากของย่านการค้าพาหุรัดคืออะไร (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า)
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ผ้า (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
2. () เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
3. () อัญมณีเครื่องประดับ(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
4. () ของใช้ส่วนตัวและเครื่องสำอาง (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
5. () กิฟท์ช้อปปิ้งและของขวัญ (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
6. () เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
7. () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านคิดว่าสินค้าเอกลักษณ์ของย่านการค้าพาหุรัดคืออะไร (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า)
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ผ้า (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
2. () เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
3. () อัญมณีเครื่องประดับ(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
4. () ของใช้ส่วนตัวและเครื่องสำอาง (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
5. () กิฟท์ช้อปปิ้งและของขวัญ (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
6. () เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
7. () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านคิดว่าสินค้าของย่านการค้าพาหุรัดมีความแตกต่างกับย่านการค้าอื่น โดยเฉพาะสำหรังสะพานหันอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () สินค้ามีที่นี้ที่เดียว
 2. () สินค้าราคาถูก
 3. () สินค้ามีความหลากหลาย
 4. () การเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่ายกว่า
 5. () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ท่านมาซื้อสินค้าที่ย่านการค้าพาหุรัดเป็นเวลานานเท่าใด

- () 1) น้อยกว่า 1 ปี
 () 2.) 1-5 ปี
 () 3.) 5-10 ปี
 () 4.) 11-20 ปี
 () 5.) มากกว่า 20 ปีขึ้นไป

13. ท่านใช้วิธีการเดินทางขาไปที่ต่อ.....ต่อ

14. การเดินทางในตอนที่ 1 ขาไปท่านเดินทางด้วยพาหนะใด

- () 1) รถยนต์
 () 2.) รถจักรยานยนต์
 () 3.) แท็กซี่
 () 4) สามล้อรับจ้าง
 () 5.) รถประจำทาง
 () 6.) เรือ
 () 7.) เดิน
 () 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. การเดินทางในตอนที่ 2 ขาไปท่านเดินทางด้วยพาหนะใด

- () 1) รถยนต์
 () 2.) รถจักรยานยนต์
 () 3.) แท็กซี่
 () 4) สามล้อรับจ้าง
 () 5.) รถประจำทาง
 () 6.) เรือ
 () 7.) เดิน
 () 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. การเดินทางในตอนที่ 3 ขาไปท่านเดินทางด้วยพาหนะใด

- () 1) รถยนต์
 () 2.) รถจักรยานยนต์
 () 3.) แท็กซี่
 () 4) สามล้อรับจ้าง
 () 5.) รถประจำทาง
 () 6.) เรือ
 () 7.) เดิน
 () 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. ท่านใช้วิธีการเดินทางขากลับที่ต่อ.....ต่อ

18. การเดินทางในตอนที่ 1 ขากลับท่านเดินทางด้วยพาหนะใด

- () 1) รถยนต์
 () 2.) รถจักรยานยนต์
 () 3.) แท็กซี่
 () 4) สามล้อรับจ้าง
 () 5.) รถประจำทาง
 () 6.) เรือ
 () 7.) เดิน
 () 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. การเดินทางในตอนที่ 2 ขากลับท่านเดินทางด้วยพาหนะใด

- () 1) รถยนต์
 () 2.) รถจักรยานยนต์
 () 3.) แท็กซี่
 () 4) สามล้อรับจ้าง
 () 5.) รถประจำทาง
 () 6.) เรือ
 () 7.) เดิน
 () 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

20. การเดินทางในตอนที่ 3 ขากลับท่านเดินทางด้วยพาหนะใด

- () 1) รถยนต์
 () 2.) รถจักรยานยนต์
 () 3.) แท็กซี่
 () 4) สามล้อรับจ้าง
 () 5.) รถประจำทาง
 () 6.) เรือ
 () 7.) เดิน
 () 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

21. ในกรณีที่น่ารถยนต์มาทำท่านจอดรถไว้ที่ใด

- () 1. วัดราชบูรณะวรวิหารหรือวัดเลียบ () 2. ห้างสรรพสินค้า ดิ โอเลต์สยาม
() 3. ศาลเจ้าแม่ทับทิม () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

22. ค่าจอดรถที่ท่านจ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง.....

23. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ย่านการค้าพาหุรัด ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

23.1 ลักษณะทางกายภาพ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- () 1. การเดินทางและเส้นทางคมนาคมสะดวก () 2. ที่จอดรถเพียงพอ
() 3. มีระบบขนส่งมวลชนให้บริการครบถ้วน () 4. บรรยากาศแบบตึกแถว
() 5. ที่นั่งพักและที่ทิ้งขยะอำนวยความสะดวก () 6. ความเคยชินกับสถานที่
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

23.2 ลักษณะของสินค้า (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- () 1. ราคาถูก () 2. มีสินค้าที่ต้องการ
() 3. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว () 4. สินค้ามีความหลากหลาย
() 5. สินค้ามีความทันสมัย () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

23.3 ความสะดวกในการซื้อ

- () 1. มีเจ้าประจำ () 2. เปรียบเทียบสินค้าได้ง่าย
() 3. ซื้อได้รวดเร็ว () 4. ไม่แออัดวุ่นวาย
() 5. สะดวกในการเดินไม่วกวน () 6. บรรยากาศดี
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

24. ท่านเคยซื้อสินค้าประเภทเดียวกันกับที่ซื้อจากย่านการค้าพาหุรัดจากย่านการค้าอื่นหรือไม่

- () 1. เคย () 2. ไม่เคย เพราะ.....

25. ย่านการค้าอื่นที่ท่านซื้อสินค้าคือ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- () 1. ย่านสำเพ็ง () 2. ย่านปากคลองตลาด
() 3. ย่านคลองถม () 4. ย่านเยาวราช
() 5. ย่านเวียงนครเกษม () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

26. ประเภทของสินค้าที่ท่านมาซื้อในย่านการค้าอื่น (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- () 1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ () 2. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป
() 3. เครื่องประดับและอัญมณี () 4. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว
() 5. กีฬาที่ซื้อและของชำร่วย () 6. อาหารและเครื่องดื่ม
() 7. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด () 8. ผักผลไม้ ดอกไม้และของสด
() 9. วีซีดี และเครื่องใช้ไฟฟ้า () 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

27. ท่านซื้อสินค้าในย่านการค้าอื่นรูปแบบใดมากที่สุด

- () 1. ซื้อปลีก () 2. ซื้อส่ง () 3. ซื้อทั้งปลีกและส่ง

28. ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการร้านค้าประเภทตึกสูง เช่น โบ้เบ้ทาวเวอร์ หรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. สนใจ	<input type="checkbox"/> 2. ไม่สนใจ
เหตุผลที่สนใจ	เหตุผลที่ไม่สนใจ
<input type="checkbox"/> 1.1 ทันสมัย	<input type="checkbox"/> 2.1 เพิ่มการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
<input type="checkbox"/> 1.2 ไม่แออัด สะดวก /บรรยากาศเย็นสบาย	<input type="checkbox"/> 2.2 ทำให้ลูกค้าและยอดขายลดลง
<input type="checkbox"/> 1.3 เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค	<input type="checkbox"/> 2.3 ค่าเช่าแพง
<input type="checkbox"/> 1.4 อื่นๆ (โปรดระบุ).....	<input type="checkbox"/> 2.4 ตึกสูงสร้างทัศนวิสัยที่ไม่ดีให้พื้นที่
	<input type="checkbox"/> 2.5 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

29. ในอนาคตท่านจะยังคงซื้อสินค้าในย่านการค้าพาหุรัดหรือไม่

1. ซื้อ 2. ไม่ซื้อ
 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

30. ในอนาคตท่านจะซื้อสินค้าจากร้านค้าตึกแถวในปริมาณเท่าใด

1. ซื้อลดลง
 2. ซื้อเพิ่มขึ้น
 3. ซื้อปริมาณเท่าเดิม
 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

31. ในอนาคตท่านเลือกซื้อสินค้าเฉพาะตึกแถวในย่านการค้าพาหุรัดเพราะเหตุผลใด

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. มีเจ้าประจำ 2. ราคาถูก
 3. สินค้ามีความหลากหลาย 4. ชอบบรรยากาศแบบตึกแถว
 5. มีสินค้าที่ต้องการ 6. ความเคยชินกับสถานที่
 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

32. ในอนาคตท่านคิดว่าท่านจะซื้อสินค้าจากสถานที่ใดในย่านการค้าพาหุรัด

1. ตึกแถวในย่านการค้าพาหุรัดและตึกแถวภายในตลาดพาหุรัด
 2. ห้างอินเดีย เอ็มโพเรียม
 3. ทั้งสองสถานที่
 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

33. ในอนาคตท่านจะซื้อสินค้าประเภทใดในย่านการค้าพาหุรัดคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ 2. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป
 3. เครื่องประดับและอัญมณี 4. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว
 5. กิฟท์ช้อปปิ้งและของขวัญ 6. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

34. ในอนาคตท่านคิดว่าย่านการค้าพาหุรัดจะสามารถดำรงอยู่ได้ไปหรือไม่ (ดำรงอยู่/ความคงอยู่ คือ รูปแบบของพฤติกรรม การปฏิบัติที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน)

1. ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ 2. สามารถดำรงอยู่ได้
 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

35. ในอนาคตย่านการค้าพาหุรัดสามารถดำรงอยู่ได้จะต้องดำเนินการปรับปรุงอย่างไรเพื่อให้ดำรงอยู่
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เพิ่มความหลากหลายของสินค้า () 2. ปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย
() 3. ปรับราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

36. ท่านคิดว่าย่านการค้าพาหุรัดยังคงอยู่สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้จนถึงปัจจุบันเพราะอะไร
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก () 2. ระบบคมนาคมขนส่งสะดวก
() 3. ที่จอดรถเพียงพอ () 4. สินค้าราคาถูก
() 5. สินค้ามีความหลากหลาย () 6. มีกลุ่มลูกค้าประจำ
() 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว () 8. สามารถต่อรองราคาสินค้าได้
() 9. ย่านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน () 10. บรรยากาศแบบตึกแถว
() 11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาภายในย่านการค้าพาหุรัดคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. อาคารเก่าทรุดโทรมขาดการดูแลทำความสะอาด () 2. ที่จอดรถไม่เพียงพอ
() 3. ทางเท้าคับแคบเดินไม่สะดวกเพราะแผงลอยมากเกินไป () 4. ป้ายรถเมล์ล้อยู่ไกล
() 5. ไม่มีจุดนั่งพักบริเวณย่านการค้าพาหุรัด () 6. ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ และหายาก
() 7. บริเวณภายในตลาดสกปรกและแออัด () 8. สภาพแวดล้อมภายในย่านแออัด
() 9. ไม่มีห้องน้ำสาธารณะไว้บริการ () 10. การระบายอากาศไม่ดี
() 11. มีน้ำขังบริเวณทางเดินภายในตลาดพาหุรัด () 12. สายไฟฟ้าไม่เป็นระเบียบ
() 13. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านเห็นด้วยกับแนวทางการปรับปรุงพัฒนาและแก้ไขปัญหาพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัดหรือไม่

2.1 สภาพอาคาร และความสวยงามของพื้นที่

- () 1. ทำความสะอาดปรับปรุงอาคารให้สวยงาม
() 2. ซ่อมแซมอาคารที่ชำรุดทรุดโทรมและเป็นอันตราย
() 3. ควบคุมอาคารให้มีรูปแบบสอดคล้องกัน
() 4. ปลุกต้นไม้และปรับปรุงภูมิทัศน์
() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.2 การจราจรและที่จอดรถ

- () 1. จัดระเบียบการจราจรให้รถคล่องตัว
() 2. จัดระเบียบที่จอดรถอนุญาตให้จอดรถได้ในช่วงที่การจราจรไม่รุนแรง
() 3. จัดระเบียบที่จอดรถที่ในการรับส่งผู้โดยสารและขนส่งสินค้า
() 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.3 ทางเท้า

- () 1. จัดระเบียบแผงลอยและทำความสะอาดทางเท้าทุกสัปดาห์
- () 2. ปรับปรุงผิวจราจรทางเท้าและปลูกต้นไม้
- () 3. ย้ายหาบแร่แผงลอยเข้าไปในตลาด
- () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.4 ระบบสายไฟฟ้าและระบบระบายน้ำ

- () 1. ควรมีการเดินระบบสายไฟฟ้าลงใต้ดิน
- () 2. ทำความสะอาดท่อระบายน้ำและเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำ
- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.5 สิ่งอำนวยความสะดวกความสะอาดความสบายในพื้นที่

- () 1. สร้างห้องน้ำสาธารณะ
- () 2. สร้างจุดนั่งพักผ่อน
- () 3. เพิ่มจุดทิ้งขยะให้มีความเพียงพอกับปริมาณขยะ
- () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.6 ความปลอดภัย

- () 1. พัฒนาพื้นที่ว่างบริเวณตลาดพาหุรัดให้เกิดประโยชน์
- () 2. ติดตั้งไฟฟ้าบริเวณทางเดินให้สว่างทั่วถึง
- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.7 ท่านมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงอะไรนอกจากที่กล่าวมา (โปรดระบุ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการวิทยานิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงของบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด
แบบสอบถามเลขที่.....วันที่.....เวลา.....สำหรับผู้ประกอบการ

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของย่านการค้าพาหุรัด คือ บริเวณย่านการค้าริมถนนพาหุรัด และย่านการค้าริมถนนจักรเพชรตั้งแต่ ห้างอินเดีย เอ็มโพเรียม-อาคารพาณิชย์บริเวณริมถนนจักรเพชร-ตลาดพาหุรัด-อาคารพาณิชย์ริมถนนตรีเพชร บริเวณย่านการค้าพาหุรัดมีความหลากหลายของรูปแบบการค้าทั้งการค้าปลีกและส่ง ตลอดจนการทำกิจกรรมการค้าในอาคารพาณิชย์และตึกสูง นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความเชื่อมโยงกันของกิจกรรมทางเศรษฐกิจกับย่านการค้าอื่นๆ บริเวณโดยรอบ คำตอบของท่านจะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

กรุณาทำเครื่องหมาย ในคำตอบที่ท่านเลือกลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

- () 1.ชาย () 2.หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. อายุ 21-30 ปี
() 3. อายุ 31-40 ปี () 4. อายุ 41-50 ปี
() 5. อายุ 51 ปีขึ้นไป

3. ครอบครัวของท่านมีจำนวนสมาชิกทั้งหมดกี่คน (รวมตัวท่านด้วย).....คน

4. ระดับรายได้ต่อเดือน.....บาทต่อเดือน

5. ระดับการศึกษา

- () 1. ระดับประถมศึกษา () 2. ระดับมัธยมศึกษา
() 3. ระดับอาชีวะ อนุปริญญา () 4. ระดับปริญญาตรี
() 5. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

6. ภูมิลำเนาของเจ้าของกิจการ

- () 1. กรุงเทพฯเขต (โปรดระบุ)..... () 2. ปริมณฑล (โปรดระบุ).....
() 3. ต่างจังหวัด (โปรดระบุ) () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านรู้จักหรือมีการพูดคุยกับผู้ประกอบการในละแวกพาหุรัดจำนวนประมาณกี่หลัง

- () 1.) ไม่รู้จัก/ไม่มีการพูดคุย () 2.) น้อยกว่า 2 หลัง
() 3.) 3-5 หลัง () 4.) 6-10 หลัง
() 5.) มากกว่า 10 หลัง () 6.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันของเจ้าของกิจการ

- () 1. ที่พักอาศัยในสถานที่ทำงาน () 2. ในกรุงเทพฯเขต.....
() 3. ปริมณฑล (โปรดระบุ)..... () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านมีบ้านที่พักอาศัยนอกเขตพระนครหรือไม่

- () 1. มี (โปรดระบุ) เขต..... () 2. ไม่มี () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. จำนวนลูกจ้าง/แรงงานที่ทำงานในกิจการ

- () 1. ไม่มีคนงาน(ข้ามไปข้อ14) () 2. มีคนงาน.....คน

11. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันของลูกจ้าง/แรงงาน

- () 1. พักอาศัยในบ้าน/สถานที่ทำงาน () 2. ในกรุงเทพฯเขต.....
() 3. บริเวณชานเมือง (ปริมณฑล)..... () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ลักษณะการเดินทางมายังสถานประกอบการของลูกจ้าง/แรงงาน

- () 1. ไม่ได้เดินทางเพราะ พักที่ร้านค้า () 2. รถยนต์ส่วนตัว
() 3. รถจักรยานยนต์ () 4. แท็กซี่
() 5. สามล้อรับจ้าง () 6. รถประจำทาง
() 7. เรือ () 8. เดิน
() 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ลักษณะการเดินทางกลับจากสถานประกอบการของลูกจ้าง/แรงงาน

- () 1. ไม่ได้เดินทางเพราะ พักที่ร้านค้า () 2. รถยนต์ส่วนตัว
() 3. รถจักรยานยนต์ () 4. แท็กซี่
() 5. สามล้อรับจ้าง () 6. รถประจำทาง
() 7. เรือ () 8. เดิน
() 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ลักษณะการเดินทางมายังร้านค้าของผู้ประกอบ/การเจ้าของกิจการ

- () 1. ไม่ได้เดินทางเพราะ พักที่ร้านค้า () 2. รถยนต์ส่วนตัว
() 3. รถจักรยานยนต์ () 4. แท็กซี่
() 5. สามล้อรับจ้าง () 6. รถประจำทาง
() 7. เรือ () 8. เดิน
() 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ลักษณะการเดินทางกลับจากร้านค้าของผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ

- () 1. ไม่ได้เดินทางเพราะ พักที่ร้านค้า () 2. รถยนต์ส่วนตัว
() 3. รถจักรยานยนต์ () 4. แท็กซี่
() 5. สามล้อรับจ้าง () 6. รถประจำทาง
() 7. เรือ () 8. เดิน
() 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. ในกรณีที่นำรถมา ท่านจอดรถไว้ที่ใด

- () 1. วัดราชบูรณะหรือวัดเลียบ () 2. ห้างสรรพสินค้า ดิ โอลด์สยาม
() 3. ศาลเจ้าแม่ทับทิม () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. ค่าจอดรถที่ท่านจ่ายเฉลี่ยต่อวัน (ประมาณ)

18. ปัญหาที่ท่านประสบในย่านการค้าพาหุรัดคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--------------------------------------|
| () 1. อาคารเก่าทรุดโทรมขาดการดูแลทำความสะอาด | () 2. ที่จอดรถไม่เพียงพอ |
| () 3. ทางเท้าคับแคบเดินไม่สะดวกเพราะแผงลอยมากเกินไป | () 4. ป้ายรถเมล์ล้อยู่ไกล |
| () 5. ไม่มีจุดนั่งพักบริเวณย่านการค้าพาหุรัด | () 6. ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ และหายาก |
| () 7. บริเวณภายในตลาดสกปรกและแออัด | () 8. สภาพแวดล้อมภายในย่านแออัด |
| () 9. ไม่มีห้องน้ำสาธารณะไว้บริการ | () 10. การระบายอากาศไม่ดี |
| () 11. มีน้ำขังบริเวณทางเดินภายในตลาดพาหุรัด | () 12. สายไฟฟ้าไม่เป็นระเบียบ |
| () 13. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

19. ท่านเห็นด้วยกับแนวทางการปรับปรุงพัฒนาและแก้ไขปัญหาพื้นที่ย่านการค้าพาหุรัดหรือไม่

19.1 สภาพอาคาร และความสวยงามของพื้นที่

- () 1. ทำความสะอาดปรับปรุงอาคารให้สวยงาม
- () 2. ซ่อมแซมอาคารที่ชำรุดทรุดโทรมและเป็นอันตราย
- () 3. ควบคุมอาคารให้มีรูปแบบสอดคล้องกัน
- () 4. ปลุกต้นไม้และปรับปรุงภูมิทัศน์
- () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19.2 การจราจรและที่จอดรถ

- () 1. จัดระเบียบการจราจรให้รถคล่องตัว
- () 2. จัดระเบียบที่จอดรถให้จอดรถได้ช่วงที่การจราจรไม่รุนแรง
- () 3. จัดระเบียบที่จอดรถที่ในการรับส่งผู้โดยสารและขนส่งสินค้า
- () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19.3 ทางเท้า

- () 1. จัดระเบียบแผงลอยและทำความสะอาดทางเท้าทุกสัปดาห์
- () 2. ปรับปรุงผิวจราจรทางเท้าและปลุกต้นไม้
- () 3. ย้ายขายแผงลอยเข้าไปในตลาด
- () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19.4 ระบบสายไฟฟ้าและระบบระบายน้ำ

- () 1. ควรมีการเดินระบบสายไฟฟ้าลงใต้ดิน
- () 2. ทำความสะอาดท่อระบายน้ำและเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำ
- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19.5 สิ่งอำนวยความสะดวกความสะอาดความสบายในพื้นที่

- () 1. สร้างห้องน้ำสาธารณะ
- () 2. สร้างจุดนั่งพักผ่อน
- () 3. เพิ่มจุดทิ้งขยะให้มีความเพียงพอกับปริมาณขยะ
- () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19.6 ความปลอดภัย

- () 1. พัฒนาพื้นที่ว่างบริเวณตลาดพาหุรัดให้เกิดประโยชน์
- () 2. ติดตั้งไฟฟ้าบริเวณทางเดินให้สว่างทั่วถึง
- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19.7 ท่านมีความคิดเห็นว่าจะปรับปรุงอะไรนอกจากที่กล่าวมา (โปรดระบุ)

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 ลักษณะของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

1. สินค้าที่ท่านมาจำหน่ายในย่านการค้าพาหุรัดคือสินค้าประเภท (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ
- () 2. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป
- () 3. เครื่องประดับและอัญมณี
- () 4. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว
- () 5. กิ๊พท์ช็อปและของชำร่วย
- () 6. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด
- () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. สถานที่ร้านของท่านอยู่บริเวณใด

- () 1. ตึกแถวบริเวณริมถนนพาหุรัด
- () 2. ตึกแถวบริเวณริมถนนจักรเพชร
- () 3. ตึกแถวบริเวณริมถนนตรีเพชร
- () 4. อินเดีย เอ็มโพเรียม
- () 5. ตึกแถวภายในตลาดพาหุรัด
- () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ลักษณะของการจำหน่ายสินค้า (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ขายปลีก (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)
- () 2. ขายส่ง (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)
- () 3. อื่นๆ (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)

4. กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อสินค้าโดยส่วนใหญ่คือ

- () 1. ลูกค้า (กรุงเทพฯ) (โปรดระบุ) เขต..... (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)
- () 2. ลูกค้าต่างจังหวัด (โปรดระบุ) จังหวัด..... (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)
- () 3. ลูกค้าต่างชาติ (โปรดระบุ)..... (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)
- () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... (โปรดระบุสัดส่วนประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)

5. ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการกิจการ

- () 1.) น้อยกว่า 1 ปี
- () 2.) 1-5 ปี
- () 3.) 5-10 ปี
- () 4.) 11-20 ปี
- () 5.) มากกว่า 20 ปีขึ้นไป

6. ช่วงเวลาที่ลูกค้านิยมซื้อสินค้า	7. ประเภทของสินค้าส่วนใหญ่ที่ลูกค้าซื้อจากร้านของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
() 1. เวลา 6.00 - 8.00 น.	() 1. ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ	
() 2. เวลา 8.00 - 10.00 น.	() 2. เสื้อผ้า/เครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	
() 3. เวลา 10.00 - 13.00 น.	() 3. เครื่องประดับและอัญมณี	
() 4. เวลา 13.00 - 15.00 น.	() 4. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว	
() 5. เวลา 15.00 - 17.00 น.	() 5. กีฬาที่ช้อปและของชำร่วย	
() 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	() 6. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	
	() 7. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	
8. วันที่ลูกค้านิยมเดินทางมาซื้อสินค้า	9. ช่วงเวลาที่ท่านเปิดกิจการ	10. สถานที่ผลิต/แหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. วันธรรมดา	() 1. เวลา 6.00 - 8.00 น.	() 1. กรุงเทพฯเขต.....
() 2. วันหยุด	() 2. เวลา 8.00-10.00น.	() 2. ปริมณฑลคือ.....
() 3. ธรรมดาและวันหยุด	() 3. เวลา 10.00-12.00น.	() 3. ต่างจังหวัดคือ.....
() 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	() 4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....	() 4. ต่างประเทศ.....
		() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ช่วงเวลา รับสินค้าสินค้าจากผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายในวันธรรมดา

- () 1. เวลา 6.00 - 8.00 น. () 2. เวลา 9.00 - 12.00 น. () 3. เวลา 13.00 - 15.00 น. ()
4. เวลา 16.00 - 18.00 น. () 5. อื่นๆ (ระบุ).....

12. ช่วงเวลา รับสินค้าสินค้าจากผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายในวันหยุด

- () 1. เวลา 6.00 - 8.00 น. () 2. เวลา 9.00 - 12.00 น. () 3. เวลา 13.00 - 15.00 น.
() 4. เวลา 16.00 - 18.00 น. () 5. อื่นๆ (ระบุ).....

13. ท่านมีสนใจเกี่ยวกับร้านค้าที่มีลักษณะตึกสูง เช่น ตึกสูงบีบีทาวเวอร์ หรือไม่

() 13.1 สนใจ	() 13.2 ไม่สนใจ
13.1 เหตุผลที่สนใจคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	13.2 เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. สามารถขยายกิจการได้	() 1. เพิ่มการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
() 2. ทันสมัย	() 2. ทำให้ลูกค้าและยอดขายลดลง
() 3. ไม่แออัด สะดวก /บรรยากาศเย็นสบาย	() 3. ค่าเช่าแพง
() 4. เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค	() 4. ตึกสูงสร้างทัศนวิสัยที่ไม่ดีให้พื้นที่
() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	() 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ณ ปัจจุบันมีห้างอินเดีย เอ็มโพเรียม เกิดขึ้นท่านจะทำอย่างไรกับกิจการของท่าน

- () 1. จำหน่ายสินค้าที่เดิมไม่ย้ายกิจการ () 2. ปิดกิจการ
 () 3. ทำกิจการทั้งสองแห่ง () 4. ขยายกิจการเดิมแล้วย้ายไปเปิดที่ห้างอินเดีย เอ็มโพเรียม
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 การให้ประโยชน์อาคาร

1. ลักษณะอาคารที่ทำกิจการค้าของท่านคือ

- () 1. อาคารพาณิชย์/ตึกแถว () 2. ห้องแถวแบบ 1 ชั้น
 () 3. ลักษณะตึกสูง อินเดียเอ็มโพเรียม () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. จำนวนชั้น.....ชั้น

3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นแต่ละชั้นของอาคาร

ชั้นที่	พาณิชย์กรรม	พักอาศัย	เก็บสินค้า	อื่นๆ (โปรดระบุ)
1				
2				
3				
4				
5				

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับแผงลอยหรือการวางสินค้านอกร้าน

4.1 () เห็นด้วย	4.2 () ไม่เห็นด้วย
เหตุผลที่เห็นด้วยคือ (ตอบได้มากกว่าข้อ)	เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยคือ (ตอบได้มากกว่าข้อ)
() 1. เพราะพื้นที่ในร้านไม่เพียงพอ	() 1. ทำให้ทางเดินคับแคบเดินลำบาก
() 2. เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มองเห็นสินค้ามากขึ้น	() 2. ทัดตบวิสัยไม่ดี ไม่เป็นระเบียบ
() 3. สามารถเพิ่มยอดขายได้	() 3. การเข้า-ออกจากร้านไม่สะดวก
() 4. อื่น (โปรดระบุ).....	() 4. อื่น (โปรดระบุ).....

5. ท่านอาศัยอยู่ในตึกแถว/อาคารพาณิชย์นี้ในฐานะ

- () 1. เป็นเจ้าของเอง () 2. เช่าจากสำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
 () 3. เช่าจากเอกชน () 4. เช่าโดยมีผู้ค้าอื่นร่วมเช่าเพื่อทำการค้า
 () 5. เช่าจากเอกชนรายอื่นและอยู่อาศัยด้วย () 6. อื่นๆโปรดระบุ.....

6. ท่านจ่ายค่าเช่า

() รายเดือน (โดยประมาณ)คือ.....

() รายปี (โดยประมาณ) คือ.....

7. ท่านเช่าสถานที่ประกอบการเป็นระยะเวลา.....ปี

8. ในอนาคตท่านคิดว่างานการค้าพาหุรัดจะสามารถดำรงอยู่ได้ไปหรือไม่ (ดำรงอยู่/ความคงอยู่ คือรูปแบบของพฤติกรรม การปฏิบัติที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน)

- () 1. ไม่สามารถดำรงอยู่ได้
 () 2. สามารถดำรงอยู่ได้
 () 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านคิดว่าสินค้าเอกลักษณ์เฉพาะตัวของย่านการค้าพาหุรัดคืออะไร
(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า)(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ผ้า (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
2. () เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
3. () อัญมณีเครื่องประดับ(โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
4. () ของใช้ส่วนตัวและเครื่องสำอาง (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
5. () กิฟท์ช้อปปิ้งและของชำร่วย (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
6. () เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด (โปรดระบุชนิด/ประเภทของสินค้า).....
7. () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านคิดว่าสินค้าของย่านการค้าพาหุรัดมีความแตกต่างกับย่านการค้าอื่น โดยเฉพาะสำหรับ
สะพานหันอย่างไร
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () สินค้ามีที่นี้ที่เดียว
2. () สินค้าราคาถูก
3. () สินค้ามีความหลากหลาย
4. () การเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่ายกว่า
5. () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านคิดว่ากลุ่มลูกค้าของท่านแตกต่างจากกลุ่มลูกค้าย่านการค้าอื่นโดยเฉพาะสำหรับ
สะพานหัน
อย่างไร

12. ในอนาคตย่านการค้าพาหุรัดดำรงอยู่ได้จะต้องดำเนินการปรับตัวอย่างไร

- | | |
|---|--|
| () 1. เพิ่มความหลากหลายของสินค้า | () 2. ปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย |
| () 3. ปรับราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ | () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

13. ท่านคิดว่าย่านการค้าพาหุรัดยังคงอยู่สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้จนถึงปัจจุบันเพราะอะไร
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|----------------------------------|
| () 1. ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก | () 2. ระบบคมนาคมขนส่งสะดวก |
| () 3. ที่จอดรถเพียงพอ | () 4. สินค้าราคาถูก |
| () 5. สินค้ามีความหลากหลาย | () 6. มีกลุ่มลูกค้าประจำ |
| () 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว | () 8. สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ |
| () 9. ย่านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน | () 10. บรรยากาศแบบตึกแถว |
| () 11. อื่นๆ(โปรดระบุ)..... | |

14. ท่านเคยสอบถามลูกค้าหรือไม่ เกี่ยวกับการซื้อสินค้าจากร้านค้าประเภทตึกสูง เช่น อินเดียม เอ็มโพเรียม

<input type="checkbox"/> 14.1 ไม่เคยถาม	<input type="checkbox"/> 14.2 เคยถาม
	15. คำตอบที่ได้รับคือ
	<input type="checkbox"/> 15.1 จะซื้อสินค้าจากร้านค้า ประเภทตึกสูง
	<input type="checkbox"/> 15.2 จะซื้อสินค้าจากร้านของท่านเหมือนเดิม
	<input type="checkbox"/> 15.3 จะซื้อสินค้าจากทั้งสองสถานที่
	<input type="checkbox"/> 15.4 อื่นๆ(โปรดระบุ).....

จบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการวิทยานิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมย่านการค้าพาหุรัด
แบบสอบถามเลขที่.....วันที่.....เวลา.....สำหรับผู้ชื่อ

(ย่านสำเพ็งและสะพานหัน)

กรุณาทำเครื่องหมาย ในคำตอบที่ท่านเลือกลงในช่องว่าง

1. ท่านเคยซื้อสินค้าจากย่านการค้าอื่นนอกจากย่านสำเพ็ง สะพานหันหรือไม่
 - () 1. เคย
 - () 2. ไม่เคย เพราะ.....
2. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าจากสถานที่ดังกล่าวในข้อ 1 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1. มีเจ้าประจำ
 - () 2. ราคาถูก
 - () 3. สินค้ามีความหลากหลาย
 - () 4. ชอบบรรยากาศแบบตึกแถว
 - () 5. มีสินค้าที่ต้องการ
 - () 6. ความเคยชินกับสถานที่
 - () 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว
 - () 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. ย่านการค้าอื่นที่ท่านซื้อสินค้าคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1. ย่านพาหุรัด
 - () 2. ย่านเยาวราช
 - () 3. ย่านคลองถม
 - () 4. ย่านปากคลองตลาด
 - () 5. ย่านเวียงนครเกษม
 - () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ประเภทของสินค้าที่ท่านมาซื้อในย่านการค้าสำเพ็ง สะพานหัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 4.1 ประเภทของสินค้าที่ท่านมาซื้อใน ย่านสำเพ็ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	() 4.2 ประเภทของสินค้าที่ท่านมาซื้อใน ย่านสะพานหัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. ผ้า/อุปกรณ์ตัดเย็บ(โปรดระบุ).....	() 1. ผ้า/อุปกรณ์ตัดเย็บ(โปรดระบุ).....
() 2. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	() 2. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป
() 3. เครื่องประดับและอัญมณี	() 3. เครื่องประดับและอัญมณี
() 4. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว	() 4. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว
() 5. กิฟท์ช้อปปิ้ง	() 5. กิฟท์ช้อปปิ้ง
() 6. ของชำร่วย	() 6. ของชำร่วย
() 7. อาหารและเครื่องดื่ม	() 7. อาหารและเครื่องดื่ม
() 8. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	() 8. เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด
() 9. ผัก ผลไม้ ดอกไม้และของสด	() 9. ผัก ผลไม้ ดอกไม้และของสด
() 10. วีซีดี และเครื่องใช้ไฟฟ้า	() 10. วีซีดี และเครื่องใช้ไฟฟ้า
() 11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	() 11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านซื้อสินค้าในย่านการค้าในรูปแบบใดมากที่สุด

- () 1. ช้อปปลีก
() 2. ช้อปส่ง
() 3. ช้อปทั้งปลีกและส่ง

6. ท่านคิดว่าสินค้าของย่าน <u>สำเพ็ง</u> แตกต่าง จาก <u>ย่านพาหุรัด</u> อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	7. ท่านคิดว่าสินค้าของย่าน <u>สะพานหัน</u> แตกต่าง จาก <u>ย่านพาหุรัด</u> อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. สินค้ามีพื้นที่เดียว	() 1. สินค้ามีพื้นที่เดียว
() 2. สินค้าราคาถูก	() 2. สินค้าราคาถูก
() 3. สินค้ามีความหลากหลาย	() 3. สินค้ามีความหลากหลาย
() 4. การเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่ายกว่า	() 4. การเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่ายกว่า
() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	() 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. ท่านคิดว่าสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ในความเข้าใจของท่าน เอกลักษณ์คือ? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เอกลักษณ์ คือสิ่งที่แสดงออกบ่งบอกถึงความแตกต่างและมีลักษณะเฉพาะ เอกลักษณ์ที่แสดงออกมามีหลายด้าน เช่น อาหาร ภาษา ศิลปะ ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม (จงจิต กล่อมสิงห์ 2546: 5)

- () 1. สินค้าที่มีที่นี้ที่เดียว () 2. สินค้าที่มีชื่อเสียงของย่าน
 () 3. สินค้าที่มีความแตกต่างจากที่อื่น () 4. สินค้าที่มีคุณภาพของพื้นที่
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของ ย่านการค้าพาหุรัด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	10. สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของ ย่านการค้าสำเพ็ง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	11. สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ของ ย่านการค้าสะพานหัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. ผ้าม่าน () 2. ผ้าสาหรี่ () 3. ผ้าใช้ ในงานแสดง () 4. ผ้าลูกไม้ () 5. อื่นๆ (ระบุ).....	() 1. ผ้าตัดสูท () 2. ผ้าตัดชุดทำงาน / (ยูนิฟอร์ม) () 3. ผ้าตัดชุดทหาร () 4. อื่นๆ (ระบุ).....	() 1. ผ้าขนสัตว์ () 2. ผ้าแฟนซี () 3. อื่นๆ (ระบุ).....
() 2. เสื้อผ้า (ระบุประเภท).....	() 2. เสื้อผ้า (ระบุประเภท).....	() 2. เสื้อผ้า (ระบุประเภท).....
() 3. เครื่องประดับ (ระบุประเภท).....	() 3. เครื่องประดับ (ระบุประเภท).....	() 3. เครื่องประดับ (ระบุประเภท).....
() 4. ของใช้ส่วนตัว (ระบุประเภท).....	() 4. ของใช้ส่วนตัว (ระบุประเภท).....	() 4. ของใช้ส่วนตัว (ระบุประเภท).....
() 5. ของชำร่วย (ระบุประเภท).....	() 5. ของชำร่วย (ระบุประเภท).....	() 5. ของชำร่วย (ระบุประเภท).....
() 6. กิฟท์ช็อป (ระบุประเภท).....	() 6. กิฟท์ช็อป (ระบุประเภท).....	() 6. กิฟท์ช็อป (ระบุประเภท).....
() 7. ของเบ็ดเตล็ด (ระบุประเภท).....	() 7. ของเบ็ดเตล็ด (ระบุประเภท).....	() 7. ของเบ็ดเตล็ด (ระบุประเภท).....
() 8. อื่น(ระบุ).....	() 8. อื่น(ระบุ).....	() 8. อื่น(ระบุ).....

12. ในอนาคตท่านคิดว่าท่านจะซื้อสินค้าจากสถานที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ร้านค้าในย่านพาหุรัด () 2. ร้านค้าในย่านสำเพ็ง
 () 3. ร้านค้าในย่านสะพานหัน () 4. ห้างอินเดีย เอ็มโพเรียม
 () 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. เหตุผลของการตัดสินใจซื้อสินค้าจากสถานที่ดังกล่าวในข้อ 11 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 13.1 ย่านพาหุรัด	<input type="checkbox"/> 13.2 ย่านสำเพ็ง	<input type="checkbox"/> 13.3 ย่านสะพานหัน
<input type="checkbox"/> 1. มีเจ้าประจำ	<input type="checkbox"/> 1. มีเจ้าประจำ	<input type="checkbox"/> 1. มีเจ้าประจำ
<input type="checkbox"/> 2. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 2. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 2. ราคาถูก
<input type="checkbox"/> 3. สินค้ามีความหลากหลาย	<input type="checkbox"/> 3. สินค้ามีความหลากหลาย	<input type="checkbox"/> 3. สินค้ามีความหลากหลาย
<input type="checkbox"/> 4. ชอบบรรยากาศดีเยี่ยม	<input type="checkbox"/> 4. ชอบบรรยากาศดีเยี่ยม	<input type="checkbox"/> 4. ชอบบรรยากาศดีเยี่ยม
<input type="checkbox"/> 5. มีสินค้าที่ต้องการ	<input type="checkbox"/> 5. มีสินค้าที่ต้องการ	<input type="checkbox"/> 5. มีสินค้าที่ต้องการ
<input type="checkbox"/> 6. ความเคยชินกับสถานที่	<input type="checkbox"/> 6. ความเคยชินกับสถานที่	<input type="checkbox"/> 6. ความเคยชินกับสถานที่
<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว
<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (ระบุ).....	<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (ระบุ).....	<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (ระบุ).....
13.4 อินเดีย เอ็มโพเรียม	12.5. อื่นๆ.....(ระบุ)	
<input type="checkbox"/> 1. มีเจ้าประจำ	<input type="checkbox"/> 1. มีเจ้าประจำ	
<input type="checkbox"/> 2. ราคาถูก	<input type="checkbox"/> 2. ราคาถูก	
<input type="checkbox"/> 3. สินค้ามีความหลากหลาย	<input type="checkbox"/> 3. สินค้ามีความหลากหลาย	
<input type="checkbox"/> 4. ชอบบรรยากาศดีเยี่ยม	<input type="checkbox"/> 4. ชอบบรรยากาศดีเยี่ยม	
<input type="checkbox"/> 5. มีสินค้าที่ต้องการ	<input type="checkbox"/> 5. มีสินค้าที่ต้องการ	
<input type="checkbox"/> 6. ความเคยชินกับสถานที่	<input type="checkbox"/> 6. ความเคยชินกับสถานที่	
<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	
<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (ระบุ).....	<input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (ระบุ).....	

14. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการร้านค้าประเภทดีกสูง เช่น อินเดียเอ็มโพเรียม

<input type="checkbox"/> 1. สนใจ เหตุผลที่สนใจ	<input type="checkbox"/> 2. ไม่สนใจ เหตุผลที่ไม่สนใจ
<input type="checkbox"/> 1.1 ทันสมัย	<input type="checkbox"/> 2.1 เพิ่มการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
<input type="checkbox"/> 1.2 ไม่แออัด สะดวก /บรรยากาศเย็นสบาย	<input type="checkbox"/> 2.2 ทำให้ลูกค้าและยอดขายลดลง
<input type="checkbox"/> 1.3 เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค	<input type="checkbox"/> 2.3 ค่าเช่าแพง
<input type="checkbox"/> 1.4 อื่นๆ (ระบุ).....	<input type="checkbox"/> 2.4 ดีกสูงสร้างทัศนวิสัยที่ไม่ดีให้พื้นที่
	<input type="checkbox"/> 2.5 อื่นๆ (ระบุ).....

ศูนย์วิทยุวิทยุ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

15. ท่านคิดว่าย่านพาหุรัด สำเพ็ง สะพานหัน สามารถดำรงอยู่/อยู่รอดด้วยปัจจัยใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 15.1 ย่านพาหุรัด	<input type="checkbox"/> 15.2 ย่านสำเพ็ง	<input type="checkbox"/> 15.3 ย่านสะพานหัน
<input type="checkbox"/> 1. ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก	<input type="checkbox"/> 1. ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก	<input type="checkbox"/> 1. ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก
<input type="checkbox"/> 2. คมนาคมขนส่งสะดวก	<input type="checkbox"/> 2. คมนาคมขนส่งสะดวก	<input type="checkbox"/> 2. คมนาคมขนส่งสะดวก
<input type="checkbox"/> 3. ที่จอดรถเพียงพอ	<input type="checkbox"/> 3. ที่จอดรถเพียงพอ	<input type="checkbox"/> 3. ที่จอดรถเพียงพอ
<input type="checkbox"/> 4. สินค้าราคาถูก	<input type="checkbox"/> 4. สินค้าราคาถูก	<input type="checkbox"/> 4. สินค้าราคาถูก
<input type="checkbox"/> 5. สินค้าหลากหลาย	<input type="checkbox"/> 5. สินค้าหลากหลาย	<input type="checkbox"/> 5. สินค้าหลากหลาย
<input type="checkbox"/> 6. มีกลุ่มลูกค้าประจำ	<input type="checkbox"/> 6. มีกลุ่มลูกค้าประจำ	<input type="checkbox"/> 6. มีกลุ่มลูกค้าประจำ
<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	<input type="checkbox"/> 7. สินค้ามีที่นี้ที่เดียว
<input type="checkbox"/> 8. ต่อรองราคาสินค้าได้	<input type="checkbox"/> 8. ต่อรองราคาสินค้าได้	<input type="checkbox"/> 8. ต่อรองราคาสินค้าได้
<input type="checkbox"/> 9. ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน	<input type="checkbox"/> 9. ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน	<input type="checkbox"/> 9. ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน
<input type="checkbox"/> 10. บรรยากาศแบบตึกแถว	<input type="checkbox"/> 10. บรรยากาศแบบตึกแถว	<input type="checkbox"/> 10. บรรยากาศแบบตึกแถว
<input type="checkbox"/> 11. สินค้ามีเอกลักษณ์	<input type="checkbox"/> 11. สินค้ามีเอกลักษณ์	<input type="checkbox"/> 11. สินค้ามีเอกลักษณ์
<input type="checkbox"/> 12. อื่นๆ(ระบุ).....	<input type="checkbox"/> 12. อื่นๆ(ระบุ).....	<input type="checkbox"/> 12. อื่นๆ(ระบุ).....

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

ตาราง ข-1 แสดงร้อยละของการใช้ประโยชน์อาคารในย่านการค้าพาหุรัด

1. ลักษณะอาคาร*	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณถนนจักรเพชร	10	8.3
บริเวณถนนพาหุรัด	55	45.8
บริเวณถนนตรีเพชร	15	12.5
บริเวณตลาดพาหุรัด	40	33.4
รวม	120	100.0
2. บริเวณถนนจักรเพชร		
2.1 จำนวนชั้นอาคารพาณิชย์		
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	1	10.0
อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น	9	90.0
รวม	10	100.0
2.2 ลักษณะการใช้ประโยชน์		
ชั้นที่1 พาณิชยกรรม	10	100.0
รวม	10	100.0
ชั้นที่ 2 เก็บสินค้า	10	100.0
รวม	10	100.0
ชั้นที่ 3 พักอาศัย	2	20.0
ชั้นที่ 3 เก็บสินค้า	8	80.0
รวม	10	100.0
ชั้นที่ 4 พักอาศัย	2	22.2
ชั้นที่ 4 เก็บสินค้า	7	77.8
รวม	9	100.0
3. บริเวณถนนพาหุรัด		
3.1 จำนวนชั้นอาคารพาณิชย์		
อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น	15	27.3
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	24	43.6
อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น	10	18.2
อาคารพาณิชย์ 5 ชั้น	6	10.9
รวม	55	100.0

ตาราง ข-1 (ต่อ) แสดงร้อยละของการใช้ประโยชน์อาคารในย่านการค้าพาหุรัด

3.2 ลักษณะการใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นที่1	55	100.0
รวม	55	100.0
ชั้นที่ 2 พักอาศัย	1	1.8
ชั้นที่ 2 พาณิชยกรรม	1	1.8
ชั้นที่ 2 เก็บสินค้า	53	96.4
รวม	55	100.0
ชั้นที่ 3 พักอาศัย	2	5.0
ชั้นที่ 3 เก็บสินค้า	38	95.0
รวม	40	100.0
ชั้นที่ 4 พักอาศัย	4	25.0
ชั้นที่ 4 เก็บสินค้า	12	75.0
รวม	16	100.0
ชั้นที่ 5 พักอาศัย	4	66.7
ชั้นที่ 5 เก็บสินค้า	2	33.3
รวม	6	100.0
4. บริเวณถนนตรีเพชร		
4.1 จำนวนชั้นอาคารพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น	15	100.0
4.2 ลักษณะการใช้ประโยชน์		
ชั้นที่1	15	100.0
รวม	15	100.0
ชั้นที่ 2 เก็บสินค้า	15	100.0
รวม	15	100.0
ชั้นที่ 3 พักอาศัย	7	46.7
ชั้นที่ 3 เก็บสินค้า	8	53.3
รวม	15	100.0
ชั้นที่ 4 พักอาศัย	7	46.7
ชั้นที่ 4 เก็บสินค้า	8	53.3
รวม	15	100.0

ตาราง ข-1 (ต่อ) แสดงร้อยละของการใช้ประโยชน์อาคารในย่านการค้าพาหุรัด

5. บริเวณตลาดพาหุรัด	จำนวน	ร้อยละ
5.1 จำนวนชั้นอาคารพาณิชย์		
อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น	35	87.5
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	4	10.0
อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น	1	2.5
รวม	40	100.0
5.2 ลักษณะการใช้ประโยชน์		
ชั้นที่ 1		
ชั้นที่ 2 พักอาศัย	32	80.0
ชั้นที่ 2 เก็บสินค้า	8	20.0
รวม	40	100.0
ชั้นที่ 3 พักอาศัย	3	60.0
ชั้นที่ 3 เก็บสินค้า	2	40.0
รวม	5	100.0
ชั้นที่ 4 พักอาศัย	1	100.0
รวม	1	100.0

*หมายเหตุ การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะร้านค้าที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจำนวน 120 ร้านเท่านั้น

ตาราง ข-2 แสดงร้อยละของแหล่งที่มาของสินค้าในย่านการค้าพาหุรัด (n = 400)

จุดต้นทาง/แหล่งที่มาของ สินค้า*	จำนวน	ร้อยละ
เขตต่างๆ ของกรุงเทพ	118	98.3
ปริมณฑล	29	24.2
ต่างจังหวัด	72	60.0
ต่างประเทศ	42	35.0

*หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง ข-3 แสดงร้อยละของลักษณะสินค้าในย่านการค้าพาหุรัด (n = 400)

3.ลักษณะของการจำหน่าย*	จำนวน	ร้อยละ
3.1 ชายปลีก		
- ร้อยละ 15-35	5	4.2
- ร้อยละ 40-70	5	4.2
- ร้อยละ 80-85	17	14.2

ตาราง ข-3 (ต่อ) แสดงร้อยละของลักษณะสินค้าในย่านการค้าพาหุรัด (n = 400)

3.ลักษณะของการจำหน่าย*	จำนวน	ร้อยละ
3.1 ชายปลีก		
- ร้อยละ 90-95	50	41.6
- ร้อยละ 100	43	35.8
3.2 ชายส่ง		
- ร้อยละ 0	45	37.5
- ร้อยละ 5	23	19.2
- ร้อยละ 10-15	27	22.5
- ร้อยละ 20	15	12.5
- ร้อยละ 30-70	6	5.0
- ร้อยละ 75-85	4	3.3

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง ข-4 แสดงร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ซื้อในย่านการค้าพาหุรัด (n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	180	45.0
- หญิง	220	55.0
รวม	400	100.0
2. อายุ		
- อายุ 21-30 ปี	120	30.0
- อายุ 31-40 ปี	140	35.0
- อายุ 41-50 ปี	64	16.0
- อายุ 51 ปีขึ้นไป	76	19.0
รวม	400	100.0
3. รายได้		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	3.0
- 5,001-10,000 บาท	108	27.0
- 10001- 15,000 บาท	120	30.0
- 15,001-20,000 บาท	88	22.0
- มากกว่า 20,000 บาท	72	18.0
รวม	400	100.0
4. ระดับการศึกษา		
- ระดับประถมศึกษา	60	15.0
- ระดับมัธยมศึกษา	72	18.0
- ระดับอาชีวะ อนุปริญญา	88	22.0
- ระดับปริญญาตรี	148	37.0
- สูงกว่าระดับปริญญาตรี	32	8.0
รวม	400	100.0
6. สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน		
- เขตพระนคร	52	13.0
- เขตอื่นๆของกรุงเทพฯ เช่น ธนบุรี จอมทอง คลองสาน	244	61.0
- ต่างจังหวัด เช่น ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี นครปฐม เป็นต้น	104	26.0

ตาราง ข-5 แสดงร้อยละของอาชีพจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด

อาชีพ									
ประเภทสินค้า*	ช่างตัดเสื้อ	ค้าขาย	ราชการ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง	แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
ผ้า**	43	90	16	35	9	4	5	16	218
(ร้อยละ)	(19.7)	(41.3)	(7.3)	(16.1)	(4.1)	(1.8)	(2.3)	(7.3)	(100.0)
เสื้อผ้า	8	38	22	48	5	2	3	7	133
(ร้อยละ)	(6.0)	(28.6)	(16.5)	(36.1)	(3.8)	(1.5)	(2.3)	(5.3)	(100.0)
เครื่องประดับ	7	57	10	25	7	4	5	6	121
(ร้อยละ)	(5.8)	(47.1)	(8.3)	(20.7)	(5.8)	(3.3)	(4.1)	(5.0)	(100.0)
เครื่องสำอางค์	6	35	11	10	6	2	2	3	75
(ร้อยละ)	(8.0)	(46.7)	(14.7)	(13.3)	(8.0)	(2.7)	(2.7)	(4.0)	(100.0)
ของชำร่วย	6	92	18	26	7	2	4	8	163
(ร้อยละ)	(3.7)	(56.4)	(11.0)	(16.0)	(4.3)	(1.2)	(2.5)	(4.9)	(100.0)
ของเบ็ดเตล็ด	6	48	7	21	6	3	5	11	107
(ร้อยละ)	(5.6)	(44.9)	(6.5)	(19.6)	(5.6)	(2.8)	(4.7)	(10.3)	(100.0)
อื่นๆ	5	28	6	17	2	0	2	5	65
(ร้อยละ)	(7.7)	(43.1)	(9.2)	(26.2)	(3.1)	(0)	(3.1)	(7.7)	(100.0)

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า1ข้อ ** หมายถึง ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ

ตาราง ข-6 แสดงร้อยละของประเภทของผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บจำแนกตามอาชีพ

ประเภทสินค้า*	ช่างตัดเสื้อ	ค้าขาย	ราชการ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง	แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
ผ้าม่าน	17	60	20	40	9	4	6	7	163
(ร้อยละ)	(10.4)	(36.8)	(12.3)	(24.5)	(5.5)	(2.5)	(3.7)	(4.3)	(100.0)
ผ้าสำหรับ	9	35	10	19	5	2	2	9	91
(ร้อยละ)	(9.9)	(38.5)	(11.0)	(20.9)	(5.5)	(2.2)	(2.2)	(9.9)	(100.0)
ผ้าลูกไม้	3	7	6	9	0	1	0	3	29
(ร้อยละ)	(10.3)	(24.1)	(20.7)	(31.0)	(0)	(3.4)	(0)	(10.3)	(100.0)
ผ้าใช้งานแสดง	31	94	33	64	11	5	5	17	260
(ร้อยละ)	(11.9)	(36.2)	(12.7)	(24.6)	(4.2)	(1.9)	(1.9)	(6.5)	(100.0)
รับปั่นผ้า ลูกไม้	3	8	3	7	0	2	2	2	27
(ร้อยละ)	(11.1)	(29.6)	(11.1)	(25.9)	(0)	(7.4)	(7.4)	(7.4)	(100.0)

ตาราง ข-7 แสดงร้อยละของสถานที่ซื้อสินค้ากับอาชีพของผู้ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด

อาชีพ									
สถานที่ซื้อสินค้า*	ช่างตัดเสื้อ	ค้าขาย	ราชการ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง	แม่บ้าน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
พาหุรัด	29	101	22	40	10	4	7	17	230
(ร้อยละ)	(12.6)	(43.9)	(9.6)	(17.4)	(4.3)	(1.7)	(3.0)	(7.4)	(100.0)
จักรเพชร	20	41	5	16	2	2	2	4	92
(ร้อยละ)	(21.7)	(44.6)	(5.4)	(17.4)	(2.2)	(2.2)	(2.2)	(4.3)	(100.0)
ตรีเพชร	12	40	6	16	10	3	5	6	98
(ร้อยละ)	(12.2)	(40.8)	(6.1)	(16.3)	(10.2)	(3.1)	(5.1)	(6.1)	(100.0)
ตึกแถวรอบตลาด	5	35	24	52	3	2	3	5	129
(ร้อยละ)	(3.9)	(27.1)	(18.6)	(40.3)	(2.3)	(1.6)	(2.3)	(3.9)	(100.0)
ในตลาดพาหุรัด	7	40	8	15	5	2	0	5	82
(ร้อยละ)	(8.5)	(48.8)	(9.8)	(18.3)	(6.1)	(2.4)	(.0)	(6.1)	(100.0)
อื่นๆ	4	18	0	4	1	2	3	2	34
(ร้อยละ)	(11.8)	(52.9)	(.0)	(11.8)	(2.9)	(5.9)	(8.8)	(5.9)	(100.0)

ตาราง ข-8 แสดงร้อยละของวัตถุประสงค์จำแนกตามอาชีพของผู้ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด

อาชีพ									
วัตถุประสงค์	ช่างตัด เสื้อ	ค้าขาย	ราชการ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง	แม่บ้าน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
ใช้เอง	0	0	44	92	20	8	12	28	204
(ร้อยละ)	(0)	(0)	(21.6)	(45.1)	(9.8)	(3.9)	(5.9)	(13.7)	(100.0)
ขายปลีก	0	36	0	0	0	0	0	0	36
(ร้อยละ)	(0)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
ขายส่ง	0	28	0	0	0	0	0	0	28
(ร้อยละ)	(0)	(100.0)	(.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
ปลีกและส่ง	0	84	0	0	0	0	0	0	84
(ร้อยละ)	(0)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)
ตัดเสื้อผ้า	48	0	0	0	0	0	0	0	48
(ร้อยละ)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)

*หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง ข -9 แสดงร้อยละของมูลค่าการซื้อขายสินค้าจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ										
มูลค่าการซื้อขาย	ช่างตัดเสื้อ	ค้าขาย	ราชการ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง	แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม	
ต่ำกว่า 1,000 บาท	13	24	24	36	20	4	0	12	133	
(ร้อยละ)	(9.8)	(18.0)	(18.0)	(27.1)	(15.0)	(3.0)	(0)	(9.0)	(100.0)	
1,000-4,000 บาท	31	49	16	52	0	4	4	16	172	
(ร้อยละ)	(18.0)	(28.5)	(9.3)	(30.2)	(0)	(2.3)	(2.3)	(9.3)	(100.0)	
5,000-9,000บาท	4	19	0	0	0	0	4	0	27	
(ร้อยละ)	(14.8)	(70.4)	(0)	(0)	(0)	(0)	(14.8)	(0)	(100.0)	
10,000-50,000บาท	0	31	4	4	0	0	4	0	43	
(ร้อยละ)	(0)	(72.1)	(9.3)	(9.3)	(0)	(0)	(9.3)	(0)	(100.0)	
60,000-90,000บาท	0	8	0	0	0	0	0	0	8	
(ร้อยละ)	(0)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)	
100,000 บาทขึ้นไป	0	17	0	0	0	0	0	0	17	
(ร้อยละ)	(0)	(100.0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(100.0)	

ตาราง ข-10 แสดงร้อยละของวันเดินทาง สถานที่จอดรถและค่าจอดรถของผู้ซื้อ

1. วันที่เดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
-วันธรรมดา	104	26.0
-วันหยุด	136	34.0
-วันธรรมดาและวันหยุด	160	40.0
รวม	400	100.0
2. สถานที่จอดรถยนต์ส่วนตัว		
- วัดราชบูรณะวรวิหาร	33	12.5
- ห้างดิโอลด์ สยามพลาซ่า	151	57.5
- ศาลเจ้าแม่ทับทิม	54	20.5
- อื่นๆ.....	25	9.5
รวม	263	100.0
3. ค่าจอดรถ		
- 20-50 บาท	121	46.0
- 60-100 บาท	94	35.7
-120-180 บาท	48	18.3



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

ตาราง ค - 1 แสดงร้อยละความแตกต่างของสินค้าภายในย่านการค้าพาหุรัด

1. ความแตกต่างของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับย่านอื่น(ผู้ซื้อ)*n=400	จำนวน	ร้อยละ
- สินค้ามีพื้นที่ที่เดียว	152	38.0
- สินค้าราคาถูก	295	73.8
- สินค้ามีความหลากหลาย	140	35.0
- การเปรียบเทียบสินค้าทำได้ง่ายกว่า	124	31.0

ตาราง ค-2 แสดงร้อยละของการปรับตัวของย่านการค้าพาหุรัด

การปรับตัวของย่านการค้าพาหุรัด*(ผู้ประกอบการ) * n=120	จำนวน	ร้อยละ
-เพิ่มความหลากหลายของสินค้า	112	93.3
-ปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย	82	68.3
-ปรับราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้	95	79.2
-อื่นๆดูความต้องการของลูกค้า กระแสแฟชั่น หากกลุ่มลูกค้าเฉพาะ	12	10.0

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง ค-3 แสดงร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของผู้ซื้อและผู้ประกอบการภายในย่านการค้าพาหุรัด

1. การดำรงอยู่ของย่านการค้าพาหุรัดในอนาคต	ผู้ซื้อ n=400	ผู้ประกอบการ n=120
- ไม่สามารถดำรงอยู่ได้	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
	9 (2.3)	7 (5.8)
- สามารถดำรงอยู่ได้	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
	391 (97.7)	113 (94.2)
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของย่านพาหุรัด*		
- ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้ง เดินทางสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
	79 (19.8)	15 (2.5)
- ระบบคมนาคมขนส่งสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
	250 (62.5)	25 (20.8)
- ที่จอดรถเพียงพอ	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
	137 (34.3)	26 (21.7)
- สินค้าราคาถูก	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
	390 (97.5)	68 (56.7)

ตาราง ค-3 (ต่อ) แสดงร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลการดำรงบทบาทด้านพาณิชย์กรรมของผู้ซื้อและผู้ประกอบการภายในย่านการค้าพาหุรัด

1. การดำรงอยู่ของย่านการค้าพาหุรัดในอนาคต		ผู้ซื้อ n=400	ผู้ประกอบการ n=120
- สินค้ามีความหลากหลาย	จำนวน	254	43
	(ร้อยละ)	(63.5)	(35.8)
- มีกลุ่มลูกค้าประจำ	จำนวน	377	55
	(ร้อยละ)	(94.3)	(45.8)
- สินค้ามีที่นี้ที่เดียว	จำนวน	381	65
	(ร้อยละ)	(95.3)	(54.2)
- สามารถต่อรองราคาสินค้าได้	จำนวน	300	41
	(ร้อยละ)	(75.0)	(34.2)
- ย่านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน	จำนวน	372	61
	(ร้อยละ)	(93.0)	(50.8)
- บรรยากาศแบบตึกแถว	จำนวน	349	37
	(ร้อยละ)	(87.3)	(30.8)

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง ค-4 แสดงร้อยละของกลุ่มลูกค้าอาชีพที่ซื้อสินค้าและประเภทสินค้าที่ซื้อจากย่าน

ความแตกต่างของกลุ่มลูกค้ากับย่านการค้าอื่น*(ผู้ประกอบการ) n=120	จำนวน	ร้อยละ
- กลุ่มลูกค้าต้องการสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ/ใช้เฉพาะงาน	83	69.2
- ลูกค้าซื้อปลีกมากกว่าซื้อส่ง	43	35.8
- มีข้อจำกัดเรื่องเวลาใช้เวลาในช้อน้อยกว่า	14	11.7

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง ค-5 แสดงร้อยละของอาชีพจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อภายในย่านการค้าพาหุรัด

อาชีพ									
ประเภทสินค้า*	ช่างตัดเสื้อ	ค้าขาย	ราชการ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง	แม่บ้าน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
ผ้า**	43	90	16	35	9	4	5	16	218
(ร้อยละ)	(19.7)	(41.3)	(7.3)	(16.1)	(4.1)	(1.8)	(2.3)	(7.3)	(100.0)
เสื้อผ้า	8	38	22	48	5	2	3	7	133
(ร้อยละ)	(6.0)	(28.6)	(16.5)	(36.1)	(3.8)	(1.5)	(2.3)	(5.3)	(100.0)
เครื่องประดับ	7	57	10	25	7	4	5	6	121
(ร้อยละ)	(5.8)	(47.1)	(8.3)	(20.7)	(5.8)	(3.3)	(4.1)	(5.0)	(100.0)
เครื่องสำอางค์	6	35	11	10	6	2	2	3	75
(ร้อยละ)	(8.0)	(46.7)	(14.7)	(13.3)	(8.0)	(2.7)	(2.7)	(4.0)	(100.0)
ของชำร่วย	6	92	18	26	7	2	4	8	163
(ร้อยละ)	(3.7)	(56.4)	(11.0)	(16.0)	(4.3)	(1.2)	(2.5)	(4.9)	(100.0)
ของเบ็ดเตล็ด	6	48	7	21	6	3	5	11	107
(ร้อยละ)	(5.6)	(44.9)	(6.5)	(19.6)	(5.6)	(2.8)	(4.7)	(10.3)	(100.0)
อื่นๆ	5	28	6	17	2	0	2	5	65
(ร้อยละ)	(7.7)	(43.1)	(9.2)	(26.2)	(3.1)	(0)	(3.1)	(7.7)	(100.0)

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า1ข้อ

** หมายถึง ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ

ตาราง ค-6 แสดงร้อยละของผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากย่านอื่น

1. ซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากย่านการอื่น	จำนวน	ร้อยละ
- เคย	166	41.5
- ไม่เคย	234	58.5
2. ลูกค้านี่ไม่เคยซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากย่านอื่น		
- ค้าขาย	148	63.3
- ช่างตัดเสื้อ	48	20.5
- รับจ้าง	20	8.5
- อื่นๆ	18	7.7
รวม	234	100.0

ตาราง ค-7 แสดงร้อยละของสินค้าเอกลักษณ์ และการซื้อสินค้าในย่านสะพานหันและสำเพ็ง

1. สินค้าเอกลักษณ์ของสะพานหัน* (ผู้ซื้อย่านสะพานหัน)(n=20)	จำนวน	ร้อยละ
-ผ้าขนสัตว์	18	90.0
-ผ้าแฟนซี	17	85.0
2. สินค้าเอกลักษณ์ของย่านสำเพ็ง* (ผู้ซื้อย่านสำเพ็ง n=20)		
-ผ้าตัดสูท	18	90.0
-ผ้าตัดชุดทำงาน	18	90.0
-ผ้าตัดชุดทหาร	15	75.0
-กีฟร็อบ	9	45.0
3. สินค้าที่ซื้อจากย่านการค้าพาหุรัด* (ผู้ซื้อย่านสะพานหัน)(n=20)		
-ผ้าลูกไม้	12	60.0
-ผ้าไหม	5	25.0
-ผ้าม่าน	8	40.0
4. สินค้าที่ซื้อจากย่านการค้าพาหุรัด* (ผู้ซื้อย่านสำเพ็ง n=20)		
-อุปกรณ์ตัดเย็บ วัสดุตกแต่งกระดุม ลูกไม้ริบบิ้นผ้าที่ใช้ตกแต่งเสื้อผ้าสตรี	15	75.0
- ผ้าใช้งานแสดง	16	80.0
- ผ้าลูกไม้	9	45.0

*หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง ค-8 แสดงร้อยละความเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจย่านพาหุรัดกับย่านอื่นๆ

1. กลุ่มที่เคยซื้อสินค้าประเภทเดียวกันจากย่านอื่น	จำนวน	ร้อยละ
-ราชการ	44	26.5
-พนักงานเอกชน	92	55.4
-แม่บ้าน	8	4.8
-ธุรกิจส่วนตัว	12	7.3
-อื่นๆ	10	6.0
2. ย่านการค้าอื่นที่ซื้อสินค้า*		
- ย่านสำเพ็ง	253	63.3
- ย่านปากคลองตลาด	113	28.3
- ย่านคลองถม	221	55.3
- ย่านเยาวราช	105	26.3

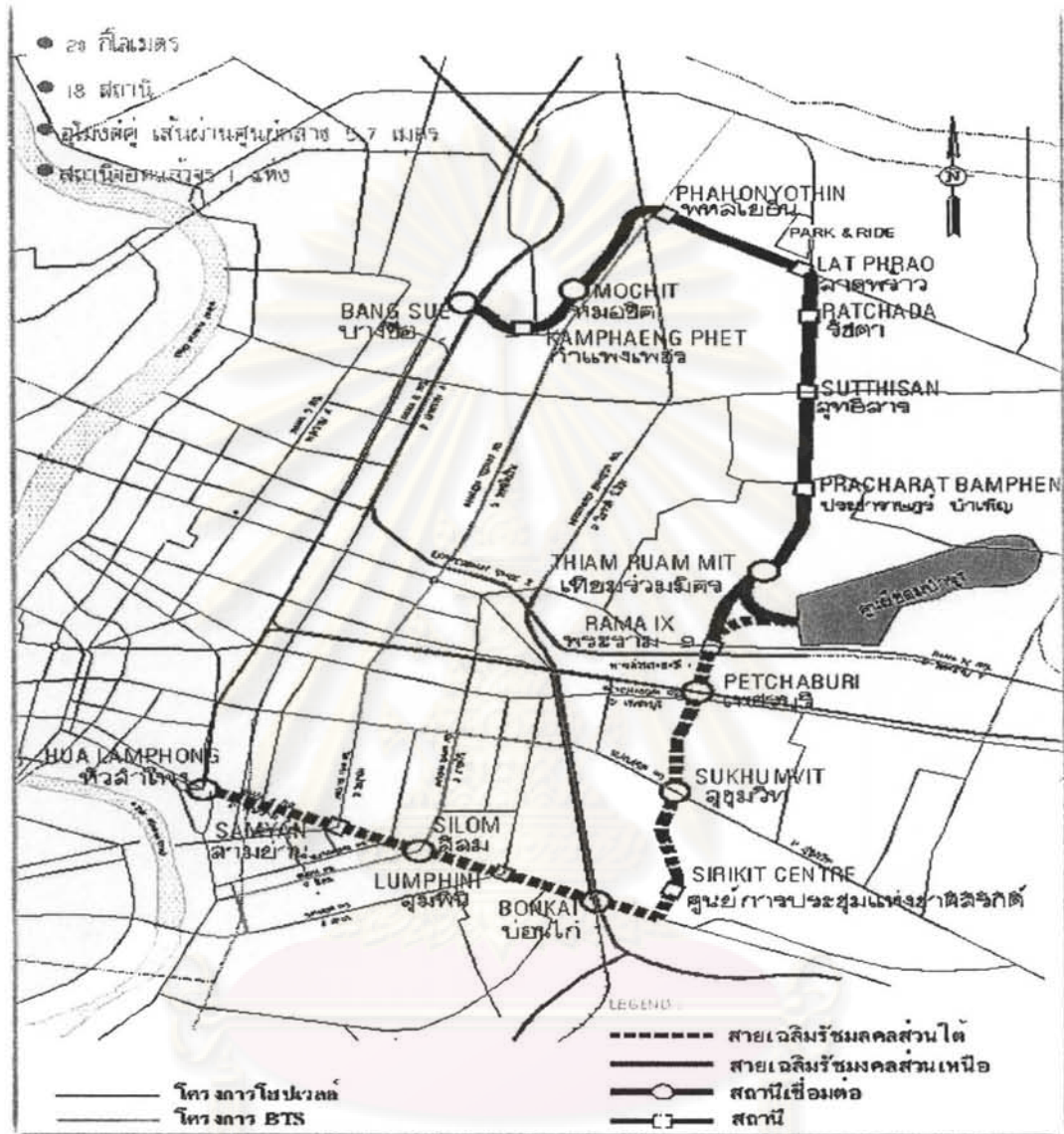
ตาราง ค-8 แสดงร้อยละความเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจย่านพาหุรัดกับย่านอื่นๆ

2. ย่านการค้าอื่นที่ซื้อสินค้า*	จำนวน	ร้อยละ
- ย่านเวียงนครเกษม	23	5.8
- อื่นๆ	33	8.3
3. ประเภทของสินค้าที่ซื้อจากย่านอื่น*		
- ผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ	85	21.3
- เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป	138	34.5
- เครื่องประดับและอัญมณี	52	13.0
- เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว	38	9.5
- กิฟท์ช้อปปิ้ง	141	35.3
3. ประเภทของสินค้าที่ซื้อจากย่านอื่น*		
- อาหารและเครื่องดื่ม	124	31.0
- เครื่องใช้และของเบ็ดเตล็ด	143	35.8
- ผักผลไม้ ดอกไม้และของสด	50	12.5
- วิธีดี และเครื่องใช้ไฟฟ้า	116	29.0

*หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ ค-1 แสดงเส้นทางโครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล

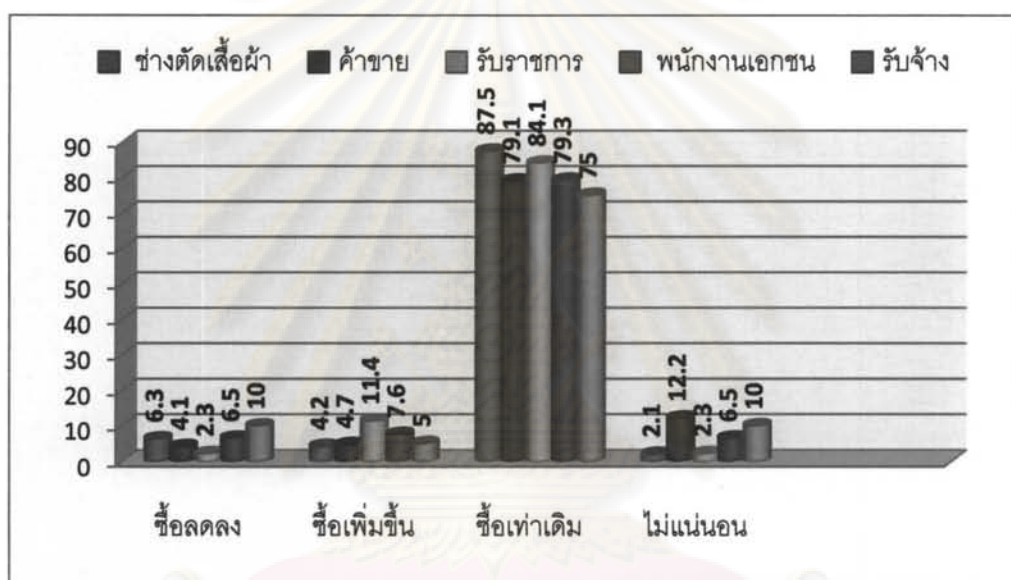


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

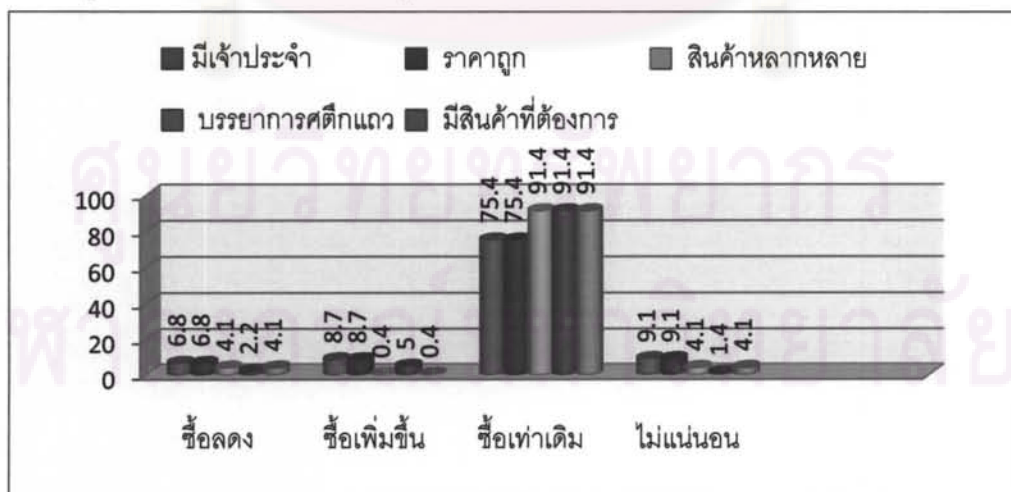
ตาราง ค-9 แสดงร้อยละการซื้อสินค้าในขนาดเท่ากับปริมาณการซื้อในขนาด

การซื้อสินค้าในขนาด	ปริมาณการซื้อในขนาด			
	ซื้อลดลง	ซื้อเพิ่มขึ้น	ซื้อเท่าเดิม	ไม่แน่นอน
ซื้อ	21	27	315	28
(ร้อยละ)	(5.3)	(6.8)	(78.8)	(7.0)
ไม่ซื้อ	0	0	0	9
(ร้อยละ)	(0)	(0)	(0)	(2.3)

แผนภูมิที่ ค-1 แสดงร้อยละกลุ่มอาชีพกับปริมาณการซื้อในขนาด



แผนภูมิที่ ค-2 แสดงร้อยละเหตุผลของการซื้อสินค้ากับปริมาณการซื้อในขนาด



ตาราง ค -10 แสดงการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในอนาคต

การดำเนินกิจการเมื่อเกิดร้านค้าตึกสูง	ผู้ประกอบการ (n=120)	
	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายสินค้าที่เดิมไม่ย้ายกิจการ	113	94.2
ทำกิจการทั้งสองแห่ง	7	5.8
รวม	120	100.0

ตาราง ค-11 แสดงร้อยละเหตุผลที่สนใจและไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูงของผู้ประกอบการ

1.เหตุผลความไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูง*	ผู้ประกอบการ (n=120)	
	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มการแข่งขันทางเศรษฐกิจ	22	18.3
ทำให้ลูกค้าและยอดขายลดลง	50	41.7
ค่าเช่าแพง	81	67.5
ตึกสูงสร้างทัศนวิสัยไม่ดีให้พื้นที่	47	39.2
อื่นๆ	50	41.7

ตาราง ค-12 แสดงร้อยละเหตุผลที่สนใจและไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูงของผู้ซื้อ

เหตุผลความสนใจร้านค้าประเภทตึกสูง*	ผู้ซื้อ (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลความไม่สนใจร้านค้าประเภทตึกสูง*		
เพิ่มการแข่งขันทางเศรษฐกิจ	157	39.3
ทำให้ลูกค้าและยอดขายลดลง	47	11.8
ค่าเช่าแพง	205	51.3
ตึกสูงสร้างทัศนวิสัยไม่ดีให้พื้นที่	134	33.5
อื่นๆ ไม่มีสินค้าที่ต้องการ	157	39.3

*หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง ค-13 แสดงร้อยละของปัญหาภายในย่านการค้าพาหุรัด

ปัญหาภายในย่านการค้าพาหุรัด*		ผู้ซื้อ n=400	ผู้ประกอบการ n=120
- อาคารเก่าทรุดโทรมขาดการดูแลทำความสะอาด	จำนวน	220	54
	(ร้อยละ)	(55.0)	(45.0)
- ทางเท้าคับแคบเดินไม่สะดวกแฉงลอยมากเกินไป	จำนวน	231	82
	(ร้อยละ)	(57.8)	(68.3)
- ป้ายรถเมล์ล้อยู่ไกล	จำนวน	57	8
	(ร้อยละ)	(14.3)	(6.7)
- ไม่มีจุดนั่งพักบริเวณย่านการค้าพาหุรัด	จำนวน	144	49
	(ร้อยละ)	(36.0)	(40.8)
- ที่ทิ้งขยะไม่เพียงพอ และหายาก	จำนวน	122	56
	(ร้อยละ)	(30.5)	(46.7)
- บริเวณภายในตลาดสกปรกและแออัด	จำนวน	131	37
	(ร้อยละ)	(32.8)	(30.8)
- สภาพแวดล้อมภายในย่านแออัด	จำนวน	151	28
	(ร้อยละ)	(37.8)	(23.3)
- ไม่มีห้องน้ำสาธารณะไว้บริการ	จำนวน	155	44
	(ร้อยละ)	(38.8)	(36.7)
- การระบายอากาศไม่ดี	จำนวน	103	36
	(ร้อยละ)	(25.8)	(30.6)
- มีน้ำขังบริเวณทางเดินภายในตลาดพาหุรัด	จำนวน	69	33
	(ร้อยละ)	(17.3)	(27.5)
- สายไฟฟ้าไม่เป็นระเบียบ	จำนวน	63	22
	(ร้อยละ)	(15.8)	(18.3)

*หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1ข้อ

ตาราง ค -14 แสดงร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนลอยหรือวางสินค้านอกร้าน

เหตุผลของความคิดเห็น* ของผู้ประกอบการ (n=120)	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยกับการวางแผนลอยหรือวางสินค้านอกร้าน	30	25.0
-พื้นที่ร้านไม่เพียงพอ	14	11.7
-เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มองเห็นสินค้ามากขึ้น	17	14.2
-สามารถเพิ่มยอดขายได้	10	8.3
ไม่เห็นด้วยกับการวางแผนลอยหรือวางสินค้านอกร้าน	90	75.0
-ทำให้ทางเดินคับแคบเดินลำบาก	52	43.3
-ทัศนวิสัยไม่ดี ไม่เป็นระเบียบ	50	41.7
- การเข้าออกจากร้านไม่สะดวก	33	27.5

*หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1ข้อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว พรทิพย์ เสนีวรรณ เกิดเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม จบการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเมื่อปี พ.ศ. 2549



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย