

ทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ
กรณีศึกษา ร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการวางผังและออกแบบเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SOCIAL CAPITAL AND RESTAURANT BUSINESS CONTINUITY DURING DISASTER:
A CASE STUDY OF STREET FOOD VENDORS IN YAOWARAT DISTRICT
DURING THE COVID-19 PANDEMIC



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

Department of Urban and Regional Planning

FACULTY OF ARCHITECTURE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัย

พิบัติ กรณีศึกษา ร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในย่าน

เยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19

โดย

น.ส.พรพิมล โสรีกุล

สาขาวิชา

การวางผังและออกแบบเมือง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจฤดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวัฒน์ รัตนวราหะ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.พรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ พัฒนพงษ์)

6270020525 : MAJOR URBAN PLANNING AND DESIGN

KEYWORD: SOCIAL CAPITAL, SOCIAL NETWORK, STREET FOOD VENDOR, BUSINESS CONTINUITY

Phompimol Sorikul : SOCIAL CAPITAL AND RESTAURANT BUSINESS CONTINUITY DURING DISASTER: A CASE STUDY OF STREET FOOD VENDORS IN YAOWARAT DISTRICT DURING THE COVID-19 PANDEMIC.

Advisor: Asst. Prof. Sutee Anantsuksomsri, Ph.D.

This research has objectives to examine business operations and supply chains of the activities of street food vendors in an urban area during a pandemic, to analyze the role of social capital in business operations during a pandemic, and to recommend guideline for street food vendor on business operations during an urban pandemic by using Yaowarat district as a case study. The primary data of this study are primary data from questionnaires of 58 street food vendors operating their business in the evening in the Yaowarat district. The principal research methodologies in this research are descriptive statistical analysis, social capital assessment, and social network analysis of street food vendors.

The study finds that the street food vendors in the Yaowarat area during the COVID-19 pandemic give priority to governmental measures on public safety of a restaurant and change their business operations by reducing the number of raw materials according to shorter business hours and lower numbers of customers affecting the supply chains of businesses in Yaowarat. In addition, the analysis of spatial use pattern shows that the change in business hours significantly affect the setting, closing, and storing processes of a food stall.

The results of the social capital assessment of the Yaowarat district show that even though the street food vendors have a medium level of social capital, the street food vendor business can continue their business during the crisis because of their high level of norms and strong relationships among members within a food stall, nearby stalls, and government (Samphanthawong District Office) via social network of friendship contributing to strengthening social capital of Yaowarat.

In addition, the author suggests that the concept of social capital can combine with the concept of area-based business continuity management to create more participation and understanding among stakeholders and the context of the area making problem-solving in the area more efficient, especially during disasters.

Field of Study: Urban Planning and Design

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ วิกฤติศึกษา
ร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้
ด้วยดี ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็น
อย่างสูง ที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ และแนะนำข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ตลอดจน
การดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีในการดำเนินการทำวิทยานิพนธ์เสมอมา

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. อภิวัฒน์ รัตนวราหะ และอาจารย์ ดร.พรสวรรค์ วิเชียร
ประดิษฐ์ รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ พัฒนพงษ์ ที่ได้ให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบ
วิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ให้สมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการวางแผนภาคและเมืองที่ได้อบรม แนะนำ
มุมมอง ความรู้ที่เกี่ยวกับการวางแผนและออกแบบเมืองให้มีเพิ่มมากขึ้น และเป็นประโยชน์ในการนำมา
เป็นรูปแบบการเขียนและทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ รวมถึงความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกจาก
เจ้าหน้าที่ธุรการประจำภาควิชาการวางแผนภาคและเมืองที่ติดต่อมา รวมถึงพี่ ๆ และเพื่อน ๆ ผังเมือง
ทุกคนที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยคิด และช่วยเหลือทางด้านเทคนิค เพื่อให้งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
ออกมาสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คุณชัชชนกรณ นรพันธุ์พงศ์ เจ้าพนักงานเทศกิจชำนาญการ ฝ่ายเทศกิจ
สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการหาบเร่
แผงลอยบริเวณถนนเยาวราช รวมถึงให้คำแนะนำและแนะแนวทางในการเก็บข้อมูลในพื้นที่ และ
ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่เทศกิจทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือในการลงเก็บข้อมูลในพื้นที่และให้ความรู้เพิ่มเติม
เกี่ยวกับพื้นที่ถนนเยาวราช ทำให้เกิดความเข้าใจในพื้นที่เยาวราชมากขึ้น รวมถึงขอขอบพระคุณผู้ค้าใน
พื้นที่เยาวราชที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูลด้วยความใจดีและเป็นมิตร รวมถึงให้คำแนะนำและชี้ให้เห็น
ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ทำให้การเก็บข้อมูลสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวทุกคนทั้งบิดา มารดา พี่น้อง ลุง ป้า น้า และอาที่ได้ให้
ความรัก ความห่วงใย เป็นกำลังใจสำคัญและเป็นผู้สนับสนุนหลักทุกอย่างตั้งแต่เริ่มทำการศึกษาจนจบ
ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีและเป็นความภาคภูมิใจของครอบครัว

พรพิมล ไสริกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูปภาพ.....	ฒ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานในงานวิจัย.....	3
1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย/การศึกษา.....	3
1.5.1 ขอบเขตเนื้อหา.....	3
1.5.2 ขอบเขตพื้นที่.....	4
1.6 หน่วยวิเคราะห์ของการวิจัย.....	4
1.7 กรอบวิธีวิจัย.....	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภัยพิบัติและการจัดการภัยพิบัติ.....	8
2.1.1 ความหมายของการเกิดภัยพิบัติ.....	8
2.1.2 ภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19.....	8

2.1.2.1	ที่มาและความสำคัญของโรค COVID-19	8
2.1.2.2	ผลกระทบจากการเกิดโรคระบาด COVID-19	9
2.1.2.3	มาตรการ แผนและนโยบายของการแก้ไขปัญหาการระบาดของ COVID-19 ..	9
2.1.3	การจัดการภัยพิบัติ	14
2.1.3.1	แนวทางการจัดการภัยพิบัติ.....	14
2.1.3.2	เมืองปรับตัวได้กับการจัดการภัยพิบัติ.....	15
2.2	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางสังคม.....	16
2.2.1	ทฤษฎีทุนทางสังคม	16
2.2.1.1	ทุนทางสังคมในต่างประเทศ	16
2.2.1.2	ทุนทางสังคมในไทย.....	20
2.2.2	ประเภทของทุนทางสังคม.....	22
2.2.3	ความสัมพันธ์ของแนวคิดทุนทางสังคมกับการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis)	22
2.3	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าหีบแร่แฝงลอย.....	27
2.3.1	การค้าหีบแร่แฝงลอยในกรุงเทพฯ	27
2.3.2	มาตรการ แผนและนโยบายของการแก้ไขปัญหาหีบแร่ แฝงลอยในกรุงเทพฯ	29
2.4	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ.....	31
2.4.1	ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจภาคบริการ	31
2.4.2	ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดย่อย.....	32
2.4.3	การดำเนินธุรกิจระหว่างเกิดภัยพิบัติ.....	33
2.4.3.1	การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM).....	33
2.4.3.2	การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจในระดับพื้นที่ (Area BCM)	34
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
2.5.1	งานวิจัยเกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมกับการจัดการภัยพิบัติ	37

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหาบเร่ แผงลอย.....	39
2.6 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	41
3.1 กรอบแนวคิด	42
3.2 วิธีวิจัย.....	43
3.3 แหล่งข้อมูล.....	43
3.4 พื้นที่ศึกษา และประชากร.....	43
3.5 เครื่องมือในการวิจัย.....	47
3.6 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล	48
3.7 ข้อจำกัดในการดำเนินงานวิจัย	59
บทที่ 4 สภาพพื้นที่ศึกษา.....	60
4.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่เยาวราช.....	60
4.2 บริบทพื้นที่ศึกษา ถนนเยาวราช.....	63
4.2.1 ลักษณะทางกายภาพ.....	63
4.2.1.1 ระบบโครงข่ายการสัญจรและการเข้าถึงพื้นที่.....	63
4.2.1.2 การใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร	65
4.2.2 ลักษณะทางสังคม.....	66
4.2.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจ.....	67
4.3 การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช	68
4.3.1 การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงเวลาปกติ (ก่อนมีปัญหาโรคระบาด COVID-19)	68
4.3.2 การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงปัญหาโรคระบาด COVID-19.....	70
บทที่ 5 ข้อมูลและผลการศึกษา.....	72
5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช.....	73

5.1.1	สภาพการค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช	73
5.1.2	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช	78
5.1.2.1	ลักษณะประชากรของหาบเร่ แผงลอยอาหาร	78
5.1.2.2	ผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อร้านอาหารหาบเร่ แผงลอย	81
5.2	การเปลี่ยนแปลงการค้าของหาบเร่ แผงลอยในเยาวราชที่ส่งผลต่อเมือง	85
5.2.1	การเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจของร้านค้าช่วง COVID-19	85
5.2.1.1	การเปลี่ยนแปลงของจำนวนวัตถุดิบ	87
5.2.1.2	การเปลี่ยนแปลงเมนูอาหาร	87
5.2.1.3	การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะใส่อาหาร	88
5.2.1.4	การเปลี่ยนแปลงราคาอาหาร	89
5.2.1.5	การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหาร	90
5.2.1.6	การเปลี่ยนแปลงด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย	91
5.2.1.7	การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของพนักงาน	92
5.2.1.8	การให้ความสำคัญด้านสุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐ	93
5.2.2	การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานระหว่างช่วงปกติกับช่วง COVID-19	93
5.2.2.1	การจัดซื้อวัตถุดิบ	95
5.2.2.2	การจัดเตรียมวัตถุดิบ	99
5.2.2.3	การปรุงอาหาร	101
5.2.2.4	การขายอาหาร	104
5.2.2.5	การทำความสะดวกอุปกรณ์	109
5.2.2.6	การจัดเก็บอุปกรณ์	112
5.3	ทุนทางสังคมและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช	117
5.3.1	ระดับทุนทางสังคมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช	117
5.3.1.1	พิจารณาระดับทุนทางสังคมโดยแบ่งตามองค์ประกอบ	117

5.3.1.2	พิจารณาระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม	119
5.3.1.3	พิจารณาระดับทุนทางสังคมในภาพรวม	120
5.3.2	ความสัมพันธ์ของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช	121
5.3.2.1	รูปแบบความสัมพันธ์ในพื้นที่เยาวราช	121
5.3.2.2	ความไว้วางใจของคนในพื้นที่เยาวราชในการดำเนินธุรกิจ.....	123
5.3.2.3	กิจกรรมในพื้นที่เยาวราชของร้านค้า.....	123
5.3.2.4	ความช่วยเหลือร้านค้าในพื้นที่เยาวราชด้านการดำเนินธุรกิจ	124
5.3.3	ทุนทางสังคมกับความสัมพันธ์ของร้านค้าในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เยาวราช.....	126
5.3.3.1	ทุนทางสังคมกับความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในร้านค้าตัวเอง	126
5.3.3.2	ทุนทางสังคมกับความสัมพันธ์ของร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่เยาวราช	127
5.3.3.3	ทุนทางสังคมกับความสัมพันธ์ของร้านค้าที่มีต่อเจ้าหน้าที่ภาครัฐ.....	129
5.4	เครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช.....	131
5.4.1	เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบเครือข่าย.....	132
5.4.2	เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท.....	141
5.4.3	เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ	150
5.4.4	เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา.....	155
5.4.5	เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	164
บทที่ 6	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	174
6.1	สรุปผลการศึกษา	174
6.1.1	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช	174
6.1.2	สรุปการเปลี่ยนแปลงการค้าของหาบเร่ แผงลอยในเยาวราช	175
6.1.3	สรุปทุนทางสังคมและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช	176
6.1.4	สรุปเครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช	179
6.1.5	สรุปผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามงานวิจัย.....	180

6.2 ข้อเสนอแนะ	182
บรรณานุกรม.....	185
ภาคผนวก.....	190
ประวัติผู้เขียน.....	229



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	มาตรการป้องกัน COVID-19 ของกรุงเทพมหานครสำหรับมาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านอาหารช่วงเริ่มต้นของการระบาดโรค COVID-19	12
ตารางที่ 2	มาตรการป้องกัน COVID-19 ของกรุงเทพมหานครสำหรับมาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านอาหารระยะผ่อนปรนของการป้องกันการระบาดโรค COVID-19	13
ตารางที่ 3	จำนวนจุดผ่อนผันที่ให้ทำการค้าหาบเร่-แผงลอยของกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2551 - 2563.....	28
ตารางที่ 4	กำหนดรหัสสินค้าประเภทต่าง ๆ.....	47
ตารางที่ 5	การแสดงผลข้อมูลพื้นฐานของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช	48
ตารางที่ 6	การแสดงผลข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	49
ตารางที่ 7	การแสดงผลข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงการระบาดของโรค COVID-19	50
ตารางที่ 8	การแสดงผลข้อมูลความสัมพันธ์ของกลุ่มร้านค้าย่านเยาวราช	53
ตารางที่ 9	จำนวนของคำถามแบ่งกลุ่มตามองค์ประกอบและมิติทุนทางสังคมตามแนวคิด	54
ตารางที่ 10	จำนวนของคำถามแบ่งกลุ่มตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม	54
ตารางที่ 11	การแบ่งช่วงคะแนนของระดับทุนทางสังคมตามช่วงเปอร์เซ็นต์ไทล์.....	57
ตารางที่ 12	คิดคะแนนระดับทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบของทุนทางสังคม	58
ตารางที่ 13	คิดคะแนนระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม	58
ตารางที่ 14	ประเภทร้านหาบเร่ แผงลอยบริเวณถนนเยาวราชช่วงเย็น	73
ตารางที่ 15	ข้อมูลแสดงลักษณะประชากรของหาบเร่ แผงลอยอาหารของผู้ให้ข้อมูลและร้านค้าตัวอย่าง	78
ตารางที่ 16	ระดับทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบของทุนทางสังคม.....	118
ตารางที่ 17	ระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม.....	119

ตารางที่ 18 ข้อมูลทางสถิติระดับทุนทางสังคมในภาพรวมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช.....	120
ตารางที่ 19 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	134
ตารางที่ 20 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	136
ตารางที่ 21 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	138
ตารางที่ 22 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	140
ตารางที่ 23 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	143
ตารางที่ 24 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	145
ตารางที่ 25 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	147
ตารางที่ 26 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	149
ตารางที่ 27 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงสุด.....	151
ตารางที่ 28 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงสุด.....	152
ตารางที่ 29 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงสุด.....	153
ตารางที่ 30 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงสุด.....	154
ตารางที่ 31 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก.....	157

ตารางที่ 32 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอ คำปรึกษาที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก.....	159
ตารางที่ 33 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบ ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก.....	161
ตารางที่ 34 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่ สามารถขอคำปรึกษามีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก.....	163
ตารางที่ 35 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก.....	166
ตารางที่ 36 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการ พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก.....	168
ตารางที่ 37 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของ ความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก	170
ตารางที่ 38 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์ จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก.....	172

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบวิธีวิจัย	5
ภาพที่ 2 การจัดการความเสี่ยงจากสาธารณสุข	15
ภาพที่ 3 Average Membership Rate in Thirty-two	19
ภาพที่ 4 Dyad Social Network	23
ภาพที่ 5 Triad Social Network	23
ภาพที่ 6 เครือข่ายแบบ Regular network, เครือข่ายแบบ Small world network และเครือข่ายแบบ Random network	24
ภาพที่ 7 เครือข่ายแบบ Real network หรือ Scale-free network	25
ภาพที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ทุนทางสังคมประเภทต่าง ๆ บนเครือข่ายทางสังคม	26
ภาพที่ 9 ความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคม	27
ภาพที่ 10 โครงสร้างของโซ่อุปทาน	32
ภาพที่ 11 Area BCM cycle	35
ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย	42
ภาพที่ 13 การแบ่ง Zone ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยทั้งหมดในพื้นที่เยาวราชช่วงแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์	45
ภาพที่ 14 การแบ่ง Zone ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยเฉพาะประชากรของการศึกษานี้ในพื้นที่เยาวราชช่วงแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์	46
ภาพที่ 15 ตัวอย่างกราฟแสดงผังความสัมพันธ์ที่ได้จากโปรแกรม Gephi	52
ภาพที่ 16 การกระจายตัวของระดับทุนทางสังคมแบ่งตามช่วงเปอร์เซ็นต์	57
ภาพที่ 17 แสดงขอบเขตพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์และถนนเยาวราชตลอดเส้น	60
ภาพที่ 18 ถนนเยาวราช แยกเข้าถนนเยาวพานิชในอดีต	61
ภาพที่ 19 โรงจิวเยาวราชในอดีต	62

ภาพที่ 20	แผนที่พื้นที่ศึกษาบริเวณถนนเยาวราชแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์.....	63
ภาพที่ 21	แผนที่ระบบโครงข่ายการสัญจรและการจราจร.....	64
ภาพที่ 22	แผนที่การใช้ประโยชน์อาคารบริเวณพื้นที่ถนนเยาวราช	66
ภาพที่ 23	การจัดถนนคนเดินในพื้นที่เยาวราช	69
ภาพที่ 24	พื้นที่เยาวราชช่วงการแพร่ระบาดโควิดเดือนมีนาคม 2563	70
ภาพที่ 25	การปฏิบัติตนของผู้มาใช้พื้นที่ตามมาตราการของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดโรค COVID-19.....	71
ภาพที่ 26	แผนที่ตำแหน่งหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงเย็นทั้งหมด (กรกฎาคม-กันยายน 2563).....	74
ภาพที่ 27	แผนที่ตำแหน่งร้านค้าหาบเร่ แผงลอยอาหารเป้าหมายที่มีการปรุงและนั่งรับประทานในพื้นที่.....	75
ภาพที่ 28	แผนที่ตำแหน่งร้านค้าหาบเร่ แผงลอยพื้นที่เยาวราชแบ่งตามประเภทอาหาร	76
ภาพที่ 29	สัดส่วนประเภทอาหารของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอย	76
ภาพที่ 30	ลงสำรวจพื้นที่เยาวราชเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม พ.ศ. 2563.....	77
ภาพที่ 31	ลงสำรวจพื้นที่เยาวราชเดือนกันยายน พ.ศ. 2563.....	78
ภาพที่ 32	เหตุผลที่ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยเลือกหรือตัดสินใจที่มากำทำการค้าในพื้นที่เยาวราช	80
ภาพที่ 33	ระยะเวลาที่เปิดกิจการช่วงการแพร่ระบาด COVID-19.....	81
ภาพที่ 34	จำนวนที่นั่งภายในร้านระหว่างเวลาปกติกับช่วงโรคระบาด COVID-19.....	82
ภาพที่ 35	เปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนพนักงานระหว่างเวลาปกติกับช่วงโรคระบาด COVID-19	83
ภาพที่ 36	รายรับและรายจ่ายของร้านค้าในช่วงการแพร่ระบาด COVID-19	84
ภาพที่ 37	การเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจของร้านค้าช่วง COVID-19.....	86
ภาพที่ 38	การเปลี่ยนแปลงจำนวนวัตถุดิบ.....	87
ภาพที่ 39	การเปลี่ยนแปลงเมนูอาหาร.....	87
ภาพที่ 40	การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะใส่อาหาร	88
ภาพที่ 41	การเปลี่ยนแปลงราคาอาหาร.....	89

ภาพที่ 42 การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหาร.....	90
ภาพที่ 43 การเปลี่ยนแปลงด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย	91
ภาพที่ 44 การเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของพนักงาน.....	92
ภาพที่ 45 การให้ความสำคัญด้านสุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐ.....	93
ภาพที่ 46 ห่วงโซ่อุปทานของกระบวนการดำเนินธุรกิจหาบเร่ แผงลอยประเภทร้านอาหาร	94
ภาพที่ 47 การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานร้านค้าหาบเร่แผงลอยระหว่างการระบาดของโรค COVID-19.....	94
ภาพที่ 48 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และ เวลา.....	95
ภาพที่ 49 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ซื้อวัตถุดิบ เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	96
ภาพที่ 50 การเปลี่ยนแปลงของย่านที่จัดซื้อวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	97
ภาพที่ 51 การเปลี่ยนแปลงของความถี่ (จำนวนครั้งต่อสัปดาห์) ในการซื้อวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	98
ภาพที่ 52 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และเวลา	99
ภาพที่ 53 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่เตรียมวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	100
ภาพที่ 54 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่จัดเตรียมวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	100
ภาพที่ 55 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	101
ภาพที่ 56 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการปรุงอาหารของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และ เวลา.....	102

ภาพที่ 57 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ปรุงอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	102
ภาพที่ 58 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่ใช้สำหรับปรุงอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	103
ภาพที่ 59 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการปรุงอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	104
ภาพที่ 60 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการขายอาหารของการเปลี่ยนแปลงด้านคนและเวลา	105
ภาพที่ 61 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่เตรียมสถานที่ขาย (เช่น จัดโต๊ะ ตั้งแผงขาย เป็นต้น) เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	106
ภาพที่ 62 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการเตรียมสถานที่ขาย (เช่น จัดโต๊ะ ตั้งแผงขาย เป็นต้น) เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	107
ภาพที่ 63 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ขายอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	108
ภาพที่ 64 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการเริ่มขายอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	109
ภาพที่ 65 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการทำความสะอาดอุปกรณ์ของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และเวลา	110
ภาพที่ 66 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ทำความสะอาดอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	110
ภาพที่ 67 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่ใช้ทำความสะอาดอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	111
ภาพที่ 68 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการทำความสะอาดอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	112
ภาพที่ 69 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการจัดเก็บอุปกรณ์ของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และเวลา	113
ภาพที่ 70 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่จัดเก็บอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	114

ภาพที่ 71 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่ใช้สำหรับการจัดเก็บอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19	115
ภาพที่ 72 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการจัดเก็บอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19.....	116
ภาพที่ 73 กราฟเปอร์เซนไทล์ แสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับทุนทางสังคมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช	120
ภาพที่ 74 จำนวนร้านในพื้นที่เยาวราชที่มีความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ	122
ภาพที่ 75 สัดส่วนความไว้วางใจในการทำธุรกิจกับร้านค้าอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่เยาวราช.....	123
ภาพที่ 76 กิจกรรมที่ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชเข้าร่วม	124
ภาพที่ 77 ร้านค้าได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำในการดำเนินธุรกิจในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จากภาคส่วนต่าง ๆ	125
ภาพที่ 78 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์แบบเครือข่ายของร้านค้าริมสองฝั่งถนนเยาวราช	132
ภาพที่ 79 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย.....	133
ภาพที่ 80 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย	135
ภาพที่ 81 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย	137
ภาพที่ 82 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย	139
ภาพที่ 83 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทของร้านค้าริมสองฝั่งถนนเยาวราช	141
ภาพที่ 84 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท.....	142
ภาพที่ 85 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท	144
ภาพที่ 86 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท	146
ภาพที่ 87 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท ...	148

ภาพที่ 88 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจของร้านคำริมสองฝั่งบนถนน เยาวราช	150
ภาพที่ 89 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ	151
ภาพที่ 90 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ.....	152
ภาพที่ 91 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทาง ธุรกิจ.....	153
ภาพที่ 92 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ	154
ภาพที่ 93 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาของร้านคำริมสองฝั่งบนถนน เยาวราช	155
ภาพที่ 94 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ ที่สามารถขอ คำปรึกษา.....	156
ภาพที่ 95 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอ คำปรึกษา.....	158
ภาพที่ 96 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคม แบบ ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา.....	160
ภาพที่ 97 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคม แบบความสัมพันธ์ที่ สามารถขอคำปรึกษา	162
ภาพที่ 98 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของร้านคำ ริมสองฝั่งบนถนนเยาวราช.....	164
ภาพที่ 99 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น.....	165
ภาพที่ 100 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น.....	167
ภาพที่ 101 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของ ความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น.....	169

ภาพที่ 102 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของ ความสัมพันธ์
จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 171



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภัยพิบัติถือเป็นสาธารณภัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งภัยพิบัติได้เป็นอุทกภัย ภัยแล้ง อัคคีภัย โรคระบาด การก่ออาชญากรรม เป็นต้น ในปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาภัยพิบัติโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019: COVID-19) ส่งผลกระทบที่รุนแรงต่อการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ในระดับประเทศและระดับเมือง โดยเฉพาะพื้นที่ใน กรุงเทพมหานคร

ธุรกิจร้านอาหารซึ่งเป็นการค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตได้รับผลกระทบจากการลดลงของภาคการท่องเที่ยวและการทำกิจกรรมในเมืองที่ลดลงของประชาชนในพื้นที่เองจากนโยบายของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้ธุรกิจร้านอาหารต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจให้สามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นในเมืองดังกล่าวโดยเฉพาะร้านอาหารที่เป็นประเภทหาบเร่ แผงลอยซึ่งเป็นธุรกิจนอกระบบและเป็นการค้าที่มีจำนวนมากในพื้นที่เมืองได้รับผลกระทบจากปัญหาภัยพิบัติโรคระบาดได้อย่างชัดเจน

โดยผลกระทบต่อย่านธุรกิจร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยที่เห็นได้ชัด คือย่านเยาวราชซึ่งเป็นพื้นที่ค้าขายที่สำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มการค้าที่เกิดขึ้นได้ จึงสามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาได้ดี จะพบว่าเมื่อธุรกิจภาคการท่องเที่ยวลดน้อยลงภาคการค้าและบริการโดยเฉพาะร้านอาหารประเภทต่าง ๆ จะได้รับผลกระทบโดยตรง ประกอบกับนโยบายการกำหนดปิดร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยทั่วกรุงเทพมหานครและนโยบายให้คนงดนั่งรับประทานที่ร้านอาหาร รวมถึงการตระหนักถึงการระบาดของโรค COVID-19 ของประชาชนเอง ทำให้ผู้คนในย่านเยาวราชมีจำนวนการทำกิจกรรมในเมืองลดลงมากส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารที่จะซบเซาลงตามด้วย

รายได้ที่ลดลงของร้านค้าหาบเร่ แผงลอย ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทำให้ห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยมีการเปลี่ยนแปลงไป แรงงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ๆ จะได้รับผลกระทบตามไปด้วยทำให้ธุรกิจเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา (ปณชัย อารีเพิ่มพร, 2563) และเมื่อมีผู้ใช้บริการร้านอาหารที่ลดลง ธุรกิจจะต้องมีการจัดเตรียมแผนเพื่อให้ตนสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยอาจจะต้องเกิดการปรับเปลี่ยนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในสภาวะปกติ

เมื่อศึกษาถึงการปรับเปลี่ยนกิจกรรมที่เกิดขึ้นและการดำเนินธุรกิจการค้าในกลุ่มของหาบเร่แผงลอยในพื้นที่ต่าง ๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น ๆ ที่สามารถช่วยลดผลกระทบของปัญหาที่จะเกิดขึ้นต่อพื้นที่ได้ โดยย่านเยาวราชที่อาจมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลต่อการป้องกันหรือลดปัญหาจากภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19 เนื่องจากกลุ่มธุรกิจการค้าหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชอาจมีทุนทางสังคมที่เข้มแข็งพอที่จะสามารถช่วยกันทำให้กลุ่มธุรกิจของตนผ่านพ้นวิกฤตต่าง ๆ ไปได้ โดยจำเป็นต้องพิจารณาทุนทางสังคมของย่านเยาวราชในส่วนของความสำคัญที่มีต่อพื้นที่ ต่อกลุ่มธุรกิจร่วมกัน รวมถึงต่อกลุ่มคนภายในและนอกธุรกิจนั้น ๆ ด้วยในการร่วมมือที่จะผ่านพ้นภัยพิบัติและสามารถกลับมาใช้ชีวิตปกติได้ โดยประกอบด้วยความไว้วางใจ การเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และเครือข่ายทางสังคมที่มีต่อกัน (วัลลภ สุขสวัสดิ์, 2560) ทำให้เยาวราชอาจมีทุนที่สามารถทำให้ธุรกิจการค้าที่เกิดขึ้นในพื้นที่อยู่รอดได้ในช่วงเกิดปัญหาภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับร้านหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราช พบว่ามีการศึกษาถึงโครงข่ายกิจกรรมของหาบเร่แผงลอยที่เป็นห่วงโซ่อุปทานโดยจะเน้นในช่วงเวลาปกติที่ไม่เกิดภัยพิบัติ พบว่ามีกิจกรรมทางการค้าที่เกิดขึ้นหลายกระบวนการที่กระจายตามส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่ในเขตเมือง เชื่อมต่อกันอย่างเป็นระบบทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการมีการเชื่อมต่อกันเป็นห่วงโซ่อุปทานที่ซ้อนทับบนพื้นที่เมือง (เวสพล ตรีธาราทิพย์, 2559) แต่เมื่อเกิดสถานการณ์ภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19 ซึ่งเป็นสภาวะไม่ปกติ ทำให้เกิดข้อสงสัยและคำถามที่เกี่ยวข้องว่าห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมหาบเร่แผงลอยและการจัดการกิจกรรมการค้าหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชจะได้รับผลกระทบอย่างไร

นอกจากนี้งานวิจัยที่นำทุนทางสังคมกับพื้นที่การค้าของธุรกิจหาบเร่แผงลอยในช่วงเกิดภัยพิบัติยังไม่ได้มีการทำการศึกษาให้เป็นที่เข้าใจมากพอ จึงเป็นโอกาสในการศึกษาทุนทางสังคมที่มีต่อร้านหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงเกิดภัยพิบัติเพื่อพิจารณาถึงการเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมหาบเร่แผงลอยที่เปลี่ยนแปลงจากช่วงเวลาปกติ และพิจารณาทุนทางสังคมที่มีร่วมกันของกลุ่มการค้าหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราช โดยใช้ปรากฏการณ์ของภัยพิบัติจากโรคระบาด COVID-2019 ในการศึกษาการปรับตัวให้อยู่รอดของธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เมือง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบมาตรการที่เหมาะสมในการส่งเสริมธุรกิจด้านการค้าและบริการ เพื่อให้เมืองมีความยืดหยุ่นสามารถรับมือกับภัยพิบัติที่อาจจะมามากขึ้นหรือถี่ขึ้นได้ในอนาคต จากการที่มีอัตราการอยู่อาศัยในเขตเมือง (Urbanization Rate) ที่สูงขึ้น ปรากฏการณ์จากภัยธรรมชาติที่มีมากขึ้นซึ่งเป็นสิ่งคุกคามธุรกิจ สถาบัน และเมือง และโลกโลกาภิวัตน์ที่สามารถเดินทางถึงกันได้อย่างรวดเร็วอย่างไร้พรมแดน สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวก่อให้เกิดเมืองจำเป็นต้องสร้างความยืดหยุ่นมากขึ้น (วรารักษ์ สามโกเศศ, 2558)

1.2 คำถามการวิจัย

- 1.ธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจและมีห่วงโซ่อุปทานอย่างไรในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาด
- 2.ทุนทางสังคมของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีลักษณะอย่างไร และมีผลต่อการดำเนินธุรกิจในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาดอย่างไร

1.3 สมมติฐานในงานวิจัย

1. รูปแบบของธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองช่วงภัยพิบัติโรคระบาดมีการปรับตัวจากช่วงเวลาปกติ โดยผู้ดำเนินธุรกิจคาดว่าจะรายได้จะลดลง จึงวางแผนลดรายจ่ายของธุรกิจรวมถึงปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมที่มีผลมาจากการระบาดของโรคและนโยบายของรัฐ
2. ทุนทางสังคมในเยาวราชมีความเข้มแข็ง (resilience) ค่อนข้างสูงทำให้ธุรกิจหาบเร่แผงลอยส่วนใหญ่สามารถดำเนินกิจการได้มีความไว้วางใจกัน เกื้อกูลซึ่งกันและกัน และมีเครือข่ายทางสังคมต่อกันในช่วงเกิดภัยพิบัติ

1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ทราบรูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมของร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาด
2. วิเคราะห์บทบาททุนทางสังคมในการดำเนินธุรกิจในช่วงภัยพิบัติโรคระบาดในเมือง
3. เสนอแนะแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองเมื่อเกิดสภาวะภัยพิบัติโรคระบาด

1.5 ขอบเขตของการวิจัย/การศึกษา

1.5.1 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาสภาพปัญหาธุรกิจร้านอาหารในช่วงเวลาเกิดภัยพิบัติ เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงทางการดำเนินธุรกิจและทุนทางสังคม โดยในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาการดำเนินธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทาน และทุนทางสังคมที่มีในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยต่อการเกิดสภาวะการณภัยพิบัติโรคระบาดดังกล่าวด้วย จากข้อมูลทุติยภูมิของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วย และข้อมูลปฐมภูมิจากการลงสำรวจพื้นที่ สังเกตการณ์ และลงเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง

1.5.2 ขอบเขตพื้นที่

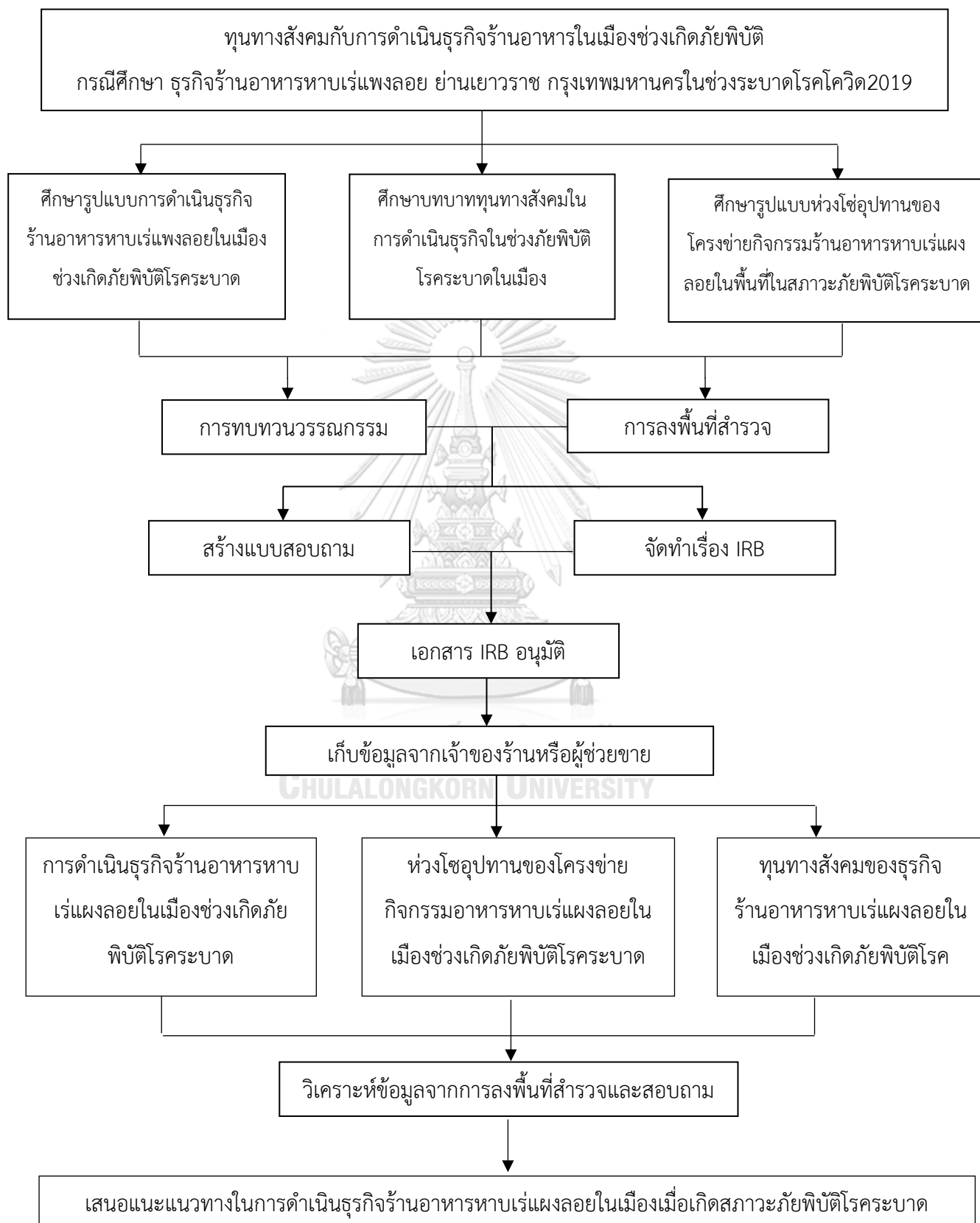
ร้านค้าอาหารหาบเร่แผงลอยที่มีการปรุงอาหารและนั่งรับประทานบนพื้นที่ บนถนนเยาวราช ตั้งแต่แยกราชวงศ์จนถึงแยกเฉลิมบุรี ระยะทาง 600 เมตร

1.6 หน่วยวิเคราะห์ของการวิจัย

ร้านค้าอาหารหาบเร่แผงลอยที่มีการปรุงอาหารและนั่งรับประทานในพื้นที่และเป็นร้านค้าที่สามารถกลับมาค้าขายได้หลังเกิดภัยโรคระบาด



1.7 กรอบวิธีวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบวิธีวิจัย

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาด
2. ทราบถึงบทบาททุนทางสังคมในการดำเนินธุรกิจในช่วงภัยพิบัติโรคระบาดในเมือง
3. เป็นข้อเสนอแนะในการจัดการธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองกรณีที่เกิดภัยพิบัติโรคระบาดในอนาคต



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ วิกฤติศึกษา ร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 โดยได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร ตำราวิชาการ และวรรณกรรมต่าง ๆ เพื่อกำหนดแนวคิดที่จะทำการศึกษา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภัยพิบัติและการจัดการภัยพิบัติ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางสังคม
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าหาบเร่แผงลอย
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภัยพิบัติและการจัดการภัยพิบัติ

2.1.1 ความหมายของการเกิดภัยพิบัติ

ภัยพิบัติ เป็นสาธารณภัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม พระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 กล่าวว่า “สาธารณภัย หมายถึง ปัญหาภัยพิบัติทางธรรมชาติอันได้แก่ อัคคีภัย วาตภัย อุทกภัย ภัยแล้ง โรคระบาดทั้งในมนุษย์เองและจากสัตว์ รวมถึงปัญหาภัยที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์” ซึ่งเป็นภัยที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินทั้งของประชาชนหรือของภาครัฐ ภัยพิบัติจึงสามารถแบ่งได้เป็นภัยที่เกิดตามธรรมชาติและภัยที่มนุษย์สร้างขึ้น ดังนี้ ภัยพิบัติตามธรรมชาติ สาเหตุเกิดจากธรรมชาติที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในและนอกโลก เช่น อุทกภัย วาตภัย ภัยแล้ง อุกกาบาตตก และโรคระบาด เป็นต้น ภัยพิบัติที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นสาเหตุมาจากการกระทำของมนุษย์ เช่น ก่อการร้าย การทดลองที่ส่งผลร้ายแรง และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น (คณะกรรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ, 2558)

ภัยพิบัติในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นและมีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทั้งของสภาพภูมิอากาศที่ก่อให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติและสภาพปัญหาเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นตัวก่อให้เกิดภัยพิบัติจากการกระทำของมนุษย์ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ในยุคศาสตร์ความมั่นคงของมนุษย์ (พ.ศ. 2556-2566) ได้กล่าวถึง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นผลที่เกิดจากปัญหาภัยพิบัติที่ส่งผลในเรื่องความมั่นคงของมนุษย์ ให้มีการเตรียมความพร้อมและรับมือกับภัยพิบัติเพื่อพัฒนาประเทศให้สามารถดำเนินและก้าวหน้าต่อไปได้ (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559)

2.1.2 ภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19

2.1.2.1 ที่มาและความสำคัญของโรค COVID-19

โรค COVID-19 มาจากเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus) ซึ่งเป็นไวรัสที่ถูกพบครั้งแรกในปี 1960 และยังไม่ทราบแหล่งที่มาชัดเจนแต่เป็นไวรัสที่สามารถติดเชื้อได้ทั้งในมนุษย์และสัตว์ ก่อนหน้านี้นี้มีการค้นพบไวรัสสายพันธุ์นี้มาแล้วทั้งหมด 6 สายพันธุ์ ปัจจุบันเป็นสายพันธุ์ที่ 7 จึงเรียกว่า “ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่” มีชื่อชั่วคราวที่ใช้ในตอนแรกคือ 2019-nCoV และภายหลังถูกตั้งชื่ออย่างเป็นทางการคือ SARS-CoV-2 ส่วนชื่อของโรคติดเชื้อชนิดนี้เรียกว่า โควิด-19 หรือ COVID-19 ที่ย่อมาจาก coronavirus disease starting in 2019 หรือโรคไวรัสโคโรนาที่เริ่มต้นในปี 2019 โดยพบการระบาดที่แรกในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีนในเดือนธันวาคม 2563 จากนั้นได้แพร่ระบาดไปหลายพื้นที่ในประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ รวมถึงประเทศไทยด้วย (กรมควบคุมโรค, 2563) โดย

การแพร่ระบาดจะเป็นการแพร่ระบาดจากคนสู่คนผ่านทางฝอยละออง ผ่านทางจุกหรือปากของผู้ป่วย และผู้รับเชื้ออาจได้รับจากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปหรือการสัมผัสพื้นผิวที่มีละอองเหล่านั้นและนำเข้าสู่ร่างกายได้ ระยะเวลาการติดเชื้อและการแสดงอาการ (ระยะฟักตัว) 1-14 วัน

2.1.2.2 ผลกระทบจากการเกิดโรคระบาด COVID-19

การเกิดภัยพิบัติโรคระบาดก่อให้เกิดปัญหาอย่างมากในการจัดการเมือง เนื่องจากการระบาดของโรคเกิดจากการติดต่อกันระหว่างบุคคลทำให้จำเป็นต้องให้บุคคลเว้นระยะห่างหรือช่องว่างระหว่างกัน เกิดเป็นมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม เมืองจึงไม่มีชีวิตชีวาและผู้คนที่ไม่ใกล้ชิดสนิทกันได้อย่างไม่สนิทใจ โดยเฉพาะเมืองที่มีจำนวนประชากรเข้ามาในพื้นที่มากอย่างกรุงเทพมหานครส่งผลกระทบไปในหลายภาคส่วนทำให้กรุงเทพมหานคร ออกนโยบายแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของโรคระบาด COVID-19 การที่กรุงเทพมหานครมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ทำให้พื้นที่เมืองมีความแออัดของผู้คนการแพร่ระบาดของเชื้อจึงแพร่ได้ง่ายและเร็ว ส่งผลกระทบต่อผู้คนเป็นวงกว้างในทุกภาคส่วน รวมถึงกิจกรรมการค้าประเภทหาบเร่ แผงลอยที่มีจำนวนมากในพื้นที่เมืองด้วย ซึ่งหาบเร่ แผงลอยเป็นหนึ่งในธุรกิจที่อยู่ในภาคการค้าและบริการที่ให้บริการแก่คนเมืองเป็นส่วนใหญ่เมื่อภาครัฐมีนโยบายที่ลดผลกระทบจากการแพร่เชื้อ COVID-19 ในการจัดระเบียบการค้าใหม่ ทำให้เกิดการสั่งปิดร้านค้าชั่วคราว การเว้นระยะห่างโดยลดการนั่งรับประทานในพื้นที่รวมถึงการประกาศปิดสถานประกอบการในช่วงเวลา 22.00-04.00 น. ทำให้หาบเร่ แผงลอยได้รับผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวเป็นอย่างมาก

2.1.2.3 มาตรการ แผนและนโยบายของการแก้ไขปัญหาการระบาดของ COVID-19

เมื่อเกิดปัญหาการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องออกกฎหมายเพื่อใช้เป็นเกณฑ์กำหนดที่ช่วยลดจำนวนผู้ติดเชื้อและการแพร่ระบาดของไวรัสดังกล่าวลง จึงได้มีข้อกำหนดที่ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้มีแนวโน้มของการแพร่ระบาดลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจยังคงได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องเช่นกันทั้งปัญหาการปิดประเทศที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลกระทบที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 เป็นการระบาดที่เกิดขึ้นทั่วโลกทำให้การเดินทางข้ามประเทศจะเป็นเหตุที่นำโรคระบาดกระจายเข้ามาได้มากยิ่งขึ้น การจำกัดประชากรที่เข้าสู่ประเทศจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยลดการแพร่ระบาดได้ เมื่อปัญหาการแพร่ระบาดเริ่มคลี่คลายลงภาครัฐจึงให้ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจมากขึ้น เพื่อจำเป็นต้องลดผลกระทบต่อวิถีชีวิต เศรษฐกิจ และสังคม จึงกำหนดให้มีการผ่อนปรนกิจกรรมที่สามารถปฏิบัติได้พร้อมกับการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ภาครัฐได้จัดกลุ่มกิจกรรมซึ่งมีปัจจัยการพิจารณาจัดกลุ่มกิจการและกิจกรรมที่ควบคุมตามมาตรการป้องกันควบคุมโรค (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ดังนี้

1. ความเสี่ยงต่อการระบาดของโรคหลายพื้นที่
2. ความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ
 - การระบายอากาศของสถานที่และการใช้เครื่องปรับอากาศ
 - การรวมกลุ่มคนจำนวนมาก
 - พฤติกรรมของผู้ร่วมกิจกรรมเพิ่มโอกาสในการแพร่เชื้อ
 - ระยะเวลาในการทำกิจกรรมหรือใช้บริการ
3. ความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม

โดยกระทรวงสาธารณสุข (2563) ยังได้แบ่งประเภทของกิจการและกิจกรรมได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ กิจการหรือกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคไปในหลายพื้นที่ และการแพร่เชื้อในสถานที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ และมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในเกณฑ์สูง

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กิจการหรือกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคไปในหลายพื้นที่ และการแพร่เชื้อในสถานที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในเกณฑ์สูง

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ กิจการหรือกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคไปในหลายพื้นที่ และการแพร่เชื้อในสถานที่อยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงสูงและมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

กลุ่มที่ 4 ได้แก่ กิจการหรือกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคไปในหลายพื้นที่ และการแพร่เชื้อในสถานที่อยู่ในเกณฑ์สูง และมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นการศึกษาร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 จึงได้อธิบายรายละเอียดของมาตรการเพิ่มเติมเป็นกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของกลุ่มที่ 1 โดยแบ่งออกเป็นด้าน (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ดังนี้

1. กิจกรรมด้านเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย
 - การจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มในโรงแรม ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง โรงพยาบาล ร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อ รถเข็น หาบเร่แผงลอย ซึ่งไม่

รวมถึงสถานบริการ ผับ บาร์ ให้เปิดกิจการเฉพาะสถานที่จำหน่ายอาหาร เป็นร้านอาหารทั่วไปขนาดไม่เกินสองคูหา พื้นที่จำหน่ายอาหารไม่เกินสองร้อยตารางเมตร และมีการระบายอากาศเพียงพอ งดการใช้อุปกรณ์ร่วมกัน และไม่มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้าน

- ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า คอมมูนิตีมอลล์ในส่วนของซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายยา สินค้าเบ็ดเตล็ดที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต ร้านค้าปลีก/ค้าส่งขนาดย่อม และร้านค้าปลีก/ค้าส่งชุมชน ให้เปิดร้านค้าปลีกขนาดย่อม/ร้านค้าปลีกชุมชน แต่ไม่รวมร้านค้าที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า รวมทั้งตลาดนัดติดแอร์
 - ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ และตลาดชุมชน ให้เปิดกิจการสถานที่ค้าขายอาหาร และขายสินค้า ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้งานหรือเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยต้องมีการระบายอากาศเพียงพอ มีใบอนุญาตประกอบกิจการจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น งดการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด และงดบริการเครื่องเล่นเด็กที่อยู่ภายในบริเวณตลาดด้วย
 - ร้านเสริมสวย แต่งผม หรือตัดผม สำหรับบุรุษหรือสตรี (เฉพาะสระ ตัด ซอยผม แต่งผม) ให้เปิดเฉพาะบริการตัดผม สระผม แต่งหรือไดร์ผม และจัดร้านให้มีการระบายอากาศเพียงพอ
2. กิจกรรมด้านการออกกำลังกายหรือการดูแลสุขภาพ
- สนามกอล์ฟหรือสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ให้เปิดเฉพาะกีฬาประเภทกลางแจ้ง
 - สนามกีฬาเฉพาะกีฬาประเภทกลางแจ้ง และตามกติกาสากล ได้แก่ เทนนิส ขี่ม้า ยิงปืน ยิงธนู ให้เปิดเฉพาะกีฬาประเภทกลางแจ้ง
 - สวนสาธารณะ ลาน-พื้นที่กิจกรรมสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกาย สนามกีฬา ลานกีฬา (เฉพาะพื้นที่โล่งแจ้งเพื่อการเดิน วิ่ง ขี่หรือปั่นจักรยาน หรือการออกกำลังกายด้วยวิธีอื่นเป็นส่วนบุคคล) ให้เปิดเฉพาะพื้นที่โล่งแจ้งเพื่อการเดิน วิ่ง ขี่หรือปั่นจักรยาน หรือการออกกำลังกายที่เป็นเฉพาะส่วนบุคคล
3. อื่น ๆ ได้แก่ สถานที่ให้บริการดูแลรักษาสัตว์ สปา อาบน้ำ ตัดขน รับเลี้ยงหรือรับฝากสัตว์ สามารถเปิดได้ แต่ไม่รวมบริการสปา อาบน้ำ ตัดขน รับเลี้ยงหรือรับฝากสัตว์ ในห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า รวมถึงให้บริการเจ้าของสัตว์หรือตัวสัตว์ที่มีอาการป่วยทางเดินหายใจด้วย

ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวการค้าของหาบเร่ แผงลอย จัดอยู่ในกิจกรรมด้านเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตที่เป็นร้านอาหารทั่วไป (นอกห้างสรรพสินค้า) ที่รวมทั้งร้านอาหารริมทาง รถเข็น หาบเร่ ที่มีบริเวณพื้นที่นั่งหรือยืนรับประทานอาหาร ภาครัฐได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติในระยะต่าง ๆ ดังตารางที่ 1 และ 2 ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยซึ่งอยู่ในกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบทางการค้าและมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินกิจกรรม จึงจำเป็นต้องมีความพร้อมในการรับมือกับมาตรการที่เกิดขึ้นนี้

ตารางที่ 1 มาตรการป้องกัน COVID-19 ของกรุงเทพมหานครสำหรับมาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านอาหารช่วงเริ่มต้นของการระบาดโรค COVID-19

ข้อกำหนด	ช่วงเริ่มต้นระบาด COVID-19	
	ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2
ช่วงเวลา	26 มี.ค. - 1 เม.ย. 2563	2 เม.ย. - 2 พ.ค. 2563
ห้ามออกนอกเคสสถาน	-	เวลา 22.00-04.00 น.
มาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม	ขายได้เฉพาะการนำกลับไปกินที่อื่น	- ขายได้เฉพาะการนำกลับไปกินที่อื่น - เปิดร้านขายได้ตั้งแต่ 04.01-22.00 น.

ที่มา : ผู้วิจัยปรับจากกระทรวงสาธารณสุข (2563)

ตารางที่ 2 มาตรการป้องกัน COVID-19 ของกรุงเทพมหานครสำหรับมาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านอาหารระยะผ่อนปรนของการป้องกันการระบาดโรค COVID-19

ข้อกำหนด	ระยะผ่อนปรน				
	ระยะที่ 1	ระยะที่ 2	ระยะที่ 3	ระยะที่ 4	ระยะที่ 5
ช่วงเวลา	3-16 พฤษภาคม 2563	17-31 พฤษภาคม 2563	1-14 มิถุนายน 2563	15-30 มิถุนายน 2563	1-31 กรกฎาคม 2563
ห้ามออกนอกเคหสถาน	เวลา 22.00- 04.00 น.	เวลา 23.00- 04.00 น.	เวลา 23.00- 03.00 น.	ยกเลิกเคอร์ฟิว แต่ยังคงพรก. ฉุกเฉินบางส่วน	-
มาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม	เปิดให้บริการร้านอาหารจำหน่ายอาหารขนาดไม่เกิน 2 คูหา ได้แก่ ร้านอาหารนอกห้าง , ร้านอาหารริมทาง และร้านอาหารหาบเร่ ซึ่งในแต่ละร้านต้องมีการจัดระยะห่าง 1.5 ม. ห้ามรวมกลุ่มกัน มาตรการ - นำกลับไปบริโภคที่อื่น - เปิดให้บริการในสถานที่ได้ - กำหนดให้มีฉากกั้น (Table Shield) - เว้นระยะห่างโต๊ะ 1-1.5 เมตร - เว้นระยะห่างโต๊ะ 1.5 เมตรและห้ามรวมกลุ่มกัน - ห้ามไม่ให้มีการนั่งดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในร้าน	เปิดให้บริการร้านอาหาร หรือ เครื่องดื่ม ในอาคารสำนักงาน โรงอาหาร หรือ ศูนย์อาหาร ภายในหน่วยงาน ภายนอก มาตรการ - นำกลับไปบริโภคที่อื่น - เปิดให้บริการในสถานที่ได้ แต่ต้องจัดระเบียบการใช้บริการตามมาตรการป้องกันโรคตามระยะผ่อนปรนที่ 1 - เว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะระหว่างที่นั่งระหว่างทางเดินอย่างน้อย 1 เมตร - ห้ามการบริโภคสุรา หรือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้าน	มาตรการ - อนุโลมให้นั่งทานร่วมกันได้ แต่ต้องเว้นระยะห่าง 1 เมตร (จากเดิม 1.5 เมตร) เพื่อไม่ให้เกิดความหนาแน่นมากเกินไป - ไม่จำกัดคนต่อโต๊ะ แต่ร้านอาหารต้องจัดที่นั่งระหว่างเก้าอี้ห่างกัน 1 เมตร - ไม่ต้องมีฉากกั้น (Table Shield)	มาตรการ - สามารถบริโภคแอลกอฮอล์ในร้านได้ - งดการส่งเสริมการขาย - งดบริการร้านประเภทบาร์	เปิดให้บริการร้านประเภทผับ บาร์ มาตรการ - เว้นกิจกรรมส่งเสริมการขาย - สามารถจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มหลัง 24.00 น. ได้ แต่งการบริโภคสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้าน

ข้อกำหนด	ระยะผ่อนปรน				
	ระยะที่ 1	ระยะที่ 2	ระยะที่ 3	ระยะที่ 4	ระยะที่ 5
	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีระบบเข้าแถวรอซื้ออาหารและระยะห่างระหว่างกันอย่างน้อย 1 เมตร - มีแผ่นใสกั้นระหว่างลูกค้ากับอาหาร - ผู้ให้บริการต้องดูแลความสะอาดของร่างกายตนเอง ภาชนะ และเข้าร้านอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างเข้มงวด 				

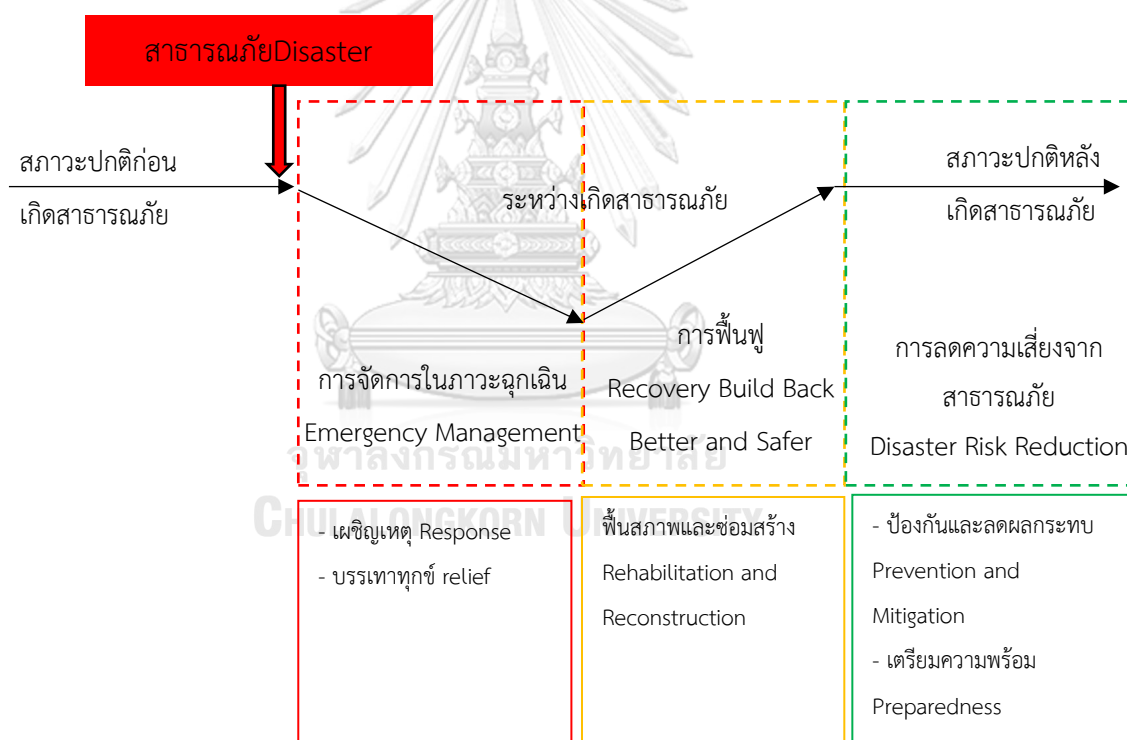
ที่มา : ผู้วิจัยปรับจากกระทรวงสาธารณสุข (2563)

2.1.3 การจัดการภัยพิบัติ

2.1.3.1 แนวทางการจัดการภัยพิบัติ

เมื่อเกิดปัญหาภัยพิบัติเกิดขึ้นจำเป็นที่จะต้องมีการรับมือเพื่อป้องกันภัยให้ได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นในพื้นที่น้อยที่สุด เพื่อความสามารถในการดำเนินกิจกรรมของประชาชนเป็นไปตามปกติ การเรียนรู้ปัญหาของภัยพิบัติเพื่อสร้างแนวทางในการจัดการกับภัยพิบัติจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีและต้องเกิดการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและประชาชน การจัดการที่พร้อมและมีขั้นตอนอย่างเป็นระบบจะช่วยให้การลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นจึงต้องมีการเรียนรู้ปัญหาทั้งช่วงก่อนเกิดภัยพิบัติ ระหว่างเกิดภัยพิบัติและหลังเกิดภัยพิบัติ แนวทางที่เหมาะสมในการจัดการภัยพิบัติจึงต้องมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชน เนื่องจากประชาชนในพื้นที่จะเป็นผู้ที่มีความชำนาญและเข้าใจถึงสภาพของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชนมี 3 ระดับ ได้แก่ การสร้างความร่วมมือในระดับชุมชน ระดับเครือข่าย และระดับหน่วยงาน ให้เกิดความเชื่อมโยงกันของสังคมจนกลายเป็นเครือข่ายทางสังคมได้ในที่สุด เพื่อช่วยในการจัดการกับภาวะฉุกเฉินและปัญหาภัยพิบัติได้ (เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, อธิวัฒน์ ลอยวิรัตน์, ปรียานุช วัฒนกุล, & อภาภรณ์ จวนสง, 2563)

การจัดการสาธารณภัย (Disaster Management : DM) ตามแผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2558 ได้กล่าวว่า เป็นการจัดการในภาวะฉุกเฉิน ช่วยเหลือและบรรเทาทุกข์แก่ผู้ประสบภัยหรือฟื้นฟูสภาพหลังจากผ่านภัยแล้ว เพื่อเกิดการจัดการที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงจากสาธารณภัย (Disaster Risk Management : DRM) ที่ประกอบด้วย การลดความเสี่ยงจากสาธารณภัย (Disaster Risk Reduction : DRR) ได้แก่ การป้องกัน (Prevention) การลดผลกระทบ (Mitigation) และการเตรียมความพร้อม (Preparedness) ควบคู่กับการจัดการในภาวะฉุกเฉิน (Emergency Management) ได้แก่ การเผชิญเหตุ (Response) และการบรรเทาทุกข์ (Relief) รวมถึงการฟื้นฟู (Recovery) ได้แก่ การฟื้นฟูสภาพและการซ่อมสร้าง (Rehabilitation and Reconstruction) การสร้างให้ดีกว่าและปลอดภัยกว่าเดิม (Build Back Better and Safer) (คณะกรรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ, 2558) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การจัดการความเสี่ยงจากสาธารณภัย

ที่มา ผู้วิจัยปรับจากคณะกรรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ (2558)

2.1.3.2 เมืองปรับตัวได้กับการจัดการภัยพิบัติ

แนวคิดเมืองปรับตัวได้ (Resilient city) เป็นแนวทางการสร้างเมืองแห่งความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวและฟื้นกลับมาได้อย่างรวดเร็วจากการเกิดผลกระทบที่โดนกระทำ เช่น การเกิดภัย

พิบัติ เมืองจึงมีการออกแบบและวางผังให้มีความยืดหยุ่นสูงเพื่อรับกับการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตที่เกิดจากภัยพิบัติต่าง ๆ (พนิต ภูจินดา & ยศพล บุญสม, 2559) เมืองจึงจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นเพื่อให้สามารถจัดการกับปัญหาภัยพิบัติและช่วยให้เมืองฟื้นตัวได้เร็วหากสามารถวางแผนการจัดการภัยพิบัติให้เป็นระบบได้ แนวคิดของความยืดหยุ่นที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถของเมืองเพื่อรับมือและฟื้นตัวจากแรงกระแทกภายนอกหรือปัญหาภัยพิบัติจำเป็นต้องมีการวางระบบการจัดการภัยที่สามารถให้ประชาชนในเมืองอยู่รอดได้ทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงภัยพิบัติ โดยจะต้องมีการออกแบบให้ระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองเชื่อมโยงกับระบบสังคมและสถาบัน โดยแบ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Hard Infrastructure) เช่น ระบบถนน ระบบประปา การจัดการขยะ และพลังงาน เป็นต้น และโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม (Soft Infrastructure) เช่น การมีเครือข่ายทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลและสถาบัน ที่พิจารณาทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมเรียกว่า ทูทางสังคม เป็นต้น (Giordano & Pagano, 2017)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทูทางสังคม

2.2.1 ทฤษฎีทูทางสังคม

2.2.1.1 ทูทางสังคมในต่างประเทศ

แนวคิดทูทางสังคมโดยนักวิชาการชาวตะวันตกที่ได้ทำการศึกษาและได้นิยามความหมายหลักและมีส่วนสำคัญในการถือว่าเป็นผู้บุกเบิกในการนำแนวคิดทูทางสังคมมาใช้วิเคราะห์อย่างเป็นระบบและถูกนำมาเป็นตัวอ้างอิงของงานวิจัยต่าง ๆ มีอยู่ 3 คน ได้แก่ Bourdieu (1986), Coleman (1988) และ Putnam (1993)

1. Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu เป็นนักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้มีความรู้ทางด้านสังคมวิทยาทั้งแนวคิดและการศึกษาปฏิบัติอย่างมาก ที่มาทูทางสังคมของเขามาจากทฤษฎีมาร์กซิสต์ และมองทูทางสังคมเชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรม รวมถึงสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจจนเกิดเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่มีสถานภาพในการแสดงถึงบทบาทของทุนทางสัญลักษณ์ที่มีลักษณะแตกต่างกันของชนชั้นในสังคม ทำให้ทูทางสังคมกลายเป็นเครื่องมือที่ใช้สร้างอำนาจได้ (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547) โดย Bourdieu (1986) ได้นิยามคำว่าทุน แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบซึ่งได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์ (Bourdieu, 1986; Richardson, 1986) ดังนี้

- ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) มีที่สามารถแปลงเป็นเงินโดยตรงได้ทันทีและอาจเป็นรูปแบบของสิทธิในการเป็นเจ้าของทรัพย์สินที่ก่อให้เกิดมูลค่าได้ เช่น การใช้ทุนทางเศรษฐกิจมาเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจของคลับที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

- ทุนทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Bourdieu สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่เป็นตัวตน (in the embodied state) ส่วนใหญ่คุณสมบัติของทุนทางวัฒนธรรมนี้将有ความเชื่อมโยงกับร่างกายที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการสะสมทุน ได้รับในระดับที่แตกต่างกันตามแต่ละช่วงเวลาและชนชั้นทางสังคม และไม่สามารถถ่ายทอดออกไปสู่ผู้อื่นได้ทันที เช่น การจัดการจิตใจและร่างกาย บุคลิกภาพ ความรู้และความสามารถ เป็นต้น

ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบวัตถุ (in the objectified state) ทุนในรูปแบบนี้จะสื่อออกมาทางวัตถุ เป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องได้ สามารถมีไว้ในครอบครองหรือเป็นเจ้าของได้ตามกฎหมาย เช่น หนังสือ เครื่องมือ เครื่องจักร อนุสาวรีย์ รูปปั้น เป็นต้น

ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบของสถาบัน (in the institutionalized state) เป็นทุนที่ทำให้ความสำคัญต่อสถาบันทั้งสถาบันการศึกษา องค์กรต่าง ๆ เช่น การศึกษาในสถาบันที่ได้รับการยอมรับ เป็นต้น

- ทุนทางสังคม (Social capital) คือ การรวมกันของทรัพยากรที่มีอยู่จริงหรือที่มีศักยภาพเชื่อมโยงกับการมีเครือข่ายที่ถาวรของความสัมพันธ์ที่มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความใกล้ชิดกันและการยอมรับซึ่งกันและกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ทุนทางสังคมเป็นสิ่งที่สนับสนุนสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งสมาชิกแต่ละคนจะได้รับจากการสะสมทุนที่เป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งถือว่าเป็น หนังสือรับรอง ที่สร้างเครดิตให้กับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งสำหรับ Bourdieu มองว่าทุนทางสังคม เป็นตัวสร้างความไม่เท่าเทียมกันของอำนาจทางสังคม

- ทุนทางสัญลักษณ์ (Symbolic capital) เป็นทุนที่แสดงออกมาให้เห็นจากภายนอกไม่ว่าจะรูปแบบใดที่สามารถเป็นตัวบ่งบอกรูปแบบสัญลักษณ์นั้น ๆ โดยสามารถรับรู้และยอมรับได้ เช่น สถานภาพสังคม และศักดิ์ศรี เป็นต้น

2. James Coleman

James Coleman เป็นนักสังคมศาสตร์ชาวอเมริกัน มีที่มาแนวคิดจากนักเศรษฐศาสตร์แนวนีโอคลาสสิกที่ว่าพฤติกรรมของคนซึ่งเป็นปัจเจกที่ต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อประโยชน์ของปัจเจกบุคคลควบคู่กับทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Rational Choice Theory) เป็นการใช้อธิบายการตัดสินใจและการกระทำของมนุษย์ที่ต้องมีข้อมูลข่าวสารเพียงพอสำหรับการตัดสินใจเลือก

ระหว่างผลประโยชน์ส่วนตัวกับผลประโยชน์ส่วนรวม ทำให้ในมุมมองของ Coleman มองว่าทุนทางสังคมเป็นตัวเชื่อมของพฤติกรรมมนุษย์ร่วมกับระบบสังคมทำให้เกิดเป็นทุนมนุษย์ ด้วยทรัพยากรต่างๆ จนถึงการจัดการความร่วมมือ การจัดระเบียบขององค์กรนำไปสู่การกระทำที่เกิดเป็นเครือข่ายบรรทัดฐาน ความเชื่อใจหรือไว้วางใจและคุณค่าที่ใช้ร่วมกันของบุคคลทุกคนขึ้น ซึ่งจะไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้มีอำนาจและชนชั้นสูงเท่านั้น ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยและส่งต่อไปยังปัจเจกอื่น ๆ จนเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ (Coleman, 1994)

โดย Coleman ให้ความสนใจในเรื่องของหน้าที่ของทุนทางสังคมเป็นหลัก โดยมี 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านโครงสร้างทางสังคมและองค์ประกอบด้านการเอื้อ โดยการกระทำของตัวบุคคลหรือจากองค์กร รวมอยู่ในการพึ่งพาอาศัยกัน เกิดเครือข่ายจากการเชื่อใจและคุณค่าจากการกระทำร่วมกันโดยผ่านความคาดหวัง (expectations) ภาระผูกพัน (obligations) ความไว้วางใจ (trustworthiness) ข้อมูลข่าวสาร (information) และบรรทัดฐาน (norms) โดยที่ทุนทางสังคมไม่สามารถจับต้องได้และจะเป็นความสัมพันธ์เฉพาะที่ผู้กระทำสร้างร่วมกันเอง (ณปริญทสิทธิ์ ปรีชาหาญ , 2561; ปินวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

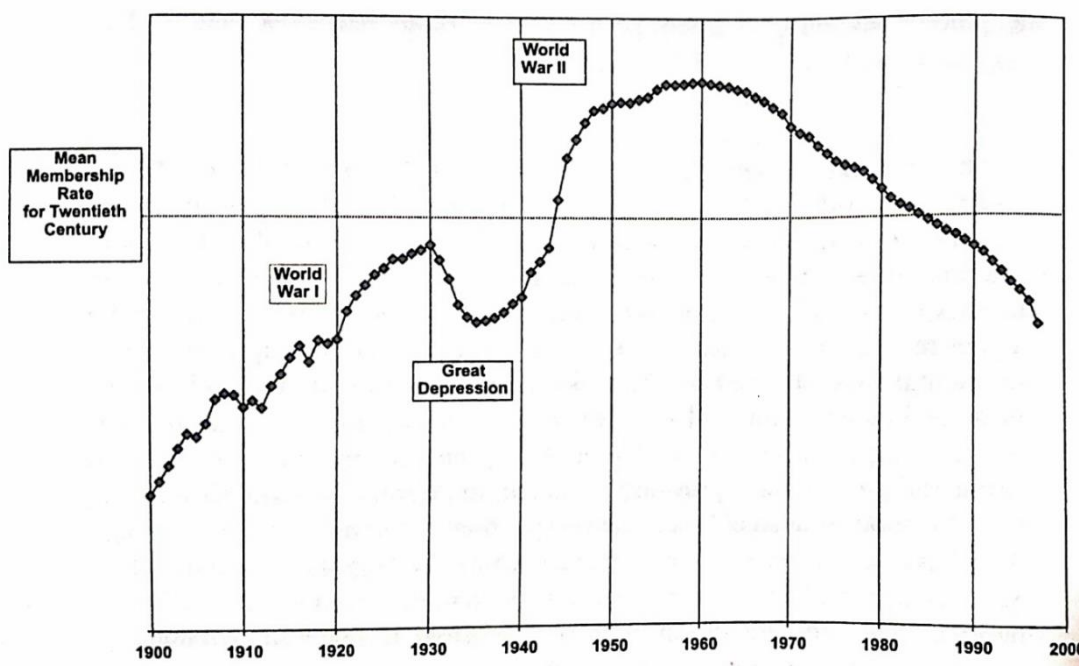
การอธิบายถึงทุนทางสังคมของ Coleman มีลักษณะใกล้เคียงกับ Bourdieu ที่พบว่าทุนทางสังคมจะมีความสัมพันธ์กับทุนในรูปแบบอื่นด้วย มีลักษณะคล้ายกันระหว่างนิยามคำว่าทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu และทุนมนุษย์ของ Coleman และซึ่งเป็นการมองว่าทุนทางสังคมต้องอยู่โครงสร้างความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ และมีโอกาสที่จะได้รับทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรมหรือทุนมนุษย์ได้ แต่มีสิ่งที่แตกต่างกันโดยที่ทุนทางสังคมตามแนวคิด Bourdieu นำไปสู่ภาพความเหลื่อมล้ำและไม่เสมอภาคทางสังคมเมื่อเกิดทุนทางสังคมจะมีผู้ที่ได้เปรียบจากทุนนี้ถือเป็นทรัพยากรที่ถือครองโดยกลุ่มชนชั้นสูง แต่ Coleman จะเป็นให้ปัจเจกแก่บุคคลในการเลือกที่ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านลบของการรวมกลุ่มกัน (ณปริญทสิทธิ์ ปรีชาหาญ, 2561)

3. Robert D. Putnam

Robert D. Putnam เป็นนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน เขาได้อธิบายทุนทางสังคมผ่านมุมมองของสังคมและการเมือง เขาได้ให้ความหมายของทุนทางสังคมไว้ว่า เป็นลักษณะการจัดระเบียบของสังคม เช่น เครือข่าย (network) บรรทัดฐาน (norms) และความไว้วางใจ (trust) สร้างความสะดวกและเป็นการร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ช่วยเพิ่มประโยชน์ของการลงทุนทางกายภาพและทุนมนุษย์ รวมถึงมีผลประโยชน์ทางสาธารณะ (public goods) ด้วย (R. Putnam, 1993) นอกจากนี้เขายังได้อธิบายถึง Bonding Social Capital และ Bridging Social Capital ซึ่งเป็นการสร้าง

ความสัมพันธ์ที่เป็นแบบปัจเจกและกลุ่มสังคม มีความแตกต่างของความสัมพันธ์ทางสังคม โดย Bonding Social Capital จะเป็นการยึดโยงกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ส่วน Bridging Social Capital จะเป็นการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มซึ่งจะเป็นการสร้างเครือข่ายทางสังคมภายนอกกลุ่ม ทำให้เกิดเป็นระดับ 3 ระดับ คือ ตนเองและครอบครัว ชุมชน และประเทศ ซึ่งนำไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกๆระดับ (ณปรีนทสิทธิ์ ปรีชาหาญ, 2561; ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

ในปี 2000 Putnam ได้สร้างงานเขียนเกี่ยวกับทุนทางสังคมโดยใช้หนังสือชื่อว่า Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นความเปลี่ยนแปลงทางด้านทุนทางสังคมในสังคมอเมริกาโดยมีสาเหตุมาจากหลายประการ เช่น ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการขยายตัวของเมือง การมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ก่อให้เกิดเป็นทุนทางสังคมในกลุ่มคนอเมริกันลดลง ซึ่งจะเห็นได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 Average Membership Rate in Thirty-two National Chapter-Based Associations, 1900-1977

ที่มา : Putnam (2000)

จากข้อมูลจะเป็นการสำรวจความสัมพันธ์ของสังคมในองค์กรหนึ่งในประเทศอเมริกา ที่จะพบว่า ช่วงต้นศตวรรษ 1900 ผู้คนในสังคมขององค์กรมีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง และจะลดลงในช่วงทศวรรษ 1960 เรื่อยมาหลังจากเกิดวิกฤติดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการพบปะ

ผู้คน วัฒนธรรมบางอย่างหายไป ผู้คนมีความโดดเดี่ยวมากขึ้น โดย Putnam ได้ทำการศึกษาสังคมในอเมริกาที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้คนในสังคมรู้จักเพื่อนบ้านน้อยลง เพื่อนมีการเจอกันน้อยลงรวมถึงครอบครัวก็ยังเจอกันน้อยลงด้วย ดังนั้นภาพชาวอเมริกันในอดีตที่ออกไปเล่นโบว์ลิ่งกันเป็นกลุ่มเพื่อน ญาติ หรือพี่น้องจึงลดลงและอาจจะหายไปในที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนในสังคมชาวอเมริกันหลังเกิดวิกฤติต่าง ๆ (R. D. Putnam, 2000) งานเขียนครั้งนี้ของ Putnam ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมในการทำงาน โครงสร้างครอบครัว อายุ การเข้ามาของเทคโนโลยี อาทิ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และปัจจัยอื่น ๆ ต่างมีส่วนทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมอเมริกาลดลง

แนวคิดของ Putnam เป็นแนวคิดที่ผู้ศึกษาเรื่องทุนทางสังคมส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้เป็นหลักในการอ้างอิงนิยามของทุนทางสังคม เนื่องจากแนวคิดเขาได้อธิบายครอบคลุมมากกว่า 2 แนวคิดที่ผ่านมา และเขาได้พยายามออกแบบตัววัดทุนทางสังคมให้สามารถเห็นผลเป็นรูปธรรมได้ รวมทั้งเป็นการศึกษาทุนทางสังคมที่ครบทุกระดับชั้นให้เห็นเป็นภาพรวมของรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมในกลุ่มได้ชัดมากขึ้น ส่งผลดีทั้งระดับบุคคลและระดับกลุ่มสังคมซึ่งสะท้อนให้เห็นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เป็นตัวสำคัญของระดับทุนทางสังคมได้เป็นอย่างดี

2.2.1.2 ทุนทางสังคมในไทย

ในประเทศไทยทุนทางสังคมเกิดขึ้นมาตั้งแต่อดีตโดยคำที่ใช้อาจยังไม่เรียกว่าทุนทางสังคม แต่ความหมายของการกระทำเป็นลักษณะเช่นเดียวกัน เช่น การแบ่งพรรคพวกของคนในชนชั้นสังคม ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาแล้วมีความหมายลักษณะเดียวกับการเป็นทุนทางสังคม จากการศึกษาทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศมีหน่วยงานภาครัฐให้ความสนใจมากขึ้นเนื่องจากทุนทางสังคมสามารถเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและมีส่วนช่วยทางด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาพื้นที่จึงมีการนำเอาทุนทางสังคมมาใช้ทางด้านเศรษฐกิจและการพัฒนามากขึ้น กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักด้านสังคมได้มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์โดยนำทุนทางสังคมเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาสังคม และสร้างความเป็นธรรมและความเสมอภาคให้คนในประเทศ ในยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ด้านการสร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมและความเข้มแข็งของชุมชน (กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2559)

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ศึกษาแนวคิดทุนทางสังคมเพื่อใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้กำหนดว่า “ทุนทางสังคมเกิดจากการ

รวมตัว ร่วมคิด บนฐานของความไว้วางใจ เชื่อใจ สายใยผูกพัน และวัฒนธรรมที่ดีงามของสังคมไทยผ่านระบบความสัมพันธ์ที่มีการสะสมในลักษณะเครือข่ายขององค์ประกอบหลัก ได้แก่ คน สถาบัน วัฒนธรรมและองค์ความรู้ซึ่งเกิดเป็นพลังในชุมชนและสังคม” โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้นิยามของทุนทางสังคมว่า “ลักษณะทางสังคมที่ปัจเจกชนและองค์กรทางสังคมมีเครือข่าย (Network) มีความไว้วางใจ (Trust) และมีบรรทัดฐานในการปฏิบัติ (Norm) เพื่อส่งเสริม เกื้อหนุน และร่วมในการดำเนินงานซึ่งกันและกัน ซึ่งก่อให้เกิดความสามารถในการปรับปรุงสถานะสังคม องค์กร และตนเองให้บรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดร่วมกัน” โดยจากนิยามดังกล่าว สศช. ได้ทำการแบ่งตัวชี้วัดออกเป็น 6 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีประเด็นสำคัญที่ใช้ในการวัด ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านกลุ่มและเครือข่าย

องค์ประกอบที่ 2 ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

องค์ประกอบที่ 3 ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ

องค์ประกอบที่ 4 ด้านข่าวสารและการสื่อสาร

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม

องค์ประกอบที่ 6 ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง

โดยกำหนดให้องค์ประกอบที่ 1 และ 5 วัดในมิติเครือข่าย (Network) องค์ประกอบที่ 2 และ 3 วัดในมิติความไว้วางใจ (Trust) องค์ประกอบที่ 4 และ 6 วัดในมิติบรรทัดฐาน (Norm) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551)

ดังนั้นจากการทบทวนแนวคิดทุนทางสังคม งานวิจัยนี้จึงได้กำหนดทุนทางสังคมว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสังคมจากการรวมกลุ่มกันในพื้นที่หนึ่ง ๆ ทั้งพื้นที่ชุมชน พื้นที่ทำงาน หรือพื้นที่การค้า มีความช่วยเหลือส่งเสริม เกื้อกูลกัน ทั้งตนเองและองค์กรที่เกี่ยวข้องให้บรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดร่วมกันจนเกิดเป็นความไว้วางใจกัน (Trust) การมีบรรทัดฐานร่วมกัน (Norm) และเกิดความสัมพันธ์เป็นเครือข่าย (Network) ทางสังคมของกลุ่มนั้น ๆ งานวิจัยนี้จึงได้นำแนวคิดของ Putnam มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาเนื่องจากส่งผลให้เห็นทั้งในระดับบุคคลและสังคมซึ่งจะทำให้เห็นความร่วมมือและความไว้วางใจของกลุ่มผู้ค้าได้ ร่วมกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เนื่องจากแนวคิดนี้ถูกปรับใช้ภายใต้บริบทของประเทศไทย และถูกใช้เป็นดัชนีชี้วัดระดับทุนทางสังคมหลักของประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เพื่อเป็นการพัฒนาประเทศให้ยั่งยืนต่อไป (อัครนัย ขวัญอยู่, 2560)

2.2.2 ประเภทของทุนทางสังคม

จากการอธิบายแนวคิดที่สำคัญของทุนทางสังคมที่มีความแตกต่างกันไปตามนักวิชาการที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว ทุนทางสังคมยังสามารถแบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล และกลุ่มบุคคลได้ โดยความสัมพันธ์ที่ "แข็งแกร่ง" และ "อ่อนแอ" จะเกิดจากความผูกพัน (bonding) และการเชื่อมโยง (bridging) ของทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่หรือชุมชนนั้น ๆ ที่อาจมีผลจากความสัมพันธ์ที่เกิดจากภายนอกกลุ่มชุมชนได้ ทุนทางสังคมจึงสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ทุนทางสังคมภายในครัวเรือนหรือเป็นเชิงบุคคล (bonding social capital) ทุนทางสังคมภายในชุมชนหรือเชิงกลุ่มบุคคล (bridging social capital) และ ทุนทางสังคมภายนอกชุมชนหรือเชิงสถาบัน (linking social capital) (Woolcock, 1998, 2001) รายละเอียดดังนี้

- ทุนทางสังคมภายในครัวเรือนหรือเป็นเชิงบุคคล (bonding social capital) เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมที่ใกล้เคียงกัน ไม่มีอำนาจเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งอยู่ในระดับแนวราบด้วยกัน เช่น ครอบครัวและญาติ เพื่อนสนิท เป็นต้น

- ทุนทางสังคมภายในชุมชนหรือเชิงกลุ่มบุคคล (bridging social capital) เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ในระดับเดียวกันซึ่งเป็นระดับแนวราบเช่นกัน เช่น เพื่อนต่างเชื้อชาติ กลุ่มอาชีพที่ต่างกัน เป็นต้น

- ทุนทางสังคมภายนอกชุมชนหรือเชิงสถาบัน (linking social capital) เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มีชนชั้นอำนาจต่างกัน สามารถเชื่อมโยงชุมชนและภาครัฐเข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นระดับความสัมพันธ์ในแนวตั้ง เช่น บุคคลธรรมดากับเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น

2.2.3 ความสัมพันธ์ของแนวคิดทุนทางสังคมกับการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis)

เมื่อต้องการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมสามารถที่จะนำมาวิเคราะห์ผ่านเครือข่ายทางสังคมได้ เนื่องจากการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่สามารถวิเคราะห์ผลออกมาให้ทราบถึงความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบหลวมและแบบแน่นแฟ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทุนทางสังคมของ Putnam ที่ได้มีการกล่าวถึง Bonding Social Capital และ Bridging Social Capital ไว้ และการวิเคราะห์ทุนทางสังคมผ่านเครือข่ายทางสังคมจึงทำให้เห็นถึงรูปแบบของทุนทางสังคมทั้งทุนทางสังคมภายในครัวเรือนหรือเป็นเชิงบุคคล (bonding social capital) ทุนทางสังคมภายในชุมชนหรือเชิงกลุ่มบุคคล (bridging social capital) และทุนทางสังคมภายนอกชุมชนหรือเชิงสถาบัน (linking

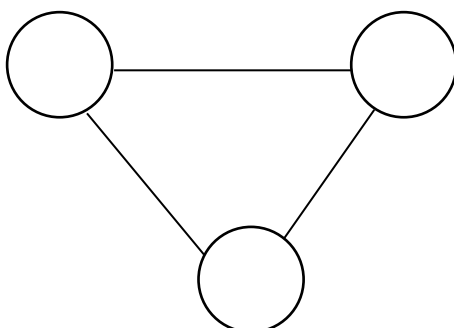
social capital) ได้ ซึ่งสามารถนำเครือข่ายทางสังคมมาใช้เป็นแผนผังในการดูความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมรูปแบบดังกล่าวผ่านกราฟได้

โดยองค์ประกอบที่สำคัญของแผนผังเครือข่ายทางสังคมจะประกอบด้วย กลุ่มของสมาชิกเครือข่าย (Nodes) เป็นตัวบุคคลหรือองค์กรที่ใช้ในการเชื่อมต่อความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น บุคคลทั่วไป ร้านค้า เพื่อนสนิทญาติ เป็นต้น และความเชื่อมโยงกัน (Tie หรือ Edges) ของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายซึ่งจะแสดงเป็นเส้นเชื่อมระหว่าง Nodes เพื่อให้เห็นถึงการเชื่อมต่อกันของความสัมพันธ์ เช่น ความเป็นเพื่อน การรู้จักกัน มิตรภาพที่มีต่อกัน เป็นต้น โดยเครือข่ายทางสังคมจะเริ่มจากการเชื่อมกันสอง Nodes ที่เรียกว่า Dyad Social Network โดยมีเส้นเชื่อมกันเพียงเส้นเดียว ดังภาพที่ 4 และเมื่อความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นจะทำให้ความสัมพันธ์เกิดเป็นกลุ่ม โดยอาจเกิดเป็นการเชื่อมกันสาม Nodes หรือ Triad Social Network ดังภาพที่ 5 จนทำให้กลายเป็นเครือข่ายทางสังคมที่มีขนาดใหญ่และซับซ้อนมากขึ้น (ณปรินทสิทธิ์ ปรีชาหาญ, 2561)



ภาพที่ 4 Dyad Social Network

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

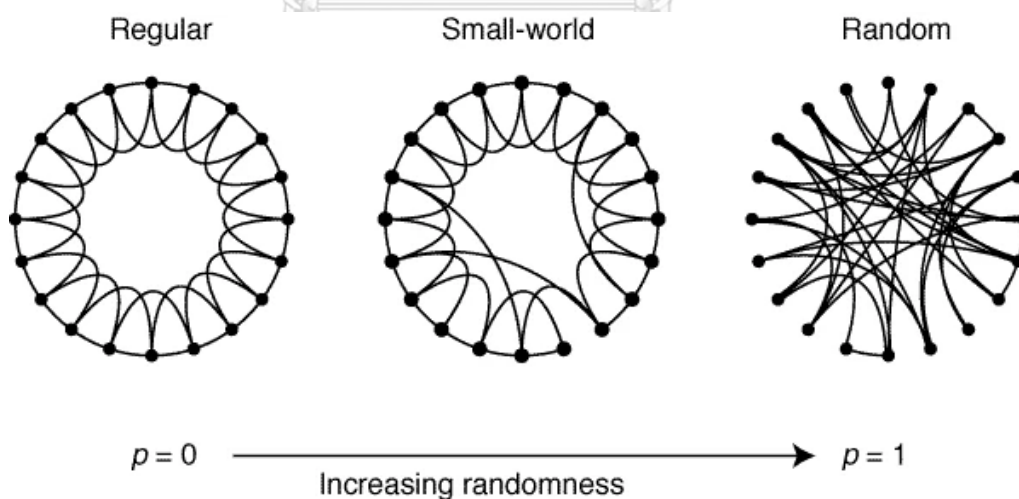


ภาพที่ 5 Triad Social Network

แนวคิดเครือข่ายทางสังคมระยะแรกเกิดขึ้นโดย Erdos and Renyi (1959) ได้ริเริ่มในการสร้างกรอบแนวคิดไว้และถูกนำมาใช้หลากหลายทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่ออธิบายภาพรวมของความสัมพันธ์ที่เป็นระบบซับซ้อนให้เข้าใจโดยใช้ทฤษฎีกราฟในการแสดงผลเป็นแผนผังเครือข่าย โดยรูปร่างของเครือข่ายสามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ เครือข่ายแบบ Random network, เครือข่ายแบบ Small world network และเครือข่ายแบบ Real network (Pareeratanasomporn, 2017; Srisawat, 2017) รายละเอียดดังนี้

1. เครือข่ายแบบ Random network (Erdős & Rényi, 1959) เป็นการแสดงเครือข่ายแบบสุ่มซึ่งถือเป็นเครือข่ายที่มีความสมดุล จึงนิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการทดสอบเครือข่ายที่ไม่มี Nodes ใดเป็นตัวเด่นและมีการเชื่อมต่อระหว่างกันจำนวนมาก โดยถ้า Nodes ใด ๆ เชื่อมต่อกับความน่าจะเป็น (P) หากมีจำนวนมากขึ้นเครือข่ายจะมีความหนาแน่นขึ้นตามลำดับ

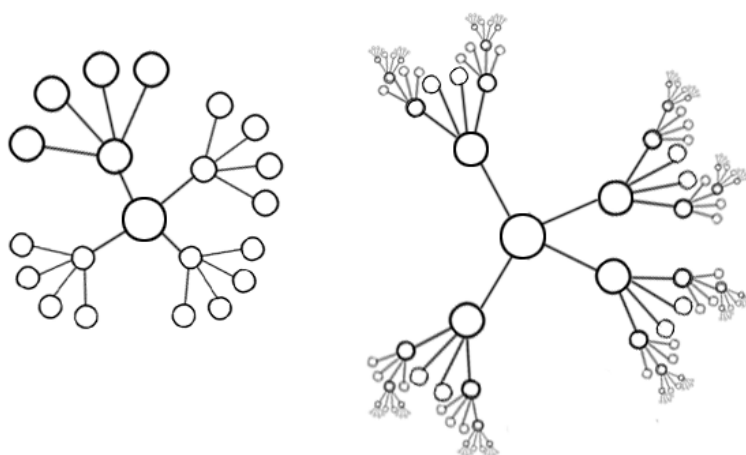
2. เครือข่ายแบบ Small world network (Watts & Strogatz, 1998) เป็นการแสดงเครือข่ายที่อยู่ระหว่าง Nodes ของรูปแบบ Regular network ซึ่งเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์แบบมีแบบแผนและรูปแบบ Random network ซึ่งเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ไม่มีแบบแผน ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่มีการจับกลุ่มสูง จึงนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาทางด้านสังคมวิทยาที่สามารถแบ่งย่อยเป็นกลุ่มที่มีข้อมูลเกี่ยวเนื่องกันได้ภายใต้เครือข่ายทางสังคมนั้น ๆ



ภาพที่ 6 เครือข่ายแบบ Regular network, เครือข่ายแบบ Small world network และเครือข่ายแบบ Random network

ที่มา : Watts and Strogatz (1998)

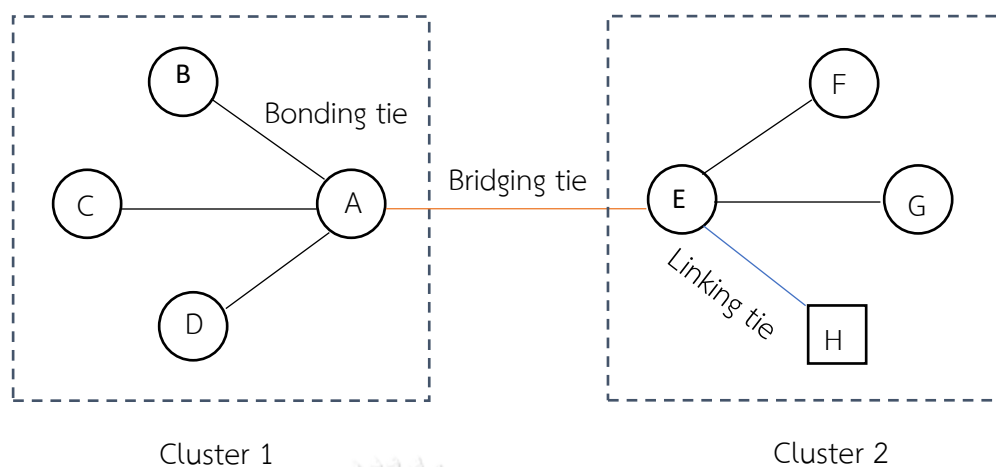
3. เครือข่ายแบบ Real network (Barabási & Albert, 1999) เป็นการแสดงเครือข่ายที่มีความซับซ้อนซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เครือข่ายการควบคุมสายการบิน เป็นต้น ซึ่งจะมี Nodes ที่มีลักษณะเด่นที่สำคัญเพียงไม่กี่ตัวที่จะเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกันภายในเครือข่ายได้ ซึ่งจากการทบทวนข้อมูลในรูปแบบนี้จะพบว่ามิลักษณะรูปแบบคล้าย Scale-free network ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่สมาชิกส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับ Nodes ที่มีอิทธิพลมาก (สุพจน์ หนูปัทยา, 2558)



ภาพที่ 7 เครือข่ายแบบ Real network หรือ Scale-free network

ที่มา : <https://www.futurelearn.com/info/courses/complexity-and-uncertainty/0/steps/1855>

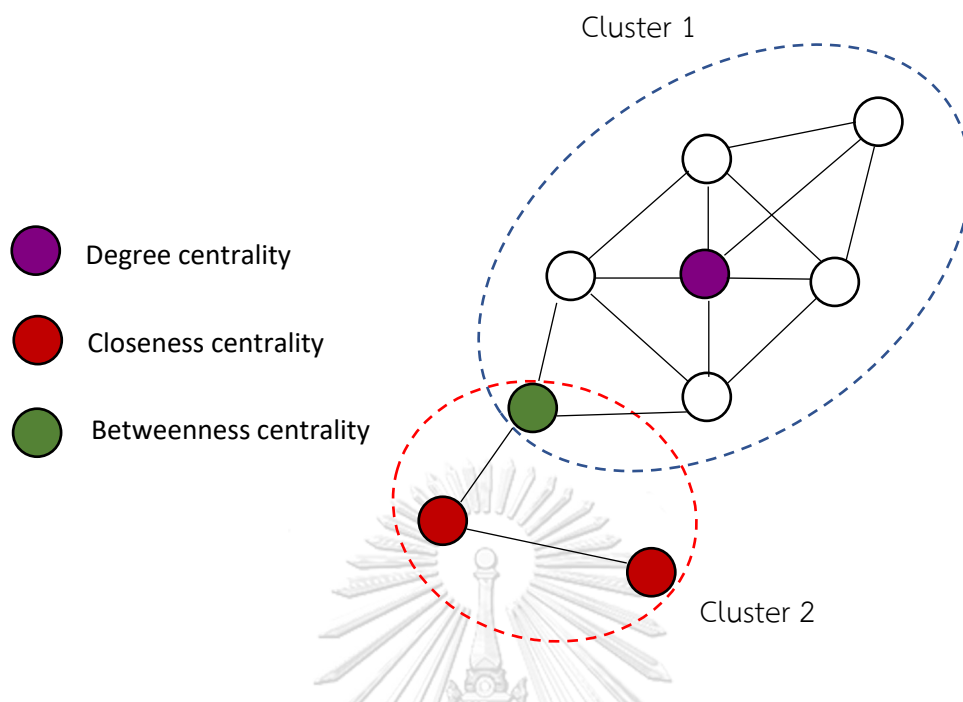
เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับทุนทางสังคมจะได้รูปแบบความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายทางสังคม ซึ่งจะพบว่า ในเครือข่ายทางสังคมจะเกิดรูปแบบ Real network ได้ นอกจากนี้ความสัมพันธ์ทางสังคมพิจารณาตามประเภททุนทางสังคมอาจเป็นความสัมพันธ์แบบยึดโยงหรือ bonding social capital จะก่อให้เกิดเป็นกลุ่มความสัมพันธ์ที่เป็น Cluster และเมื่อระหว่าง Cluster มารวมกันจะกลายเป็น Bridging social capital และอาจมี Linking social capital เกิดขึ้นในแต่ละ Cluster ได้ จะเห็นเป็นภาพของเครือข่ายทางสังคมที่มีขนาดใหญ่ (Liu, Sidhu, Beacom, & Valente, 2017)



ภาพที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ทุนทางสังคมประเภทต่าง ๆ บนเครือข่ายทางสังคม

ที่มา : ผู้วิจัยปรับจาก Liu, Sidhu, Beacom & Valente (2017)

จากภาพที่ 8 จะทำให้เราทราบถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเครือข่ายทางสังคมที่มีประเภททุนทางสังคมที่ต่างกันไป นอกจากนี้การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมยังทำให้ทราบถึงผลความสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มบุคคลวิเคราะห์เป็นค่าที่สามารถนำมาวิเคราะห์ผลของทุนทางสังคมได้ด้วยการวิเคราะห์ค่าศูนย์กลางความสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น Degree, Betweenness, และ Closeness เป็นต้น ดังภาพที่ 9 โดยค่าระดับศูนย์กลางการวัด (Degree centrality) ดูได้จากจำนวนความสัมพันธ์ที่มีแต่ละบุคคลในเครือข่าย ยิ่งมีมากจะช่วยโอกาสในการรับข้อมูลต่าง ๆ ได้มากขึ้น ซึ่งจากภาพจำนวนความสัมพันธ์ (Edges) ของบุคคล (Nodes) ในเครือข่ายจะอยู่ที่ตำแหน่ง Nodes สี่เหลี่ยมที่มีจำนวนเส้นความสัมพันธ์มากที่สุดซึ่งมีทั้งหมด 5 เส้น ในส่วนของค่าระหว่างศูนย์กลางวัดความถี่ (Betweenness centrality) จะเป็นบุคคลที่มีระยะเส้นทางสั้นที่สุดที่เชื่อมต่อกับบุคคลอื่น ๆ ในเครือข่าย ผู้ที่มีค่าระหว่างศูนย์กลางวัดความถี่ระดับสูงจะเป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างกลุ่ม (Cluster) ได้ ทำให้เกิดความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง Bridging ties ซึ่งเป็นรูปแบบทุนทางสังคมเชิงกลุ่มบุคคล (Bridging social capital) ได้ ซึ่งจากภาพในเครือข่ายบุคคลที่อยู่ตำแหน่ง Nodes สี่เหลี่ยมจะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง 2 กลุ่มได้ ส่วนค่าความใกล้ชิดส่วนกลาง (Closeness centrality) จะใช้วัดระยะห่างเฉลี่ยที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลอื่น ๆ ทั้งหมดในเครือข่าย ถ้าบุคคลที่มีศูนย์กลางความใกล้ชิดสูงกว่าจะใช้ขั้นตอนน้อยในการเข้าถึงบุคคลอื่น ๆ ในเครือข่าย ดังนั้นจึงสามารถส่งต่อและกระจายข่าวข้อมูลได้เร็วขึ้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพของทุนทางสังคมในการช่วยเหลือกันได้ ซึ่งจากภาพในเครือข่ายบุคคลที่อยู่ในกลุ่ม 2 จะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิดกันสูง ซึ่งอยู่ตำแหน่ง Nodes คู่สี่แดง



ภาพที่ 9 ความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคม

ที่มา : ผู้วิจัยปรับจาก Liu, Sidhu, Beacom & Valente (2017)

ดังนั้นการศึกษาเรื่องทุนทางสังคมในเยาวราชกับการดำเนินธุรกิจช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จึงนำเอาเครือข่ายทางสังคมเข้ามาร่วมใช้ในการวิเคราะห์ทุนทางสังคมและรูปแบบความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมที่เกิดขึ้น เพื่อให้ได้ภาพที่ชัดเจนของความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่ศึกษา เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถนำไปสู่ความรู้และความเข้าใจของความสัมพันธ์ของพื้นที่ในการวางแผนจัดการปัญหาและพัฒนาพื้นที่ได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการค้าหาบเร่แผงลอย

2.3.1 การค้าหาบเร่แผงลอยในกรุงเทพฯ

การค้าหาบเร่แผงลอยในกรุงเทพมหานครเป็นการค้าข้างทางโดยมีที่มาจากการเปลี่ยนรูปแบบการค้าแต่เดิมจากการค้าทางน้ำขึ้นมาสู่บนบกตามแนวถนนซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงควบคู่กับการคมนาคมจากทางน้ำมาเป็นทางบกด้วยและรัฐบาลในช่วงนั้นก็ได้มีการสนับสนุนการค้าหาบเร่แผงลอยทางบกด้วยการส่งเสริมให้มีตลาดนัดเพื่อเป็นแหล่งรายได้แก่เกษตรกร เมื่อการพัฒนาที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น และรายได้ภาคการเกษตรตกต่ำทำให้แรงงานที่เป็นเกษตรกรเข้าสู่กรุงเทพมหานครมากขึ้น การเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครมากขึ้นก่อให้เกิดการแข่งขันในการเข้าสู่

งานในระบบหรืองานที่เป็นทางการสูงขึ้น ทำให้แรงงานที่ไม่ได้เข้าสู่ธุรกิจภาคทางการ จึงเข้าสู่การประกอบอาชีพอิสระมากขึ้น โดยเฉพาะการมาเป็นผู้ประกอบการหาบเร่ แผงลอย ซึ่งเป็นอาชีพอิสระที่มีขนาดเล็กกว่าธุรกิจขนาดย่อมเป็นการค้าโดยใช้พื้นที่ข้างทาง เช่น ริมถนน ตรอก ซอย ทางเท้า เป็นพื้นที่ประกอบการค้าบางครั้งจึงเรียก การค้าข้างทางได้ (นฤมล นิราทร, 2557) ซึ่งมีจำนวนมากขึ้น เนื่องจากการค้าดังกล่าวเป็นการลงทุนที่ต่ำแต่มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนตัวเองได้ตามสถานการณ์ทำให้เกิดจำนวนการค้าประเภทนี้จำนวนมาก และเป็นการสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ระบบเศรษฐกิจเช่นกัน แต่บางครั้งอาจก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานครจึงต้องการเข้ามาจัดระเบียบการค้าโดยกำหนดพื้นที่การค้าเป็นจุดผ่อนผันโดยมีจำนวนตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนจุดผ่อนผันที่ให้ทำการค้าหาบเร่-แผงลอยของกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2551 - 2563

ปี (พ.ศ.)	จำนวนจุดผ่อนผันคงเหลือ (จุด)	จำนวนผู้ค้า (ราย)
2551	667	17329
2552	666	17329
2553	666	20275
2554	773	20273
2555	726	21065
2556	726	21065
2557	665	20170
2558	634	19727
2559	243	10676
2560	196	8558
2561	175	8021
2562	175	8021
2563	171	7947

ที่มา: สำนักเทศกิจ (2564)

การที่การค้าหาบเร่ แผงลอยมีจำนวนมากขึ้นภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญจึงกำหนดให้มีนโยบายจัดระเบียบหาบเร่ แผงลอย โดยได้กำหนดจุดผ่อนผันในการทำการค้าและให้ความสำคัญมากขึ้นในการจัดระเบียบทำให้ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมามีจุดผ่อนผันที่ให้การค้า และจำนวนผู้ค้าลดลง

อย่างมาก เนื่องมาจากปัญหาของการค้าหาบเร่ แผงลอยส่งผลต่าง ๆ มากขึ้น เช่น ปัญหาความไม่เป็นระเบียบ ปัญหาความมั่นคงและความไม่สงบ ปัญหาความไม่เป็นธรรมในสังคม ปัญหาการจรรยาบรรณด้านสุขอนามัย และปัญหาสวัสดิภาพของประชาชน (สำนักเทศกิจ, 2564)

2.3.2 มาตรการ แผนและนโยบายของการแก้ไขปัญหาหาบเร่ แผงลอยในกรุงเทพฯ

กรุงเทพมหานครได้กำหนดให้มีการจัดระเบียบความเรียบร้อยต่อการค้าหาบเร่ แผงลอยที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ โดยความดูแลของสำนักงานเขตในพื้นที่ที่รับผิดชอบนั้น ๆ โดยมีนโยบายกำหนดแนวทางจัดการและให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการภายใต้ “สร้างสมดุลระหว่างผู้ขายและผู้ใช้งานเท้า” โดยกรุงเทพมหานครจัดระเบียบหาบเร่ แผงลอยบนทางเท้า โดยใช้หลักเกณฑ์ตามประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง หลักเกณฑ์เงื่อนไขการค้าขายในพื้นที่ผ่อนผัน ลงวันที่ 18 กรกฎาคม 2548 ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน ปัจจุบันปี 2563 จึงได้มีการทบทวนรูปแบบ และมาตรการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จึงได้มีการประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการค้าขายในพื้นที่ทำการค้าและการขายหรือจำหน่ายสินค้าในที่สาธารณะ ลงวันที่ 28 มกราคม 2563 มามีผลบังคับใช้ โดยการจัดระเบียบจะต้องมีการสอบถามความคิดเห็นของประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เจ้าของอาคาร ประชาชนผู้สัญจรหรือใช้ทางเท้า ประชาชนผู้พักอาศัยรัศมี 500 เมตร และประชาชนผู้มีสถานที่ทำงานรัศมี 500 เมตร เป็นต้น โดยความดูแลของสำนักเทศกิจเพื่อการจัดระเบียบทางเท้าให้เหมาะสม

ตามที่กรุงเทพมหานครได้มีการจัดระเบียบการค้าบนทางเท้า จึงจัดให้มีมาตรการบริหารจัดการการค้าหาบเร่ แผงลอยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากในภาคเมืองและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครตามรายงานของคณะกรรมการการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ วุฒิสภา (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2563) แบ่งมาตรการเป็น 3 ระยะ ระบุได้ดังนี้

มาตรการระยะเร่งด่วน (1-6 เดือน)

1. ทบทวนนโยบายและแผนงานที่กรุงเทพมหานครและสำนักงานตำรวจแห่งชาติจะยกเลิกจุดผ่อนผันที่จะดำเนินการยกเลิกทั้งหมด
2. ดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนานวัตกรรมการค้าหาบเร่ แผงลอยโดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ โดยมีการดำเนินงานร่วมกันในลักษณะจุดภาคี ในพื้นที่นำร่องเป็นเวลา 6 เดือน
3. จัดให้มีคณะกรรมการที่มีโครงสร้างแบบประชารัฐ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ คณะกรรมการระดับนโยบายและคณะกรรมการระดับพื้นที่เพื่อพิจารณาจุดผ่อนผัน ให้สามารถทำการค้าบนทางเท้าในจุดที่สามารถผ่อนผันได้

4. ผู้ค้าหาบเร่แผงลอยที่ได้รับการเรียกกลับเข้ามาทำการค้านั้นจะต้องเป็นผู้ค้าที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการจัดระเบียบแท้จริง

5. กรุงเทพมหานครจัดให้มีจัดการค้าบนถนน มีการคัดเลือกถนนที่เหมาะสม

6. มีการกำหนดให้ผู้ค้าหาบเร่ แผงลอยจ่ายค่าตอบแทนหรือค่าธรรมเนียมการใช้พื้นที่สาธารณะให้แก่รัฐอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อทุกภาคส่วนที่มีการใช้ประโยชน์ในที่ดินของสาธารณะ

7. สนับสนุนให้คนที่ด้อยโอกาสได้มีโอกาสเข้าทำการค้า และมีโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนได้

8. ในจุดผ่อนผันที่อนุญาตให้ทำการค้า นั้น ต้องพัฒนาและสร้างให้ผู้ค้ารวมตัวกันเป็นเครือข่ายผู้ค้าหาบเร่แผงลอย

มาตรการระยะกลาง (6-12 เดือน)

1. กรุงเทพมหานคร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุข กรมการขนส่งทางบก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรทำข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับนโยบายการบริหารจัดการ

2. ดำเนินการยกระดับมาตรฐานของอาชีพผู้ค้าหาบเร่ แผงลอยให้มีความมั่นคงปลอดภัย

3. จัดให้มีคณะกรรมการพิจารณาเพื่อพิจารณาจุดผ่อนผัน ให้สามารถทำการค้าบนทางเท้า ในจุดที่สามารถผ่อนผันได้ และพิจารณาจุดที่เหมาะสมอื่น ๆ เพื่อที่จะหาสถานที่ใหม่ ๆ ที่เหมาะสมเพื่อทำการค้า

4. จัดให้มีคณะกรรมการเพื่อริเริ่มศึกษาปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเดิม

5. จัดให้มีกลไกเพื่อทบทวนและปฏิรูปนโยบายการพัฒนาเมือง

มาตรการระยะยาว (1-3 ปี)

1. รัฐบาลมอบหมายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กรุงเทพมหานคร) ทำหน้าที่ประสานงานกับภาครัฐและภาคเอกชนหาพื้นที่ที่เหมาะสมเป็นพื้นที่ประกอบอาชีพโดยลงทุนตามแผนงานระยะกลางที่ได้กำหนดไว้

2. มีการจัดทำกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการการค้าหาบเร่ แผงลอยโดยเฉพาะ

3. รัฐบาลให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องสนับสนุนทางด้านสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอย

4. รัฐบาลมอบหมายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดมาตรการส่งเสริมการให้บริการสาธารณะและสาธารณูปโภคในพื้นที่หรือทางสาธารณะที่นำมาใช้ประโยชน์เพื่อทำการค้า

5. จัดให้มีการส่งเสริม สนับสนุน การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ค้า ประชาชน และฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 6. มีการจัดทำแผนพัฒนาเมืองหรือมหานครยุคใหม่ พื้นที่ท่องเที่ยวการจัดให้มีการค้าขายต่าง ๆ
 7. รัฐควรช่วยเหลือเพิ่มศักยภาพและความสามารถให้กลุ่มผู้ค้าอย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ค้า
 8. จัดให้นักศึกษาและกลุ่มจิตอาสาอื่น ๆ ร่วมกันช่วยเหลือผู้ค้าหาบเร่ แผงลอยในด้านต่าง ๆ
 9. สร้างทัศนคติที่ดีและให้ความรู้ต่ออาชีพหาบเร่ แผงลอย
 10. จัดให้มีหน่วยงานและองค์กรที่ผู้ค้ามีส่วนร่วมและมีระบบการตรวจสอบและติดตาม
- จากการกำหนดมาตรการทั้ง 3 ระยะ จะช่วยให้การบริหารจัดการพื้นที่และการจัดระเบียบการค้าหาบเร่ แผงลอยเป็นระเบียบเรียบร้อยและสามารถแก้ปัญหาการค้าหาบเร่ แผงลอยที่เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากของระบบเศรษฐกิจ พร้อมทั้งที่ประชาชนก็สามารถใช้พื้นที่สาธารณะได้อย่างปลอดภัย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ

กิจกรรมทางเศรษฐกิจตามองค์การของสหประชาชาติสามารถแบ่งกลุ่มใหญ่ ๆ 3 กลุ่ม ได้แก่ ภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ โดยอุตสาหกรรมขั้นต้น (ปฐมภูมิ) คือ ภาคการเกษตร อุตสาหกรรมขั้นสอง (ทุติยภูมิ) คือ ภาคการผลิต และอุตสาหกรรมขั้นสาม (ตติยภูมิ) คือ ภาคบริการ การประกอบธุรกิจที่ส่งผลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจจึงมีหลากหลายประเภท โดยสามารถแบ่งกลุ่มประเภทการประกอบธุรกิจด้วยการดำเนินธุรกิจได้จากประเด็นลักษณะผลิตภัณฑ์และธุรกิจ ทำเลที่ตั้ง การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เงินลงทุนและโครงสร้างการลงทุน เป็นต้น และสามารถแบ่งได้ 11 กลุ่มประเภทหรือสาขาธุรกิจ ตามกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) ดังนี้ อาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เครื่องดื่ม เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและสิ่งทอ เครื่องสำอางและสมุนไพร ศิลปหัตถกรรม เพาะเลี้ยงพืชและสัตว์ บริการทั่วไป บริการอิเล็กทรอนิกส์และสิ่งพิมพ์ ท่องเที่ยวและที่พัก ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ ซึ่งประเภทของธุรกิจเหล่านี้สามารถเกิดขึ้นเป็นอุตสาหกรรมขั้นต่าง ๆ ได้

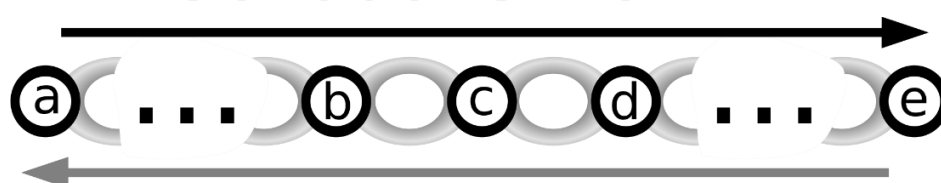
2.4.1 ส่วนประสมทางทางการตลาดสำหรับธุรกิจภาคบริการ

ธุรกิจหาบเร่ แผงลอยประเภทร้านอาหารถือว่าเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่อยู่ในภาคบริการ ซึ่งเมื่อพิจารณารูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมาศึกษาจึงจำเป็นต้องกล่าวถึงแนวคิดของส่วนประสมทางทางการตลาดสำหรับธุรกิจภาคบริการ เป็นการต่อยอดแนวคิด

ส่วนประสมทางทางการตลาด หรือ 4Ps ที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อตอบสนองสินค้าตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเมื่อกล่าวถึงแนวคิดของส่วนประสมทางทางการตลาดสำหรับธุรกิจภาคบริการ หรือ 7Ps เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดตามแนวคิดของ Philip Kotler (1997) ได้เพิ่มองค์ประกอบอีก 3 องค์ประกอบ จึงรวมแนวคิดดังกล่าวได้เป็น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคคล (People), ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) (เกวลินทร์ เส้นยี่หิม & ปารีชาติ เบ็ญฤทธิ์, 2562) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้และสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการสำหรับธุรกิจภาคบริการ

2.4.2 ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดย่อย

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นตั้งแต่ในช่วงปี 1980s โดยให้นิยามหมายถึง การนำวัตถุดิบตั้งต้นซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติมาแปรรูปให้เป็นสินค้าหรือบริการ โดยใช้ความเชื่อมโยงของหน่วยงานคน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรเข้ามา ซึ่งในการผลิตและการขายสินค้าหรือบริการจะเริ่มต้นจากวัตถุดิบในขั้นแรกออกมาสู่สินค้าและบริการจนไปสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภคในขั้นสุดท้าย โดยโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานโดยทั่วไปสามารถพิจารณาได้ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 10 โครงสร้างของห่วงโซ่อุปทาน

ที่มา : Maly Lolek (2007)

ส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานจากอัสตริมไปยังดาว์นสตรีมเรียงได้ดังนี้ (LOlek, 2007)

- a คือ ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ (Raw Material/ component suppliers)
- b คือ ผู้ผลิต (Manufacturers)
- c คือ ผู้ค้าส่งหรือผู้กระจายสินค้า (Wholesalers/distributors)

d คือ ผู้ค้าปลีก (Retailers)

e คือ ผู้บริโภค (Customer)

ลูกศรสีดำ คือ ทิศทางการไหลของสินค้า, ข้อมูล และเงิน

ลูกศรสีเทา คือ เส้นทางการไหลของข้อมูล, เงิน สิ่งอื่นที่ไหลย้อนกลับ

จะพบว่าอัปสตรีม (Upstream) พิจารณาที่ผู้กระจายสินค้า (Distributor) ตำแหน่งที่อยู่ทางด้านซ้ายที่มีทิศทางย้อนไปหาแหล่งวัตถุดิบ จะเรียกรวมการไหลในลักษณะนี้ว่า อัปสตรีม (Upstream) และเรียกแต่ละจุดบนอัปสตรีมว่า ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) แต่ถ้าตำแหน่งที่อยู่ทางด้านขวาที่มีทิศทางมุ่งไปหาผู้บริโภค จะเรียกว่าการไหลในลักษณะนี้ว่า ดาวน์สตรีม (Downstream) และเรียกแต่ละจุดบนดาวน์สตรีมว่า ผู้บริโภค (Customer)

ในส่วนของห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดย่อยประเภทการค้าและบริการอย่างหาบเร่ แผงลอยจะมีความสัมพันธ์ของกระบวนการดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นระบบโครงข่ายเหมือนโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานทั่วไป โดยที่จะสามารถแบ่งกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานได้ดังนี้ กระบวนการจัดซื้อ กระบวนการจัดเตรียม กระบวนการจัดตั้ง กระบวนการขาย กระบวนการซักล้างและกระบวนการจัดเก็บ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่เมืองอย่างเชื่อมโยงกัน (เวสพล ตรีธาราทิพย์, 2559) สามารถนำมาระบุรูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) ที่ประกอบด้วย ผู้ใช้ กิจกรรม และช่วงเวลาได้ เมื่อเกิดปัญหาภัยพิบัติรูปแบบการใช้พื้นที่อาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงผู้ใช้พื้นที่ กิจกรรม และช่วงเวลาที่สุดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในเมือง ณ ขณะนั้น เนื่องจากการดำเนินธุรกิจที่เป็นหาบเร่ แผงลอยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในพื้นที่เมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจหรือแหล่งที่อยู่อาศัย ผลกระทบจากการเกิดวิกฤติต่าง ๆ จึงจะเกิดขึ้นกับกระบวนการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจกลุ่มนี้ได้ง่าย

ดังนั้นรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของหาบเร่ แผงลอยในการศึกษานี้จึงเป็นการศึกษารูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ใช้ กิจกรรม และช่วงเวลา โดยแบ่งกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานได้ดังนี้ กระบวนการจัดซื้อ กระบวนการจัดเตรียม กระบวนการปรุง กระบวนการขาย กระบวนการซักล้างและกระบวนการจัดเก็บอุปกรณ์ เพื่อนำมาเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาที่เกิดภัยพิบัติ

2.4.3 การดำเนินธุรกิจระหว่างเกิดภัยพิบัติ

2.4.3.1 การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM)

Business Continuity Management (BCM) หรือ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หมายถึง กระบวนการบริหารธุรกิจที่มีการบ่งชี้ให้ทราบถึงภัยคุกคามหรือภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นต่อ

องค์กรและผลกระทบของภัยนั้นต่อการดำเนินธุรกิจ และกำหนดเป็นแนวทางให้องค์กรมีความยืดหยุ่นสามารถรับมือกับภัยที่เกิดขึ้นได้ เพื่อให้ธุรกิจขององค์กรสามารถดำเนินได้ตามปกติและปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเป็นแนวทางในการปฏิบัติของธุรกิจเมื่อเกิดภัยคุกคามหรือภัยพิบัติขึ้น โดยกระบวนการ BCM นั้นต้องประกอบไปด้วย Business Continuity Plans (BCP) หรือ แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ และ Incident Management Plans (IMP) หรือ แผนจัดการอุบัติการณ์ฉุกเฉิน (Japan International Cooperation Agency, 2014) มีรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้

Business Continuity Plans (BCP) โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

1. การกำกับดูแลกิจการบริษัท/องค์กร (BCP Governance)
2. การวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ (Business Impact Analysis : BIA)
3. แผนมาตรการและการเตรียมการสำหรับความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Plans, measures, and arrangements for business continuity)
4. ขั้นตอนการเตรียมความพร้อม (Readiness procedures)
5. เทคนิคการประกันคุณภาพ (Quality assurance techniques)

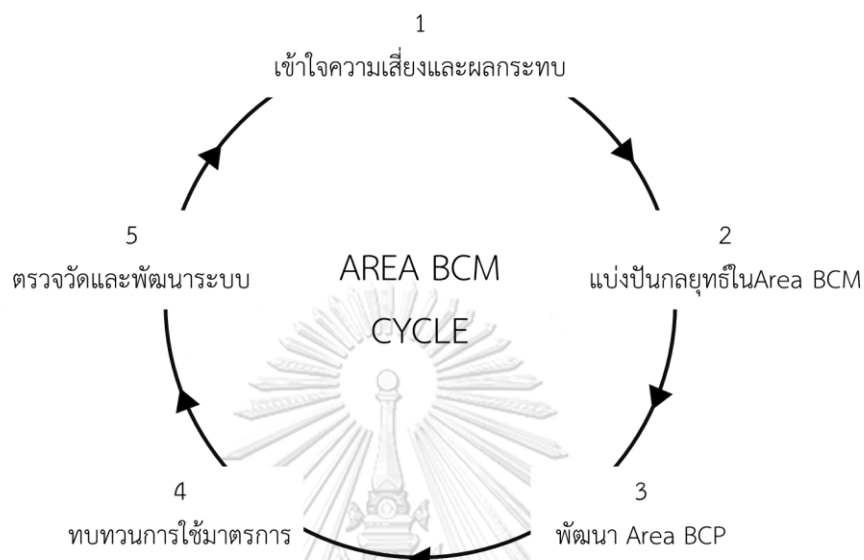
Incident Management Plans (IMP)

แผนหรือแนวทางปฏิบัติที่กำหนดไว้เพื่อใช้เตรียมความพร้อมของระบบป้องกันและระงับเหตุฉุกเฉิน และผู้หน้าที่รับผิดชอบเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น อัคคีภัย ภัยธรรมชาติ สารเคมีรั่วไหล การก่อวินาศกรรม ฯลฯ ที่อาจเป็นเหตุให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ทรัพย์สินและสิ่งแวดล้อม

2.4.3.2 การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจในระดับพื้นที่ (Area BCM)

แนวความคิดการดำเนินธุรกิจให้ต่อเนื่องเมื่อเกิดวิกฤติหรือภัยคุกคามต่าง ๆ รวมถึงวิกฤติภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19 ในครั้งนี้ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ คือ แนวคิดการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงปัญหาภัยคุกคามและการวางแผนแนวทางในการสร้างความสามารถให้ธุรกิจเกิดความยืดหยุ่นและสามารถดำเนินกิจกรรมต่อได้แม้เกิดภัยคุกคาม ประกอบด้วยแผนการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan, BCP) และแผนจัดการอุบัติการณ์ฉุกเฉิน (Incident Management Plans, IMP) ตามที่กล่าวมานั้น ส่งผลให้กระบวนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCM) เป็นปัจจัยภายในของแต่ละองค์กรที่สามารถกระทำได้ และต้องมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรเหล่านั้นกระทำต่อได้ จึงนำไปสู่แนวคิดของแผนการจัดการธุรกิจในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง (Area-Based Business Continuity

Management, Area BCM) ซึ่งเป็นการทำความเข้าใจความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและการลดผลกระทบต่อภัยคุกคาม โดยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เป็นต้น (Japan International Cooperation Agency, 2014; ฦัฎฐ์ ลีละวัฒน์, 2562)



ภาพที่ 11 Area BCM cycle

ที่มา : ผู้วิจัยปรับจาก Japan International Cooperation Agency (2014)

ขั้นตอนที่ 1 เข้าใจความเสี่ยงและผลกระทบ (เข้าใจ) ได้แก่ การระบุอันตรายร้ายแรงที่สุด การจำลองสถานการณ์ที่อันตราย การวิเคราะห์ความเสี่ยง (ดูที่ความเปราะบางของโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และพื้นที่) การสร้างฉกัทัศน์การเกิดภัยพิบัติ (ตามมาตรการปัจจุบันของภาครัฐ บริษัทหรือเอกชน) และการวิเคราะห์ผลกระทบต่อธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 2 แบ่งปันกลยุทธ์ในพื้นที่ Area BCM (ออกแบบกลยุทธ์) ได้แก่ การแบ่งปันข้อมูลความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดขึ้น การสร้างกลยุทธ์และทิศทางการบริหารธุรกิจในพื้นที่ การสร้างขอบเขตความเชื่อมต่อกันใน Area BCM และความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐและเอกชน

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาให้เป็น Area BCP (พัฒนาแผนงาน) ได้แก่

- การเข้าใจความเปราะบางและความเสี่ยงของพื้นที่ โดยมีแนวทางในการวางแผนเป็น Area BCM โดยมีโครงสร้างองค์กร Area BCM กำหนดอุตสาหกรรมชั้นนำของพื้นที่อันตรายที่เด่นชัด, ความเสี่ยงและผลกระทบ รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจ

- กลยุทธ์ของ Area BCM โดยมีแนวทางในการวางแผนเป็น Area BCM โดยความท้าทายในพื้นที่ BCM และทิศทางผลกระทบ
- การกำหนดพื้นที่ BCP โดยมีแนวทางในการวางแผนเป็น Area BCM ด้วยการเตรียมความพร้อมของพื้นที่ BCP และแผนฉุกเฉิน
- การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยมีแนวทางในการวางแผนเป็น Area BCM ด้วยการประเมินประสิทธิภาพและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 4 การทบทวนการใช้มาตรการ (การดำเนินการ) โดยมาตรการต้องควบคุมให้มีความสมดุลทุกขั้นตอน ได้แก่ การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ความเสี่ยงและผลกระทบ การตรวจสอบและแบ่งปันข้อมูลความเสี่ยง การเตรียมความพร้อมในการตอบสนองภัยและการฟื้นฟูและบูรณะ การมีกลยุทธ์รวม ได้แก่ การเสริมกำลังการผลิตทั้งพื้นที่ที่มีอยู่ เตรียมมาตรการที่เป็นทางเลือกและการสำรองข้อมูลชั่วคราว นอกจากนี้หลายโครงการ ต้องมีการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อแบ่งปันทรัพยากรเพื่อความต่อเนื่องทางธุรกิจ การลงทุนสิ่งใหม่เพื่อความยืดหยุ่นทั่วทั้งพื้นที่ และการถ่ายโอนความเสี่ยงโดยประกันและการชดเชยสาธารณะ

ขั้นตอนที่ 5 ตรวจสอบและพัฒนาระบบ (การประเมิน) ด้วยตรวจสอบความต่อเนื่องของระบบที่มีหลากหลายความเสี่ยงและหลากหลายฉากทัศน์ รวมถึงคำแนะนำ ประเมิน และเสนอแนะเพื่อปรับปรุงระบบ

การบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจในระดับพื้นที่ (Area BCM) จึงมีความสำคัญต่อการรับมือและแก้ปัญหาภัยพิบัติต่าง ๆ โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งที่เป็นภาครัฐ ภาคองค์กรเอกชน และภาคประชาชนเพื่อทำให้พื้นที่นั้น ๆ สามารถจัดการและแก้ไขปัญหาหรือวิกฤติที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้ จึงมีความเกี่ยวข้องกับการวางผังเมืองเพื่อวางแผนเมืองหรือพื้นที่ให้สามารถรองรับกับความต้องการของภาคที่มีส่วนได้เสียทั้งหมดในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาภัยพิบัติหรือวิกฤติได้อย่างครบองค์รวมและมีผลในระยะยาว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความยืดหยุ่นของเมือง (Resilient) ผ่านโครงสร้างพื้นฐานทั้งกายภาพและสังคม เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจขององค์กรประสบความสำเร็จแม้เกิดปัญหาวิกฤติในพื้นที่

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยเกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมกับการจัดการภัยพิบัติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติในประเทศไทยจะเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ โดยมีการศึกษาถึงทุนทางสังคมในการนำมาใช้เป็นส่วนสำคัญในการจัดการปัญหาภัยพิบัติ จากการศึกษางานวิจัยที่ได้สืบค้นจะพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่นำทุนทางสังคมเข้ามามีบทบาทร่วมกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรอบของพื้นที่ชุมชนเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรวมถึงปัญหาภัยพิบัติด้วย โดยใช้หลักการการมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดการภัยพิบัติเป็นปัญหาหนึ่งที่ได้มีงานวิจัยโดยนำแนวคิดทุนทางสังคมร่วมในการวิเคราะห์ผลของการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสังคมในชุมชน ซึ่งนำไปสู่ผลการศึกษาที่พบว่า ทุนทางสังคมเป็นส่วนช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งสามารถจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาในพื้นที่ชุมชนของตนได้ ซึ่งหากจะมองเป็นการจัดการของเมืองก็จะพบว่าทุนทางสังคมเป็นส่วนช่วยให้เมืองมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวได้เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ ในพื้นที่มุ่งให้เห็นถึงความเข้มแข็งของชุมชนที่จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการมีทุนทางสังคมในพื้นที่ชุมชนนั้น (ปีนวดิ ศรีสุพรรณ, 2547; อรวรรณ แสงสว่าง, 2563; อัครนัย ขวัญอยู่, 2560) นอกจากนี้มีงานวิจัยที่พยายามอธิบายให้เห็นว่าทุนทางสังคมไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะพื้นที่ชุมชนเท่านั้น แต่สามารถเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ของสังคมการทำงานได้ (ณปรินทสิทธิ์ ปรีชาหาญ, 2561) ทำให้เห็นว่าทุนทางสังคมเกิดขึ้นได้ทุกที่ที่มีการเชื่อมต่อกันระหว่างบุคคลในสังคม ดังนั้นการนำทุนทางสังคมมาใช้ในการศึกษาทางพื้นที่การทำงานที่เป็นพื้นที่การค้าทางเศรษฐกิจ เพื่อทราบถึงความเข้มแข็งของกลุ่มบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ของการตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาได้ด้วยทุนทางสังคมที่มีในพื้นที่นั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและควรนำมาศึกษาเพื่อให้เห็นผลที่ชัดเจน

การศึกษาเกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติในต่างประเทศ ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในมิติของการรับมือจากภัยพิบัติของธุรกิจต่าง ๆ โดยพบว่าในช่วงเกิดภัยพิบัติจะมีการปรับตัวของธุรกิจให้สามารถอยู่รอดได้ โดยการเข้าใจถึงปัญหาของภัยและพิจารณาความสามารถของตนเพื่อดึงออกมาใช้ เพื่อให้สร้างโอกาสการค้าเมื่อเกิดปัญหาภัยพิบัติ เช่น การศึกษาการจัดการและการกู้คืนวิกฤตของร้านอาหารในฮ่องกงที่ตอบสนองต่อโรคซาร์ส (Crisis management and recovery: how restaurants in Hong Kong responded to SARS) ซึ่งพบว่า ร้านค้าได้เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและพิจารณานำศักยภาพของร้านค้านำออกมาเพื่อหาช่องทางเพิ่มกำไร และลดการขาดทุนในการค้าเมื่อเกิดการระบาดของโรคซาร์ (Alan, So, & Sin, 2006) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่นำประเด็นของทุนทางสังคมมาใช้ในการจัดการภัยพิบัติซึ่งจะเป็นการสร้างให้เกิดความยืดหยุ่นของเมืองหรือกลุ่มธุรกิจได้ เช่น การศึกษาทุนทางสังคมภายหลังการปรับตัวด้านความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพทาง

ธุรกิจขององค์กรการท่องเที่ยวในโครสต์เซิร์ชนิวซีแลนด์ (Postdisaster Social Capital, Adaptive Resilience and Business Performance of Tourism Organizations in Christchurch, New Zealand) ที่พบว่าทุนทางสังคมสามารถช่วยให้ความยืดหยุ่นในการปรับตัวของธุรกิจ (Chowdhury, Prayag, Orchiston, & Spector, 2019) เป็นต้น

โดยงานวิจัยทุนทางสังคมสามารถแสดงผลความสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ได้ โดยมีงานวิจัยที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมสำหรับการพัฒนา ด้านงานวิจัย คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษากลุ่มบุคคลากรสาย วิชาการเปรียบเทียบความแตกต่างในการทำวิจัยแบบเป็นทางการ (แบ่งตามภาควิชา) และไม่เป็น ทางการ (กระจายไม่แบ่งกลุ่ม) เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลากรสายวิชาการ (พิชญา ชัยพิมผลสิน & อุบลวรรณ เกษตรเอี่ยม, 2560) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเครือข่ายทางสังคมโดยการ ใช้ข้อมูลทฤษฎีกราฟในการวิเคราะห์การเคลื่อนย้ายโคเน็อในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เพื่อทราบถึง อำเภอกที่มีการเคลื่อนย้ายโคเน็อสูงและนำมาวิเคราะห์แนวโน้มในการเกิดโรคระบาด เพื่อนำไปสู่ นโยบายป้องกันการแพร่ระบาดและการเฝ้าระวัง (ณัฐวิทย์ อิมมาก & ณัฐณิชา ตียะสุขเศรษฐ์, 2563)

นอกจากนี้เครือข่ายทางสังคมสามารถแสดงผลความสัมพันธ์เชื่อมโยงเกี่ยวกับสาขาอื่น ๆ ได้ อีก เช่น สาขาทางเศรษฐศาสตร์ เครือข่ายทางสังคมแสดงให้เห็นถึงความช่วยเหลือ และทราบถึง ปัจจัยสำคัญทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในกลุ่มเครือข่าวนั้น ๆ เช่น งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของคณะ กรรมการบริหารไขว้ของกลุ่มบริษัทจดทะเบียน พบว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นไม่กระจายตัวอย่าง สม่ำเสมอในเครือข่ายจะเกิดขึ้นเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ต่อการ ดำเนินงานของกลุ่มบริษัทดังกล่าว จึงต้องสร้างความเข้าใจและลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นด้วยการสร้าง ความเชื่อมโยงกันของเครือข่าย (Puttanapong, 2018) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ได้พยายามชี้ให้เห็น การมีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจที่มีผลจากเครือข่ายทางสังคม โดยศึกษาบทบาทของเครือข่ายจาก หมู่บ้านในโครงการ Townsend Thai project ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนที่มีเครือข่าย ความสัมพันธ์แบบเครือญาติในกลุ่มกองทุนหมู่บ้านมีต่ำกว่าครัวเรือนที่ไม่มีเครือญาติหลังจากปี 2544 ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าเครือข่ายของกลุ่มเครือญาติมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเมื่อก่อน (Ru & Townsend, 2020) เป็นต้น ซึ่งจะเห็นว่าเครือข่ายทางสังคมสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลากหลายจากงานวิจัยที่ ผ่านมารวมถึงการแสดงถึงทุนทางสังคมด้วย

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหาบเร่ แผงลอย

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการค้าหาบเร่ แผงลอยส่วนใหญ่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบและกำหนดมาตรการของรัฐออกมาเพื่อใช้บังคับผู้ค้าหาบเร่ แผงลอยเพื่อแก้ปัญหาให้เกิดการใช้พื้นที่ทางเท้าที่เป็นประโยชน์สาธารณะให้แก่ประชาชนทุกฝ่ายและเพื่อความสงบ สะอาด และเรียบร้อยของเมือง จึงมีผู้ทำวิจัยหลายท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหา ผลกระทบ และประสิทธิผลของการนำนโยบายมาใช้ในการบริหารจัดการพื้นที่ที่มีการค้าหาบเร่ แผงลอยโดยพบว่า การค้าหาบเร่ แผงลอยเป็นอาชีพที่มีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวได้ต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยมีความยืดหยุ่นทั้งทางด้านสถานที่ ด้านเวลา และด้านประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่าย จึงทำให้ผู้ค้าสามารถปรับตัวได้ไว และสามารถเปลี่ยนสถานภาพทางเศรษฐกิจของตนให้สูงขึ้นได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว (นฤมล นิราทร, 2557; สุจิตรา สามัคคีธรรม, 2560) การนำนโยบายในการจัดระเบียบมาบังคับใช้กับการค้าหาบเร่ แผงลอยได้มีการมองข้ามในประเด็นสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจน การสร้างงาน และบทบาทเชิงสังคมของกลุ่มการค้าประเภทนี้ซึ่งจะส่งผลให้ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร (นฤมล นิราทร, 2557) แต่การนำนโยบายการจัดระเบียบการค้าหาบเร่ แผงลอยจะสามารถช่วยคืนทางเท้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะให้กับประชาชนให้สามารถใช้ได้อย่างเท่าเทียมทุกภาคส่วน การจัดทำให้เกิดการทำประชาพิจารณ์ในการจัดระเบียบจะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพได้ เพื่อบรรลุให้เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายการจัดระเบียบพื้นที่การค้าหาบเร่ แผงลอยได้ (นภัสวรรณ สุภาวรรณ, 2559; ปวีร์ศรี ฉวีอินทร์, 2561) โดยการจัดระเบียบการค้าหาบเร่ แผงลอยสามารถแบ่งได้เป็นรูปแบบต่าง ๆ เช่น การกำหนดพื้นที่จุดผ่อนผันให้สามารถทำการค้าช่วงเวลาเดิมได้ พื้นที่นอกจุดผ่อนผัน กำหนดรอบการขายหรือยกเลิกการขายทั้งหมด หรือปรับเวลาการขายใหม่ เป็นต้น (วรรณวิศา รัตนบุรี, 2557)

นอกจากนี้เมื่อได้ศึกษางานวิจัยพื้นที่การค้าหาบเร่ แผงลอยในเยาวราช ซึ่งเป็นพื้นที่การค้าที่สำคัญและเป็นพื้นที่กรณีศึกษาในครั้งนี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบหาบเร่ แผงลอยที่สามารถดำรงการค้าต่อได้และได้รับความสนใจจนเป็นที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ทำให้มีนักวิจัยได้ทำการศึกษาปัญหาต่าง ๆ มากมายทั้งการศึกษาทางด้านการจัดระเบียบพื้นที่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการท่องเที่ยว แต่สำหรับการวางแผนและออกแบบพัฒนาเมืองมีไม่มากนัก สิ่งที่พบส่วนใหญ่จะพบว่ามีการศึกษาถึงรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชในช่วงเวลาปกติ เพื่อทราบถึงการกระจายตัวของกิจกรรมทางการค้าตามพื้นที่ต่าง ๆ ของเมืองซึ่งเกิดเป็นโครงข่ายซ้อนทับบนทางเท้าที่อยู่บนพื้นที่เมือง เพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์หาบเร่ แผงลอยในมิติที่ครอบคลุมถึงเมือง (เวสพล ตรีธาราทิพย์, 2559) นอกจากนี้ได้มีงานวิจัยที่ศึกษาถึงสภาพการอยู่อาศัย

ของผู้ค้าแผงลอยอาหาร เพื่อเข้าใจถึงสภาพการอยู่อาศัย สภาพสังคม เศรษฐกิจ และกระบวนการประกอบอาชีพ สำหรับการจัดการพื้นที่ประกอบอาชีพและที่พักอาศัยให้ถูกสุขลักษณะ และมีความปลอดภัย (นนธวัช วรมงคลชัย, 2561) รวมถึงการศึกษาทุนทางสังคมของชุมชนย่านเยาวราชที่มีต่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจทำให้เห็นถึงการมีบทบาทของทุนทางสังคมในชุมชนมีความไว้วางใจของสมาชิกชุมชน สร้างเครือข่าย บรรทัดฐานเพื่อช่วยเหลือพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น และในระดับกลุ่ม/องค์กร มีการรวมกลุ่มบนความไว้วางใจ และเป็นเครือข่ายทางสังคมภายใต้กฎกติกาบรรทัดฐานเดียวกัน (อรรรรณ แช่วาง, 2563) ด้วย เป็นต้น

2.6 สรุปแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทำให้งานวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดหลัก 3 เรื่องมาใช้ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นของหาบเร่ แผงลอยเมื่อเกิดภัยพิบัติ และบทบาททุนทางสังคมที่มีในพื้นที่ในการนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาพื้นที่นั้น ๆ ได้แก่ แนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจภาคบริการ หรือ 7Ps และห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจขนาดย่อย รวมถึงทุนทางสังคมโดยนำแนวคิดของ Putnam มาใช้เป็นกรอบหลักที่มีทุนทางสังคมมิติเครือข่าย (Network) มิติความไว้วางใจ (Trust) และมิติบรรทัดฐานในการปฏิบัติ (Norm) ร่วมกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) เพื่อปรับใช้ภายใต้บริบทของประเทศไทยที่ประกอบด้วย ด้านกลุ่มและเครือข่าย ด้านความไว้วางใจ และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ ด้านข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม และด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมืองและใช้การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมเข้ามาใช้เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของทุนทางสังคมที่มีในพื้นที่การค้าในเยาวราชได้

งานวิจัยที่ผ่านมาทำให้เห็นช่องว่างในการศึกษาการพัฒนาพื้นที่เมืองโดยการนำทุนทางสังคมมาเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาความเข้มแข็งของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช ผ่านแนวคิดที่เกี่ยวข้องและต่อยอดงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเป็นการศึกษาทุนทางสังคมที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเมือง โดยศึกษาความเข้มแข็งของร้านค้าในพื้นที่การค้าเยาวราช ในกรณีของการดำเนินธุรกิจในช่วงภัยพิบัติโรคระบาด COVID-19 ซึ่งเป็นวิกฤติภัยพิบัติใหม่

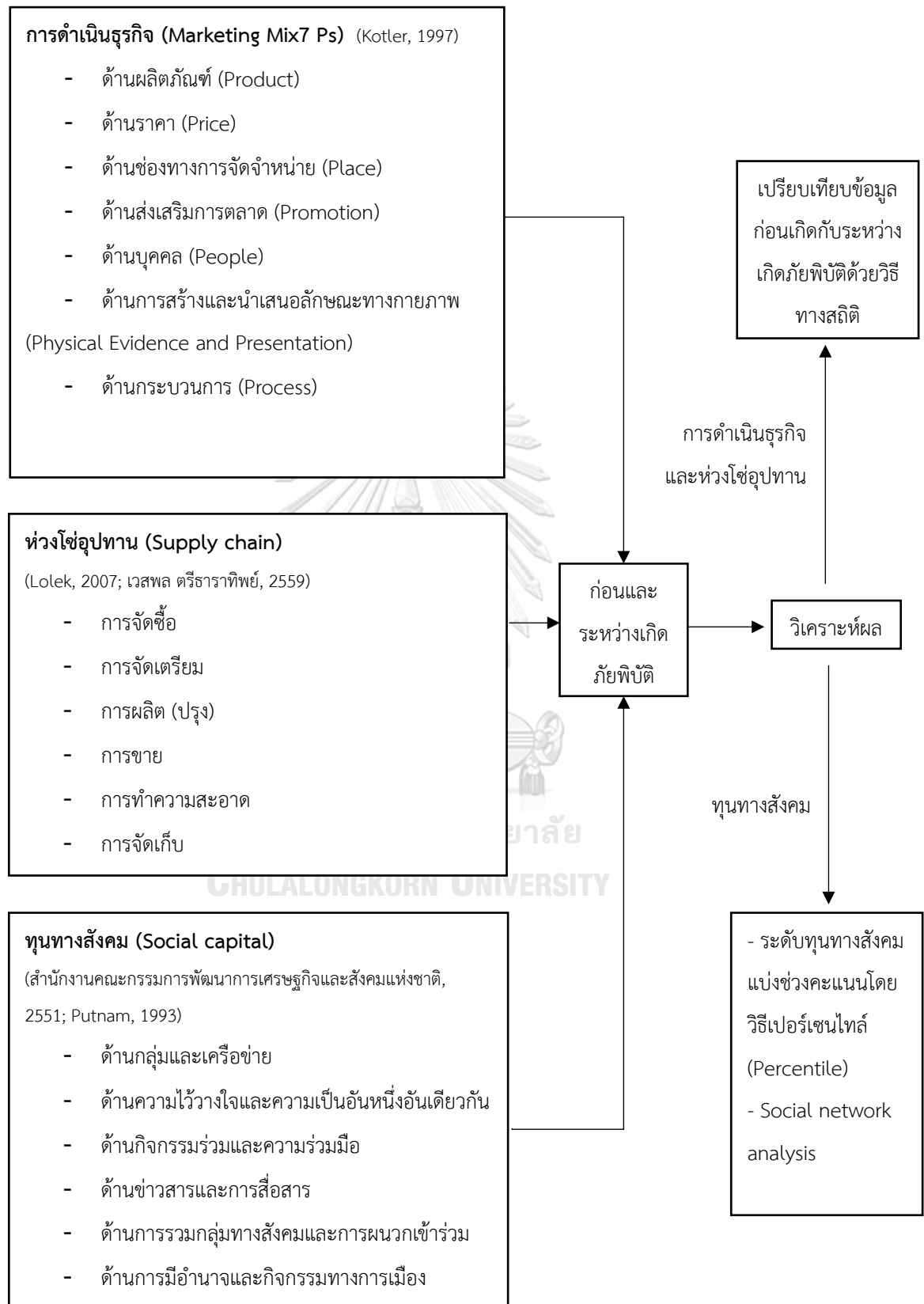
บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ กรณีศึกษา ร้านอาหาร หาบเร่ แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาถึงข้อมูลตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อทราบถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในเมืองในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาด และนำไปสู่การวิเคราะห์บทบาททุนทางสังคมในการดำเนินธุรกิจในช่วงภัยพิบัติโรคระบาดในเมือง เพื่อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร หาบเร่แผงลอยในเมืองเมื่อเกิดสภาวะภัยพิบัติโรคระบาดที่อาจจะเกิดขึ้นอีกในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 กรอบแนวคิด
- 3.2 วิธีวิจัย
- 3.3 แหล่งข้อมูล
- 3.4 พื้นที่ศึกษาและประชากร
- 3.5 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.6 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 ข้อจำกัดในการดำเนินงานวิจัย

3.1 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

3.2 วิธีวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยเป็นแบบผสม (Mixed-methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการทราบรูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในเมืองในช่วงเกิดภัยพิบัติ เพื่อวิเคราะห์บทบาททุนทางสังคมในการดำเนินธุรกิจในช่วงภัยพิบัติโรคระบาดแสดงผลข้อมูลเชิงสถิติพรรณนา และกราฟแผนผังเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราชรูปแบบต่าง ๆ นำมาสู่การเสนอแนะแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในเมืองเมื่อเกิดสภาวะภัยพิบัติในอนาคต

3.3 แหล่งข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลผู้ประกอบการในพื้นที่เยาวราชที่เป็นหาบเร่ แผงลอย ข้อมูลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชกับทางภาครัฐ นโยบายการควบคุมและดูแลการค้าหาบเร่แผงลอยและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานเขต และจากเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลสำรวจร้านค้าหาบเร่ แผงลอย ตำแหน่งร้านค้า การจัดกลุ่มและประเภทสินค้าจากการสำรวจและสังเกต และการสอบถามข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการหรือผู้ช่วยขายเพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์ผล

3.4 พื้นที่ศึกษา และประชากร

หลักเกณฑ์คัดเลือกพื้นที่ศึกษา โดยการเลือกรูปแบบการค้าประเภทหาบเร่ แผงลอยและเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยม จากข้อมูลแหล่งข่าวและแนวทางการพัฒนาพื้นที่การค้าหาบเร่ แผงลอยของกรุงเทพฯ ที่ให้ความสนใจ จึงได้เลือกพื้นที่ศึกษาคือ หาบเร่ แผงลอยอาหาร ย่านเยาวราช ในขอบเขตพื้นที่ระหว่างแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์ ระยะทางประมาณ 600 เมตร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการผ่อนผันจากทางภาครัฐและเป็นบริเวณที่มีกลุ่มการค้าของธุรกิจร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยจำนวนมาก

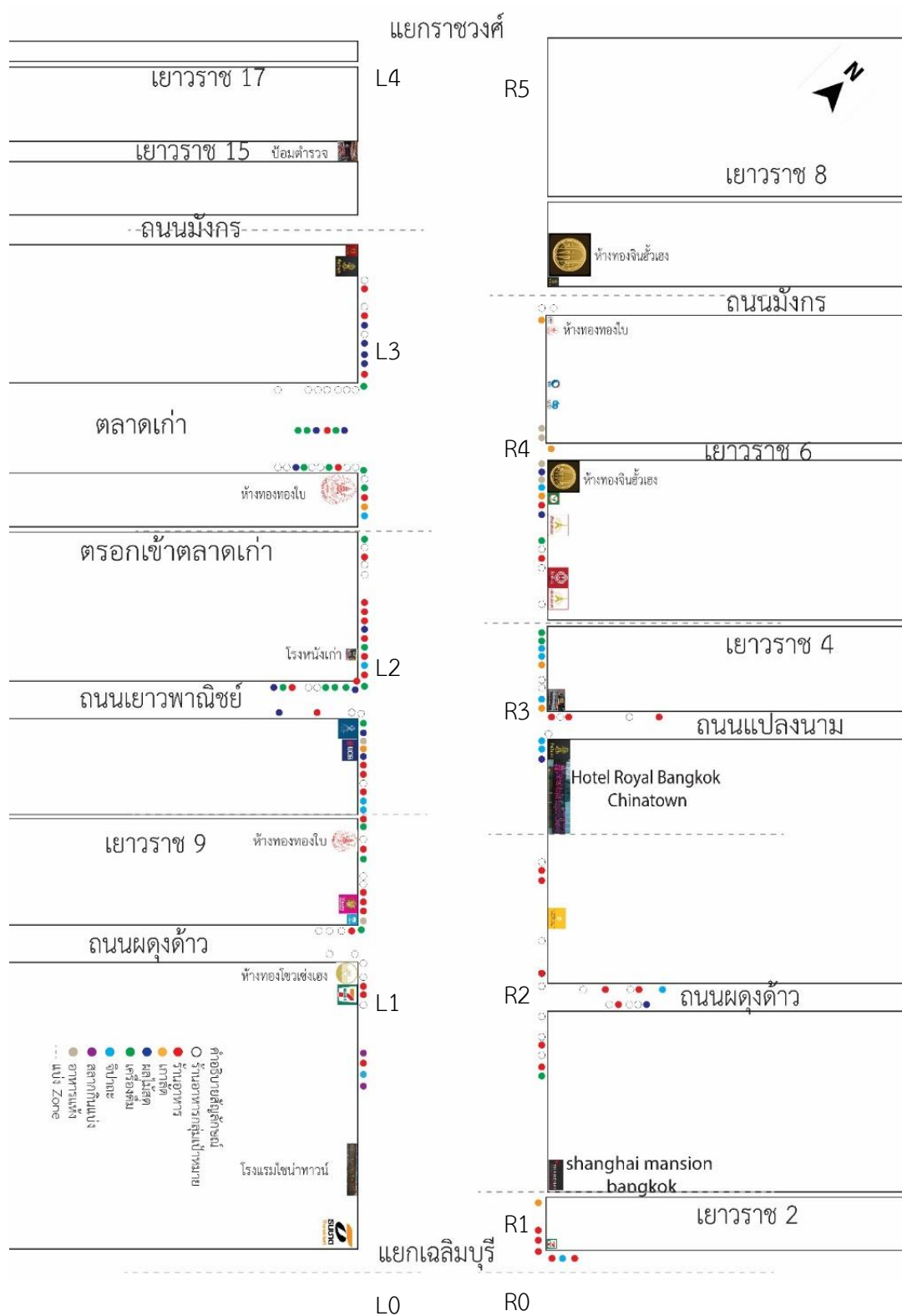
ประชากรในการศึกษานี้ได้เลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกร้านค้าหาบเร่ แผงลอยหรือร้านค้าริมทางประเภทร้านอาหารที่อยู่ในพื้นที่ถนนเยาวราชช่วงเย็นที่มีการค้าขายตั้งแต่ 18.00 น. ถึง 24.00 น. ระหว่างแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์ ระยะทางประมาณ 600 เมตร โดยมีลักษณะการประกอบกิจการด้วยวิธีการปรุงและมีที่นั่งรับประทานในพื้นที่ เนื่องจากเป็นการค้าที่มีกระบวนการทำ

กิจกรรมในพื้นที่ที่ครบกระบวนการค้าทั้งการตั้งร้าน ปิ้งอาหารและการให้บริการนั่งรับประทานในพื้นที่ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงผลกระทบจากสถานการณ์ภัยพิบัติ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ได้มากกว่าประเภทร้านอาหารที่มีลักษณะการประกอบกิจการรูปแบบอื่น โดยจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นที่พบว่า ผู้ค้าอาหารที่มีกิจการด้วยวิธีการปรุงและมีที่นั่งรับประทานในพื้นที่มีประมาณ 60 ร้าน (สำรวจระหว่างเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2563)

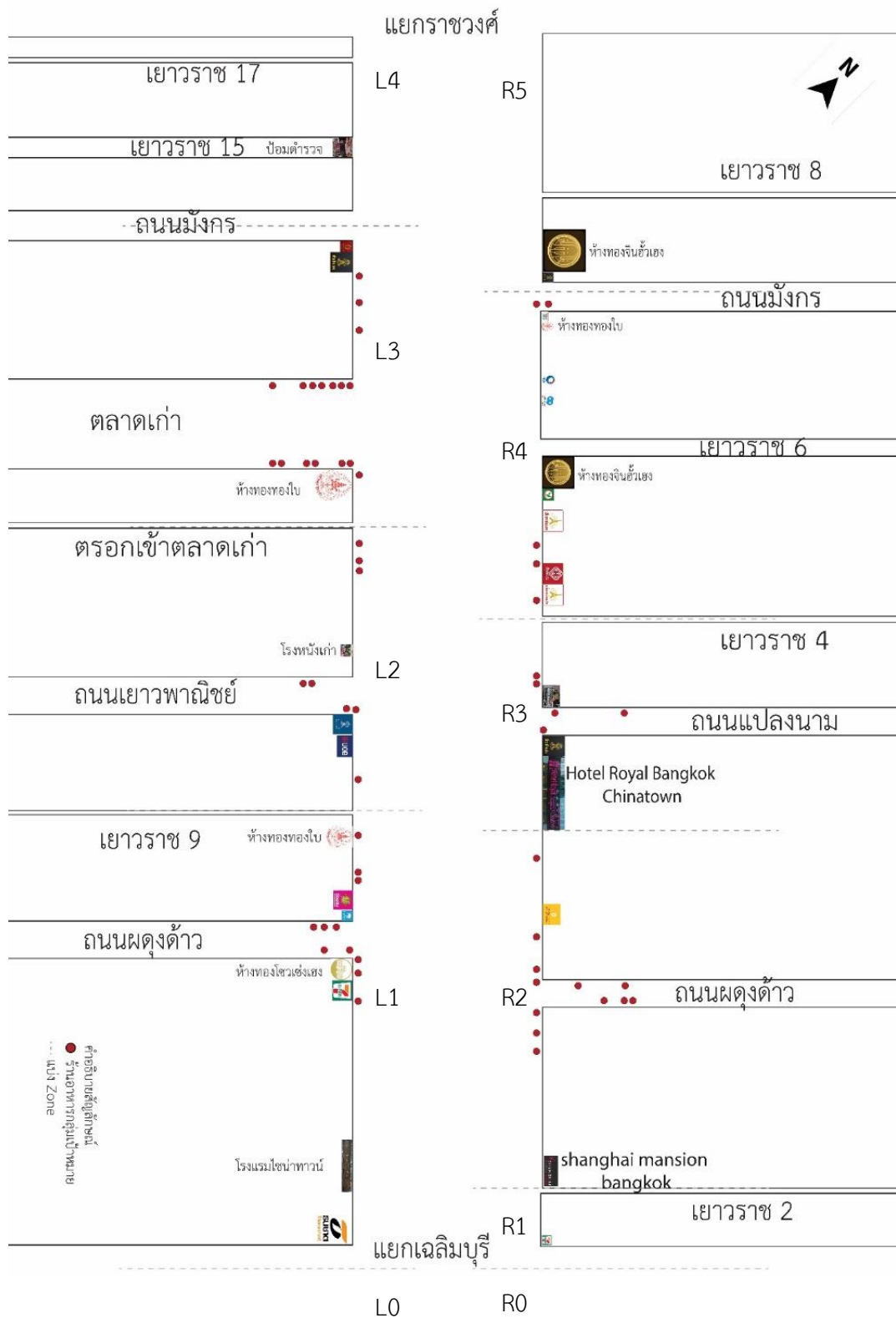
เมื่อได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลได้จำนวนร้านค้ามาทั้งหมด 58 ตัวอย่าง เนื่องจากมีบางร้านที่ไม่สะดวกในการให้ข้อมูลและบางร้านยังไม่กลับมาเปิดการค้า โดยระยะเวลาเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนตุลาคม 2563 โดยใช้เวลาเก็บทั้งหมด 9 วัน ได้แก่ วันอังคารถึงพฤหัสบดีเป็นเวลา 3 สัปดาห์ เนื่องจากเป็นวันที่มีนักท่องเที่ยวน้อยทำให้สามารถเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่างได้สะดวก ช่วงเวลาที่ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลแต่ละวันตั้งแต่ 19.00 น. – 23.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ร้านค้าทำการค้าในพื้นที่ โดยเก็บข้อมูลกับผู้ที่เป็นเจ้าของผู้ประกอบการเองหรือผู้ที่เกี่ยวข้องที่สามารถตอบข้อมูลได้ครอบคลุมทุกคำถามใช้เวลาประมาณ 30 นาทีต่อ 1 ร้านค้า

และเมื่อได้ข้อมูลมาได้ทำการระบุตำแหน่งร้านค้าและแบ่ง Zone ร้านค้าตามกลุ่มการกระจายตัวของร้านค้า โดยเอาถนนที่เป็นซอยเล็ก และการเกาะกลุ่มของร้านค้าเป็นตัวกำหนด โดยฝั่งที่อยู่ทางทิศเหนือตามภาพที่ 13 คือ จากแยกเฉลิมบุรีไปแยกราชวงศ์ทางฝั่งขวา (R) แบ่ง Zone ได้เป็น 5 Zone ประกอบด้วย R0 คือ ร้านค้าที่อยู่ก่อนถึงแยกเฉลิมบุรีฝั่งขวา R1 คือ ร้านค้าที่อยู่จากแยกเฉลิมบุรีถึงถนนเยาวราช 2 R2 คือ ร้านค้าที่อยู่จากถนนเยาวราช 2 ถึงโรงแรม Hotel Royal Bangkok Chinatown R3 คือ ร้านค้าที่อยู่จากโรงแรม Hotel Royal Bangkok Chinatown ถึงถนนเยาวราช 4 R4 คือ ร้านค้าที่อยู่จากถนนเยาวราชถึงถนนมังกร และ R5 คือ ร้านค้าที่อยู่จากถนนมังกรฝั่งขวาเป็นต้นไป

ฝั่งที่อยู่ทางทิศใต้ตามรูปคือจากแยกเฉลิมบุรีไปแยกราชวงศ์ทางฝั่งซ้าย (L) แบ่ง Zone ได้เป็น 4 Zone ประกอบด้วย L0 คือ ร้านค้าที่อยู่ก่อนถึงแยกเฉลิมบุรีฝั่งซ้าย L1 คือ ร้านค้าที่อยู่จากแยกเฉลิมบุรีถึงถนนเยาวราช 9 L2 คือ ร้านค้าที่อยู่จากถนนเยาวราช 9 ถึงตรอกทางเข้าตลาดเก่า L3 คือ ร้านค้าที่อยู่จากตรอกทางเข้าตลาดเก่า ถึงถนนมังกร และ L4 คือ ร้านค้าที่อยู่จากถนนมังกรฝั่งซ้ายเป็นต้นไป จะได้รายละเอียดดังภาพที่ 13 และ ภาพที่ 14



ภาพที่ 13 การแบ่ง Zone ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยทั้งหมดในพื้นที่เยาวราชช่วงแยกเฉลิมบุรีถึงแยก
ราชวงศ์



ภาพที่ 14 การแบ่ง Zone ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยเฉพาะประชากรของนักเรียนในพื้นที่เยาวราช ช่วงแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์

โดยกำหนดการระบุตำแหน่งของร้านค้าด้วยรหัส Code ประกอบด้วย zone-ลำดับร้าน-ประเภทสินค้า เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยวที่เป็นประชากรเป้าหมาย (GF) ที่มีการปรุงและนั่งรับประทานในพื้นที่ลำดับร้านที่ 5 ของ Zone ผังซ้ายของถนนเยาวราชจากแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์ จะมีรหัสเป็น L1-005-GF เป็นต้น

ตารางที่ 4 กำหนดรหัสสินค้าประเภทต่าง ๆ

ประเภทสินค้า		รหัส
ร้านอาหารกลุ่มเป้าหมาย	Goal Food	GF
ร้านอาหาร	Food	F
เกาลัด	Chestnut	C
ผลไม้สด	Fresh Fruit	FF
เครื่องดื่ม	Drink	D
จิปาถะ	Miscellaneous	M
สลากกินแบ่ง	Lottery	L
อาหารแห้ง	Dry Food	DF

3.5 เครื่องมือในการวิจัย

การศึกษานี้ได้นำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2 โครงการวิจัยเลขที่ 153/63 โดยแบบสอบถามที่ออกแบบมาสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยหรือร้านอาหารริมทางที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 แบ่งได้เป็น ตอนที่ 1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 และตอนที่ 2 รูปแบบห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 ส่วนที่ 3 ทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราช แบ่งได้เป็นตอนที่ 1 ความสัมพันธ์ของกลุ่มร้านค้าย่านเยาวราช และตอนที่ 2 ระดับทุนทางสังคม มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน เป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยที่อยู่ในพื้นที่เยาวราช และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาปกติและช่วงการเกิดโรคระบาด COVID 19 ซึ่งข้อคำถามส่วนนี้จะมีทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าหาบเร่แผงลอยหรือร้านอาหารริมทางที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อทราบรูปแบบการดำเนิน

ธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมของร้านอาหารแทบจะแผงลอยในเมืองในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาดตามวัตถุประสงค์เพื่อทราบรูปแบบการเปลี่ยนแปลงช่วงการเกิดโรคระบาด COVID 19 ของการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานข้อมูลที่ต้องการจึงแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 มีข้อคำถาม 8 ข้อ และตอนที่ 2 รูปแบบห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 มีข้อคำถาม 19 ข้อ ซึ่งข้อคำถามส่วนนี้จะมีทั้งหมด 27 ข้อ

ส่วนที่ 3 ทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราช เป็นการเก็บข้อมูลโดยมีคำถามปลายปิดและปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมในการมีบทบาททางด้านการดำเนินธุรกิจด้วยความสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคัมรูปแบบต่าง ๆ และการวัดระดับทุนทางสังคัมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชโดยนำแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคัมแห่งชาติ (สศช.) และทุนทางสังคัมของ Putnam มาปรับใช้ จึงแบ่งคำถามในส่วนนี้เป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ความสัมพันธ์ของกลุ่มร้านค้าย่านเยาวราช มีข้อคำถาม 9 ข้อ และตอนที่ 2 ระดับทุนทางสังคัมมีข้อคำถาม 24 ข้อ รวมข้อคำถามในส่วนนี้มีทั้งหมด 33 ข้อ

3.6 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานและการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานทั่วไปที่เกิดขึ้น ข้อมูลที่ได้ในส่วนนี้จะนำมาวิเคราะห์สัดส่วนข้อมูลพื้นฐาน จำนวนร้อยละในแต่ละข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 5 การแสดงผลข้อมูลพื้นฐานของร้านค้าแทบจะแผงลอยในพื้นที่เยาวราช

ที่	ข้อคำถาม	การแสดงผล
1	เพศ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
2	อายุ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
3	ตำแหน่งงานในร้านอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
4	ที่พักอาศัยของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
5	รูปแบบธุรกิจของร้านอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
6	ร้านค้าที่ท่านประกอบอาชีพอยู่เปิดการค้าในพื้นที่เยาวราช ชานานเท่าใด	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
7	ประเภทของร้านอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
8	ระยะเวลาที่ปิดกิจการช่วง COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ

9	จำนวนที่นั่งภายในร้าน	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลา)
10	จำนวนพนักงานในร้าน	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลา)
11	รายรับและรายจ่ายจากการค้าปลีกและระหว่างช่วงการโรคระบาด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 จะเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจแบ่งได้ 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 จะเป็นข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จะวิเคราะห์โดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนา เพื่อทราบจำนวนร้อยละการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ตารางที่ 6 การแสดงผลข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงการระบาดของโรค COVID-19

ที่	ข้อความ	การแสดงผล
1	ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลง <u>จำนวนวัตถุดิบ</u> ของอาหารในช่วงเวลาเกิด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
2	ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลง <u>เมนูอาหาร</u> ในช่วงเวลาเกิด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
3	ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของ <u>ภาชนะใส่อาหาร</u> ในช่วงเวลาเกิด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
4	ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลง <u>ราคาอาหาร</u> ในช่วงเวลาเกิด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
5	ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลง <u>ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหาร</u> จากเดิม	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
6	ร้านค้าของท่านมีการ <u>โฆษณาส่งเสริมการขาย</u> (เช่น ประชาสัมพันธ์ลงสื่อต่าง ๆ) ในช่วงเวลาเกิด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
7	ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลง <u>สัดส่วนของพนักงาน</u> ในช่วงเวลาเกิด COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
8	ร้านค้าของท่านให้ความสำคัญด้าน <u>สุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐ</u>	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ

ตอนที่ 2 จะเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นด้วยการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในช่วงเวลาปกติและช่วงเกิดโรคระบาด COVID-19 โดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนาที่วิเคราะห์ผ่านรูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ใช้ กิจกรรม และช่วงเวลา เพื่อทราบจำนวนร้อยละ สัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของรูปแบบการใช้พื้นที่ในแต่ละกิจกรรมระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

ตารางที่ 7 การแสดงผลข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงการระบาดของโรค COVID-19

ที่	ข้อความถาม	การแสดงผล
1	การจัดซื้อวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
2	ผู้ทำหน้าที่ซื้อวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
3	ย่านจัดซื้อวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
4	ความถี่ในการซื้อวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
5	การจัดเตรียมวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
6	ผู้ทำหน้าที่เตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับการปรุงอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
7	พื้นที่จัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับการปรุงอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
8	ช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
9	การปรุงอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
10	ผู้ทำหน้าที่ปรุงอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
11	พื้นที่ที่ใช้สำหรับปรุงอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
12	ช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
13	การขายอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
14	ผู้ทำหน้าที่เตรียมสถานที่จัดโต๊ะหรือตั้งแผงขาย	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
15	ช่วงเวลาที่มาตั้งแผงขาย	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
16	ผู้ทำหน้าที่ขายอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
17	ช่วงเวลาที่เริ่มขายอาหาร	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
18	การทำความสะอาดอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)

ที่	ข้อความถาม	การแสดงผล
19	ผู้ทำหน้าที่ทำความสะอาดอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
20	พื้นที่ที่ใช้ทำความสะอาดอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
21	ช่วงเวลาการทำความสะอาดอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
22	การจัดเก็บอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
23	ผู้ทำหน้าที่จัดเก็บอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
24	พื้นที่จัดเก็บอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)
25	ช่วงเวลาจัดเก็บอุปกรณ์และสถานที่	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 จะเกี่ยวกับทุนทางสังคมแบ่งได้ 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความสัมพันธ์ของกลุ่มร้านค้าย่านเยาวราช ใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในกลุ่มการค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชและวิเคราะห์เป็นกราฟแสดงแผนผังเครือข่ายทางสังคม (Social network) ของกลุ่มร้านค้าที่เกิดขึ้น โดยนำเอาเครือข่ายทางสังคมมาใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของความสัมพันธ์แบบเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความสัมพันธ์แบบขอคำปรึกษา ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่สุด และความสัมพันธ์แบบเครือข่ายติดกัน โดยมีรายละเอียดข้อความถามดังนี้

1. ร้านค้าใดที่อยู่ในย่านเยาวราชที่ท่านมีหุ้นส่วนทางธุรกิจด้วย
2. เมื่อท่านต้องการการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำธุรกิจ ใครที่ท่านพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วย
3. เมื่อท่านต้องการคำปรึกษาในการทำธุรกิจใครที่ท่านไปขอคำปรึกษา
4. ร้านใดที่อยู่ในย่านเยาวราชที่ท่านมีความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่สุด
5. ร้านใดที่อยู่ในย่านเยาวราชที่ท่านมีความสัมพันธ์แบบเครือข่ายติดกัน

นำข้อมูลที่ได้อามาแสดงผลความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมด้วยกราฟแสดงผังเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม (Social network analysis) เพื่อให้เห็นภาพและเกิดความเข้าใจโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ Software for Statistics and Data Science หรือ stata เพื่อแสดงความสัมพันธ์ทางสังคมและระหว่างบริเวณ 2 ผังของถนนเยาวราช และโปรแกรม Gephi ด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น Indegree, Outdegree, Betweenness centrality, และ Closeness centrality เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่แบ่งตามรูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชที่เชื่อมโยงกันทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

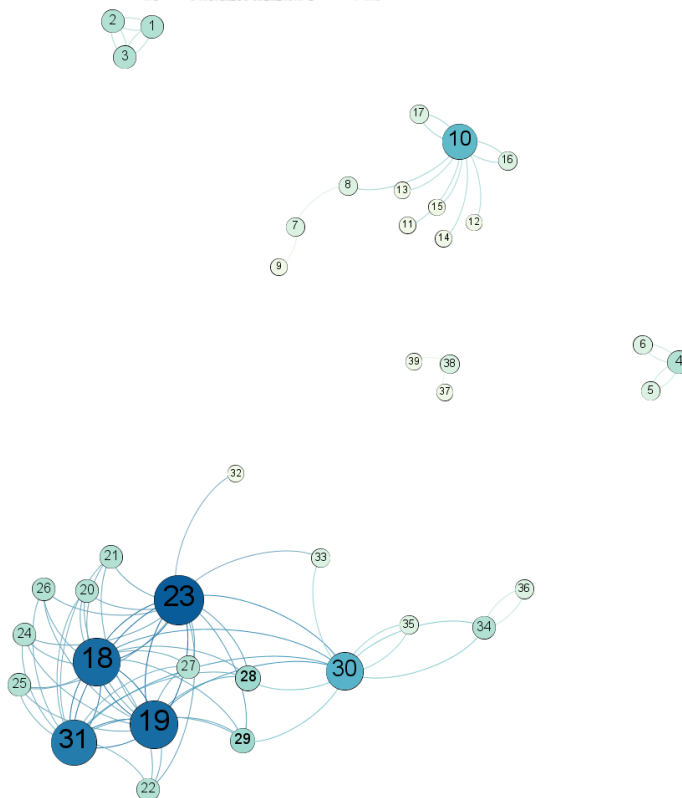
ค่า Indegree แสดงถึงร้านค้าที่รับข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือในกลุ่มรูปแบบความสัมพันธ์นั้น ๆ ถ้าหากค่า Indegree สูงแสดงว่าร้านค้านั้นเป็นร้านที่ได้รับข้อมูลหรือความช่วยเหลือจากร้านอื่นมาก

ค่า Outdegree แสดงถึงร้านค้าที่ส่งข้อมูลและให้ความช่วยเหลือในกลุ่มรูปแบบความสัมพันธ์นั้น ๆ ถ้าหากค่า Outdegree สูงแสดงว่าร้านค้านั้นเป็นร้านที่ส่งข้อมูลหรือความช่วยเหลือไปยังร้านอื่นมาก

ค่า Betweenness centrality แสดงถึงร้านค้าที่มีการส่งผ่านข้อมูลและความช่วยเหลือในกลุ่มรูปแบบความสัมพันธ์นั้น ๆ ถ้าหากค่า Betweenness centrality สูงแสดงว่าร้านค้านั้นเป็นร้านที่มีตัวกลางการส่งผ่านข้อมูลและความช่วยเหลือไปยังร้านค้าอื่น ๆ สูง

ค่า Closeness centrality แสดงถึงร้านค้าที่มีความใกล้ชิดกันในกลุ่มรูปแบบความสัมพันธ์นั้น ๆ โดยค่าจะอยู่ระหว่าง 0-1 ถ้าค่า Closeness centrality เข้าใกล้ 1 แสดงว่าร้านค้านั้นมีความใกล้ชิดกันกับร้านอื่นมาก

นอกจากข้อมูลที่ได้จะเป็นตัวเลขที่วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมแล้วสามารถแสดงผลเป็นกราฟแสดงความสัมพันธ์ให้เห็นเป็นแผนผังที่เกิดขึ้นในแต่ละความสัมพันธ์ได้ ดังตัวอย่างตามภาพที่ 15



ภาพที่ 15 ตัวอย่างกราฟแสดงผังความสัมพันธ์ที่ได้จากโปรแกรม Gephi

จากภาพจะสามารถวิเคราะห์ผลได้ว่า ในแผนผังเครือข่ายทางสังคมนี้จะมีความสัมพันธ์ 5 กลุ่ม โดยกลุ่มใหญ่สุดจะมีความสัมพันธ์กับร้านค้า (Node) ที่มาก ดังนั้นร้านค้าที่อยู่กลุ่มนี้จะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร หรือความช่วยเหลือกันได้มาก โดยเฉพาะร้านที่ 18 19 23 และ 31 เนื่องจากมีขนาดใหญ่ และสีเข้มสุดซึ่งแสดงว่าเป็นร้านที่มีความสัมพันธ์กับร้านค้าอื่น ๆ เป็นจำนวนมากที่สุด และจะมีจำนวนความสัมพันธ์ลดลงไปโดยพิจารณาได้จากขนาดและสีที่ลดลงตามลำดับ และสามารถพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างร้านได้จากเส้นเชื่อมโยงกัน (Edges) ระหว่างร้านค้าหนึ่งไปอีกร้านค้าได้

นอกจากนี้ความสัมพันธ์ในพื้นที่เยาวราชจะแสดงผลข้อมูลผ่านทางสถิติเชิงพรรณนา ดังตารางที่ 8 เพื่อให้ทราบถึงจำนวนร้านค้าที่เกิดขึ้นในแต่ละความสัมพันธ์

ตารางที่ 8 การแสดงผลข้อมูลความสัมพันธ์ของกลุ่มร้านค้าย่านเยาวราช

ที่	ข้อความถาม	การแสดงผล
1	ความไว้วางใจในการทำธุรกิจกับร้านอื่น ๆ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
2	ความเชื่อมโยงทางธุรกิจกับร้านค้าอื่น ๆ	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
3	การมีหุ้นส่วนทางธุรกิจ	แผนผังเครือข่ายทางสังคม (Social network)
4	การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	แผนผังเครือข่ายทางสังคม (Social network)
5	การขอคำปรึกษา	แผนผังเครือข่ายทางสังคม (Social network)
6	ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่สุด	แผนผังเครือข่ายทางสังคม (Social network)
7	ความสัมพันธ์แบบเครือญาติกัน	แผนผังเครือข่ายทางสังคม (Social network)
8	การเข้าร่วมกิจกรรม	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ
9	ความช่วยเหลือหรือคำแนะนำช่วงการระบาดของ COVID-19	ค่าเฉลี่ย ร้อยละ (เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ช่วยเหลือ)

ตอนที่ 2 ระดับทุนทางสังคม ข้อคำถามจะตอบแบบ Likert Scale นำมาแสดงผลข้อมูลของระดับทุนทางสังคมเป็นคะแนนและวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายถึงระดับคะแนนที่เกิดขึ้นของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช โดยการใช้เกณฑ์แบ่งระดับคะแนนด้วยวิธีเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile) ซึ่งแบ่งช่วงคะแนน 3 ส่วน ด้วยเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 33.33 คะแนน โดยการนำองค์ประกอบตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (2551) ที่มี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านกลุ่มและเครือข่าย ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ ด้านข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม และด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง ซึ่งปรับมาจากนิยามทุนทางสังคมของ Putnam (1993) ที่มี 3

มิติ ได้แก่ มิติความไว้วางใจ (Trust) มิติการมีบรรทัดฐานร่วมกัน (Norm) และมิติด้านเครือข่าย (Network) จึงรวมองค์ประกอบตามสศช.จาก 6 องค์ประกอบ สามารถรวมเหลือเป็น 3 มิติได้ เพื่อมาปรับให้เหมาะสมตามบริบทของพื้นที่และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 จำนวนของคำถามแบ่งกลุ่มตามองค์ประกอบและมิติทุนทางสังคมตามแนวคิด

มิติทุนทางสังคม	จำนวนข้อคำถาม
มิติความไว้วางใจ (Trust)	8
ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	4
ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ	4
มิติการมีบรรทัดฐานร่วมกัน (Norm)	8
ด้านข่าวสารและการสื่อสาร	4
ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง	4
มิติด้านเครือข่าย (Network)	8
ด้านกลุ่มและเครือข่าย	4
ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม	4
รวม	24

และจากข้อคำถามขององค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ผู้วิจัยได้ปรับให้แต่ละด้านมี 4 ข้อคำถามซึ่งแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคมที่สามารถแบ่งประเภทได้เป็นทุนทางสังคมภายในร้านค้า (bonding social capital), ทุนทางสังคมร้านค้าข้างเคียง (bridging social capital), ทุนทางสังคมภาคเอกชน (linking social capital) และทุนทางสังคมภาครัฐ (linking social capital) ตามแนวคิดของประเภททุนทางสังคม (Woolcock, 2001) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 10 จำนวนของคำถามแบ่งกลุ่มตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม

ประเภททุนทางสังคม	จำนวนข้อคำถาม
ร้านค้าตัวเอง	6
ร้านค้าข้างเคียง	6
ภาคเอกชน	6
ภาครัฐ	6
รวม	24

ซึ่งคำถามจะเป็นการนำเอาองค์ประกอบ 6 ด้านของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) มาปรับใช้ เพื่อให้เข้าใจในองค์ประกอบและมิติของทุนทางสังคมด้านต่าง ๆ และได้แสดงข้อคำถามที่อยู่ภายในองค์ประกอบแต่ละด้าน ซึ่งแสดงรายละเอียดของประเภทการเกิดทุนทางสังคมในแต่ละด้านไว้ โดยการเก็บข้อมูลจากที่กล่าวข้างต้นจะเป็นแบบ Likert Scale ที่แบ่งการให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 = จริงมากที่สุด ระดับ 4 = จริงมาก ระดับ 3 = ปานกลาง ระดับ 2 = จริงน้อย ระดับ 1 = จริงน้อยที่สุด ซึ่งข้อคำถามจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านกลุ่มและเครือข่าย

1. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขายร่วมกันกับพนักงานในร้าน
2. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขายร่วมกันกับร้านค้าในพื้นที่
3. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายองค์กรภาคเอกชนที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19
4. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายทางภาครัฐที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19

ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

1. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจพนักงานในร้านได้
2. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ได้
3. ร้านค้าของท่านมีความไว้วางใจองค์กรภาคเอกชนในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19
4. ร้านค้าของท่านมีความไว้วางใจภาครัฐในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19

ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ

1. ร้านค้าของท่านยินดีให้ความร่วมมือและช่วยเหลือสมาชิกในร้าน
2. ร้านค้าของท่านยินดีแบ่งปันและให้ความช่วยเหลือร้านค้าข้างเคียง เช่น แอร์ที่นั่งลูกค้า เป็นต้น
3. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติตามกิจกรรมตามภาคเอกชนหรือองค์กรในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ
4. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติตามภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ

ด้านข่าวสารและการสื่อสาร

1. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จากสมาชิกในร้าน
2. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จากร้านข้างเคียงในพื้นที่
3. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐ

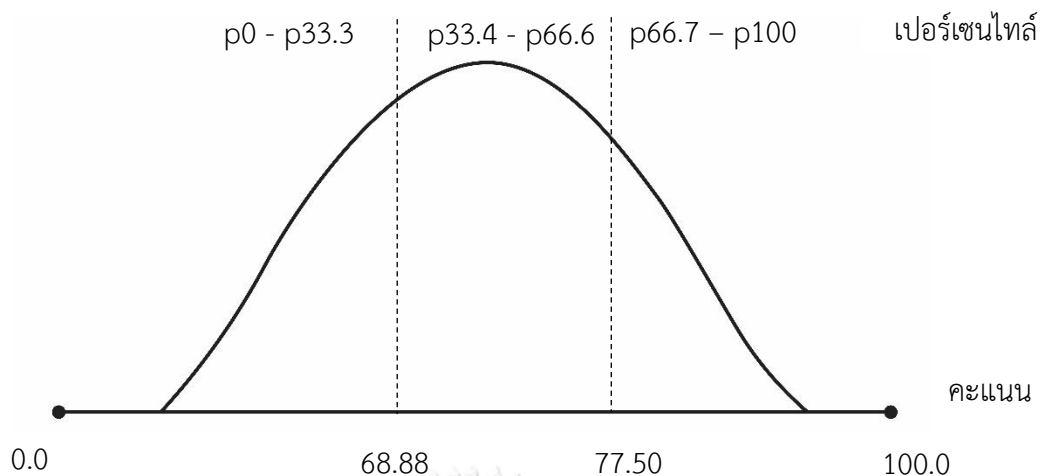
ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม

1. ความแตกต่างของสถานภาพทางสังคมของสมาชิกในร้านไม่ก่อให้เกิดปัญหา
2. ร้านค้าของท่านมีความสัมพันธ์อันดีต่อร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่
3. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาคเอกชน
4. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาครัฐ

ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง

1. สมาชิกทุกคนในร้านของท่านเป็นกำลังสำคัญในการทำงาน
2. ร้านค้าของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาพื้นที่การค้าในเยาวราช
3. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่ได้
4. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับทางภาครัฐได้

เมื่อได้ข้อมูลแล้วจะวิเคราะห์ระดับทุนทางสังคมได้จากการแบ่งช่วงชั้นคะแนนด้วยวิธีเปอร์เซ็นต์ดังที่กล่าวมาข้างต้นตามการกระจายของข้อมูลแบบอิงกลุ่ม เนื่องจากผู้วิจัยต้องการเปรียบเทียบระดับทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่าส่วนใดมีมากกว่ากัน ซึ่งแนวทางการจัดช่วงชั้นคะแนนแบบอิงกลุ่มจะศึกษาเพิ่มเติมจากงานวิจัยของอัคนัย ขวัญอยู่ (2560) ที่ได้ใช้วิธีการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แต่มาจัดช่วงชั้นคะแนนแบบอิงกลุ่ม เช่นกัน เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวคะแนนส่วนใหญ่มีการกระจุกตัว โดยจะแบ่งเป็น 3 ช่วง แต่ละช่วงจะมี 33.33 คะแนน เกณฑ์กำหนดการแบ่งช่วงชั้นคะแนนเป็นดังภาพที่ 16 และตารางที่ 11



ภาพที่ 16 การกระจายตัวของระดับทุนทางสังคมแบ่งตามช่วงเปอร์เซ็นต์ไทล์

ตารางที่ 11 การแบ่งช่วงคะแนนของระดับทุนทางสังคมตามช่วงเปอร์เซ็นต์ไทล์

เปอร์เซ็นต์ไทล์	ระดับทุนทางสังคม	คะแนน (เต็ม 100 คะแนน)
0 - 33.3	ต่ำ	≤ 68.87
33.4 - 66.6	ปานกลาง	68.88 - 77.50
66.7 - 100	สูง	≥ 77.51

โดยมีการปรับค่าคะแนนจาก 120 คะแนนปรับให้เต็ม 100 คะแนน เพื่อให้องค์ประกอบแต่ละด้านมีน้ำหนักเท่ากันทุกด้านและง่ายต่อการวิเคราะห์ เนื่องจากเป็นข้อคำถามชุดเดียวกันแต่สามารถแบ่งพิจารณาได้เป็น 2 กรณี คือ ระดับทุนทางสังคมขององค์ประกอบแต่ละด้านและแบ่งตามประเภทการเกิดของทุนทางสังคมได้เพื่อให้ทราบถึงระดับทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นได้อย่างครอบคลุม โดยตารางที่ 12 เป็นการคิดคะแนนระดับทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบของทุนทางสังคม มีข้อคำถามขององค์ประกอบ 6 ด้าน แต่ละด้านมี 4 ข้อ รวมทั้งหมดเป็น 24 ข้อ และตารางที่ 13 คิดคะแนนระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม มีข้อคำถามแต่ละประเภททุนทางสังคม 6 ข้อ รวมทั้งหมด 24 ข้อเช่นกัน เนื่องจากเป็นชุดคำถามเดียวกัน

ตารางที่ 12 คิดคะแนนระดับทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบของทุนทางสังคม

ที่	องค์ประกอบ	คะแนนเต็มจริงทั้งหมด	คะแนนเทียบสัดส่วน
1	ด้านกลุ่มและเครือข่าย	4 คำถาม × 5 คะแนน = 20 คะแนน	20 คะแนน ÷ 1.20 = 16.67 คะแนน
2	ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	4 คำถาม × 5 คะแนน = 20 คะแนน	20 คะแนน ÷ 1.20 = 16.67 คะแนน
3	ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ	4 คำถาม × 5 คะแนน = 20 คะแนน	20 คะแนน ÷ 1.20 = 16.67 คะแนน
4	ด้านข่าวสารและการสื่อสาร	4 คำถาม × 5 คะแนน = 20 คะแนน	20 คะแนน ÷ 1.20 = 16.67 คะแนน
5	ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม	4 คำถาม × 5 คะแนน = 20 คะแนน	20 คะแนน ÷ 1.20 = 16.67 คะแนน
6	ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง	4 คำถาม × 5 คะแนน = 20 คะแนน	20 คะแนน ÷ 1.20 = 16.67 คะแนน
	รวม	120 คะแนน	100 คะแนน

ตารางที่ 13 คิดคะแนนระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม

ที่	ประเภททุนทางสังคม	คะแนนเต็มจริงทั้งหมด	คะแนนเทียบสัดส่วน
1	ทุนทางสังคมภายในร้านค้า (bonding social capital)	6 คำถาม × 5 คะแนน = 30 คะแนน	30 คะแนน ÷ 1.20 = 25 คะแนน
2	ทุนทางสังคมร้านค้าในพื้นที่ (bridging social capital)	6 คำถาม × 5 คะแนน = 30 คะแนน	30 คะแนน ÷ 1.20 = 25 คะแนน
3	ทุนทางสังคมภาคเอกชน (linking social capital)	6 คำถาม × 5 คะแนน = 30 คะแนน	30 คะแนน ÷ 1.20 = 25 คะแนน
4	ทุนทางสังคมภาครัฐ (linking social capital)	6 คำถาม × 5 คะแนน = 30 คะแนน	30 คะแนน ÷ 1.20 = 25 คะแนน
	รวม	120 คะแนน	100 คะแนน

3.7 ข้อจำกัดในการดำเนินงานวิจัย

1. ข้อจำกัดทางด้านระยะเวลาในการสำรวจและเก็บข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโรคระบาดที่เกิดขึ้นใหม่ คือ โรค COVID-19 ทำให้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลต้องเก็บในช่วงที่ยังคงมีการแพร่ระบาดของโรคอยู่แต่เป็นช่วงที่มีจำนวนผู้ป่วยลดลงและภาครัฐอนุญาตให้สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติโดยต้องมีการป้องกันตนเอง ทำให้ระยะเวลาที่สามารถลงพื้นที่สำรวจได้ยังคงมีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อจึงทำให้ต้องระมัดระวังตนเองให้ปลอดภัยและเมื่อมีช่วงเวลาที่สามารถลงพื้นที่สอบถามได้จึงต้องรีบดำเนินการ เพราะหากการแพร่ระบาดกลับมารุนแรงมากขึ้นจะทำให้การเก็บข้อมูลได้ยากลำบาก จึงลงเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม 2563 ซึ่งมีบางร้านค้าที่ยังไม่กลับมาเปิดขายตามปกติ จึงเก็บข้อมูลได้เฉพาะร้านค้าที่กลับมาเปิดขายตามปกติเท่านั้น

2. ข้อจำกัดด้านประชากร งานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลจากร้านค้าหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราชที่มีการปรุงและนั่งในพื้นที่ เพื่อให้เห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระหว่างช่วงเวลาที่ปกติกับช่วงเวลาที่เกิดโรคระบาด COVID-19 ซึ่งจะให้เห็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทุกกระบวนการ จึงต้องเลือกประชากรที่เฉพาะเจาะจงที่สามารถได้ข้อมูลครอบคลุมทุกกระบวนการ

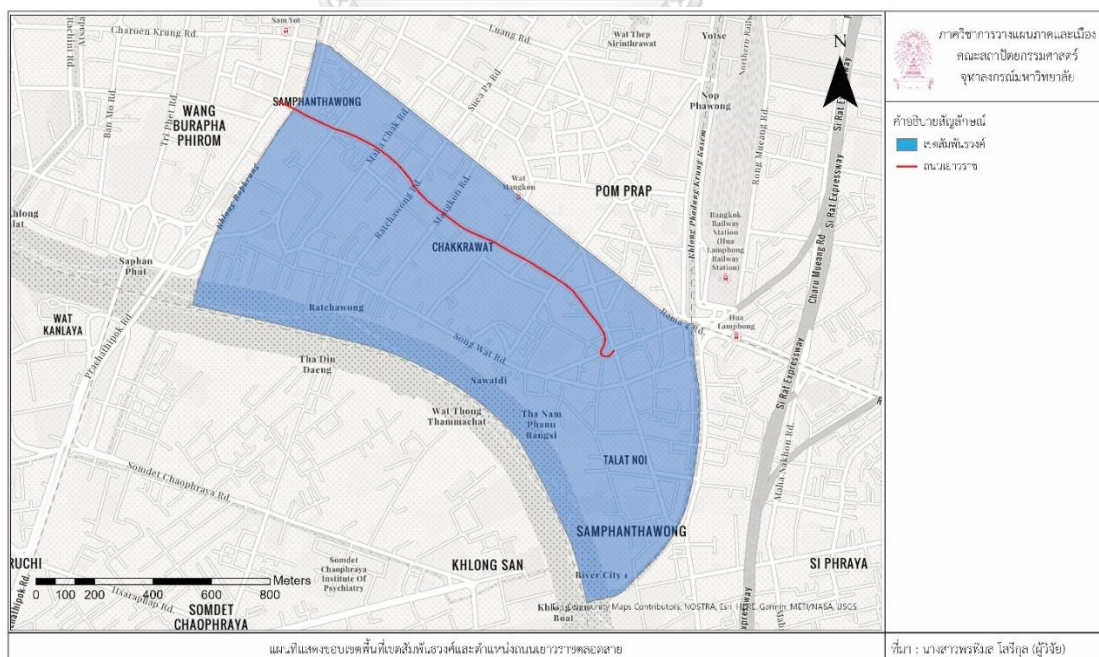
3. ข้อจำกัดทางด้านผู้ให้ข้อมูลและระยะเวลาการเก็บข้อมูล เนื่องจากจำเป็นต้องได้ข้อมูลจากร้านค้าที่สามารถตอบได้ครบทุกข้อคำถามที่เกี่ยวกับร้านค้านี้จึงจำเป็นต้องได้รับข้อมูลจากผู้รู้ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการ ผู้ช่วยขายที่เป็นครอบครัวของผู้ประกอบการ หรือผู้ช่วยขายที่เป็นลูกจ้างคนไทยที่สามารถตอบคำถามได้ครอบคลุม ทำให้เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลค่อนข้างนาน จึงต้องเลือกช่วงเวลาที่ผู้ค้าว่างและสะดวกให้คำตอบ เนื่องจากเวลาเก็บข้อมูลเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับผู้ค้าทำการขาย

บทที่ 4

สภาพพื้นที่ศึกษา

4.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่เยาวราช

ถนนเยาวราช เป็นถนนที่อยู่ในพื้นที่ของเขตสัมพันธวงศ์ มีระยะทางเริ่มตั้งแต่คลองรอบกรุง ตรงข้ามป้อมมหาไชยหรือคลองโอรังอ่างตัดลงไปทางทิศใต้บรรจบถนนจักรวรรดิหรือที่เรียกว่า สี่แยกวัดตึก เมื่อตัดผ่านถนนราชวงศ์จะเรียกว่า สี่แยกราชวงศ์ ซึ่งจะถึงก่อนไปบรรจบกับถนนเจริญกรุงและวัดไตรมิตรฯ ตามลำดับ ซึ่งมีระยะทางประมาณ 1,532 เมตร สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวตามโครงการถนนอำเภอสำเพ็ง ตามนโยบายเพื่อส่งเสริมการค้าขาย "เยาวราช" เป็น 1 ใน 18 ถนนที่สมเด็จพระยานริศรานุวัดติวงศ์ เสนาบดีกระทรวงโยธาธิการ กราบบังคมทูลว่าจะสร้างถนนใน พ.ศ.2434 ต่อมารัชกาลที่ 5 จึงทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างถนนดังกล่าวขึ้นในปี พ.ศ. 2435 - 2441 และเสร็จสมบูรณ์ในปี 2443 ใช้เวลาในการก่อสร้างทั้งหมดประมาณ 8 ปี เดิมให้ชื่อว่า ถนนยุพราช และต่อมาทรงโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อใหม่เป็น "ถนนเยาวราช" โดยคำว่า เยาวราช มีความหมายว่า พระราชาที่ทรงพระเยาว์ ซึ่งมีที่มาจากรัชกาลที่ 5 ที่ขึ้นครองราชย์เมื่อมีพระชนมายุเพียง 15 พรรษา ซึ่งบริเวณถนนเยาวราชจัดว่าเป็นย่านชุมชนและธุรกิจการค้าที่สำคัญของชาวจีนและคนไทยเชื้อสายจีนเป็นจำนวนมากที่มีความสำคัญตั้งแต่นั้น เป็นต้นมา



ภาพที่ 17 แสดงขอบเขตพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์และถนนเยาวราชตลอดเส้น

ที่มา : ผู้วิจัย

ในอดีตชาวจีนโพ้นทะเลได้เริ่มเข้ามาในประเทศไทยช่วงสมัยรัชกาลที่ 1-3 เมื่อพิจารณาเป็นพุทธศักราชจะอยู่ในช่วง พ.ศ. 2325-2394 บริเวณพื้นที่สำเพ็งซึ่งถือเป็นแหล่งกำเนิดของชุมชนจีนแห่งกรุงรัตนโกสินทร์และส่งผลให้เกิดย่านการค้าที่สำคัญขึ้น ช่วงเวลาระหว่าง พ.ศ. 2394-2500 เป็นยุคแห่งการเฟื่องฟูของชาวจีนในพื้นที่สำเพ็งเมื่อรัชกาลที่ 5 ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างถนนเยาวราชขึ้นจนแล้วเสร็จทำให้มีการพัฒนาจากตลาดสำเพ็งเข้ามาสู่พื้นที่บริเวณถนนเยาวราชจึงเกิดเป็นย่านใหม่ที่สำคัญขึ้น เมื่อมีการสร้างถนนเยาวราชแล้วเสร็จก่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่อาคารตึกแถวสมัยใหม่ริมสองข้างทางของถนนเยาวราชกระตุ้นให้เกิดการค้าขายมากขึ้นจึงเกิดเป็นย่านการค้าธุรกิจสมัยใหม่ส่งเสริมความเจริญรุ่งเรืองให้แก่ท้องที่อำเภอสำเพ็งเป็นอย่างมาก ทำให้เยาวราชเป็นแหล่งเศรษฐกิจและแหล่งรวมความบันเทิงที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญ ช่วงประมาณปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา เยาวราชจึงเป็นศูนย์กลางความทันสมัยและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมแก่คนในยุคนั้น ดังที่จะเห็นว่าในพื้นที่เยาวราชมีการเกิดขึ้นของห้างทองต่าง ๆ มีการค้าขายสินค้าหลากหลายประเภท รวมถึงมีการสร้างโรงหนังขึ้น มีโรงจิวซึ่งแสดงให้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรมของชาวจีน และการมีห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ทำให้พื้นที่เยาวราชมีผู้คนทั้งคนจีน คนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยเข้าใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก และมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงแตกต่างกันตามแต่ละยุคสมัยอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยกิจกรรมที่ยังคงอยู่คู่กับพื้นที่เยาวราชส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น การค้าขายต่าง ๆ ทั้งการค้าทอง และการค้าอาหารจีน เป็นต้น



ภาพที่ 18 ถนนเยาวราช แยกเข้าถนนเยาวพานิชในอดีต

ที่มา : <http://www.chinatownyaowarach.com/index.php?lite=article&qid=42017685>



ภาพที่ 19 โรงจิวเอวราชในอดีต

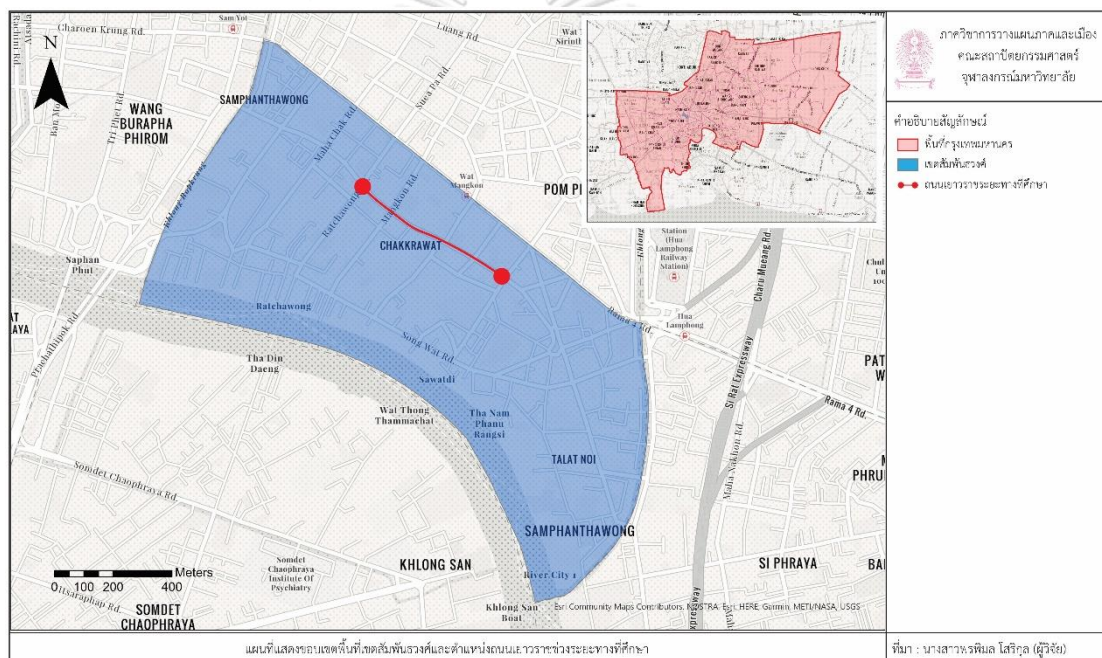
ที่มา : <https://www.jobkk.com/variety/detail/3435>

ถนนเยาวราชยังคงวิถีที่เป็นย่านชุมชนและเศรษฐกิจของชาวจีนและคนไทยเชื้อสายจีนมาตั้งแต่เดิม จึงทำให้ถนนเยาวราชกลายเป็นย่านที่เก่าแก่ในประเทศไทยและใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และการที่ถนนเยาวราชสามารถดำรงความเป็นพื้นที่การค้าที่ได้รับความนิยมเกือบทุกช่วงเวลา ทำให้ปัจจุบันเยาวราชกลายเป็นย่านธุรกิจการค้า การเงิน การธนาคาร ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านค้า ฯลฯ ที่สำคัญของประเทศสืบมา ส่งผลให้มีการใช้พื้นที่ริมถนนตลอดทุกช่วงเวลา ซึ่งจะมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามบริบทของเวลาการใช้พื้นที่ที่ต่างกัน โดยเฉพาะช่วงเวลายืนจนถึงกลางดึกเยาวราชจะเป็นถนนขายอาหารที่มีร้านค้าจำนวนมากเปิดขายทั้งในตัวอาคาร ตึกแถว และริมทางที่เป็นหาบเร่ แผงลอย รถเข็น ทำให้เยาวราชยังคงเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวสืบมา ซึ่งปัจจุบันหลายหน่วยงานได้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวบนถนนเยาวราชจึงได้มีโครงการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ให้เหมาะแก่การเป็นย่านเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป จะเห็นว่าการที่พื้นที่บนถนนเยาวราชมีความสำคัญทางด้านการค้าขายมาอย่างยาวนาน ทำให้เป็นย่านเศรษฐกิจแห่งหนึ่งที่สำคัญของกรุงเทพมหานครและเป็นพื้นที่ที่มีการค้าริมทางรูปแบบหาบเร่ แผงลอยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการคงอยู่ของรูปแบบหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชได้เป็นอย่างดี

4.2 บริบทพื้นที่ศึกษา ถนนเยาวราช

4.2.1 ลักษณะทางกายภาพ

ถนนเยาวราชอยู่ริมฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา (ฝั่งพระนคร) พื้นที่อยู่ภายใต้การปกครองของกรุงเทพมหานคร เขตสัมพันธวงศ์ ซึ่งอยู่ใน 2 แขวง คือแขวงสัมพันธวงศ์และแขวงจักรวรรดิ และต่อเนื่องกับพื้นที่แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนครบางส่วน แต่ในการศึกษาครั้งนี้เลือกพื้นที่บางส่วนบนถนนเยาวราชในระยะทางประมาณ 600 เมตร จากแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์ เนื่องจากเป็นบริเวณพื้นที่ที่มีจำนวนหาบเร่ แผงลอยหนาแน่นในช่วงเวลาที่ต้องการศึกษาตามการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและเป็นไปตามการเข้าควบคุมดูแลของเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ด้วย

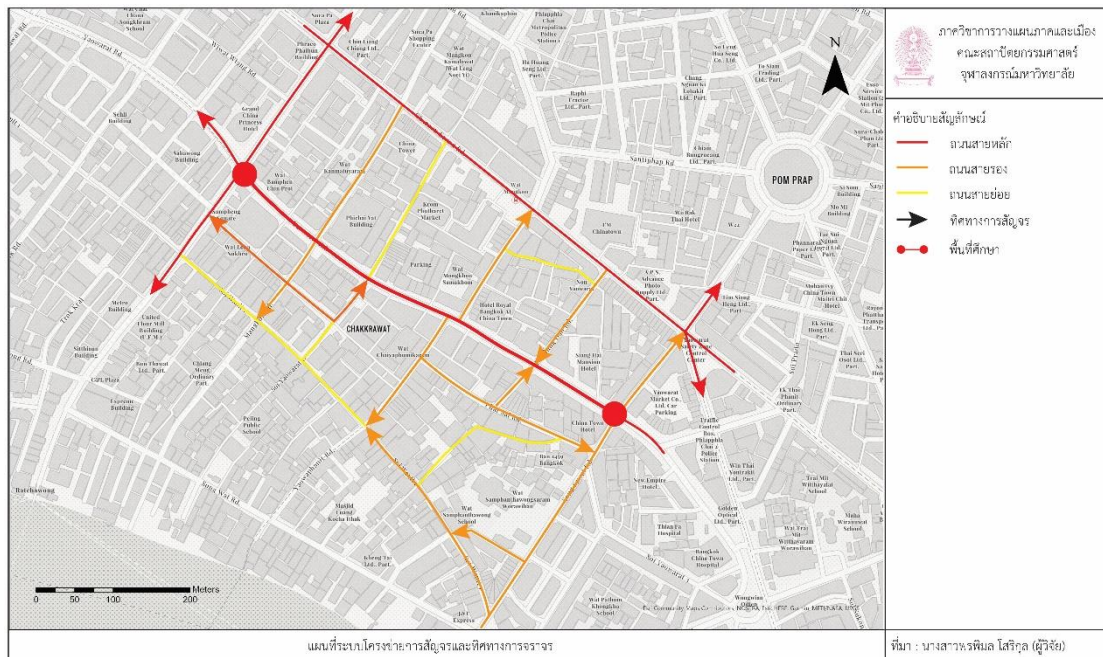


ภาพที่ 20 แผนที่พื้นที่ศึกษาบริเวณถนนเยาวราชแยกเฉลิมบุรีถึงแยกราชวงศ์

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

4.2.1.1 ระบบโครงข่ายการสัญจรและการเข้าถึงพื้นที่

ในพื้นที่บริเวณถนนเยาวราชสามารถจำแนกลำดับศักดิ์ถนนได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ถนนสายหลัก ถนนสายรอง และถนนสายย่อย ดังภาพที่ 21



ภาพที่ 21 แผนที่ระบบโครงข่ายการสัญจรและการจราจร

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

สามารถจำแนกเป็นลำดับศักดิ์ถนนและมีรายละเอียดดังนี้

- ถนนสายหลัก โครงข่ายที่ใช้เชื่อมพื้นที่ศึกษากับพื้นที่บริเวณโดยรอบ ในพื้นที่ศึกษานี้จะมีถนนสายหลักที่ประกอบด้วย ถนนเยาวราช เป็นถนนที่มีเส้นทางการเดินทางเดียวโดยมุ่งหน้าจากวงเวียนโอเดียนผ่านแยกเฉลิมบุรีและแยกราชวงศ์สิ้นสุดที่แยกถนนพระพงษ์ตัดกับถนนมหาไชยและถนนจักรเพชร ซึ่งไม่มีเกาะกลางถนนและสองข้างถนนประกอบด้วยทางเดินเท้า ในอาคารส่วนใหญ่เป็นตึกแถวที่มีการค้าขายสินค้าประเภทต่าง ๆ และข้างทางมีทาบเร่ แผงลอยตั้งขายจำนวนมาก โดยเฉพาะระหว่างแยกเฉลิมบุรีจนถึงแยกราชวงศ์ เช่นเดียวกับถนนเจริญกรุงซึ่งเป็นถนนสายหลักที่อยู่ใกล้กับถนนเยาวราชใช้ในการระบายรถ โดยเป็นถนนที่ไม่มีเกาะกลางและสองข้างทางมีทางเท้าซึ่งอาคารส่วนใหญ่เป็นตึกแถวที่มีการค้าขายในชั้นล่าง และบางช่วงมีการตั้งร้านของทาบเร่ แผงลอยด้วย

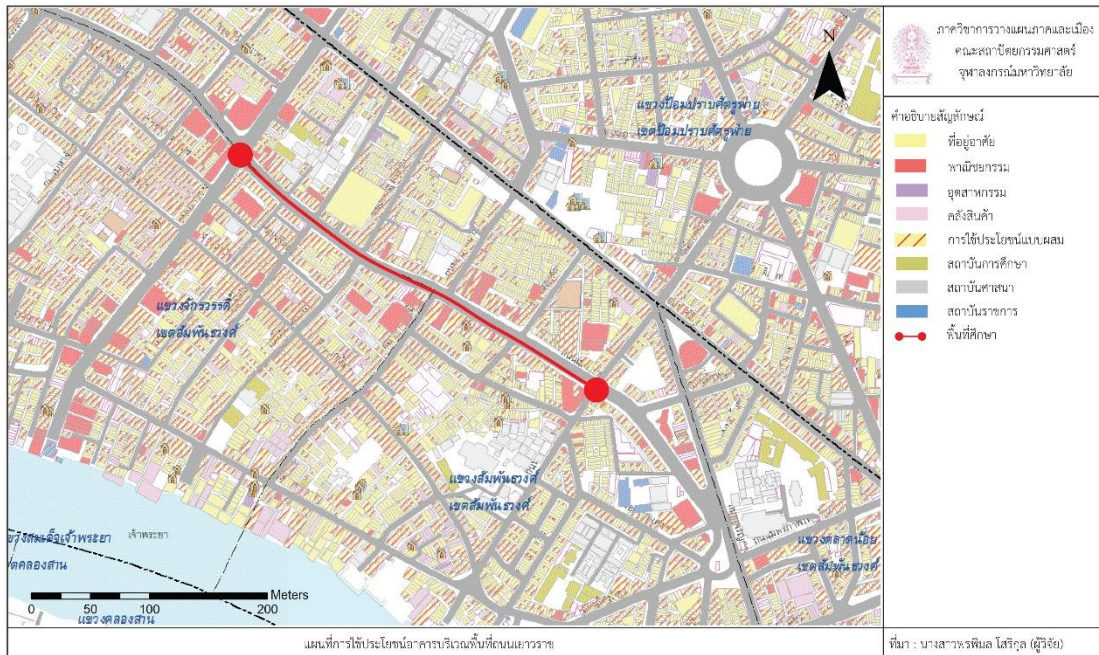
- ถนนสายรอง โครงข่ายถนนในพื้นที่ศึกษาที่รองรับการเดินทางภายในพื้นที่และเป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างถนนสายหลักและเป็นตัวกระจายการสัญจรไปถนนสายย่อยด้วย ซึ่งในพื้นที่ศึกษานี้ประกอบด้วย ถนนผดุงด้าว ถนนแปลงนาม ถนนยาวพาณิชย์ ถนนอิสราณูภาพ และถนนมังกร ซึ่งเป็นถนนที่มี 2 ช่องจราจร ไม่มีเกาะกลางถนนและสองข้างทางมีทางเดินเท้า โดยถนนผดุงด้าว ถนนแปลงนาม ถนนยาวพาณิชย์ และถนนอิสราณูภาพ จะเป็นถนนที่มีกิจกรรมการค้าโดยใช้ทางเดินเท้าที่

สำคัญในช่วงกลางคืน โดยจะมีการกระจุกตัวบริเวณปากถนนที่เป็นจุดตัดกับถนนเยาวราช และถนนอิสรานุภาพฝั่งที่ติดสำเพ็งยังเป็นทางเข้าไปสู่ตลาดเก่าเยาวราชได้

- ถนนสายย่อย โครงข่ายถนนที่รองรับการเดินทางภายในพื้นที่เชื่อมต่อของถนนสายรองส่วนมากจะเป็นถนนที่มีขนาดแคบหรือเป็นตรอกซึ่งเหมาะแก่การเดินทางเท้าเพื่อเข้าทำกิจกรรมหรือเป็นแหล่งจอดรถขึ้นได้ ซึ่งในพื้นที่ศึกษาจะประกอบด้วย ถนนอิสรานุภาพ (ฝั่งถนนเจริญกรุง) ซึ่งเป็นทางเข้าของตลาดใหม่หรือตลาดเล่งบ๊วยเอี้ยะ ก็เป็นพื้นที่ที่มีการเข้าถึงในการทำกิจกรรมการค้าและทางศาสนามากมาย และถนนอิสรานุภาพหรือถนนเยาวราช 6 (ฝั่งติดสำเพ็งหรือฝั่งตลาดเก่า) จะเชื่อมต่อกับถนนเยาวราช 11 ซึ่งเป็นตรอกที่ไม่สามารถนำรถยนต์เข้าไปได้สัญจรด้วยการเดินหรือใช้รถขนาดเล็กได้ เป็นต้น

4.2.1.2 การใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร

การใช้ประโยชน์ที่ดินบนถนนเยาวราชซึ่งอยู่ในการดูแลของเขตสัมพันธวงศ์ตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินที่แนบท้ายกฎกระทรวงที่ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 กำหนดให้พื้นที่ในเขตสัมพันธวงศ์เป็นสีแดงเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ต้องการส่งเสริมให้เป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม เพราะพื้นที่บนถนนเยาวราชเป็นพื้นที่ที่มีการค้าขายกันมาตั้งแต่อดีตและเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญเรื่อยมาซึ่งแต่เดิมเป็นพื้นที่การค้าที่นิยมของชาวจีนที่อพยพมาตั้งหลักค้าขายในไทย จนปัจจุบันไม่เฉพาะแต่ชาวจีนเท่านั้นที่เข้ามาใช้พื้นที่ แต่รวมถึงชาวไทยเชื้อสายจีน ชาวไทย และนักท่องเที่ยวเชื้อชาติต่าง ๆ ได้เข้ามาหมุนเวียนทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ทำให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นที่ดินที่เหมาะสมแก่การทำพาณิชย์กรรม และเมื่อพิจารณาถึงการ उपयोगอาคารของพื้นที่บริเวณถนนเยาวราช จะพบว่าเนื่องจากริมถนนเยาวราชสองฝั่งส่วนใหญ่เป็นตึกแถวที่หนาแน่นไปด้วยกิจกรรมการค้า การธนาคารและการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นแหล่งที่พักอาศัย โดยส่วนใหญ่การ उपयोगอาคารในพื้นที่เยาวราชจะเป็นแบบการ उपयोगแบบผสมซึ่งจะเป็นการผสมระหว่างพาณิชย์กรรมและที่อยู่อาศัย และมีบางอาคารที่ใช้เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยอย่างเดียว หรือบางอาคารที่ใช้เพื่อเป็นแหล่งพาณิชย์กรรมอย่างเดียวด้วยดังภาพที่ 22 ซึ่งการที่อาคารมีพื้นที่ที่เหมาะสมทางพาณิชย์กรรมส่งผลให้พื้นที่เยาวราชกลายเป็นแหล่งพาณิชย์กรรมทำให้การค้าหาบเร่ แผงลอยได้รับการสนับสนุนจากการที่พื้นที่เป็นแหล่งเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการค้าหมุนเวียนด้วย



ภาพที่ 22 แผนที่การใช้ประโยชน์อาคารบริเวณพื้นที่ถนนเยาวราช

ที่มา ผู้วิจัยปรับจากสำนักผังเมือง (2556)

4.2.2 ลักษณะทางสังคม

ย่านการค้าในพื้นที่บนถนนเยาวราช สามารถแบ่งลักษณะทางสังคมตามกลุ่มประชากรในพื้นที่เยาวราชได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน กลุ่มที่ย้ายออกแต่ยังทำการค้าอยู่ในพื้นที่ และกลุ่มประชากรแฝง (สถาบันอาศรมศิลป์ อ้างอิงจากเวสพล ตรีธาราทิพย์, 2559) รายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มที่อาศัยอยู่ดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน เป็นกลุ่มคนดั้งเดิมที่ดำรงชีวิตและพักอาศัยอยู่ในย่านเยาวราชแห่งนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นคนเชื้อสายจีนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษตั้งแต่ในอดีต ซึ่งจะลงหลักปักฐานใช้ชีวิตในพื้นที่เดิมนี้อาจจะด้วยการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เอง หรือการเช่าพื้นที่จากภาคส่วนต่าง ๆ มักจะมีกิจการและร้านค้าอยู่ในทำเลนี้ซึ่งจะใกล้ที่พักของตน

2. กลุ่มที่ย้ายออกแต่ยังทำการค้าอยู่ในพื้นที่ เป็นกลุ่มคนที่เคยอาศัยอยู่ในพื้นที่เยาวราชแต่ได้มีการย้ายถิ่นฐานออกไปจากพื้นที่แล้วซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ที่มีเชื้อสายจีนถึงแม้จะย้ายออกไปอาศัยที่อื่น ด้วยสาเหตุต่าง ๆ เช่น การขยายครอบครัว ความแออัดของพื้นที่บ้านเดิมในเยาวราช เป็นต้น แต่ยังคงเข้ามาทำการค้าอยู่ในพื้นที่เยาวราชซึ่งเป็นถิ่นอาศัยเดิมเพื่อเป็นแหล่งทำมาหากินหรือค้าขาย

3. กลุ่มประชากรแฝง สามารถแบ่งคนกลุ่มนี้ได้ย่อยอีกหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มของผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นคนเยาวราชแต่เดิม แล้วได้เข้ามาทำธุรกิจในพื้นที่ กลุ่มผู้ใช้แรงงานเนื่องจาก

พื้นที่เยาวราชเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ค่อนข้างสูงทำให้ดึงดูดแรงงานจากภายนอกเข้ามาทำงานในพื้นที่มากขึ้น และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.2.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

เยาวราชเป็นพื้นที่หนึ่งของกรุงเทพฯ ๓ ที่มีความโดดเด่นทางด้านการค้าและบริการ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ทำให้เกิดการกระตุ้นให้มีการค้าและบริการมากขึ้นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อรายได้ของกรุงเทพฯ ๓ เมื่อพิจารณามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของกรุงเทพฯ มหานครจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในปี 2562 พบว่า มีสัดส่วนภาคการค้าและบริการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 87.83 รองลงมาเป็นภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 12.13 และภาคเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 0.04 ดังนั้นสัดส่วนการค้าและบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจกรุงเทพฯ ๓ ซึ่งย่านเยาวราชเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีศักยภาพทางด้านการค้าและบริการ ทำให้คนส่วนใหญ่เข้ามาประกอบอาชีพการค้าและบริการในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ซึ่งจะแบ่งรูปแบบการค้าได้ 2 รูปแบบ คือ การค้าที่เกิดขึ้นในตัวอาคาร และการค้าที่เกิดขึ้นริมทางซึ่งได้แก่ รถเข็น หาบเร่ แผงลอย ดังนี้

1. การค้าที่เกิดขึ้นในตัวอาคารส่วนใหญ่จะพบว่า เยาวราชเป็นแหล่งการค้าท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ๓ ตามรายชื่อร้านผู้ผลิตทองรูปพรรณที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความบริสุทธิ์ทองรูปพรรณจาก สคบ. ประจำปี 2561-2563 จากในกรุงเทพฯ 55 ร้าน มีร้านทองที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เยาวราช 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25 จากทั้งหมดซึ่งถือว่ามีปริมาณการกระจุกตัวในพื้นที่เยาวราชสูง นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของธนาคารต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งหมดประมาณ 20 แห่งตลอดสายของถนนเยาวราช รวมถึงการค้าขายสินค้าทางวัฒนธรรมของชาวจีน เช่น ร้านอาหาร ยาจีน เป็นต้นซึ่งมีให้เห็นจำนวนมาก โดยร้านอาหารที่อยู่ตามอาคารซึ่งเป็นภัตตาคารที่กระจายตัวบนถนนเยาวราช ตลาดขายของสดและแห่งในอาคารที่จะกระจุกตัวบริเวณตลาดเก่า และตลาดใหม่หรือที่เรียกว่า ตลาดเล่งบ๊วยเอี้ยะ รวมถึงบริเวณตรอกต่าง ๆ ร้านในอาคารบางส่วนที่ขายของประเภทจิปาละพวกแผ่นเพลงเครื่องราง เป็นต้น ก็มีให้เห็นแทรกอยู่ในอาคารต่าง ๆ ซึ่งเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจที่ควบคู่กับวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความเป็นย่านไชนทาวน์ของประเทศไทยได้

2. การค้าที่เกิดขึ้นนอกตัวอาคาร ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบนทางเท้าซึ่งเป็นร้านค้าริมทาง รถเข็น หาบเร่ แผงลอย ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นประเภทอาหารที่มีให้เลือกอย่างหลากหลายในส่วนที่เป็นวัตถุดิบ เครื่องปรุง ยาจีนที่ใช้ประกอบอาหาร หรือจะเป็นอาหารปรุงสุกรับประทานซึ่งมีจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทอื่น ๆ เช่น ลีอตเตอร์ เป็นต้น

รูปแบบการค้าที่เกิดขึ้นในเยาวราชทั้งหมดส่งผลให้พื้นที่เยาวราชเป็นพื้นที่ส่งเสริมทางเศรษฐกิจประกอบกับการกำหนดใช้ประโยชน์อาคารด้วยยิ่งช่วยส่งเสริมให้เยาวราชกลายเป็นย่านพาณิชย์กรรมที่สำคัญของประเทศ และกิจกรรมการค้าที่เกิดขึ้นทั้งในอาคารและนอกอาคารช่วยให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่แสดงให้เห็นถึงการค้าขายสินค้าทางวัฒนธรรมของพื้นที่เยาวราชได้อย่างเด่นชัด รวมถึงการเปลี่ยนผ่านทางเวลาอาจทำให้อัตลักษณ์ความเป็นย่านเศรษฐกิจแบบเดิมเปลี่ยนแปลงไป แต่เยาวราชยังคงรักษาความเป็นวัฒนธรรมของจีนไว้ได้ด้วยการคงการค้าทางวัฒนธรรมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจได้ต่อไป

4.3 การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช

4.3.1 การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงเวลาปกติ (ก่อนมีปัญหาโรคระบาด COVID-19)

สืบเนื่องจากพื้นที่บริเวณถนนเยาวราชเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่อดีตทำให้ปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวยังคงเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญเรื่อยมา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการค้าบริเวณถนนเยาวราชจะมีการค้า 2 รูปแบบ คือการค้าที่เกิดขึ้นในอาคารและการค้าภายนอกอาคารที่เป็นหาบเร่ แผงลอยซึ่งตั้งแต่มีการสร้างถนนเยาวราชขึ้นชาวจีนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โดยรอบได้เข้ามาอาศัยพื้นที่ในการค้าขาย ถ้าผู้ใดไม่มีอาคารเป็นของตัวเองก็จะนิยมมาขายด้วยการใช้หาบเร่ แผงลอย หรือรถเข็นเพื่อเป็นการเข้าสู่พื้นที่แหล่งขายซึ่งในเยาวราชเองมีตลาดอยู่หลายแห่ง เช่น ตลาดเก่าหรือที่ภาษาจีนเรียกว่า เหล่าตึกถัก ตลาดเล่งบ๊วยเอี๊ยะ เป็นต้น ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ตั้งที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเน้นไปทางอาหารจีนทั้งอาหารแห้ง อาหารสด อาหารปรุง ยาจีน รวมถึงสินค้าทางวัฒนธรรมของคนจีน เช่น ร้านเพลง ร้านขายเครื่องราง เป็นต้น ซึ่งทำให้พื้นที่การค้าในเยาวราชแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชาวจีน และการผสมผสานทางวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายจีนด้วยจึงทำให้พื้นที่การค้านี้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญที่ดึงดูดให้ชาวจีน หรือนักท่องเที่ยวต่างประเทศรวมถึงคนไทยได้เข้ามาจับจ่ายสินค้าจนกลายเป็นย่านการท่องเที่ยวที่สำคัญจนเกิดเป็นโซนนำทาวนเมืองไทย

การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีมานานตั้งแต่อดีตโดยเฉพาะธุรกิจอาหารที่มีความโดดเด่น ทำให้ภาครัฐสามารถนำอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่มาสร้างเป็นนโยบายทางเศรษฐกิจที่กระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่เยาวราชได้ โดยเริ่มต้นครั้งแรกในปี 2540 ภาครัฐได้จัดโครงการถนนคนเดินเชิญชวนประหยัดครั้งแรกในพื้นที่เยาวราช ซึ่งภายใต้โครงการจะจัดขึ้นทั้งหมด 3 ครั้ง แบ่งเป็นแนวคิดเรายกฮองกงมาไว้ที่นี่ มหกรรมอาหารเลิศรส และมหกรรมทองคำเยาวราชและของขวัญ และในปี 2541-2542 ได้จัดโครงการประชาสัมพันธ์ถนนเยาวราชในฐานะสินค้าการท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ปาริชา มุสิกคามะ, 2562) และหลังจากนั้นก็ได้มีการจัดโครงการและกิจกรรมเพื่อ

กระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ด้วยการท่องเที่ยวผ่านอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชเรื่อยมา จนพื้นที่บริเวณถนนเยาวราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้หาบเร่ แผงลอยในพื้นที่จัดเป็นจุดท่องเที่ยวที่เน้นการขายอาหารท้องถิ่น หรือเรียกกันว่า street food ซึ่งแตกต่างจากหาบเร่ แผงลอยในจุดทั่วไปในกรุงเทพมหานครที่เน้นสินค้าสำหรับการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน ทำให้เมื่อภาครัฐได้มีการจัดการและแก้ไขปัญหาหาบเร่แผงลอยที่ระบุใน “การทบทวนรูปแบบและมาตรฐานหาบเร่แผงลอยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ตามที่นายกรัฐมนตรีได้กล่าวคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2562 ที่ผ่านมา ถนนเยาวราชจึงเป็น 1 ในพื้นที่ที่ได้รับการยกเว้นและยังคงได้รับการส่งเสริมการค้าด้วย โดยพื้นที่ที่ได้รับการยกเว้น ได้แก่ ถนนสีลม ถนนเยาวราช และถนนข้าวสาร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจที่นักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าเป็นเสน่ห์ของกรุงเทพฯ ตามรายงานของเว็บไซต์ท่องเที่ยวอย่าง CNN Travel ในปี 2561 ได้เลือกให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองอันดับหนึ่งสำหรับ street food จึงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่เยาวราช ภาครัฐจึงได้จัดให้มีกิจกรรม “ถนนคนเดิน” (Walking Street) ของหาบเร่แผงลอยในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คือ ศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ ตั้งแต่เมื่อวันที่ 13 ธ.ค. 2562 ที่ผ่านมา (สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี, 2563) ซึ่งจะปิดถนนทุกวันศุกร์-อาทิตย์ เริ่มเวลา 19.00-24.00 น. วันศุกร์และเสาร์จะให้ร้านค้าสามารถมาตั้งขายบนถนนทั้ง 2 ฝั่งโดยจัดให้มีแผงเหล็กกั้น ส่วนวันอาทิตย์จะปิดถนนเต็มพื้นที่ ทดลองก่อน 3 เดือน ดังภาพที่ 19 จะเห็นว่าการพัฒนาในพื้นที่เยาวราชยังคงมีต่อเนื่องให้เห็นในแต่ละช่วงสมัยที่เปลี่ยนผ่านไปตลอด

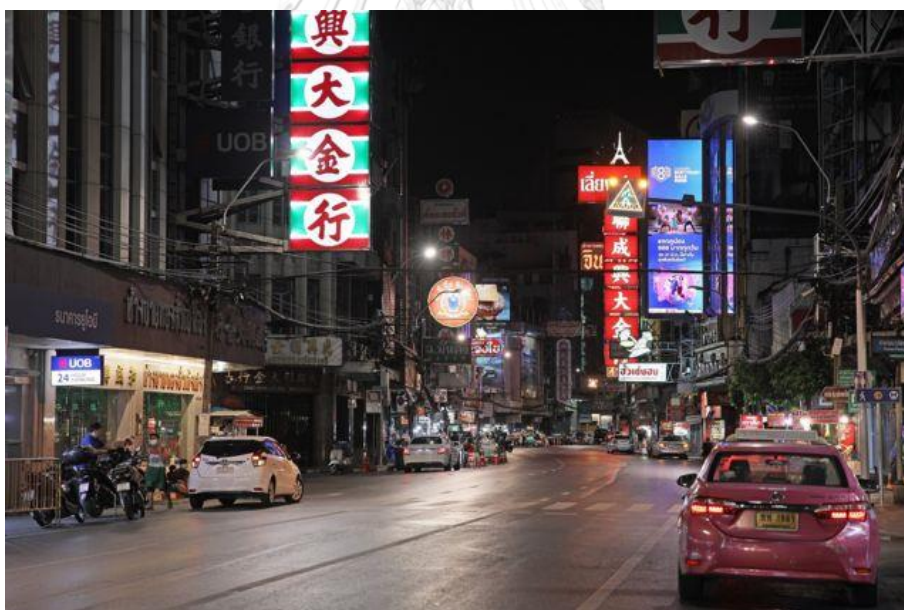


ภาพที่ 23 การจัดถนนคนเดินในพื้นที่เยาวราช

ที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/858246>

4.3.2 การค้าหยาบเร่ง แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงปัญหาโรคระบาด COVID-19

จากการที่พื้นที่บริเวณถนนเยาวราชเป็นพื้นที่การค้าที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจมีนักท่องเที่ยวมากมายไหลเวียนเข้ามาในพื้นที่ที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จนทำให้เกิดมีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการค้าขายในเยาวราชอย่างต่อเนื่องดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว แต่เมื่อเวลาผ่านไปเยาวราชได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับวิกฤติโรคระบาด COVID-19 ซึ่งเป็นภัยพิบัติรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นกับทุกพื้นที่ในโลก ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับเศรษฐกิจของพื้นที่เยาวราชที่อาศัยการเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาเยือน เมื่อโรคระบาดได้เกิดขึ้นจึงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เมื่อประเทศไทยงดการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พื้นที่เยาวราชซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่จึงได้รับผลกระทบอย่างเห็นได้ชัด จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หายไปประกอบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลัวต่อการแพร่ระบาดของโรคระบาดจึงทำให้ผู้บริโภคในพื้นที่เยาวราชที่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนลดลง เว้นแต่ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าประจำที่ยังคงหมุนเวียนมาให้เห็นในรูปแบบของการสั่งออนไลน์ หรือขับรถมาซื้อ เป็นต้น



ภาพที่ 24 พื้นที่เยาวราชช่วงการแพร่ระบาดโควิดเดือนมีนาคม 2563

ที่มา : <https://www.bbc.com/thai/thailand-52081945>

มาตรการที่ทางภาครัฐได้นำมาบังคับใช้การค้าหยาบเร่ง แผงลอยตามตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ซึ่งเป็นมาตรการป้องกัน COVID-19 ของกรุงเทพมหานครสำหรับมาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านอาหารดังที่ได้อธิบายไว้ในบทที่ 2 แล้ว ทำให้เห็นว่าในพื้นที่เยาวราชจึงต้องมี

การปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบที่กำหนด โดยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของเจ้าหน้าที่จากสำนักเทศกิจและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ โดยได้ให้ร้านค้าทุกร้านต้องปฏิบัติตามมาตรการจึงจะสามารถทำการค้าในพื้นที่เยาวราชได้ และเมื่อผ่านพ้นมาตรการในระยะต่าง ๆ แล้วผู้ประกอบการและสมาชิกในร้านค้ายังคงต้องใส่หน้ากากอนามัย เตรียมเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือ และทำความสะอาดอุปกรณ์ให้เรียบร้อย รวมถึงผู้บริโภคนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้พื้นที่จำเป็นต้องใส่หน้ากากอนามัยและรักษาความสะอาดป้องกันการแพร่เชื้อที่อาจจะเกิดขึ้นได้ต่อไปตามมาตรการที่ให้ประชาชนทุกคนที่ออกจากบ้านต้องใส่หน้ากากอนามัยและหมั่นทำความสะอาดร่างกายเพื่อป้องกันและลดการแพร่เชื้อ



ภาพที่ 25 การปฏิบัติตนของผู้มาใช้พื้นที่ตามมาตรการของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค

COVID-19

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

บทที่ 5

ข้อมูลและผลการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ วิกฤติศึกษา ร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 สามารถแบ่งข้อมูลที่ได้เป็น 3 ส่วนหลักตามแบบสอบถาม ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งงานในร้านอาหาร รูปแบบธุรกิจของร้านอาหาร ระยะเวลาค้าขายในพื้นที่เยาวราช ประเภทของร้านอาหาร ระยะเวลาที่ปิดกิจการช่วง COVID-19 จำนวนที่นั่งภายในร้าน จำนวนพนักงานในร้าน (รวมเจ้าของกิจการด้วย) รายรับและรายจ่ายจากการค้าช่วงเวลาปกติและระหว่างช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลการดำเนินธุรกิจของร้านค้าประชากร ตัวอย่างโดยแบ่งได้เป็นการปรับตัวทางด้านธุรกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของการดำเนินธุรกิจระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 และส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลในส่วนของความสัมพันธ์ทางสังคมที่ประกอบด้วย การคำนวณระดับทุนทางสังคม (Social capital) และการวิเคราะห์เครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม (Social network analysis) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลเพื่อให้ทราบถึงปรากฏการณ์การปรับตัวและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปสู่แนวทางในการพัฒนา รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น วิกฤติการระบาดของโรค COVID-19 เป็นต้น ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

- 5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช
- 5.2 การเปลี่ยนแปลงการค้าของหาบเร่ แผงลอยในเยาวราชที่ส่งผลต่อเมือง
- 5.3 ความสัมพันธ์และทุนทางสังคมในพื้นที่
- 5.4 เครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช

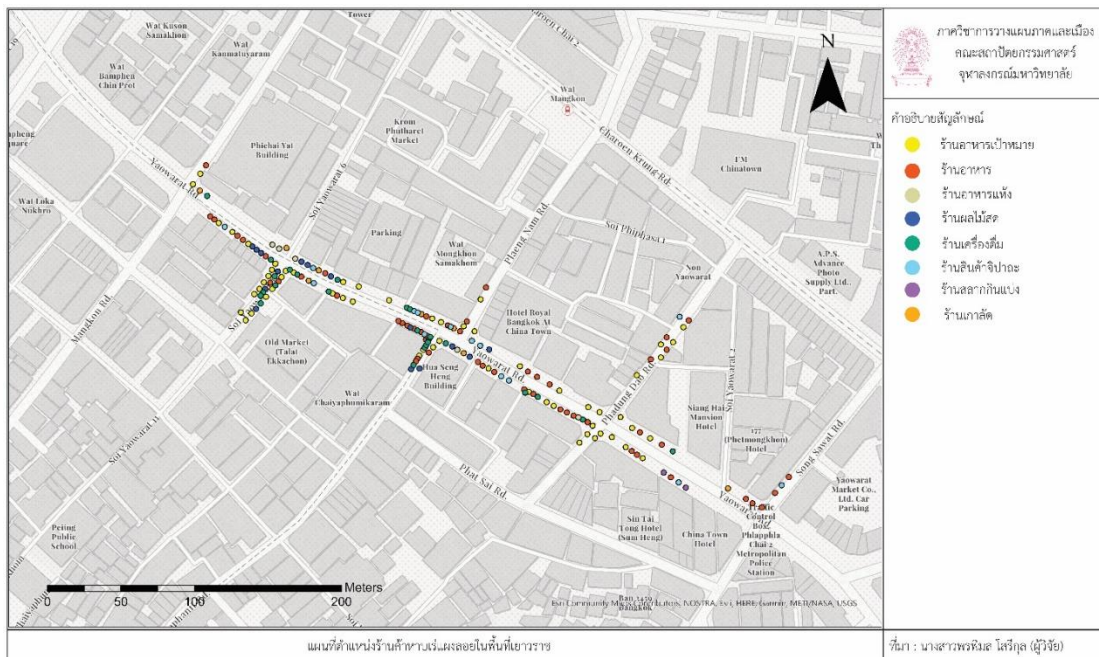
5.1.1 สภาพการค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช

พื้นที่บริเวณถนนเยาวราชเป็นพื้นที่การค้าที่มีการสับเปลี่ยนกิจกรรมตลอดเวลาในแต่ละวันจำนวนหาบเร่ แผงลอยจึงมีการสับเปลี่ยนกันตามช่วงเวลาเช่นกัน โดยแบ่งเป็นช่วงเช้า กลางวัน เย็น จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา รวมถึงการลงสำรวจพื้นที่เยาวราชพบว่า กิจกรรมการค้าหาบเร่ แผงลอยในช่วงเย็นมีความหนาแน่นมากที่สุด จากการลงพื้นที่สำรวจช่วงเวลาประมาณเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 พบจำนวนร้านค้าหาบเร่ แผงลอยทั้งหมดที่ปรากฏช่วงกลางวันประมาณ 176 ร้าน ซึ่งประกอบด้วย หาบเร่ แผงลอยประเภทร้านอาหาร เกาลัด ผลไม้สด เครื่องดื่ม ร้านขายของจิปาละ สลากกินแบ่ง อาหารแห้ง ดังตารางที่ 14 และสามารถระบุตำแหน่งร้านค้าได้ดังภาพที่ 26

ตารางที่ 14 ประเภทร้านค้าหาบเร่ แผงลอยบริเวณถนนเยาวราชช่วงเย็น

ประเภท	จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
ร้านอาหาร	102	57.95
เกาลัด	9	5.11
ผลไม้สด	20	11.36
เครื่องดื่ม	23	13.07
ร้านจิปาละ	14	7.95
สลากกินแบ่ง	2	1.14
อาหารแห้ง	6	3.41
รวม	176	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 26 แผนที่ตำแหน่งหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงเย็นทั้งหมด

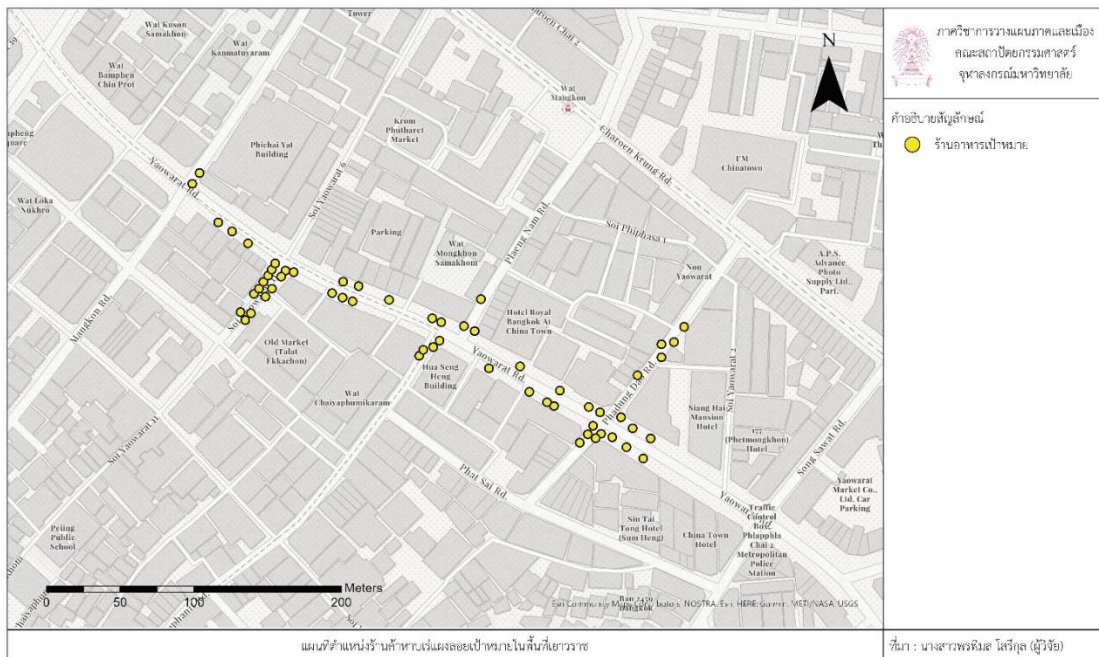
(กรกฎาคม-กันยายน 2563)

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

จากตารางที่ 14 จะพบว่าร้านหาบเร่ แผงลอยช่วงเย็นซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียาบเร่แผงลอยหนาแน่นมากที่สุดจะมีร้านหาบเร่แผงลอยประเภทอาหารที่มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.95 และเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบร้านหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารสามารถแบ่งย่อยได้เป็น 4 รูปแบบดังนี้

1. ร้านอาหารที่ปรุงและมีที่นั่ง มีจำนวน 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.86 ของร้านหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารทั้งหมด
2. ร้านอาหารที่ปรุงอย่างเดียว มีจำนวน 35 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 34.31 ของร้านหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารทั้งหมด
3. ร้านอาหารที่มีที่นั่งอย่างเดียว มีจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 0.98 ของร้านหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารทั้งหมด
4. ร้านอาหารที่ไม่ปรุงและไม่มียานั่ง มีจำนวน 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 7.84 ของร้านหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารทั้งหมด

โดยประชากรที่เป็นเป้าหมายในการทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการค้าหาบเร่ แผงลอยอาหารที่ปรุงและมีที่นั่ง ซึ่งมีจำนวนมากที่สุดทั้งหมด 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.86 ของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารทั้งหมด และแสดงตำแหน่งได้ดังภาพที่ 27



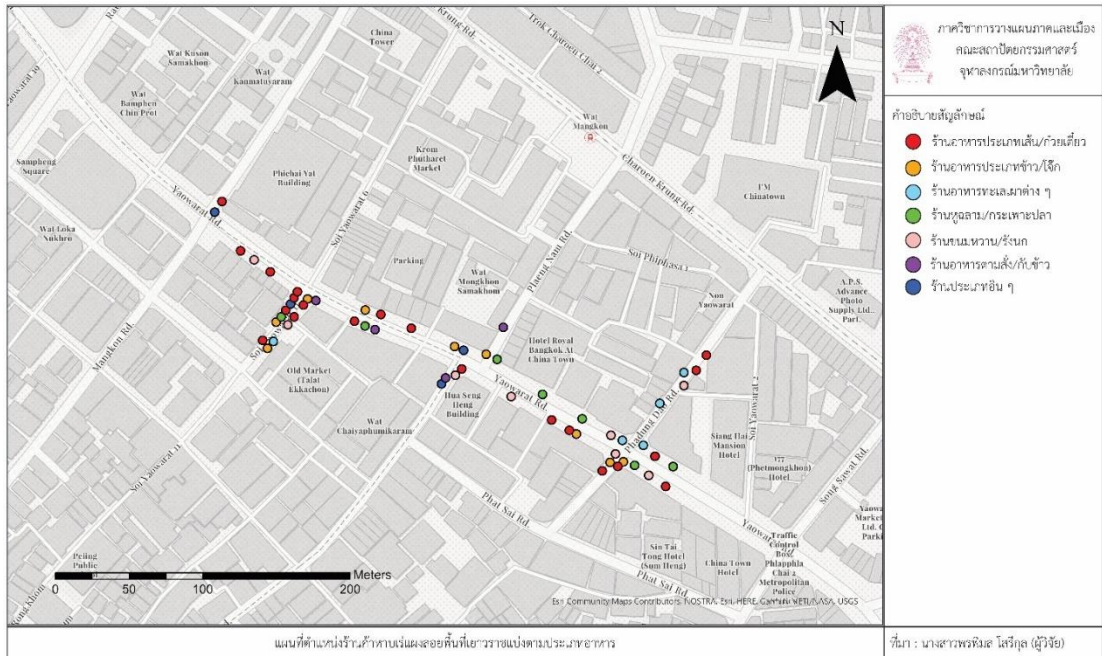
ภาพที่ 27 แผนที่ตำแหน่งร้านค้าหาบเร่ แผงลอยอาหารเป้าหมายที่มีการปรุงและนั่งรับประทานใน

พื้นที่

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

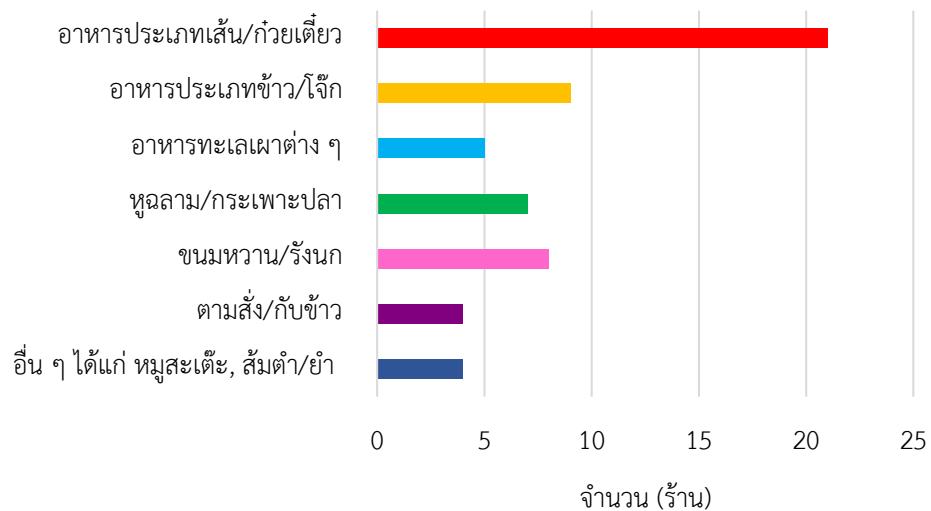
จากประชากรที่เลือกมาศึกษา คือ ร้านหาบเร่แผงลอยประเภทอาหารที่มีการปรุงและมีที่นั่งรับประทานในพื้นที่ในช่วงการค้าหาบเร่ แผงลอย ช่วงเย็นของบริเวณพื้นที่เยาวราชซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 58 ร้าน สามารถแบ่งประเภทอาหารได้ดังภาพที่ 28 แสดงตำแหน่งร้านค้าหาบเร่ แผงลอยอาหารแบ่งตามประเภทอาหาร และ 29 แสดงสัดส่วนประเภทอาหาร โดนแบ่งเป็นอาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยวจำนวน 21 ร้าน อาหารประเภทข้าว/โจ๊กจำนวน 9 ร้าน อาหารทะเลเผาต่าง ๆ จำนวน 5 ร้าน หูฉลาม/กระเพาะปลาจำนวน 7 ร้าน ขนมหวาน/รังนกจำนวน 8 ร้าน อาหารตามสั่ง/กับข้าวจำนวน 4 ร้าน อาหารประเภทอื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำจำนวน 4 ร้าน ซึ่งร้านอาหารหาบเร่แผงลอยที่มีการปรุงและมีที่นั่งรับประทานในพื้นที่จะสามารถเห็นภาพรวมของกระบวนการค้าและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยได้อย่างชัดเจนทั้งช่วงเวลาปกติและ

ช่วงวิกฤติ เมื่อเกิดภัยพิบัติ เช่น การระบาดของโรคระบาด COVID-19 ในครั้งนี้ที่มีมาตรการและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อร้านค้าอาหารหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชนี้ได้



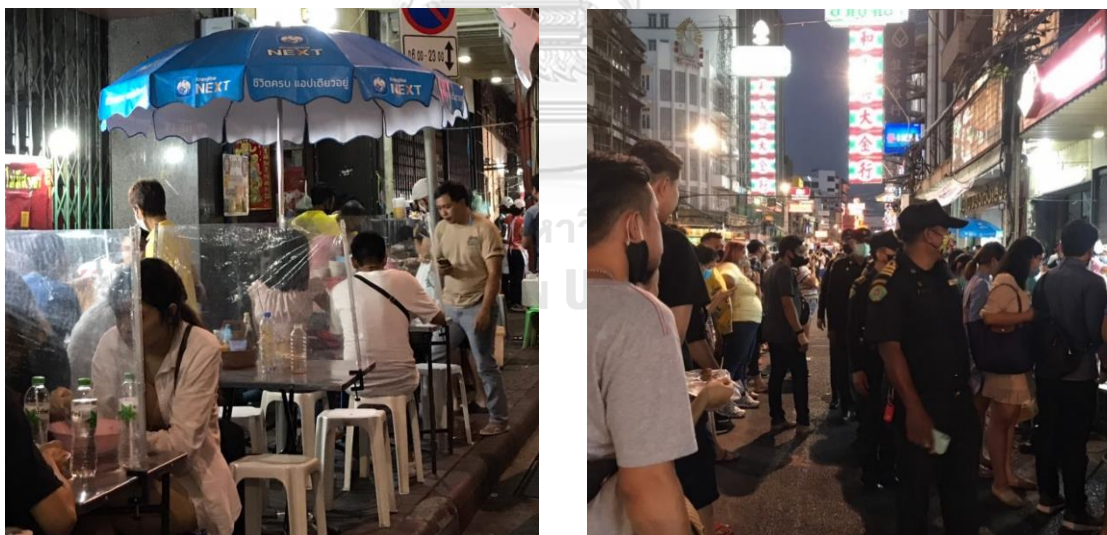
ภาพที่ 28 แผนที่ตำแหน่งร้านค้าหาบเร่ แผงลอยพื้นที่เยาวราชแบ่งตามประเภทอาหาร

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 29 สัดส่วนประเภทอาหารของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอย

นอกจากนี้การค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จะมีการเปลี่ยนแปลงตามรูปแบบมาตรการที่ภาครัฐได้กำหนดเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยร้านหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชได้ปฏิบัติตามมาตรการที่ทางภาครัฐ (สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร) ได้มีการตรวจสอบและดูแลอย่างต่อเนื่อง จากการลงพื้นที่สำรวจในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคมจะพบการปฏิบัติตัวของร้านแตกต่างกันไปตามช่วงเวลา โดยในช่วงเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม พ.ศ. 2563 ดังภาพที่ 30 ร้านค้ายังคงปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนถึงแม้จะเกินช่วงเวลาที่กำหนดมาแล้วแต่บางร้านยังคงปฏิบัติตามอยู่ เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสะอาดและความปลอดภัยของร้านค้านั้น ๆ และเจ้าหน้าที่จากสำนักเทศกิจและสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ได้เข้ามาให้การควบคุมดูแลตลอด ช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2563 ร้านค้าส่วนใหญ่จะลดการปฏิบัติบางอย่างลงเนื่องจากเลยช่วงการผ่อนปรนแล้วร้านค้าสามารถทำการค้าได้ตามปกติ และสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ดีขึ้นประกอบกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นชาวไทยได้เริ่มกลับมาซื้อสินค้าในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น แต่ทางร้านยังคงที่จะดูแลความสะอาดในส่วนอื่น ๆ ต่อไป เช่น มีเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ สวมหน้ากากอนามัย และทางเจ้าหน้าที่ยังคงมาตรวจสอบและดูแลอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริการส่งอาหารออนไลน์ช่วยให้สะดวกในการซื้อสินค้ามากขึ้น เป็นต้น ดังภาพที่ 31



ภาพที่ 30 ลงสำรวจพื้นที่เยาวราชเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม พ.ศ. 2563

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 31 ลงสำรวจพื้นที่เยาวราชเดือนกันยายน พ.ศ. 2563

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

5.1.2 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ค้าหาบเร่ แผงลอย ประเภทอาหาร สามารถจำแนกข้อมูลพื้นฐานที่หาบเร่ แผงลอยในเยาวราชได้รายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.2.1 ลักษณะประชากรของหาบเร่ แผงลอยอาหาร

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดข้อมูลพื้นฐานที่เป็นลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงานในร้านอาหาร ที่พักอาศัยของผู้ประกอบการ รูปแบบธุรกิจของร้านอาหาร ระยะเวลาที่ขายในพื้นที่เยาวราช และประเภทของร้านอาหารซึ่งจะทำให้เห็นลักษณะประชากรของกลุ่มการค้าร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยที่มีการปรุงและนั่งรับประทานในพื้นที่ ตามตารางที่ 15

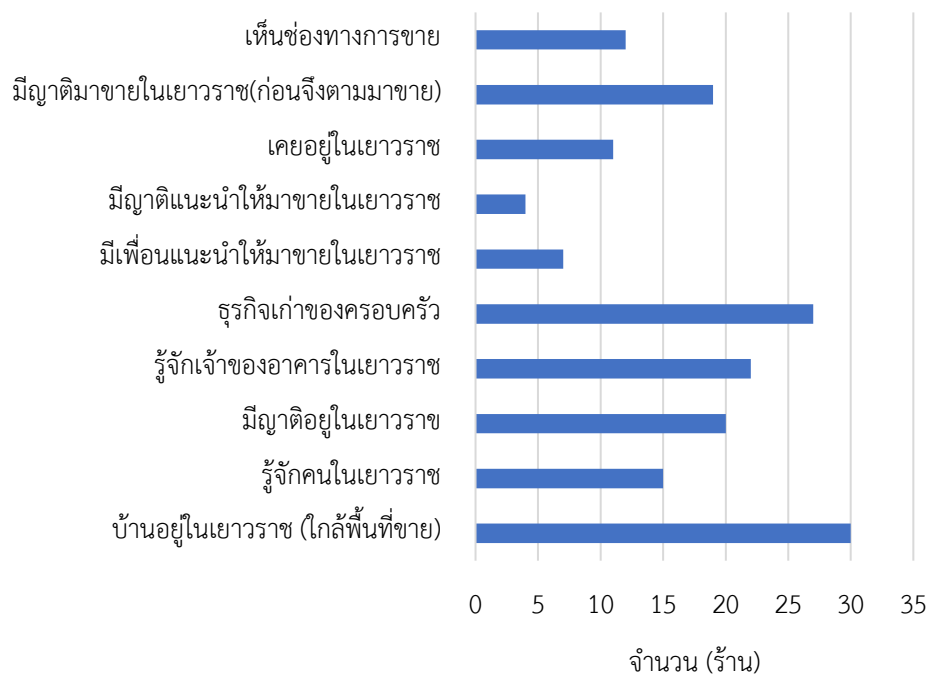
ตารางที่ 15 ข้อมูลแสดงลักษณะประชากรของหาบเร่ แผงลอยอาหารของผู้ให้ข้อมูลและร้านค้าตัวอย่าง

ลำดับ	ลักษณะประชากรของผู้ให้ข้อมูล		จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
1	เพศ	ชาย	15	25.86
		หญิง	43	74.14
2	อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
		20-30 ปี	5	8.62
		31-40 ปี	11	18.97
		41-50 ปี	18	31.03
		51-60 ปี	15	25.86
		มากกว่า 60 ปี	9	15.52

ลำดับ	ลักษณะประชากรของผู้ให้ข้อมูล		จำนวน (ร้าน)	ร้อยละ
3	ตำแหน่งงานใน ร้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	41	70.69
		สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ	15	25.86
		ลูกจ้าง	2	3.45
4	ที่พักอาศัยของ ผู้ประกอบการ	พื้นที่ในเยาวราช	30	51.72
		พื้นที่อื่น	28	48.28
5	รูปแบบธุรกิจของ ร้านอาหาร	เจ้าของคนเดียว/ธุรกิจครอบครัวเรือน	57	98.28
		ธุรกิจแบบหุ้นส่วน	1	1.72
		ธุรกิจแบบแฟรนไชส์	0	0.00
6	ระยะเวลาที่ขายในพื้นที่ เยาวราช	น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00
		1-10 ปี	5	8.62
		11-20 ปี	18	31.03
		21-30 ปี	10	17.24
		31-40 ปี	16	27.59
		มากกว่า 40 ปี	9	15.52

จากตารางซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการลงเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามจะพบว่า ร้านค้าอาหารหาบเร่แผงลอยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเข้ามาดูแลความเรียบร้อยของกิจการเอง เนื่องจากข้อมูลที่ได้ทำการเก็บเป็นช่วงเวลาที่ร้านค้าเปิดทำการขายซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเข้ามาบริหารจัดการร้านเองเกือบตลอดทำให้ผู้วิจัยสามารถสอบถามจากผู้ประกอบการได้โดยตรงและผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยกลางคน จากข้อมูลผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 74.14 ของทั้งหมด และช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.03 ของทั้งหมด โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเองซึ่งมีจำนวน 41 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 70.69 ของทั้งหมด และเนื่องมาจากว่าผู้ประกอบการร้านส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่บริเวณถนนเยาวราชซึ่งมีจำนวน 30 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 51.72 ของทั้งหมด นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลที่ผู้ประกอบการร้านค้าส่วนใหญ่เลือกมาค้าขายในเยาวราชเนื่องจากเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเยาวราช และเป็นธุรกิจเก่าของครอบครัว ดังภาพที่ 32 ทำให้เห็นว่าข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่เป็นคนดั้งเดิมที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่เยาวราช เช่น เป็นผู้อาศัยหรือเคยอยู่อาศัยใกล้บริเวณถนน

เยาวราช และเป็นธุรกิจเดิมของครอบครัวหรือญาติของตนเองทำให้ร้านค้าในเยาวราชส่วนใหญ่เป็นร้านค้าที่ทำการค้าในพื้นที่มานานมีความคุ้นเคยในพื้นที่เป็นอย่างดี



ภาพที่ 32 เหตุผลที่ผู้ประกอบการหาบเร่แผงลอยเลือกหรือตัดสินใจที่มาทำการค้าในพื้นที่เยาวราช
ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

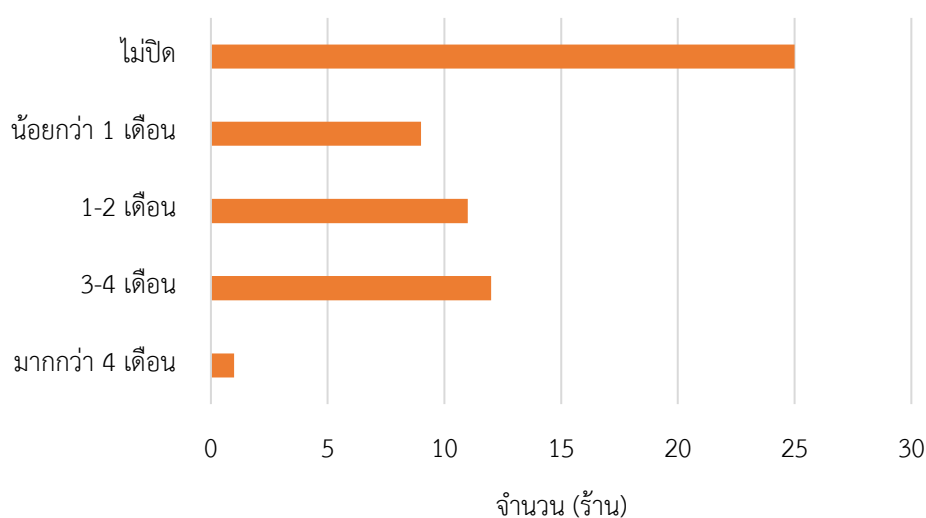
เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบของธุรกิจก็สอดคล้องกันที่ว่าส่วนใหญ่เป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว/ธุรกิจของครอบครัวซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 57 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98.28 ของทั้งหมด และระยะเวลาการทำการค้าขายส่วนใหญ่ 11-20 ปี ซึ่งมีจำนวน 18 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.03 ของทั้งหมด รองลงมาคือ 31-40 ปี ซึ่งมีจำนวน 16 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 27.59 ของทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐานที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่าการค้าในพื้นที่เยาวราชส่วนใหญ่เป็นการค้าที่มีช่วงเวลาที่ถือว่ายาวนานสำหรับการทำการค้าขายในพื้นที่ ทำให้ร้านค้าส่วนใหญ่ในพื้นที่เยาวราชเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับพื้นที่มาเป็นระยะเวลานานซึ่งดูได้จากข้อมูลของผู้ประกอบการที่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเยาวราชและข้อมูลที่ชี้ให้เห็นว่าร้านค้าที่ทำการเปิดการค้าขายในพื้นที่เยาวราชเป็นร้านที่มีการทำการค้ามาอย่างยาวนานและมีความสัมพันธ์กับพื้นที่

5.1.2.2 ผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ที่มีต่อร้านอาหารหาบเร่ แผงลอย

จากการสอบถามข้อมูลผลกระทบที่ได้รับจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่เขยวราชของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอย ส่งผลต่อการทำการค้าของร้านค้าเป็นอย่างมาก โดยมีร้านค้าบางส่วนได้ปิดร้านชั่วคราวหรือบางร้านอาจจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าไป โดยข้อมูลจากสำนักเทศกิจเมื่อได้นำมาวิเคราะห์รูปแบบร้านอาหารตามประชากรตัวอย่างแล้วพบว่า มีจำนวนทั้งหมด 66 ร้าน และเมื่อทำการสำรวจและลงเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างกรกฎาคมถึงตุลาคม พ.ศ. 2563 ที่เป็นการระบาด COVID-19 กลับพบว่า มีจำนวน 58 ร้าน ซึ่งมีจำนวนน้อยกว่าข้อมูลที่มีอาจเป็นผลอันเนื่องมาจากการระบาดของโรคระบาดในครั้งนี้ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบตามข้อมูลที่เป็นทฤษฎี

1.ผลกระทบด้านระยะเวลาการปิดร้านค้าช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

เมื่อได้สอบถามร้านค้าถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเปิดร้านให้บริการในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ช่วงระยะผ่อนปรน พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ยังคงดำเนินการขายตามปกติโดยไม่ได้ปิดร้านซึ่งมีจำนวนมากที่สุดดังภาพที่ 33 และจะเปิด-ปิดร้านแต่ละวันตามมาตรการที่ทางภาครัฐได้กำหนด เช่น ถ้าทางภาครัฐสั่งให้ประชาชนออกจากเคหสถานเวลา 22.00 น.ทางร้านส่วนใหญ่จะเก็บร้านก่อนเวลาดังกล่าวประมาณหนึ่งชั่วโมง เป็นต้น หลังจากเลยช่วงเวลาผ่อนปรนตามที่ภาครัฐกำหนดจะกลับมาขายตามเดิมแต่ยังคงปิดร้านเร็ว เนื่องจากเป็นช่วงที่กำลังปรับจากเวลาผ่อนปรนมาสู่การค้าปกติ และทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวันด้วยที่จะส่งผลต่อการปิดร้านช้าหรือเร็ว

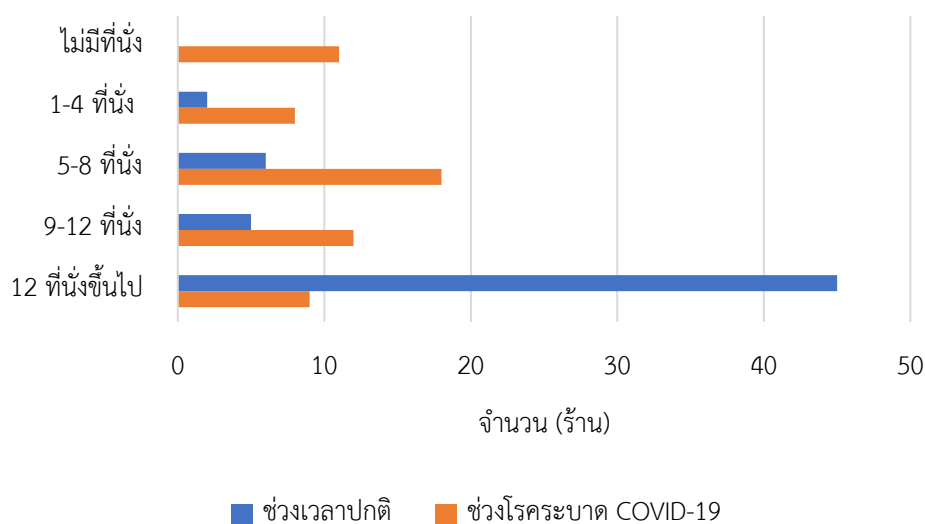


ภาพที่ 33 ระยะเวลาที่ปิดกิจการช่วงการแพร่ระบาด COVID-19

จากภาพที่ 33 จะพบว่าร้านค้าส่วนใหญ่จะไม่ปิดกิจการช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยร้านค้าส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าต้องการที่จะค้าขายถึงแม้จะไม่ได้กำไรแต่ต้องการจ้างลูกจ้างต่อไป เพื่อให้พวกเขาสามารถดำรงชีวิตต่อไปได้แม้จะเกิดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จึงไม่ปิดกิจการ และบางร้านไม่รู้จะเปลี่ยนไปทำอะไรเลยมาขายของตามที่ถนนแต่ก็เปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นต้น ซึ่งมีจำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ของทั้งหมด ส่วนร้านที่เหลือจะปิดกิจการลงบางช่วงเวลา ซึ่งมีเหตุผลที่ปิดร้านแตกต่างกันโดยจากการสอบถามบางร้านได้ให้เหตุผลว่าเนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นภัยที่เกิดขึ้นเร็วทำให้ยังจับทิศทางการค้าไม่ได้จึงต้องปิดร้านเพื่อดูทิศทางแล้วหาแนวทางในการค้าขาย เป็นต้น

2. ผลกระทบด้านการจัดเตรียมที่นั่งภายในร้านช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

จากปัญหาการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้ภาครัฐมีมาตรการที่จะป้องกันการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการจำกัดที่นั่งภายในร้านให้ลดลงหรือไม่เลยเพื่อลดการแพร่เชื้อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อร้านค้าอาหารหาบเร่แผงลอยที่มีรูปแบบการนั่งรับประทานในพื้นที่ซึ่งจำนวนที่นั่งปกติมีน้อยอยู่แล้วตามรูปแบบการค้าหาบเร่แผงลอยในเยาวราชที่ได้มีกำหนดห้ามตั้งที่นั่งลงบนถนนที่กำหนดไว้ ประกอบกับการต้องเว้นระยะห่างในช่วง COVID-19 จำนวนที่นั่งในร้านจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงดังภาพที่ 34

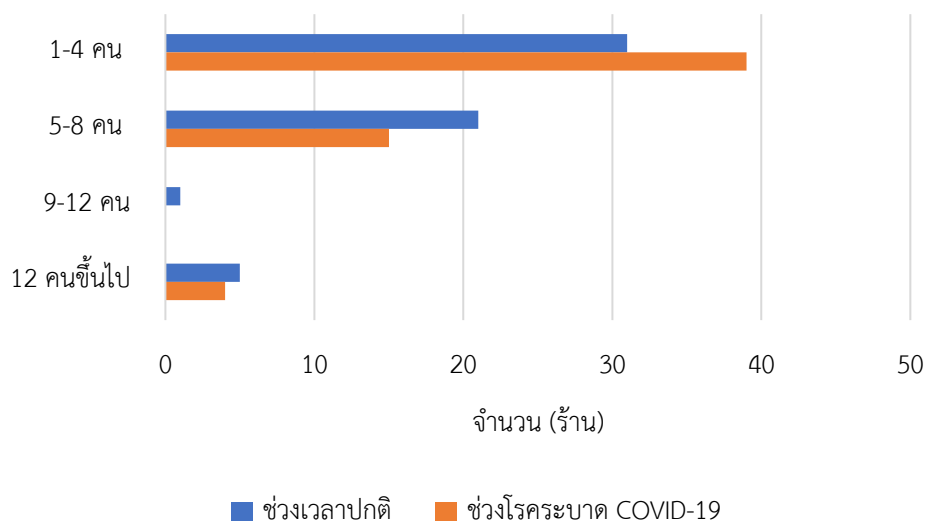


ภาพที่ 34 จำนวนที่นั่งภายในร้านระหว่างช่วงเวลาปกติกับช่วงโรคระบาด COVID-19

จากภาพที่ 34 เป็นการเปลี่ยนแปลงจำนวนที่นั่งภายในร้านระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนของจำนวนที่นั่งอย่างเห็นได้ชัดจากช่วงเวลาปกติ โดยจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 12 ที่นั่งขึ้นไปในช่วงเวลาปกติจะมีจำนวนมากถึง 45 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 77.59 ของทั้งหมด แต่เมื่อเกิดการระบาด COVID-19 จำนวนที่นั่ง 12 ที่นั่งขึ้นไปลดลงเหลือเพียง 9 ร้าน คิดเป็น 15.52 ของร้านทั้งหมด กลับกันในช่วงเวลาปกติร้านค้าที่ไม่มีที่นั่งเลยมีจำนวน 0 ร้าน คิดเป็นทั้งหมดร้อยละ 0 ของทั้งหมด แต่เมื่อเกิดการระบาด COVID-19 ร้านค้าที่ไม่มีที่นั่งเลยเพิ่มขึ้นมาเป็น 11 ร้านคิดเป็นร้อยละ 18.97 ของร้านทั้งหมด เช่นเดียวกับจำนวนร้านค้าที่มีที่นั่ง 1-4 ที่นั่ง 5-8 ที่นั่ง และ 9-12 ที่นั่งที่เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง 2 ช่วงเวลา ช่วงปกติจะมีจำนวนน้อยกว่าช่วงการระบาดของ COVID-19 แต่เมื่อเกิดการระบาดร้านค้าบางส่วนจึงได้ลดจำนวนที่นั่งจาก 12 ที่นั่งขึ้นไปมาอยู่ในสัดส่วนที่น้อยลง ทำให้จำนวนที่นั่งดังกล่าวมีสัดส่วนมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ

3. ผลกระทบด้านจำนวนพนักงานช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

จากการสอบถามในสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงด้านจำนวนพนักงานซึ่งรวมเจ้าของกิจการด้วย โดยเปรียบเทียบระหว่างช่วงปกติกับช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 ดังภาพที่ 35



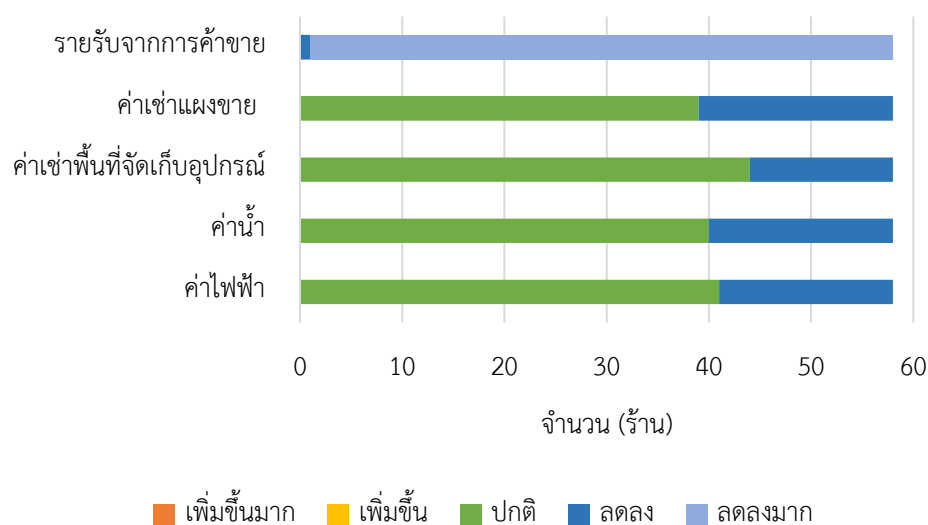
ภาพที่ 35 เปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนพนักงานระหว่างช่วงเวลาปกติกับช่วงโรคระบาด COVID-19

จากภาพที่ 35 จะพบว่าระหว่างช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 เกิดการเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานอย่างเห็นได้ชัด แต่ส่วนใหญ่ยังคงมีจำนวนพนักงานเช่นเดียวกับช่วงเวลาปกติ แต่เมื่อมีการระบาดของโรค COVID-19 ทำให้สัดส่วนของจำนวนพนักงานที่มี 1-4 คน

จากจำนวน 31 ร้าน เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 39 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.79 ของร้านค้าทั้งหมด แต่จำนวนพนักงานในสัดส่วนอื่น ๆ ระหว่าง 5-8 คน 9-12 คน และ 12 คนขึ้นไป จะมีจำนวนพนักงานช่วงเวลาที่ปกติมากกว่าช่วงโรคระบาด COVID-19 แสดงให้เห็นว่าเมื่อเกิดการระบาดของ COVID-19 ทำให้การจ้างงานของพนักงานในร้านค้าจากเดิมที่เป็นช่วงเวลาที่ปกติจะจ้างพนักงานจำนวนมาก แต่เมื่อ COVID-19 ระบาดจึงจำเป็นต้องลดภาระค่าใช้จ่ายจึงลดสัดส่วนพนักงานในร้านลงเหลือเพียง 1-4 คน ทำให้กราฟช่วงโรคระบาด COVID-19 จำนวน 1-4 คน เพิ่มสูงขึ้นมากที่สุด เป็นต้น

4. ผลกระทบด้านรายรับและรายจ่ายช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

จากการสอบถามในส่วนของรายรับและรายจ่ายที่เกิดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 สามารถแบ่งรายละเอียดได้เป็นรายรับ คือ จำนวนรายได้ที่ได้จากการค้าขายที่มาจากการขายอาหารหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช และรายจ่ายซึ่งประกอบด้วย ค่าเช่าแผงขาย ค่าเช่าพื้นที่จัดเก็บอุปกรณ์ ค่าน้ำ และค่าไฟฟ้า ในพื้นที่ซึ่งมีส่วนการเพิ่มขึ้นและลดลง ดังภาพที่ 36



ภาพที่ 36 รายรับและรายจ่ายของร้านค้าในช่วงการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 36 สามารถแบ่งการพิจารณาได้เป็นส่วนของรายรับและรายจ่าย ส่วนรายรับที่ได้จากการค้าขายในพื้นที่เยาวราชจะพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่มีรายรับจากการค้าขายในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ในสัดส่วนที่ลดลงจากเดิมมากซึ่งมีจำนวน 57 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98.28 ของทั้งหมด ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากการที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยลดลงทำให้รายได้หลักของร้านค้าต่าง ๆ ที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศขาดหายไป จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมี

น้อยลงประกอบกับมาตรการของภาครัฐ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศเอง รวมถึงปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทำให้ร้านค้ามีจำนวนลูกค้าลดลงมากส่งผลให้รายได้จากการค้าขายมีจำนวนลดลง

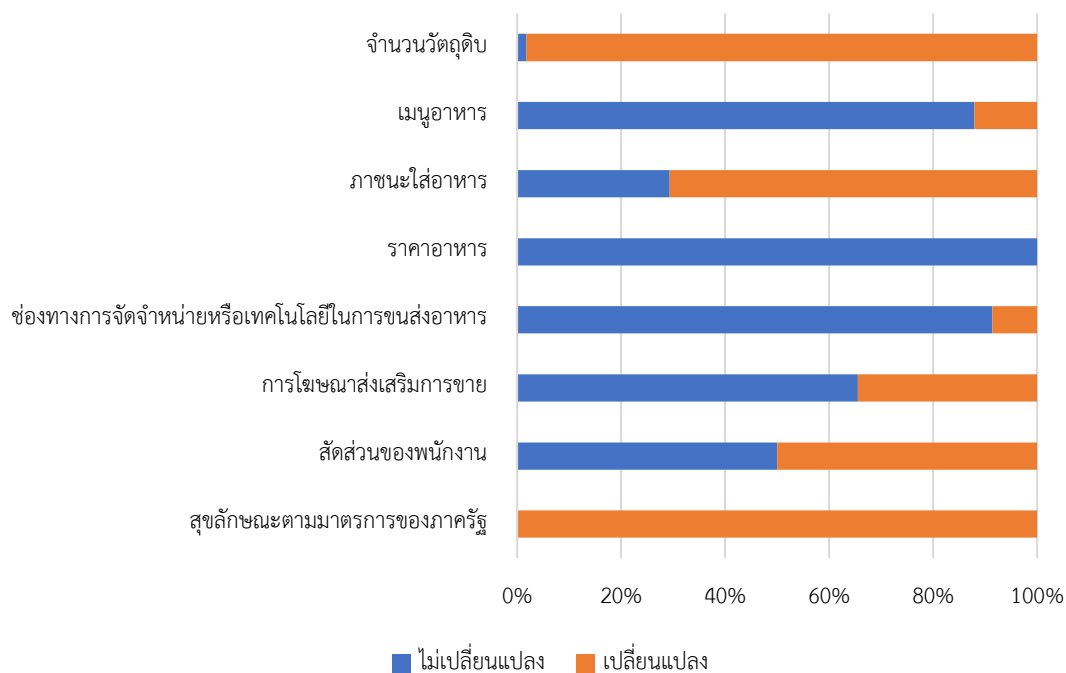
ในส่วนของการจ่ายส่วนใหญ่มักจะมีสัดส่วนปกติ คือ ร้านค้าต้องจ่ายให้ตามปกติแต่อาจจะมีการเดือนที่ได้รับความลดแต่ร้านค้าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ารายจ่ายของตนเป็นปกติไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของปัญหาที่ตนได้รับผลกระทบมากนัก จะสามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้ ค่าเช่าแผงขายในพื้นที่ส่วนใหญ่จ่ายปกติจำนวน 39 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 67.24 ของร้านทั้งหมด และจ่ายลดลงจำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 32.76 ของร้านทั้งหมด ค่าเช่าพื้นที่จัดเก็บอุปกรณ์ส่วนใหญ่จ่ายปกติจำนวน 44 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 75.86 ของร้านทั้งหมด และจ่ายลดลงจำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 24.14 ของร้านทั้งหมด ค่าน้ำส่วนใหญ่จ่ายปกติจำนวน 40 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของร้านทั้งหมด และจ่ายลดลงจำนวน 18 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.03 ของร้านทั้งหมด ค่าไฟฟ้าส่วนใหญ่จ่ายปกติจำนวน 41 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 70.69 ของร้านทั้งหมด และจ่ายลดลงจำนวน 17 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 29.31 ของร้านทั้งหมด จะเห็นได้ว่าร้านค้าในเยาวราชยังคงมีรายจ่ายเท่าเดิม แต่อาจจะมีลดลงบ้างในร้านค้าบางส่วนซึ่งมีจำนวนน้อย แต่รายรับของร้านค้าทุกร้านกลับมีจำนวนลดลงอย่างมากในช่วงการระบาดของโรค COVID-19

5.2 การเปลี่ยนแปลงการค้าของหาบเร่ แผงลอยในเยาวราชที่ส่งผลต่อเมือง

พื้นที่เยาวราชในช่วงการเกิดวิกฤติเช่นการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 มีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจที่สามารถพิจารณาได้เป็นการดำเนินธุรกิจของร้านค้าและห่วงโซ่อุปทานดังนี้

5.2.1 การเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจของร้านค้าช่วง COVID-19

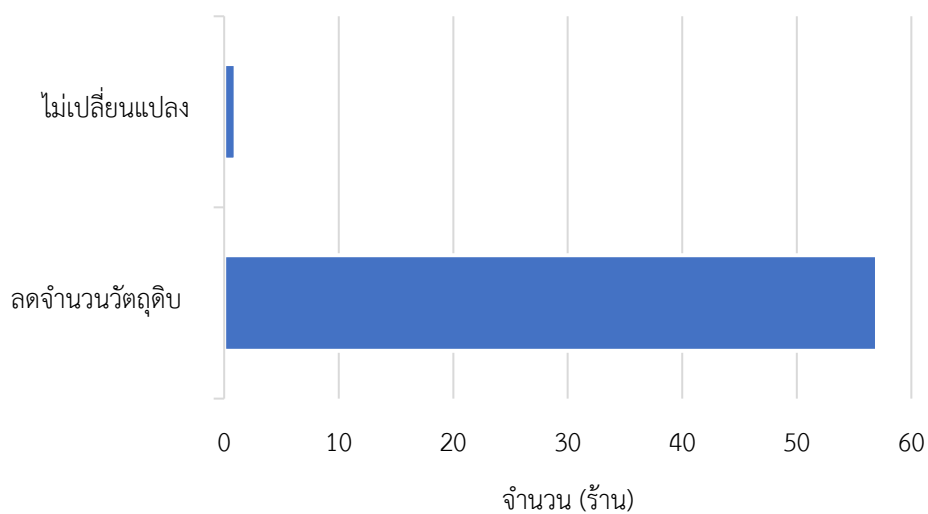
จากการลงพื้นที่สำรวจและสอบถามผู้ประกอบการร้าน สามารถแบ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นช่วงการเกิดการแพร่ระบาด COVID-19 โดยแบ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงของจำนวนวัตถุดิบ เมนูอาหาร รูปแบบของภาชนะใส่อาหาร ราคาอาหาร ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหารจากเดิม การโฆษณาส่งเสริมการขาย การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของพนักงาน และการให้ความสำคัญด้านสุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐซึ่งมีส่วนการเปลี่ยนแปลงดังภาพที่ 37



ภาพที่ 37 การเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจของร้านค้าช่วง COVID-19

จากภาพจะพบว่าร้านค้ามีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ การให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐคิดเป็นร้อยละ 100 ของทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงจำนวนวัตถุดิบคิดเป็นร้อยละ 98.28 ของทั้งหมด และการเปลี่ยนแปลงภาชนะใส่อาหารคิดเป็นร้อยละ 70.69 ของทั้งหมด โดยส่วนใหญ่การเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนของการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐจะมีสัดส่วนมากที่สุดที่ร้านค้าในเยาวราชปฏิบัติทุกร้านเพื่อการสร้างความสะดวก ปลอดภัยและลดการแพร่ระบาดของโรครวมถึงเพื่อการสร้างใจในการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าด้วย นอกจากนี้พื้นที่การค้าเยาวราชอยู่ในความดูแลของสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ ทำให้มีเจ้าหน้าที่เข้ามาให้ความดูแลและกำชับถึงมาตรการที่ต้องปฏิบัติตามภาครัฐเพื่อให้ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยสามารถขายสินค้าได้ในช่วงการเกิดโรคระบาดดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดเพิ่มเติมในการเปลี่ยนแปลงทางด้านธุรกิจด้านต่าง ๆ ดังนี้

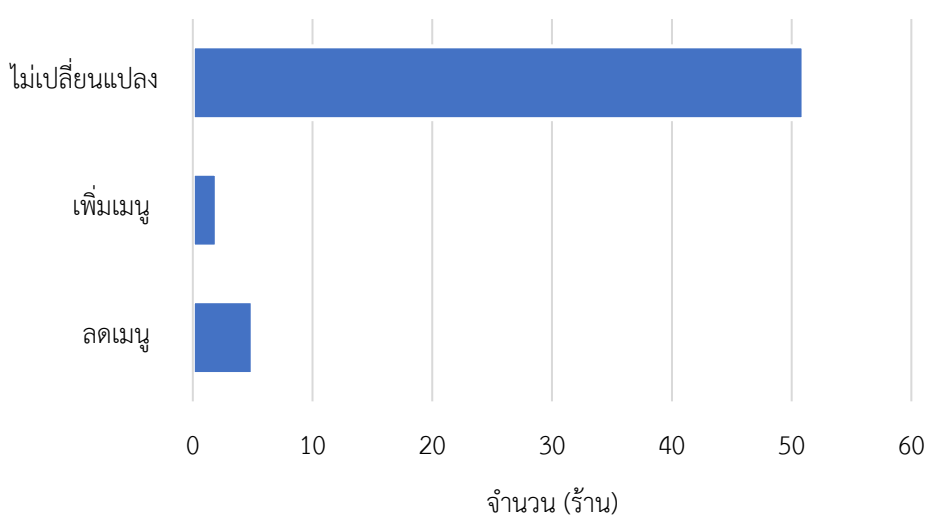
5.2.1.1 การเปลี่ยนแปลงของจำนวนวัตถุดิบ



ภาพที่ 38 การเปลี่ยนแปลงจำนวนวัตถุดิบ

จากภาพการเปลี่ยนแปลงจำนวนวัตถุดิบจะพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่มีการลดจำนวนวัตถุดิบลง เพื่อให้สอดคล้องกับการขายที่มีจำนวนลดลงซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 57 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98 ของทั้งหมด นอกนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนวัตถุดิบจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2 ของทั้งหมด เนื่องจากเป็นร้านค้าที่ขายจำนวนน้อยอยู่แล้วจึงไม่มีผลกระทบมาก

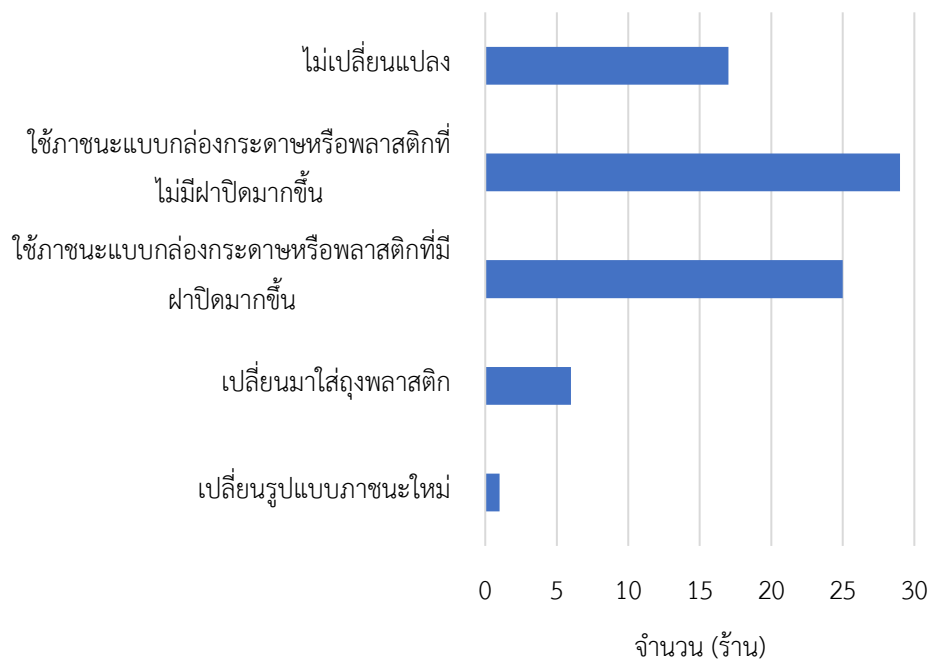
5.2.1.2 การเปลี่ยนแปลงเมนูอาหาร



ภาพที่ 39 การเปลี่ยนแปลงเมนูอาหาร

จากการสอบถามพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงเมนูอาหาร เนื่องจากร้านค้าเลือกที่จะทำเมนูเดิมแต่จะลดจำนวนของวัตถุดิบที่ซื้อในแต่ละครั้งลง รวมถึงบางร้านมีความกดดันกับเมนูอาหารแบบเดิมที่ตนเองขายจึงไม่อยากเปลี่ยนแปลงเมนูอาหารที่ตนเองถนัดซึ่งมีจำนวน 51 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 88 ของทั้งหมด แต่มีร้านค้าบางส่วนที่เลือกลดเมนูอาหารลง เนื่องจากบางเมนูเป็นอาหารที่นิยมในนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ไม่นิยมในนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือมีจำนวนน้อยลงทำให้ร้านค้าที่ขายอาหารที่นิยมเฉพาะชาวต่างชาติต้องลดเมนูบางประเภทลงซึ่งมีจำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 9 ของทั้งหมด และสุดท้ายการเพิ่มเมนูอาหาร เนื่องจากการขายเมนูเดิมไม่สามารถทำให้เกิดกำไรได้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางร้านลองทำเมนูที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยในช่วงการแพร่ระบาดของโรค และตอบสนองสภาพปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น เช่น ร้านอาหารที่ทำอาหารเป็นถ้วยที่มีราคาแพงเปลี่ยนมาทำเป็นอาหารจานเดียวราคาถูก บางร้านนำอาหารทานเล่นเข้ามาขายเพื่อเพิ่มรายได้ เป็นต้น ซึ่งมีจำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3 ของทั้งหมด

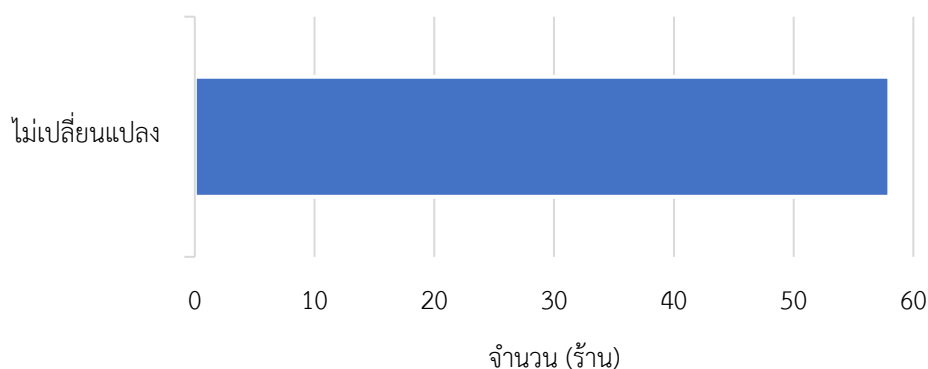
5.2.1.3 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะใส่อาหาร



ภาพที่ 40 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะใส่อาหาร

จากการสอบถามผู้ประกอบการถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะใส่อาหาร พบว่าร้านค้าส่วนใหญ่มีการใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่เป็นกล่องกระดาษหรือพลาสติกแบบไม่มีฝาปิดมากขึ้น เนื่องจากจำนวนที่นั่งในร้านที่ลดลงหรือไม่มีเลยและเพื่อเป็นการสะดวกในการรับประทานของลูกค้าที่สามารถรับประทานอาหารได้เลยพร้อมกับเดินเล่นในพื้นที่จึงใช้ภาชนะดังกล่าวมากขึ้นซึ่งมีจำนวน 29 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ของทั้งหมด แต่มีบางร้านที่ใช้ภาชนะแบบกล่องกระดาษหรือพลาสติกที่มีฝาปิด เพื่อความสะดวกในการนำกลับไปรับประทานที่อื่นและเพื่อการขนส่งสินค้าออนไลน์ด้วยซึ่งมีจำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ของทั้งหมด และบางร้านไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย จำนวน 17 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 29.31 ของทั้งหมด นอกจากนี้เปลี่ยนมาใช้ถุงพลาสติกจำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10.34 ของทั้งหมด และเปลี่ยนภาชนะใส่อาหารรูปแบบใหม่ไปเลยจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.72 ของทั้งหมด

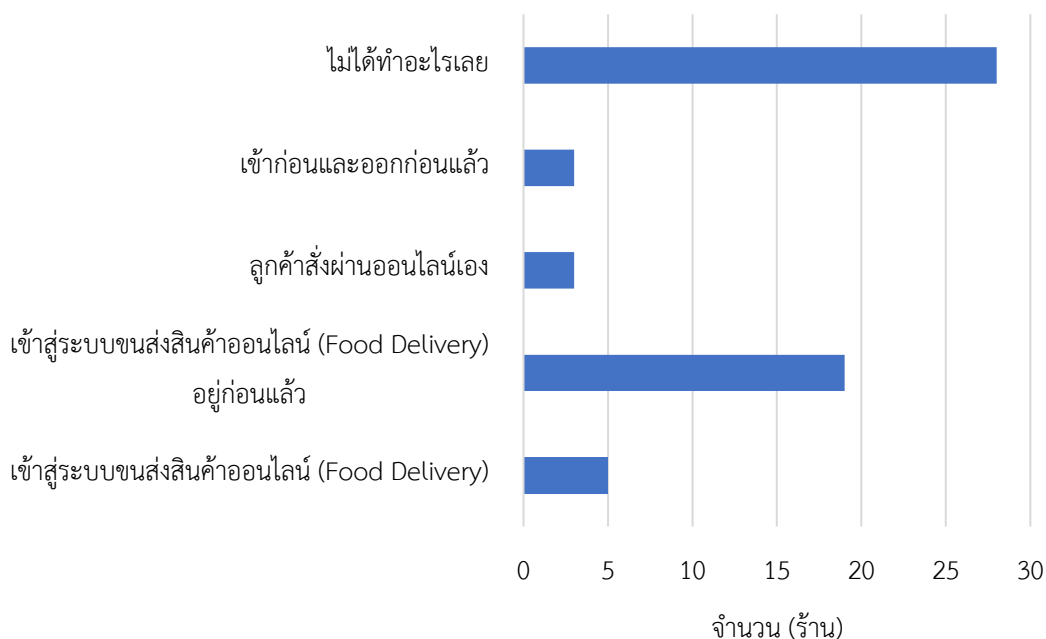
5.2.1.4 การเปลี่ยนแปลงราคาอาหาร



ภาพที่ 41 การเปลี่ยนแปลงราคาอาหาร

จากการสอบถามพบว่าร้านค้าทั้งหมดไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาอาหารจำนวน 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ของทั้งหมด

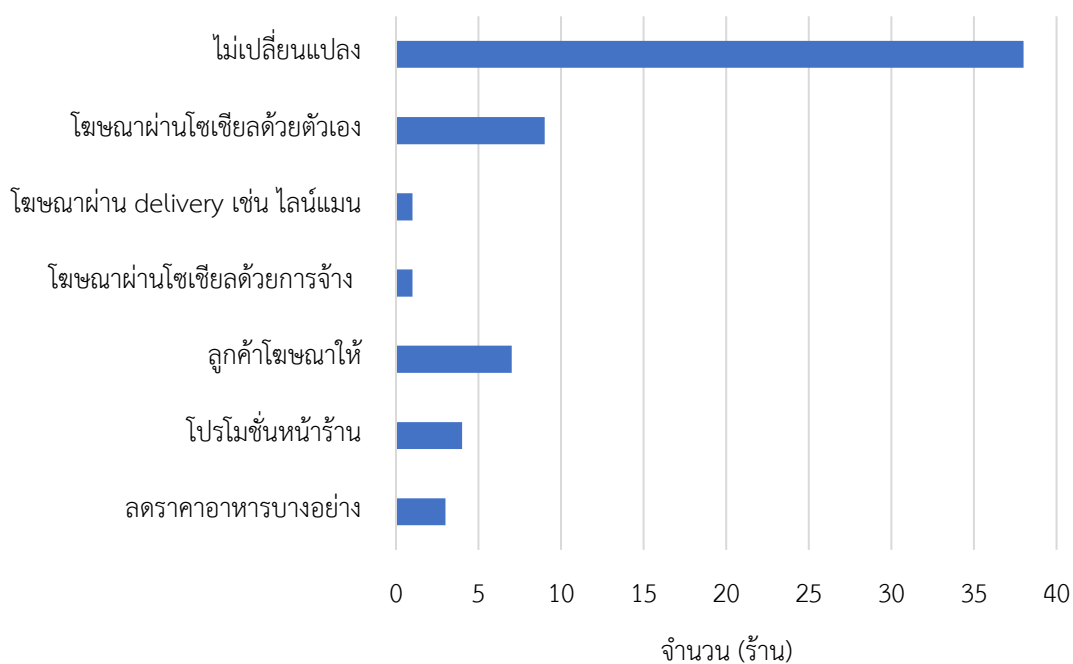
5.2.1.5 การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหาร



ภาพที่ 42 การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหาร

จากการสอบถามพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการนำเทคโนโลยีในการขนส่งอาหารมาใช้ โดยมีร้านที่ไม่ได้ทำอะไรเลยเกี่ยวกับการขนส่ง เนื่องจากเป็นร้านค้าที่ส่วนใหญ่มีลูกค้าประจำมาซื้อเป็นประจำอยู่แล้ว ประกอบกับผู้ประกอบการเองไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยีจากข้อมูลของผู้ประกอบการข้างต้นที่พบว่าเป็นผู้ใหญ่วัยกลางคนซึ่งอาจจะไม่ถนัดทางเทคโนโลยีจึงไม่ได้เปลี่ยนแปลงการขนส่งสินค้าซึ่งมีจำนวน 28 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 48.28 ของทั้งหมด แต่บางร้านค้าได้มีการเข้าสู่ระบบเทคโนโลยีในการขนส่งสินค้าออนไลน์อยู่ก่อนแล้วจำนวน 19 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 32.76 ของทั้งหมด มีบางส่วนที่เพิ่งเข้าสู่ระบบขนส่งสินค้าออนไลน์ (Food Delivery) ในช่วงการระบาดจำนวน 5 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 8.62 ของทั้งหมด ซึ่งมีบางร้านที่เข้าสู่ระบบขนส่งสินค้าออนไลน์และออกจากระบบขนส่งสินค้าออนไลน์ (Food Delivery) ก่อนการแพร่ระบาด จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5.17 ของทั้งหมด และลูกค้าสั่งผ่านออนไลน์เอง จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5.17 ของทั้งหมด

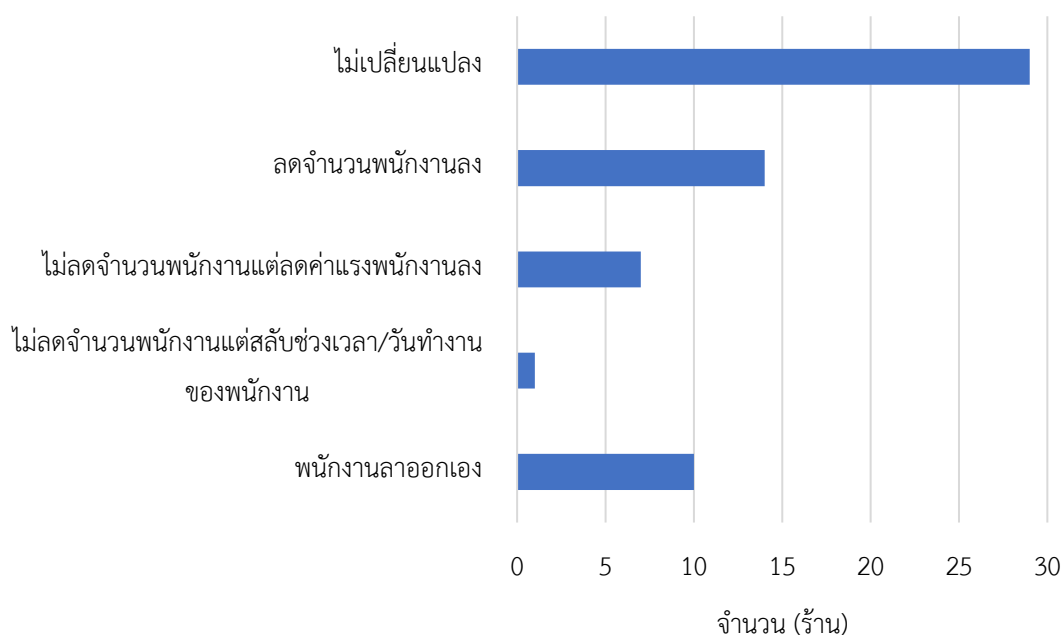
5.2.1.6 การเปลี่ยนแปลงด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย



ภาพที่ 43 การเปลี่ยนแปลงด้านการโฆษณาส่งเสริมการขาย

จากการสอบถามพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ในพื้นที่เยาวราชไม่มีการโฆษณาส่งเสริมการขายมีจำนวน 38 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 65.52 ของทั้งหมด รองลงมาเป็นการทำโฆษณาผ่านโซเชียลด้วยตัวเองจำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15.52 ของทั้งหมด ถัดมาลูกค้าโฆษณาให้จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 12.07 ของทั้งหมด ถัดมาสร้างโปรโมชันติดไว้หน้าร้าน จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.90 ของทั้งหมด ถัดมาเป็นการส่งเสริมการขายโดยลดราคาอาหารบางอย่างลงเพื่อดึงดูดลูกค้า จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5.17 ของทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาผ่านโซเชียลด้วยการจ้าง จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.72 ของทั้งหมด และการโฆษณาผ่าน delivery เช่น ไลน์แมนจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.72 ของทั้งหมดเช่นกัน

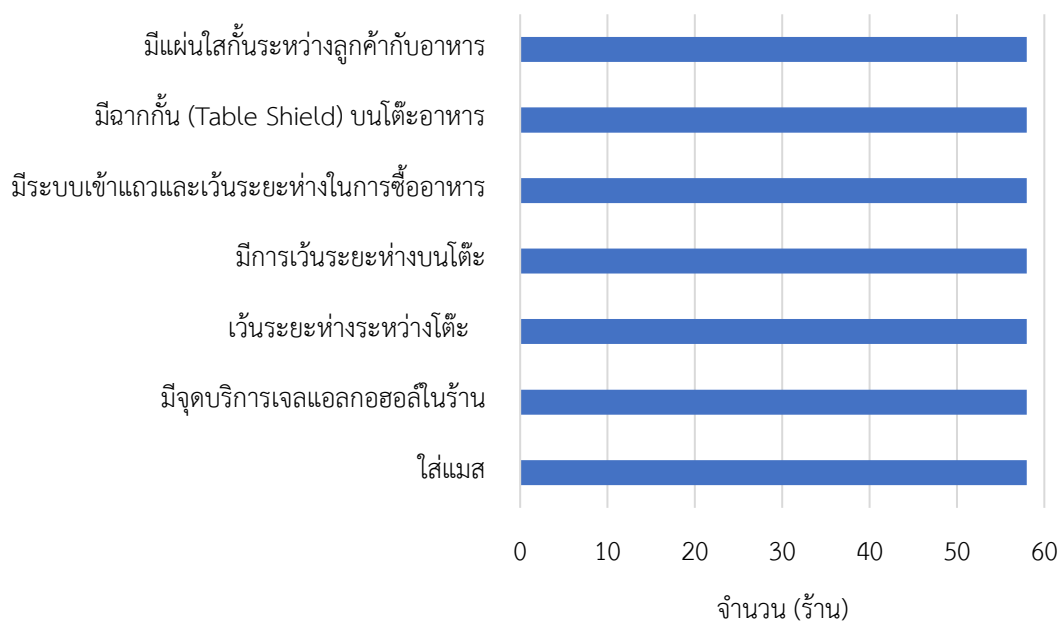
5.2.1.7 การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของพนักงาน



ภาพที่ 44 การเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของพนักงาน

จากการสอบถามพบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงานเนื่องจากร้านค้าต้องการช่วยเหลือพนักงานในช่วงที่เกิดปัญหาสภาพเศรษฐกิจตกต่ำการหางานใหม่ทำช่วงนี้อาจลำบาก ซึ่งร้านส่วนใหญ่ยังมีกำลังจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงานของตนอยู่ ซึ่งมีจำนวน 29 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ของทั้งหมด แต่มีร้านค้าบางส่วนที่มีการลดจำนวนพนักงานลง เนื่องจากปัญหาสภาพทางเศรษฐกิจประกอบกับร้านค้านั้น ๆ ไม่มีเงินพอในการจ่ายค่าจ้างพนักงานซึ่งมีจำนวน 14 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 24.14 ของทั้งหมด มีบางร้านที่พนักงานลาออกเองเนื่องจากพนักงานเป็นแรงงานจากต่างประเทศที่ต้องการกลับประเทศของตนจึงลาออกเองมีจำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 17.24 ของทั้งหมด และมีบางร้านที่ไม่ได้ลดจำนวนพนักงานลงแต่ลดค่าแรงลง เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจที่ร้านค้าไม่สามารถจ่ายค่าจ้างได้ครบตามจำนวนปกติมีจำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 12.07 ของทั้งหมด และการไม่ลดจำนวนพนักงานลงแต่สลับวันมาทำงาน เพื่อเป็นการลดค่าจ้างพนักงานลงแต่ไม่ได้ให้พนักงานออกมีจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.72 ของทั้งหมด

5.2.1.8 การให้ความสำคัญด้านสุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐ

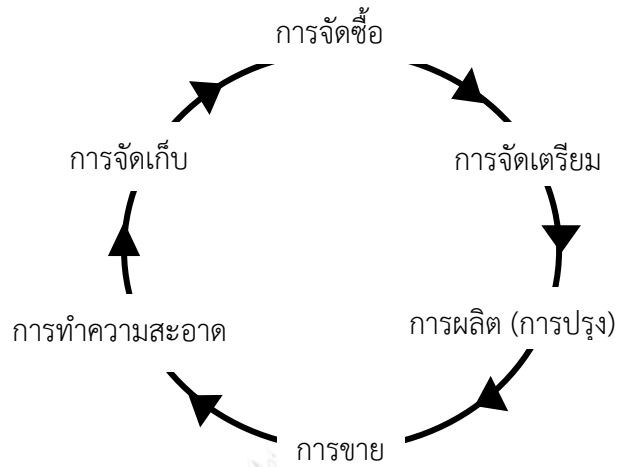


ภาพที่ 45 การให้ความสำคัญด้านสุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐ

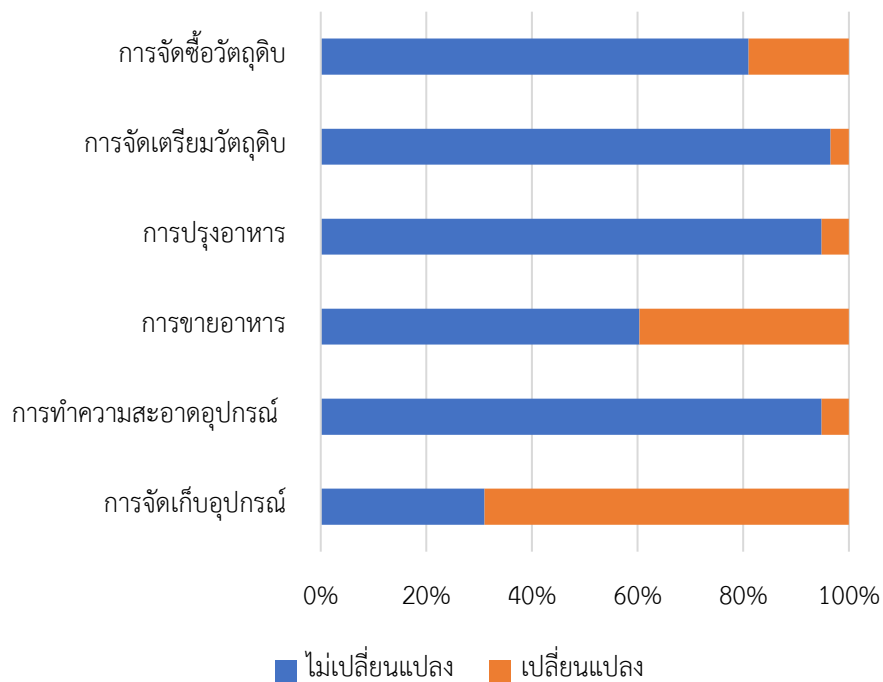
จากการสอบถามพบว่า ร้านค้าทุกร้านเมื่อเกิดการระบาด COVID-19 จะให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐทุกมาตรการโดยการเปลี่ยนแปลงทางสุขลักษณะของร้านค้าและผู้ค้าจากเดิมให้ดีขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 และเป็นการสร้างความไว้วางใจในการเข้ารับบริการของลูกค้า ประกอบกับการที่ภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแล และตรวจสอบความเรียบร้อยในพื้นที่ ทำให้ร้านค้าในพื้นที่เขาารชปฏิบัติตนให้เป็นไปตามมาตรการทุกร้านคิดเป็นร้อยละ 100 ของทั้งหมด

5.2.2 การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานระหว่างช่วงปกติกับช่วง COVID-19

การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารสามารถแบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอน ดังภาพที่ 46 ได้แก่ การจัดซื้อวัตถุดิบ การจัดเตรียมวัตถุดิบ การปรุงอาหาร การขายอาหาร การทำความสะอาดอุปกรณ์ และการจัดเก็บอุปกรณ์ ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะศึกษาผ่านรูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ใช้ กิจกรรม และช่วงเวลาในสถานที่ทำกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการเกิดวิกฤติ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 โดยภาพรวมการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นเป็นดังภาพที่ 47



ภาพที่ 46 ห่วงโซ่อุปทานของกระบวนการดำเนินธุรกิจหาบเร่ แผงลอยประเภทร้านอาหาร



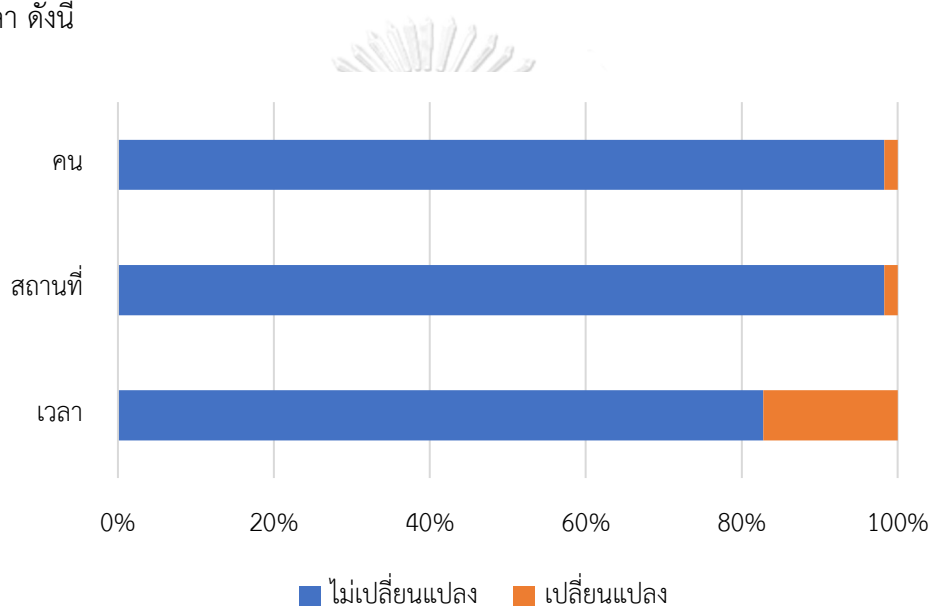
ภาพที่ 47 การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานร้านค้าหาบเร่แผงลอยระหว่างการระบาดของโรค COVID-19

จากการลงพื้นที่สำรวจและการสอบถามพบว่า การระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานหรือกระบวนการดำเนินธุรกิจของร้านค้าหาบเร่แผงลอย ประเภทอาหาร โดยเฉพาะในขั้นตอนการจัดเก็บอุปกรณ์มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดจำนวน 40 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของ

ทั้งหมด และขั้นตอนที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน 3 ขั้นตอน ได้แก่ การจัดเตรียมวัตถุดิบ การปรุงอาหาร และการทำความสะอาดอุปกรณ์ ซึ่งมีจำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 96.55 จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 94.83 และจำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 94.83 ตามลำดับ

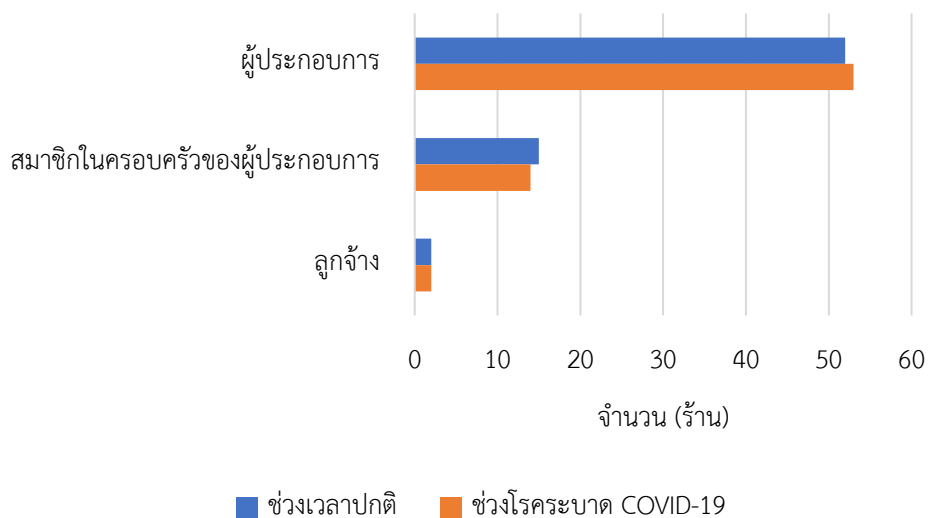
5.2.2.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ

เป็นขั้นตอนแรกที่ทำบเร็ว แผงลวยประเภทร้านอาหารต้องดำเนินการเพื่อจัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นมาใช้ประกอบกิจการซึ่งแหล่งจัดซื้อจะแตกต่างกันตามประเภทอาหารและระยะทางตามความสะดวกของแต่ละร้านค้า ซึ่งสามารถพิจารณาการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมได้ตามผู้ใช้ สถานที่และช่วงเวลา ดังนี้



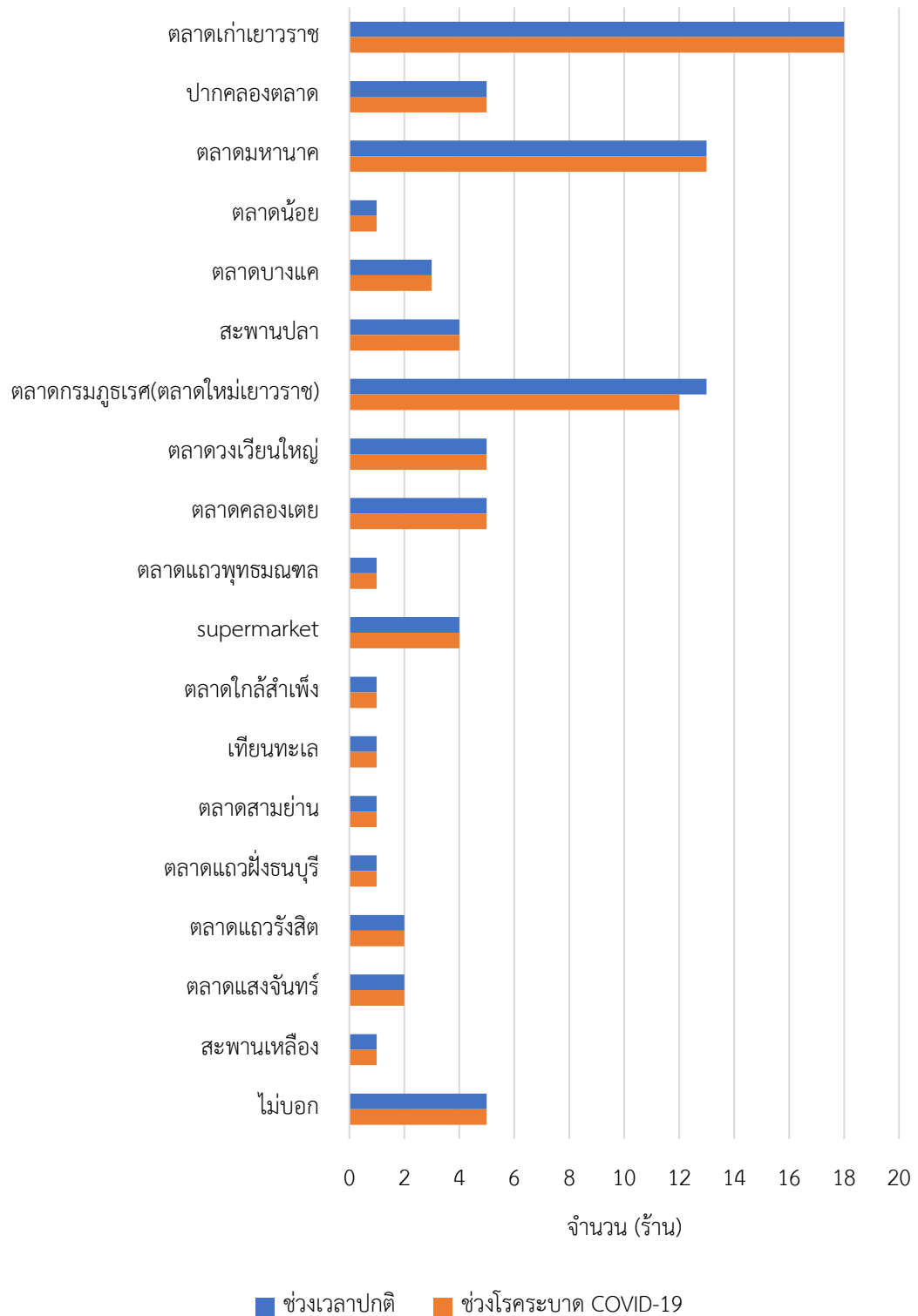
ภาพที่ 48 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการจัดซื้อวัตถุดิบของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และเวลา

จากภาพที่ 48 การเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนของการจัดซื้อวัตถุดิบในช่วงการระบาด COVID-19 พบว่าช่วงเวลามีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด จำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 17.24 ของทั้งหมด สถานที่และคนมีจำนวนการเปลี่ยนแปลงที่เท่ากันซึ่งเป็นจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98.28 ของทั้งหมด และเมื่อแบ่งเทียบสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ตามคน สถานที่และเวลาได้ดังนี้



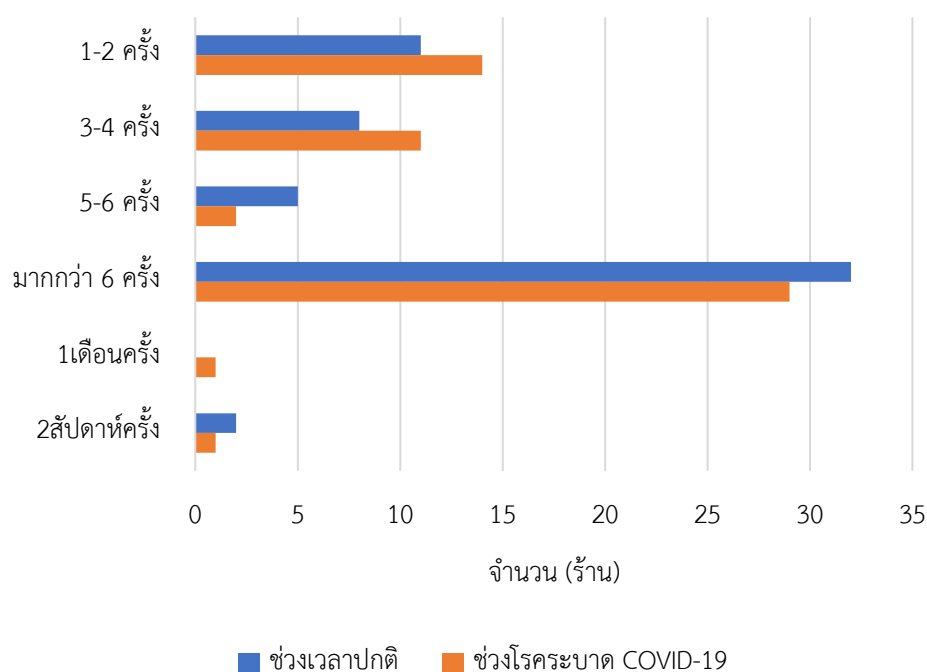
ภาพที่ 49 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ซื้อวัตถุดิบ เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 49 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ซื้อวัตถุดิบมีส่วนร่วมการเปลี่ยนแปลงที่น้อยซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะอยู่ที่ผู้ประกอบการที่มีการซื้อวัตถุดิบเองมากขึ้นจากช่วงเวลาปกติ และสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการเป็นผู้ซื้อลดลง อาจเป็นผลเนื่องจากการที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้เข้ามาดำเนินกิจกรรมเองมากขึ้น



ภาพที่ 50 การเปลี่ยนแปลงของย่านที่จัดซื้อวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 50 พบว่าพื้นที่เยาวราชมีแหล่งตลาดจำนวนมากที่ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชสามารถซื้อวัตถุดิบไปประกอบอาหารได้ โดยการเลือกย่านจัดซื้อหรือแหล่งตลาดแต่ละร้านค้าจะแตกต่างกันไป เนื่องจากเหตุผลซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเลือกใกล้ที่อยู่อาศัยหรือเลือกใกล้แหล่งขายแล้วแต่ที่ร้านค้าของตนเองสะดวก และเมื่อเทียบการเปลี่ยนแปลงทางด้านย่านจัดซื้อในช่วงเวลาแต่ละช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จะพบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

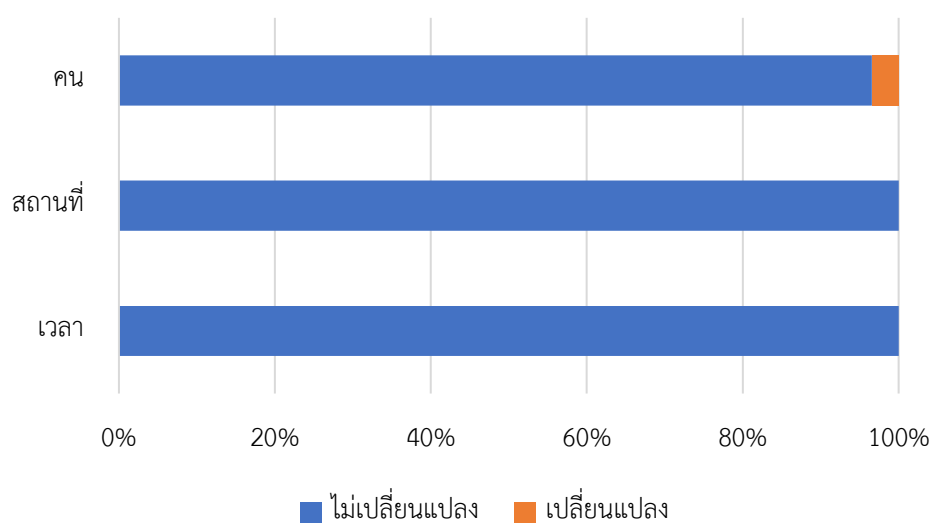


ภาพที่ 51 การเปลี่ยนแปลงของความถี่ (จำนวนครั้งต่อสัปดาห์) ในการซื้อวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 51 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงความถี่ในการซื้อวัตถุดิบจะเห็นได้ชัดเจนระหว่าง 2 ช่วงเวลา โดยความถี่ในการซื้อวัตถุดิบช่วงเวลาปกติที่มีมากกว่าช่วงการระบาดของโรค COVID-19 คือ ช่วงความถี่ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ และซื้อ 2 สัปดาห์ครั้งหรือซื้อเดือนละ 2 ครั้ง และความถี่ในการซื้อวัตถุดิบช่วงเวลาปกติน้อยกว่าช่วงการระบาดของโรค COVID-19 คือ ความถี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 4 สัปดาห์ครั้งหรือเดือนละครั้ง ซึ่งจะเปลี่ยนไปตามสัดส่วนสินค้าที่ขายได้หรือประเภทของวัตถุดิบ เช่น อาหารสดจะนิยมซื้อทุกวัน แต่อาหารแห้งจะนาน ๆ ครั้ง คือ 2 สัปดาห์ครั้งหรือเดือนละครั้ง เป็นต้น

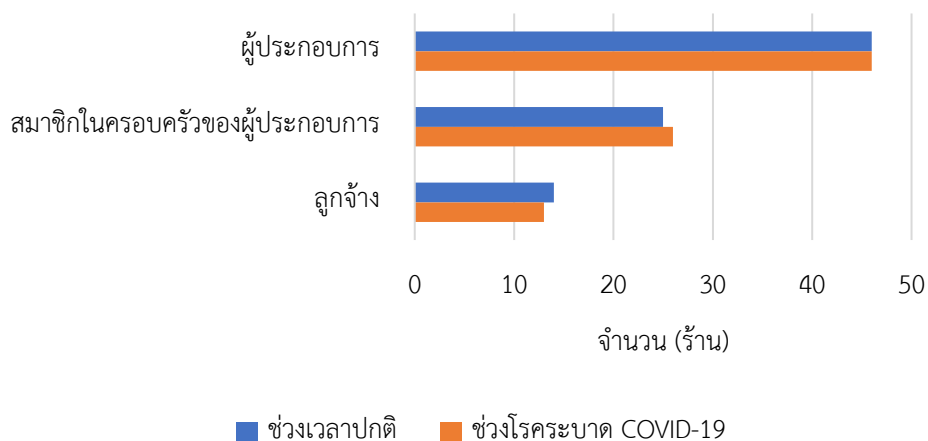
5.2.2.2 การจัดเตรียมวัตถุดิบ

เป็นขั้นตอนถัดมาจากการซื้อวัตถุดิบ คือ การนำวัตถุดิบที่ได้มาทำการเตรียม เช่น การล้าง หั่น หมัก เป็นต้น เพื่อให้สะดวกในการนำวัตถุดิบไปใช้ในขั้นตอนถัดไป ซึ่งจะแตกต่างกันตามแต่ละประเภทอาหารที่ขาย และแตกต่างกันในแต่ละร้านค้า ซึ่งขั้นตอนนี้มีการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรคระบาด COVID-19 ดังนี้



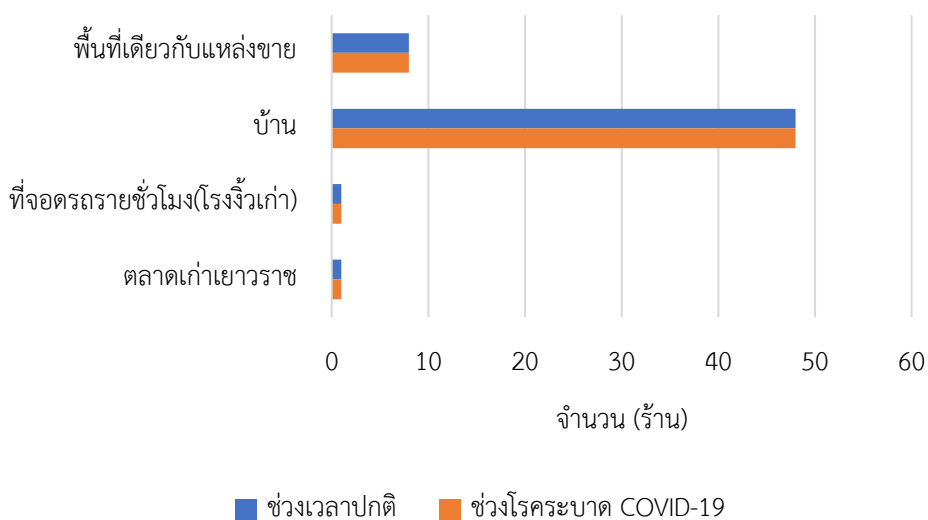
ภาพที่ 52 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และเวลา

จากภาพที่ 52 การเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนของการจัดเตรียมวัตถุดิบในช่วงการระบาดของ COVID-19 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะคนซึ่งมีจำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.45 ของทั้งหมด ส่วนอื่น ๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และเมื่อแบ่งเทียบสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ตามคน สถานที่และเวลาได้ดังนี้



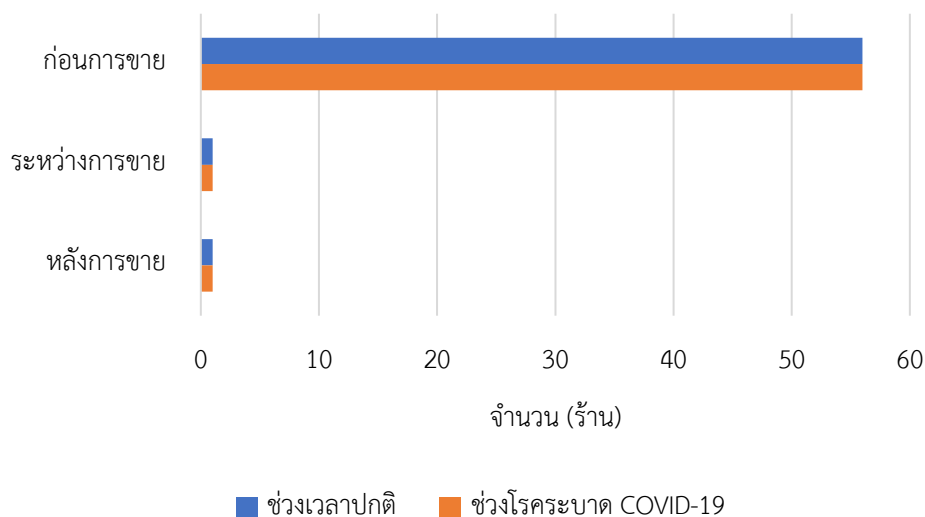
ภาพที่ 53 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่เตรียมวัสดุติบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 53 จะพบว่า การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่เตรียมวัสดุติบมีจำนวนไม่แตกต่างกันมาก และการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่จะเป็นการลดจำนวนพนักงานในการเตรียมวัสดุติบลง และเพิ่มจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการแทนในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ส่วนผู้ประกอบการไม่มีการเปลี่ยนแปลง โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลเนื่องจากการที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจผู้ประกอบการจึงต้องมีการลดจำนวนพนักงานที่เป็นลูกจ้างลงและให้สมาชิกในครอบครัวเข้ามาทำมากขึ้น



ภาพที่ 54 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่จัดเตรียมวัสดุติบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 54 จะพบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านพื้นที่การจัดเตรียมวัตถุดิบในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากส่วนใหญ่จะจัดเตรียมที่บ้านซึ่งไม่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคหรือมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ทำให้สามารถดำเนินการจัดเตรียมได้ตามปกติ

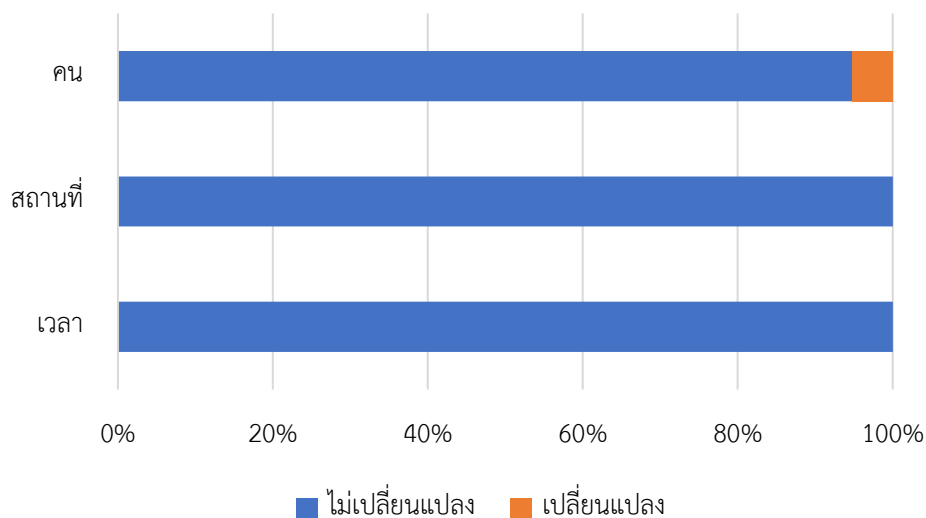


ภาพที่ 55 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 55 จะพบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 โดยส่วนใหญ่ร้านค้าจะเตรียมวัตถุดิบก่อนการขายเป็นปกติอยู่ก่อนแล้ว

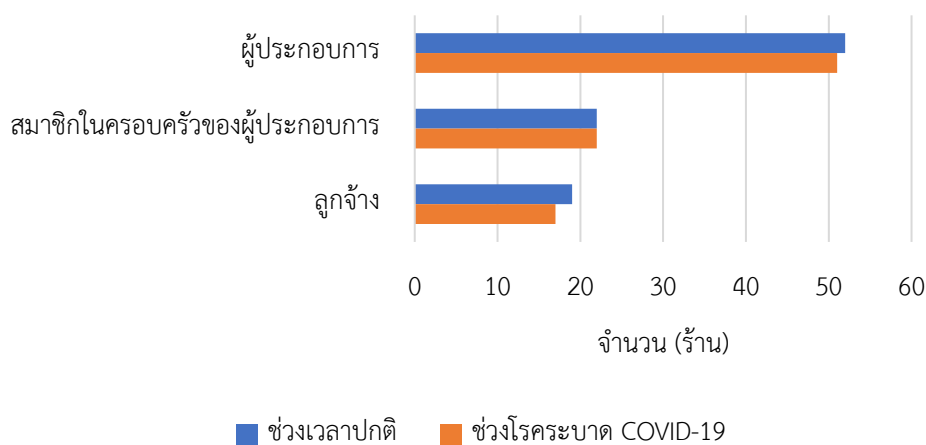
5.2.2.3 การปรุงอาหาร

เป็นขั้นตอนถัดมาจากการจัดเตรียมวัตถุดิบ คือ การนำวัตถุดิบที่ได้จากการเตรียมมาปรุงอาหารด้วยวิธีการต่าง ๆ และใช้ส่วนผสมตามสูตรที่แต่ละร้านได้กำหนดซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทอาหารที่ขาย และแตกต่างกันในแต่ละร้านค้า ซึ่งขั้นตอนนี้มีการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรคระบาด COVID-19 ดังนี้



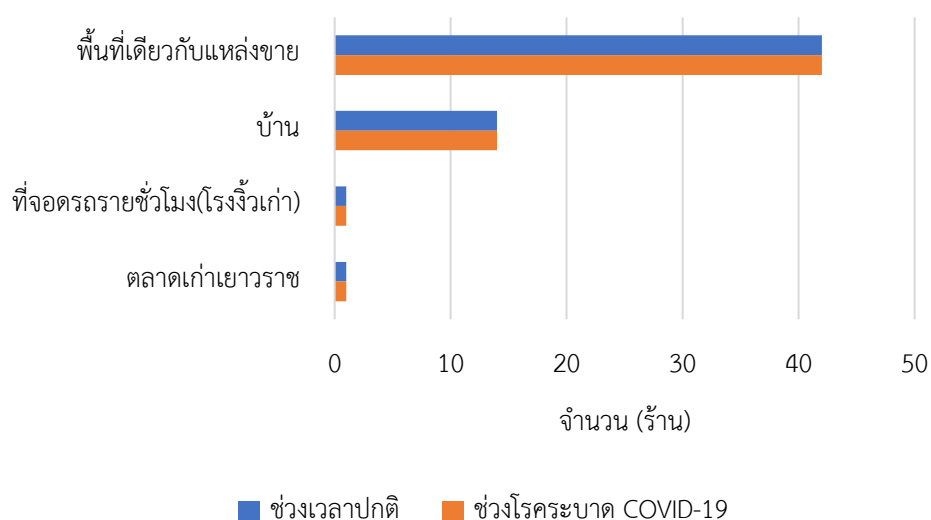
ภาพที่ 56 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการปรุงอาหารของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และ เวลา

จากภาพที่ 56 การเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนของการปรุงอาหารในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะคนซึ่งมีจำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5.17 ของทั้งหมด ส่วนอื่น ๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง และเมื่อแบ่งเทียบสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ตามคน สถานที่และเวลาได้ดังนี้



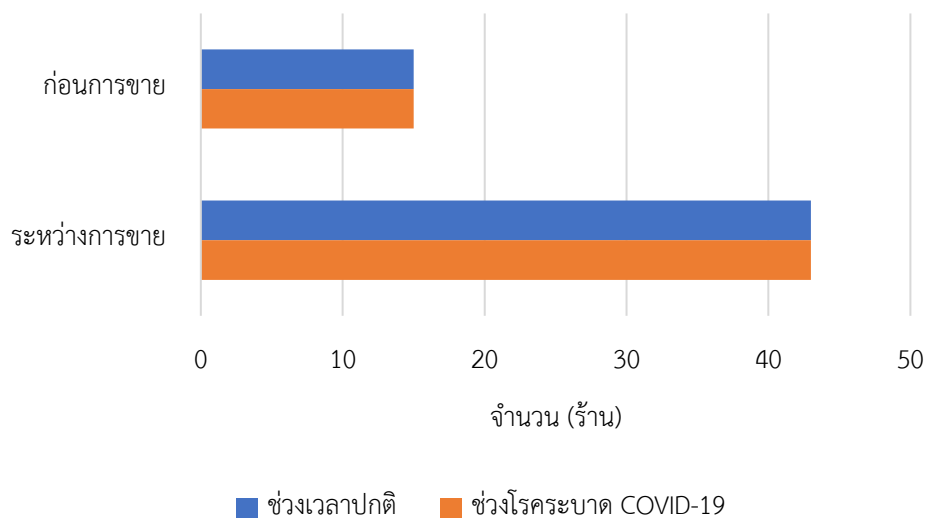
ภาพที่ 57 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ปรุงอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 57 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ปรุงอาหารมีจำนวนไม่แตกต่างกันมาก และการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่จะเป็นการลดจำนวนพนักงานลง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลเนื่องจากการที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจให้ผู้ประกอบการจึงต้องมีการลดจำนวนพนักงาน และนอกจากนี้มีการลดจำนวนผู้ประกอบการด้วยเนื่องจากผู้ประกอบการนั้นมีอายุที่มากเพื่อป้องกันการติดเชื้อในช่วงการระบาดของโรค COVID-19



ภาพที่ 58 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่ใช้สำหรับปรุงอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 58 จะพบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านพื้นที่ที่ใช้สำหรับปรุงอาหารในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากส่วนใหญ่จะจัดเตรียมที่บ้านซึ่งไม่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดหรือมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด เช่นเดียวกับการจัดเตรียมวัตถุดิบ

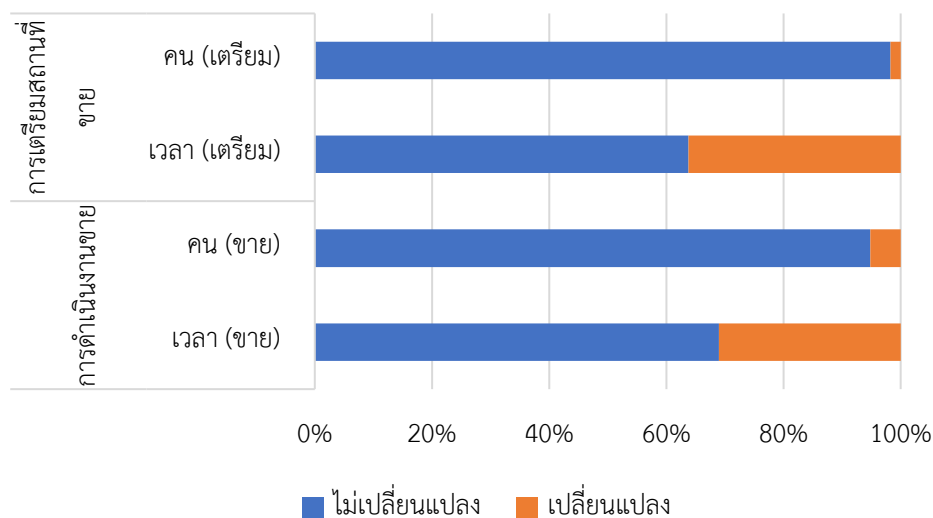


ภาพที่ 59 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการปรุงอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 59 จะพบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านช่วงเวลาในการปรุงอาหารในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 โดยส่วนใหญ่จะปรุงอาหารระหว่างการขายเป็นปกติ จึงไม่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรค

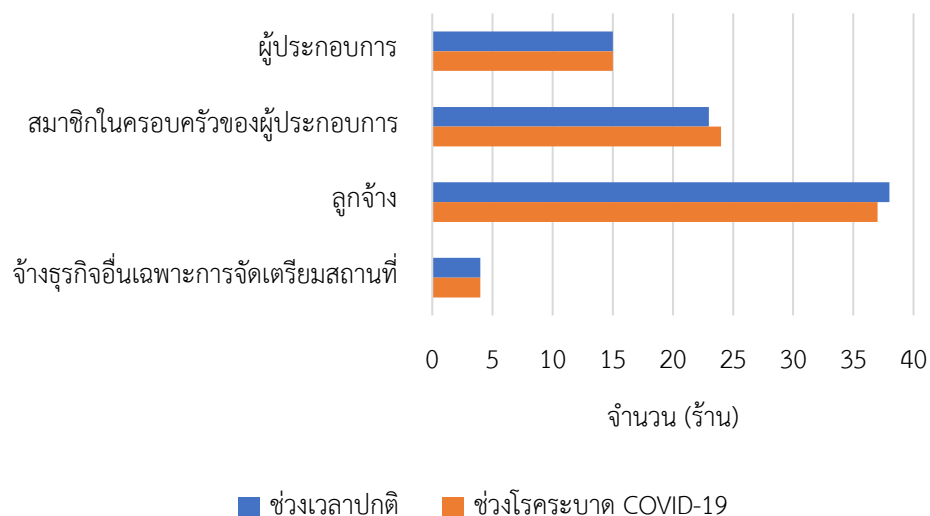
5.2.2.4 การขายอาหาร

เป็นขั้นตอนถัดมาจากการปรุงอาหาร คือ การนำอาหารที่ปรุงเข้าสู่การขายให้แก่ผู้บริโภคซึ่งพื้นที่ขายจะเป็นพื้นที่บริเวณถนนเยาวราชและสามารถแบ่งขั้นตอนการขายได้เป็น 2 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ การเตรียมสถานที่ขาย และการดำเนินการขาย ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้จะมีการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรคระบาด COVID-19 ดังนี้



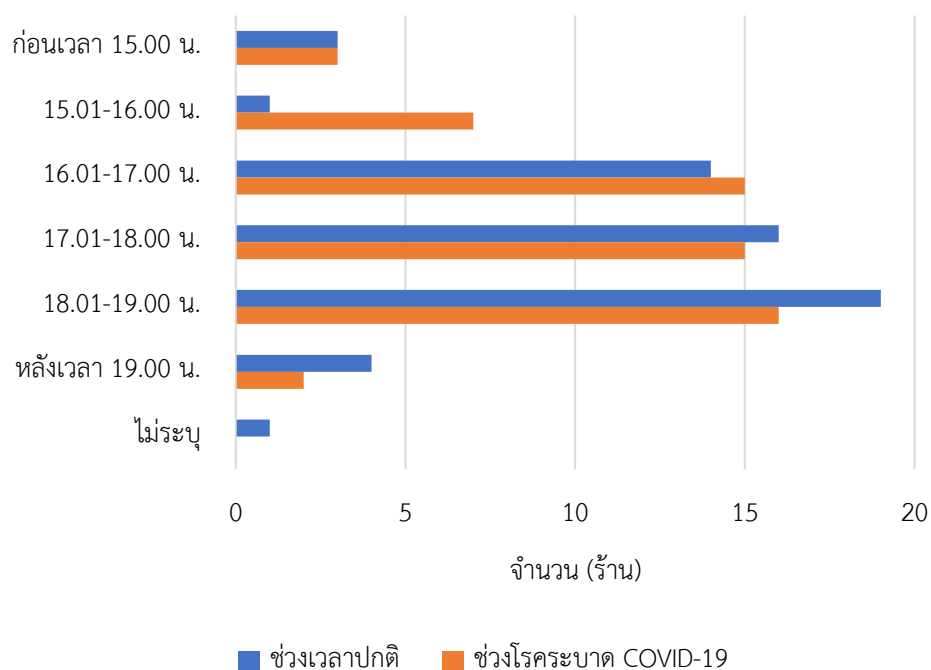
ภาพที่ 60 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการขายอาหารของการเปลี่ยนแปลงด้านคนและเวลา

จากภาพที่ 60 ขั้นตอนของการขายอาหารในช่วงการระบาด COVID-19 ซึ่งผลที่ได้จาก 2 ขั้นตอนจะสอดคล้องกันเนื่องจากบางร้านค้าเน้นการขายตั้งแต่การเตรียมสถานที่การขายเลย สามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้ ขั้นตอนการเตรียมสถานที่ขาย ซึ่งพบว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านช่วงเวลามากที่สุด จำนวน 21 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 36.21 ของทั้งหมด และมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านคนเตรียมสถานที่ขายจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.72 ของทั้งหมด และขั้นตอนการดำเนินการขายพบว่าช่วงเวลามีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด มีจำนวน 18 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.03 ของทั้งหมด และมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านคนที่ใช้ดำเนินการขาย จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 5.17 ของทั้งหมด ซึ่งเมื่อวิเคราะห์รวมแล้วทั้ง 2 ขั้นตอนจะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเวลามากที่สุด เนื่องมาจากผลกระทบต่าง ๆ เช่น การดำเนินการตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของภาครัฐหรือพฤติกรรมที่ท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น และเมื่อแบ่งเทียบสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ตามคนและเวลาได้ดังนี้



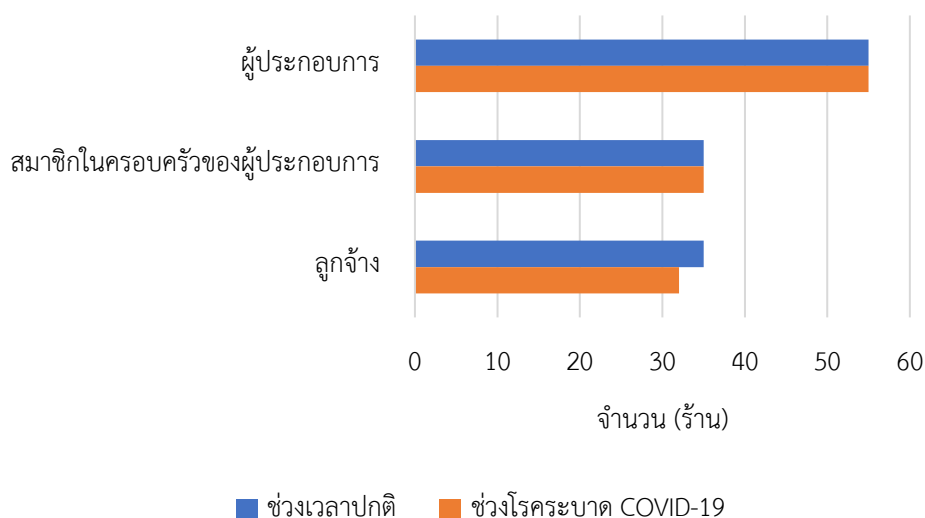
ภาพที่ 61 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่เตรียมสถานที่ขาย (เช่น จัดโต๊ะ ตั้งแผงขาย เป็นต้น) เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 61 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่เตรียมสถานที่ขายมีจำนวนไม่แตกต่างกันมาก โดยร้านจะมีการลดจำนวนพนักงานที่เป็นลูกจ้างลงและเพิ่มจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการแทนในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ส่วนผู้ประกอบการหรือการจ้างธุรกิจภายนอกเฉพาะกิจกรรมไม่มีการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการจึงต้องมีการลดจำนวนพนักงานที่เป็นลูกจ้างลงและให้สมาชิกในครอบครัวเข้ามาทำมากขึ้นเพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย



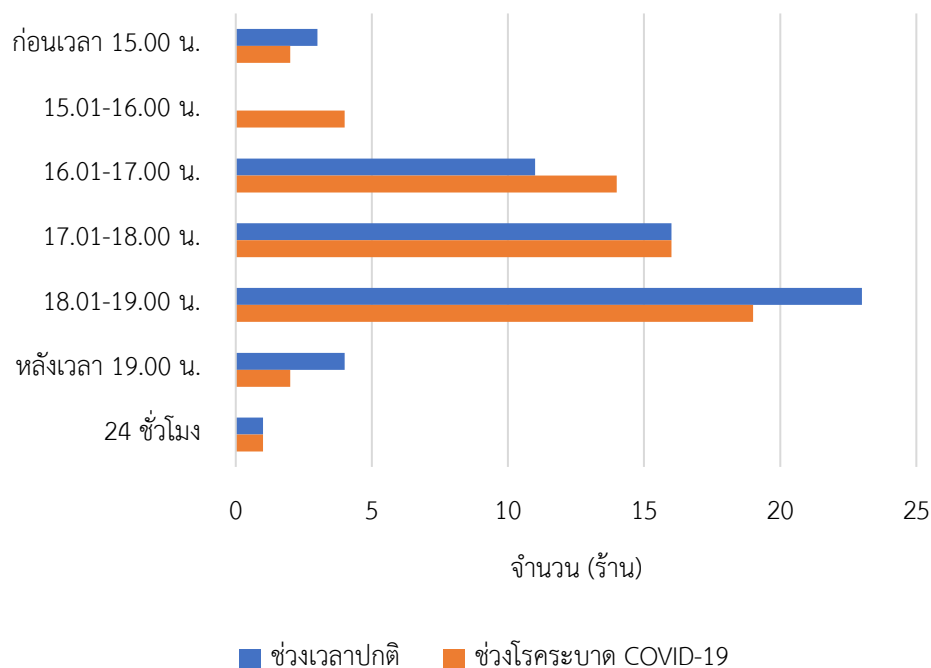
ภาพที่ 62 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการเตรียมสถานที่ขาย (เช่น จัดโต๊ะ ตั้งแผงขาย เป็นต้น) เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 62 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในการเตรียมสถานที่ขายมีการเปลี่ยนแปลงมาก ซึ่งในช่วงเวลาปกติร้านค้าส่วนใหญ่จะมาเตรียมสถานที่ขายระหว่างเวลา 18.01-19.00 น. แต่เมื่อเกิดการระบาดของโรค COVID-19 ร้านค้าส่วนใหญ่ยังคงมาเปิดร้านค้าในเวลาเดิม คือ 18.01-19.00 น. แต่มีจำนวนลดลงและจะเปลี่ยนมาเตรียมสถานที่ขายในช่วงเวลา 15.01-16.00 น. มากขึ้น เนื่องจากปรับตัวตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ร้านค้าจะต้องปิดร้านเร็วขึ้นทำให้ร้านค้าส่วนใหญ่เลือกที่จะมาเตรียมสถานที่เพื่อเปิดร้านเร็วขึ้นเพื่อที่จะสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งในส่วนนี้จะทำให้เห็นการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของร้านค้าระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19



ภาพที่ 63 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ขายอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 63 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ขายอาหารมีจำนวนไม่แตกต่างกันมาก และการเปลี่ยนแปลงจะเป็นการลดจำนวนพนักงานที่เป็นลูกจ้างลง สัดส่วนของผู้ประกอบการหรือสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการไม่มีการเปลี่ยนแปลง โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลเนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการจึงต้องมีการลดจำนวนพนักงานที่เป็นลูกจ้างลงเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในช่วงการระบาดของโรค COVID-19

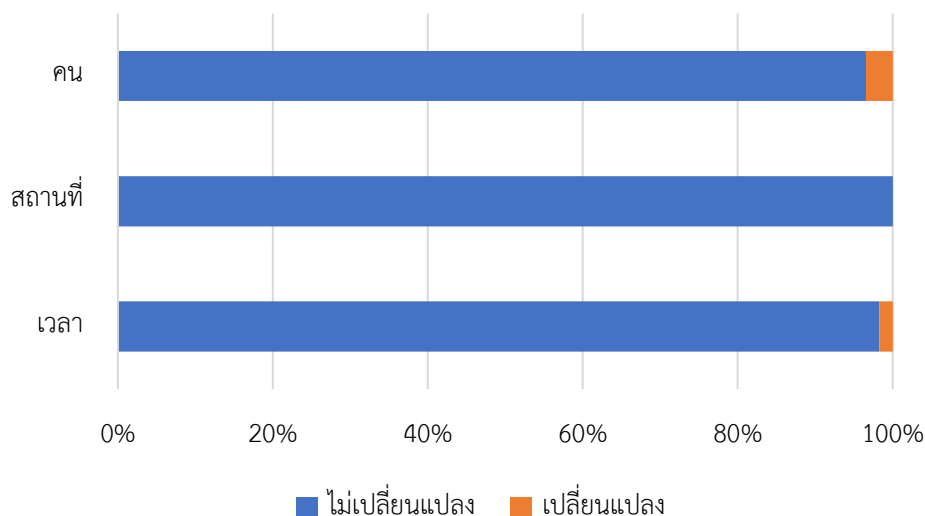


ภาพที่ 64 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการเริ่มขายอาหารเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 64 จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในการเริ่มขายอาหารมีการเปลี่ยนแปลงมาก ซึ่งในช่วงเวลาปกติและช่วงระบาดของโรค COVID-19 ร้านค้าส่วนใหญ่จะเริ่มขายอาหารระหว่างเวลา 18.01-19.00 น. แต่ช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จะมีจำนวนร้านค้าในช่วงนี้ลดลง โดยจะมีการเปลี่ยนมาเริ่มขายในช่วงเวลา 15.01-16.00 น. และช่วงเวลา 16.01-17.00 น. มากขึ้น เนื่องมาจากการปรับตัวตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้ร้านค้าเริ่มขายอาหารหรือสินค้าเร็วขึ้นเพื่อที่จะสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งในส่วนนี้จะทำให้เห็นการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของร้านค้าระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งจะสอดคล้องกับการเตรียมสถานที่ขายที่มีการเตรียมเริ่มขึ้นตามความสะดวกของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยนั้น ๆ และขึ้นกับร้านค้าภายในอาคารที่ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยนั้น ๆ เกี่ยวข้องด้วย

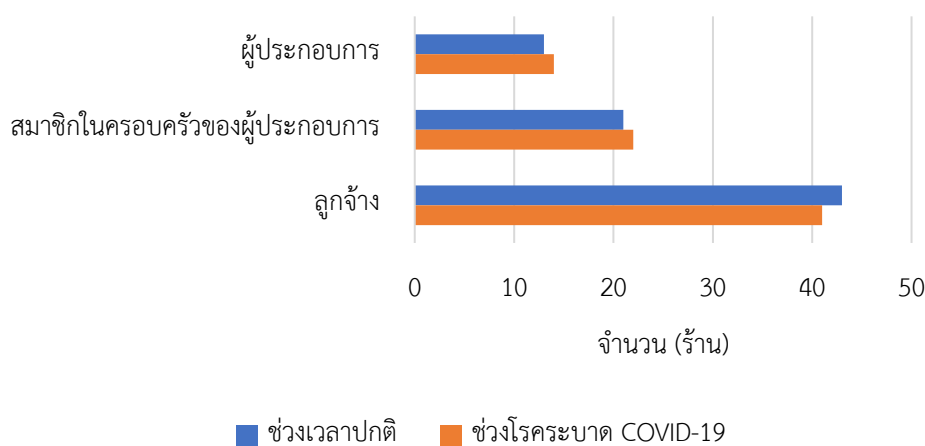
5.2.2.5 การทำความสะอาดอุปกรณ์

เป็นขั้นตอนถัดมาจากการขายสินค้า คือ เมื่อร้านค้าทำการขายสินค้าเสร็จสิ้นแล้วต้องมีการทำความสะอาดอุปกรณ์ เช่น ล้างจาน ล้างอุปกรณ์ในการทำอาหาร เช็ดโต๊ะ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เป็นอุปกรณ์ในการขายในวันถัดไป ซึ่งขั้นตอนนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ดังนี้



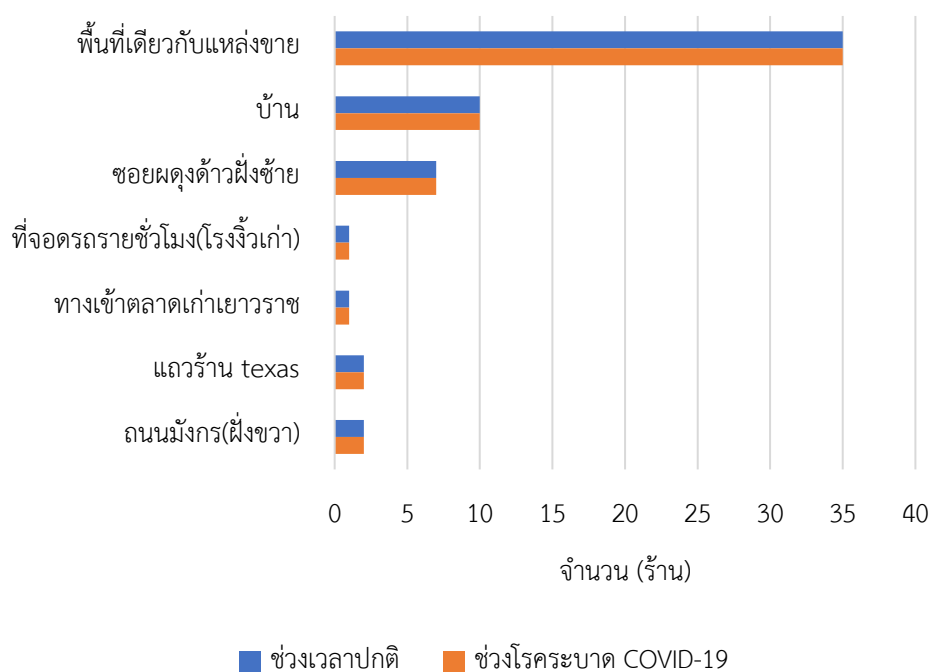
ภาพที่ 65 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการทำความสะอาดอุปกรณ์ของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และเวลา

จากภาพที่ 65 การเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนของการทำความสะอาดอุปกรณ์ในช่วงการระบาด COVID-19 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนของคนมากที่สุด มีจำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.45 ของทั้งหมด และการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาซึ่งมีจำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 1.72 ของทั้งหมด และสัดส่วนด้านสถานที่ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย และเมื่อแบ่งเทียบสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ตามคน สถานที่และเวลาได้ดังนี้



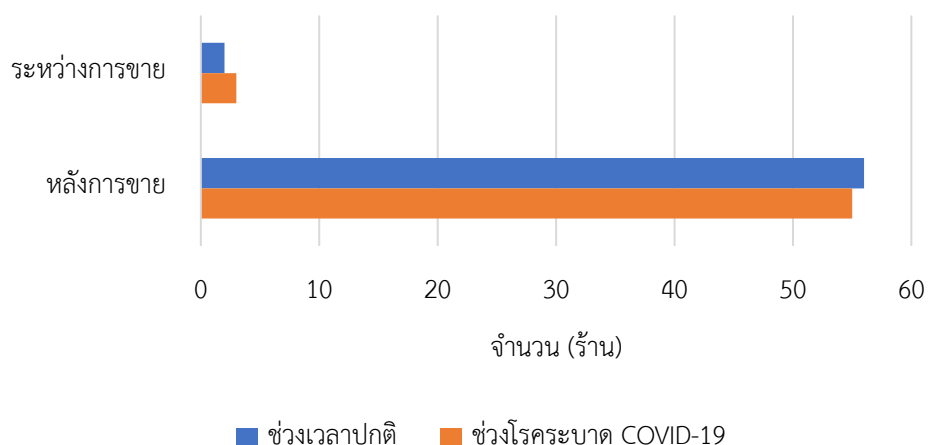
ภาพที่ 66 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่ทำความสะอาดอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติ และช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 66 จะพบว่า การทำความสะอาดอุปกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นลูกจ้าง แต่เมื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ของผู้ทำหน้าที่ทำความสะอาดอุปกรณ์มีจำนวนเปลี่ยนแปลงไม่มาก และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะเป็นการลดจำนวนพนักงานที่เป็นลูกจ้างลง และสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการและผู้ประกอบการมีส่วนเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาการระบาดของโรค การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการจึงต้องมีการลดจำนวนลูกจ้างลงในช่วงการระบาดของโรค COVID-19



ภาพที่ 67 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่ใช้ทำความสะอาดอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติ และช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 67 จะพบว่าส่วนใหญ่มีการทำความสะอาดในพื้นที่เดียวกับแหล่งขาย ซึ่งจะกระทำเมื่อร้านขายสินค้าหมดแล้วและปิดร้านแล้วเพื่อทำความสะอาดพื้นที่ขายไปพร้อมกัน เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง 2 ช่วงเวลาพบว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านพื้นที่ที่ใช้สำหรับการทำความสะอาดในช่วงการระบาดของโรค COVID-19

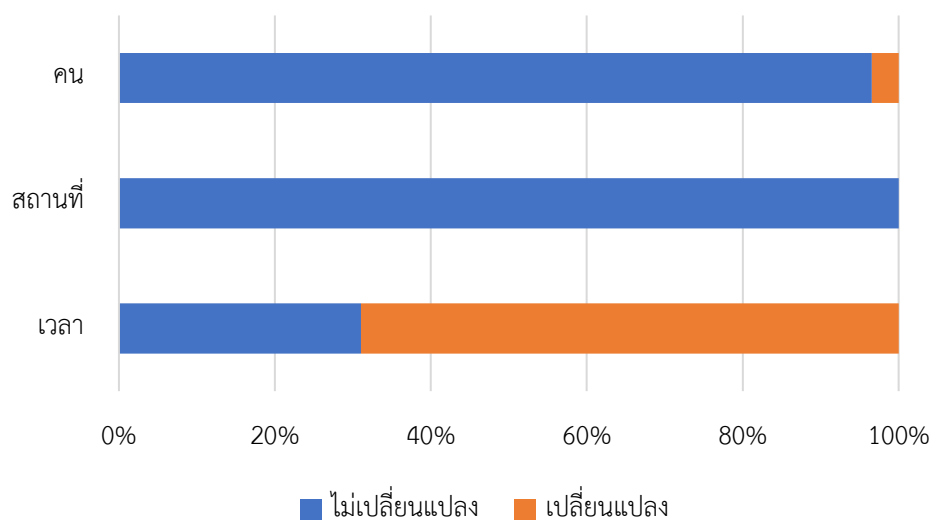


ภาพที่ 68 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการทำความสะอาดอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 68 จะพบว่าการทำความสะอาดอุปกรณ์ส่วนใหญ่จะกระทำหลังการขายสินค้าเสร็จสิ้น เพื่อสะดวกในการทำความสะอาดทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค แต่เมื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง 2 ช่วงเวลาพบว่า มีการทำความสะอาดหลังการขายลดลง และเพิ่มการทำความสะอาดระหว่างการขายมากขึ้น เนื่องจากบางร้านที่เปลี่ยนแปลงให้เหตุผลว่า เพื่อความสะดวกของอุปกรณ์ ต้องการลดความสะสมของเชื้อโรคและลดการแพร่เชื้อของโรค COVID-19 จึงได้เปลี่ยนมาทำความสะอาดระหว่างการขายมากขึ้น

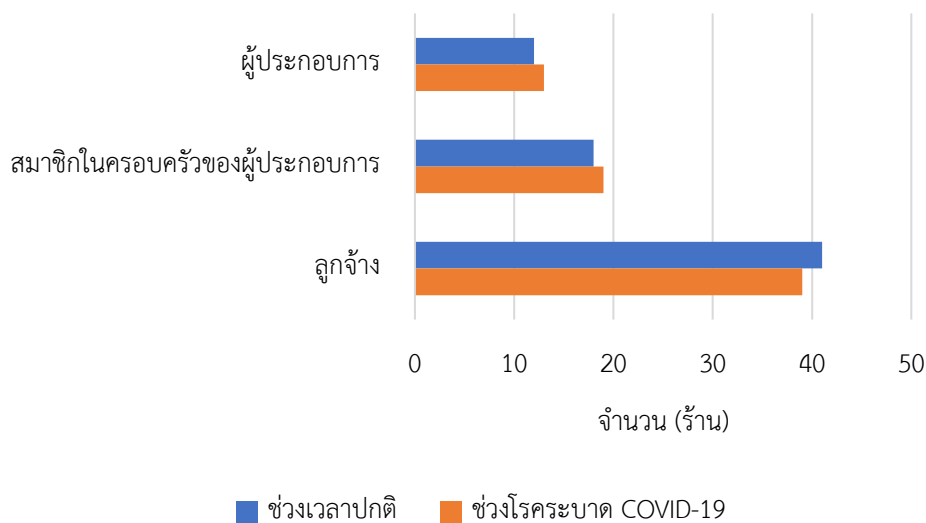
5.2.2.6 การจัดเก็บอุปกรณ์

เป็นขั้นตอนถัดมาจากการทำความสะอาดอุปกรณ์ คือ เมื่อร้านค้าทำการขายสินค้าและทำความสะอาดอุปกรณ์เสร็จสิ้นแล้วต้องมีการจัดเก็บอุปกรณ์ เช่น รถเข็น โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น เพื่อใช้ในการขายในวันถัดไป เนื่องจากร้านค้าเป็นร้านหาบเร่ แผงลอยที่มีสถานที่ขายอยู่บนทางเท้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะและต้องมีการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตลอดเวลา ส่วนใหญ่ร้านหาบเร่ แผงลอยไม่สามารถเก็บอุปกรณ์ในพื้นที่แหล่งขายได้ ดังนั้นเมื่อทำการขายเสร็จสิ้นจึงต้องมีการจัดเก็บอุปกรณ์ให้เข้าที่ ซึ่งขั้นตอนนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรคระบาด COVID-19 ดังนี้



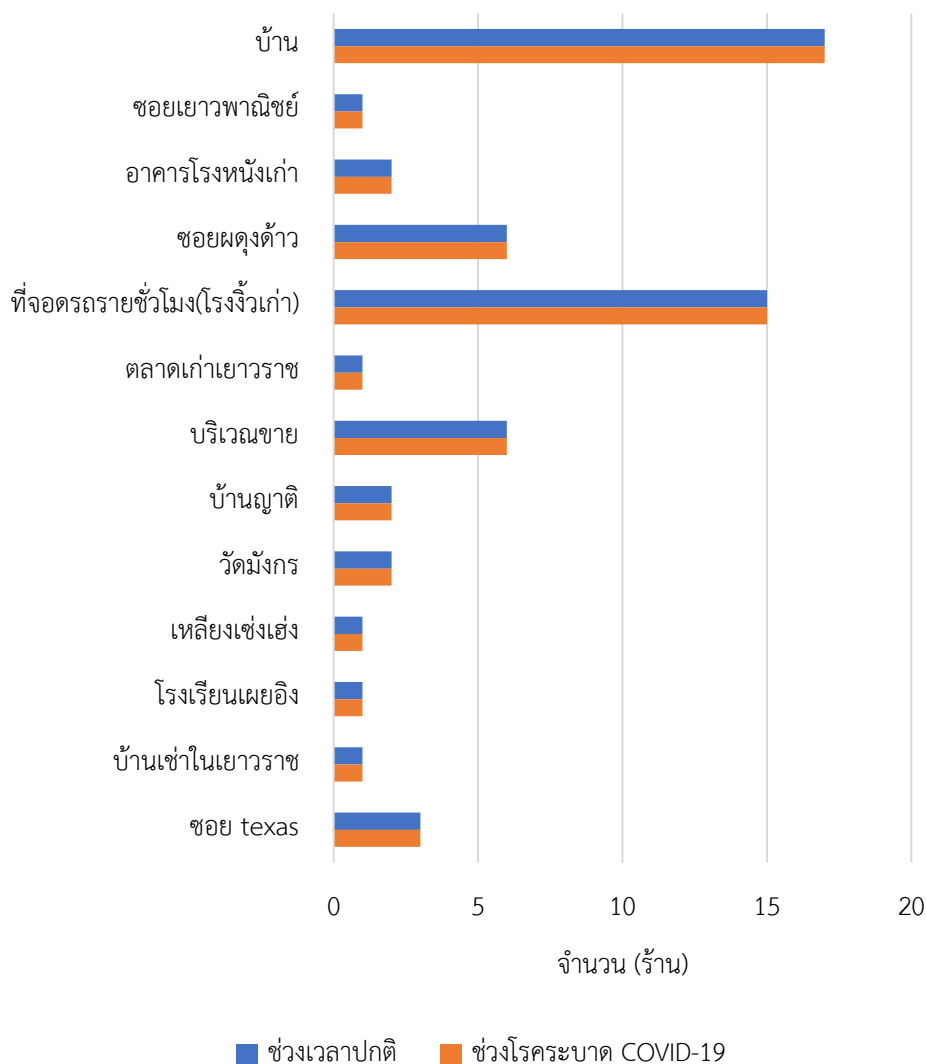
ภาพที่ 69 การเปลี่ยนแปลงของขั้นตอนการจัดเก็บอุปกรณ์ของการเปลี่ยนแปลงด้านคน สถานที่ และ เวลา

จากภาพที่ 69 การเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนของการจัดเก็บอุปกรณ์ในช่วงการระบาด COVID-19 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะช่วงเวลาซึ่งมีจำนวน 40 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของทั้งหมด ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มากเกินครึ่งหนึ่งของทั้งหมด ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนเวลาการขายที่เร็วขึ้น และเก็บร้านเร็วขึ้นตามมาตรการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคระบาด COVID-19 และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดการปรับตัวเรื่อยมาตั้งแต่ช่วงมีมาตรการผ่อนปรนแต่หลังการผ่อนปรนร้านค้าส่วนใหญ่ยังคงปิดร้านเร็วขึ้นและอยู่ในช่วงกำลังปรับตัวให้ร้านค้ากลับมาสู่สภาพปกติ และเมื่อแบ่งเทียบสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาปกติกับช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ตามคน สถานที่และเวลาได้ดังนี้



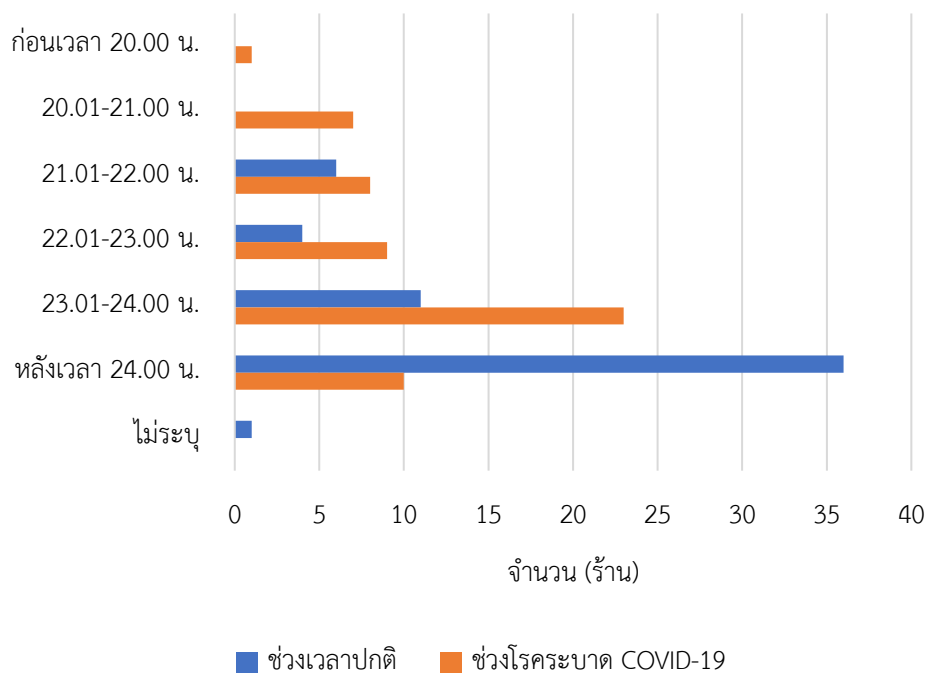
ภาพที่ 70 การเปลี่ยนแปลงของผู้ทำหน้าที่จัดเก็บอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 70 จะพบว่าส่วนใหญ่ผู้ทำหน้าที่จัดเก็บอุปกรณ์ คือลูกจ้างซึ่งมีสัดส่วนสูงทั้ง 2 ช่วงเวลา แต่เมื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงจะพบว่า สัดส่วนของลูกจ้างในการทำหน้าที่จัดเก็บอุปกรณ์ลดลง และเพิ่มขึ้นในสัดส่วนของสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจเป็นผลเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการจึงต้องมีการลดจำนวนพนักงานในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ได้



ภาพที่ 71 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ที่ใช้สำหรับการจัดเก็บอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติ และช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 71 จะพบว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ที่ใช้ในการจัดเก็บอุปกรณ์คือบ้านพักมากที่สุดซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณพื้นที่เยาวราชและใกล้แหล่งชานชาน รองลงมาคือบริเวณพื้นที่เยาวราชใกล้แหล่งชานชานเช่นกัน คือ บริเวณที่เรียกว่าที่จอดรถรายชั่วโมง (ทางเข้าโรงจิวเก่า) เป็นต้น และเมื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงระหว่าง 2 ช่วงเวลาจะพบว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านพื้นที่ที่ใช้สำหรับการจัดเก็บอุปกรณ์ในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 เนื่องจากพื้นที่ในการจัดเก็บส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดหรือมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด



ภาพที่ 72 การเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในการจัดเก็บอุปกรณ์เปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

จากภาพที่ 72 จะพบว่าการจัดเก็บอุปกรณ์ในช่วงเวลาปกติส่วนใหญ่จะเก็บหลังเวลา 24.00 น. เนื่องจากในพื้นที่เยาวราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่มีความครึกครื้นและนักท่องเที่ยวสัญจรเข้ามาตลอดเวลาที่เปิดทำการค้าจนถึงเวลาประมาณ 01.00-02.00 น. ทำให้ร้านค้าส่วนใหญ่ปิดร้านเกินหลัง 24.00 น. เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งมีทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวตลอดช่วงเวลาค่ำคืน แต่เมื่อเกิดการระบาดของโรค COVID-19 ทำให้นักท่องเที่ยวหายไปโดยเฉพาะชาวต่างชาติ ประกอบกับการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคซึ่งได้มีการกำหนดมาตรการที่ให้ร้านค้าปฏิบัติตามตั้งแต่ช่วงก่อนผ่อนปรน ช่วงผ่อนปรน จนถึงช่วงหลังผ่อนปรนนี้ ร้านค้าส่วนใหญ่จึงอยู่ในช่วงกำลังปรับตัวหลังผ่านช่วงการผ่อนปรนให้กลับมาทำกิจกรรมการค้าได้ตามปกติ ในช่วงการระบาดของโรคช่วงหลังมาตรการผ่อนปรนร้านค้าส่วนใหญ่จึงปิดร้านและจัดเก็บอุปกรณ์ในช่วงเวลา 23.01-24.00 น. ซึ่งมีสัดส่วนจำนวนมาก แต่ยังคงปิดก่อนเวลา 24.00 น. เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ยังคงมีจำนวนน้อยและการที่ยังชินกับการปิดร้านและเก็บอุปกรณ์เร็วจากมาตรการผ่อนปรน จึงส่งผลทำให้ช่วงเวลาในการจัดเก็บอุปกรณ์ของร้านค้าเร็วขึ้น

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 พบว่า การเปลี่ยนแปลงมากที่สุดในห่วงโซ่อุปทานของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอย ได้แก่ ขั้นตอนของการจัดเก็บอุปกรณ์ เมื่อพิจารณารายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวตามการศึกษารูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) ที่ประกอบด้วยผู้ใช้ กิจกรรม และช่วงเวลา จะพบว่า การเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลา โดยการจัดเก็บอุปกรณ์จะมีการเปลี่ยนแปลงทางช่วงเวลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของทั้งหมด ซึ่งสาเหตุมาจากมาตรการของภาครัฐในการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่ร้านค้ากำลังปรับตัวให้กลับมาสู่สภาพปกติแต่ยังคงเกิดขึ้นไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากสถานการณ์ยังคงอยู่ในช่วงการแพร่ระบาด ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยลงและยังไม่สามารถกลับมาสู่สภาพปกติได้ แต่ร้านค้ายังคงต้องปรับตัวทางด้านห่วงโซ่อุปทานให้สามารถดำเนินกิจกรรมของตนต่อไปในช่วงการเกิดการแพร่ระบาดนี้

5.3 ทูทางสังคมและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช

5.3.1 ระดับทุนทางสังคมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช

ระดับทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราชสามารถพิจารณาได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ การพิจารณาทุนทางสังคมตามองค์ประกอบหรือมิติตามแนวคิดทุนทางสังคมโดยการพิจารณาการวัดระดับทุนทางสังคมโดยผู้วิจัยใช้มาตรวัดที่มาจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) มาใช้โดยปรับให้เข้าตามบริบทพื้นที่ และการพิจารณาทุนทางสังคมตามประเภทของการเกิดทุนทางสังคมซึ่งประกอบด้วยทุนทางสังคมภายในร้านค้า (bonding social capital), ทุนทางสังคมของร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ (bridging social capital) ทุนทางสังคมจากภาคเอกชน (linking social capital) และทุนทางสังคมจากภาครัฐ (linking social capital) โดยปรับมาตรวัดของสศช.ที่ใช้ตัววัดวิเคราะห์ทุนทางสังคมตามองค์ประกอบด้านต่าง ๆ มาวิเคราะห์ประเภทการเกิดทุนทางสังคมเพื่อให้เห็นถึงระดับทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นอย่างครอบคลุม โดยการแบ่งช่วงชั้นคะแนนตามวิธีเปอร์เซ็นต์ไทล์ 3 ช่วงที่กำหนดให้

ร้านค้าที่มีคะแนนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 68.87 คะแนน มีค่าเท่ากับ ทุนทางสังคมระดับต่ำ

ร้านค้าที่มีคะแนนระหว่าง 68.88-77.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ ทุนทางสังคมระดับปานกลาง

ร้านค้าที่มีคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 77.51 คะแนน มีค่าเท่ากับ ทุนทางสังคมระดับสูง

5.3.1.1 พิจารณาระดับทุนทางสังคมโดยแบ่งตามองค์ประกอบ

ทุนทางสังคมที่แบ่งตามองค์ประกอบตามแนวคิดของสศช. ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ ด้านกลุ่มและเครือข่าย ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้านกิจกรรมร่วมและความ

ร่วมมือ ด้านข่าวสารและการสื่อสาร ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม และด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง และสามารถรวมเป็นทุนทางสังคม 3 มิติตามแนวคิดของ Putnam ดังนี้ มิติด้านเครือข่าย (Network) มิติความไว้วางใจ (Trust) และมิติการมีบรรทัดฐานร่วมกัน (Norm) ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ระดับทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบของทุนทางสังคม

มิติทุนทางสังคม	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 100 คะแนน)	ระดับทุนทางสังคม
มิติความไว้วางใจ	75.22	ปานกลาง
ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	71.55	ปานกลาง
ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ	78.88	สูง
มิติบรรทัดฐาน	77.67	สูง
ด้านข่าวสารและการสื่อสาร	74.05	ปานกลาง
ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง	81.29	สูง
มิติเครือข่าย	68.10	ต่ำ
ด้านกลุ่มและเครือข่าย	64.05	ต่ำ
ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม	72.16	ปานกลาง
รวม	73.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 จะพบว่าเมื่อพิจารณาระดับทุนทางสังคมขององค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ตามแนวคิดของสศช. ด้านที่มีค่าคะแนนมากที่สุด คือ ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง เฉลี่ยร้อยละ 81.29 ซึ่งเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูง รองลงมาคือด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ เฉลี่ยร้อยละ 78.88 ซึ่งเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูงเช่นกัน ทำให้เห็นว่าพื้นที่เยาวราชมีทุนทางสังคมทางด้านอำนาจและกิจกรรมทางการเมืองซึ่งเป็นด้านเกี่ยวกับการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ของภาคส่วนต่าง ๆ ผ่านการกำหนดให้เข้าร่วมกิจกรรมและขอความร่วมมือของร้านค้าทั้งร้านค้าตัวเอง ร้านค้าใกล้เคียง

และภาครัฐส่วนท้องถิ่นที่เข้ามามีบทบาทจนเกิดเป็นความไว้วางใจและสร้างบรรทัดฐานให้กับร้านค้าในพื้นที่เยาวราชได้ ส่วนด้านอื่น ๆ จะมีระดับทุนทางสังคมปานกลางจนถึงต่ำ เมื่อพิจารณาระดับทุนทางสังคมด้วยมิติตามแนวคิด Putnam จะพบว่ามิติบรรทัดฐานมีค่าสูงสุด เฉลี่ยร้อยละ 77.67 ซึ่งเป็นทุนทางสังคมระดับสูง รองลงมามิติความไว้วางใจ เฉลี่ยร้อยละ 75.22 ซึ่งเป็นทุนทางสังคมระดับปานกลาง และมิติเครือข่าย เฉลี่ยร้อยละ 68.10 ซึ่งเป็นทุนทางสังคมระดับต่ำที่สุด

5.3.1.2 พิจารณาระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม

ทุนทางสังคมที่แบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคมปรับจาก Woolcock (2001) ได้ดังนี้ Bonding social capital, Bridging social capital และ Linking social capital โดย Bonding social capital คือ ทุนทางสังคมภายในร้านค้า Bridging social capital คือ ทุนทางสังคมของร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ และ Linking social capital ได้แก่ ทุนทางสังคมจากภาคเอกชน และทุนทางสังคมจากภาครัฐ โดยการนำข้อคำถามที่จัดทุนทางสังคมตามองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ของแนวคิดทุนทางสังคมมาจัดกลุ่มใหม่โดยใช้ประเภทของการเกิดทุนทางสังคมในการแบ่งกลุ่มได้รายละเอียดดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิดทุนทางสังคม

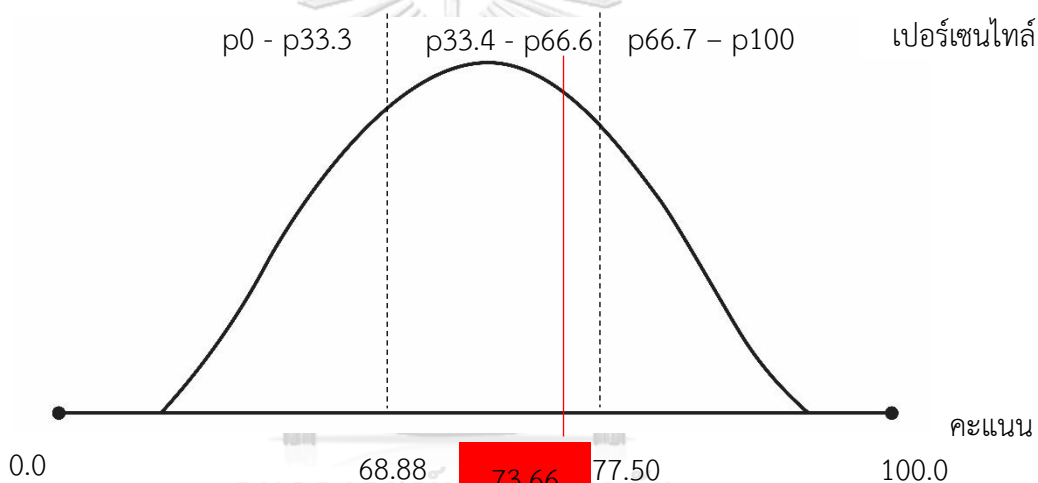
ประเภททุนทางสังคม	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 100 คะแนน)	ระดับทุนทางสังคม
ร้านค้าตัวเอง (bonding social capital)	91.09	สูง
ร้านค้าละแวกใกล้เคียง (bridging social capital)	82.70	สูง
ภาคเอกชน (linking social capital)	41.38	ต่ำ
ภาครัฐ (linking social capital)	79.48	สูง
รวม	73.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 จะพบว่าเมื่อพิจารณาระดับทุนทางสังคมตามประเภทการเกิดทุนทางสังคมที่มีค่าคะแนนมากที่สุด คือ ร้านค้าตัวเอง (Bonding social capital) เฉลี่ยร้อยละ 91.09 คะแนน ซึ่งเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูง รองลงมา คือ ร้านค้าละแวกใกล้เคียง (Bridging social capital) เฉลี่ยร้อยละ 82.70 คะแนน ซึ่งเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูงเช่นกัน ถัดมา คือ ภาครัฐ (Linking social capital) เฉลี่ยร้อยละ 79.48 คะแนน ซึ่งเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูงเช่นกัน ทำให้เห็นว่าพื้นที่

เยาวราชมีทุนทางสังคมทุกประเภททั้งประเภท Bonding social capital ที่เป็นร้านค้าตัวเอง ประเภท Bridging social capital ที่เป็นร้านค้าละแวกใกล้เคียง และประเภท Linking social capital ที่เป็นทุนทางสังคมจากภาครัฐ ซึ่งมีค่าระดับทุนทางสังคมที่สูง แต่ประเภท Linking social capital ที่เป็นทุนทางสังคมจากภาคเอกชนมีระดับทุนทางสังคมที่ต่ำเฉลี่ยร้อยละ 82.70 คะแนน จึงส่งผลทำให้ภาพรวมทุนทางสังคมของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีค่าทุนทางสังคมระดับปานกลาง

5.3.1.3 พิจารณาระดับทุนทางสังคมในภาพรวม

เมื่อนำข้อมูลที่ได้ของระดับทุนทางสังคมที่แบ่งตามองค์ประกอบแต่ละด้านด้านของทุนทางสังคมและประเภทของการเกิดทุนทางสังคมจากข้อมูลชุดเดียวกันได้เป็นภาพรวมระดับทุนทางสังคมดังนี้



ภาพที่ 73 กราฟเปอร์เซ็นต์ไทล์ แสดงคะแนนเฉลี่ยของระดับทุนทางสังคมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช ตารางที่ 18 ข้อมูลทางสถิติระดับทุนทางสังคมในภาพรวมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช

ระดับทุนทางสังคม	คะแนน (เต็ม 120 คะแนน)	คะแนน (ปรับเต็ม 100 คะแนน)
ค่าเฉลี่ย	88.40	73.66
ค่ามัธยฐาน	89.50	74.58
ค่าฐานนิยม	76	63.33
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	11.91	9.92
ค่าน้อยที่สุด	56	46.67
ค่ามากที่สุด	117	97.50

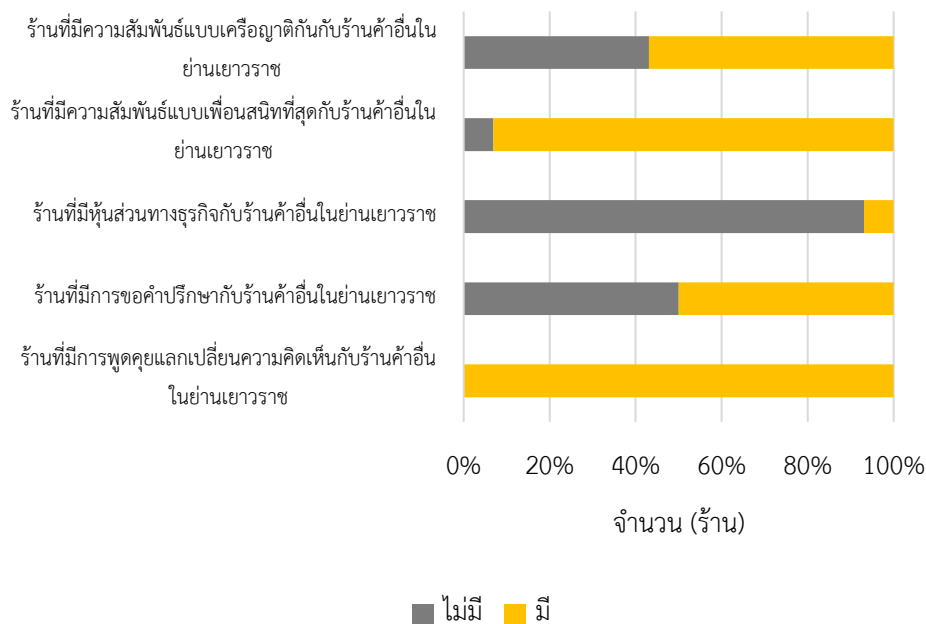
จากตารางที่ 18 จะเป็นการแสดงผลภาพรวมระดับทุนทางสังคมจะพบว่า โดยภาพรวมข้อมูลทุนทางสังคมแสดงคะแนนจริงเต็ม 120 คะแนนและปรับให้เต็ม 100 คะแนนเพื่อต่อการวิเคราะห์ โดยทุนทางสังคมของร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีค่าเฉลี่ย 88.40 คะแนนจาก 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 73.66 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ดังภาพที่ 73 และมีค่ามัธยฐาน 89.50 คะแนนจาก 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 74.58 คะแนน มีค่าฐานนิยมของทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราชอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 76 คะแนนจาก 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 63.33 คะแนน มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 11.91 คะแนนจาก 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 9.92 คะแนน แสดงให้เห็นว่าค่าคะแนนที่ได้ไม่ต่างกันมาก และค่าทุนทางสังคมที่น้อยที่สุดเท่ากับ 56 คะแนนจาก 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 46.67 คะแนน ซึ่งถือว่าเป็นทุนทางสังคมระดับต่ำ และค่าทุนทางสังคมที่มากที่สุด 117 คะแนนจาก 120 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 97.50 คะแนน ซึ่งถือว่าเป็นทุนทางสังคมระดับสูง

จากข้อมูลทั้งหมดทำให้ทราบว่าทุนทางสังคมของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีระดับปานกลาง มีมิติทางด้านบรรทัดฐานร่วมกันสูงที่สุด ผ่านความไว้วางใจกัน จนอาจก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายทางสังคมได้ โดยความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมที่มีค่าสูงจากร้านค้าตัวเอง จากร้านค้าใกล้เคียงในพื้นที่ และจากภาครัฐที่เป็นตัวส่งเสริมให้เกิดทุนทางสังคมในพื้นที่ ยกเว้นภาคเอกชนซึ่งมีระดับทุนทางสังคมที่ต่ำ เมื่อทราบระดับทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชแล้วเราสามารถวิเคราะห์ข้อมูลของความสัมพันธ์ทางสังคมด้วยแผนผังความสัมพันธ์ของผ่านเครือข่ายทางสังคมตามกลุ่มความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชด้วยการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมได้

5.3.2 ความสัมพันธ์ของร้านค้าในพื้นที่เยาวราช

5.3.2.1 รูปแบบความสัมพันธ์ในพื้นที่เยาวราช

ในพื้นที่เยาวราชสามารถจัดรูปแบบของกลุ่มความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่ได้ 5 รูปแบบความสัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท ความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีต่อร้านค้าในละแวกเยาวราชด้วยกัน ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา และความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดังภาพที่ 74



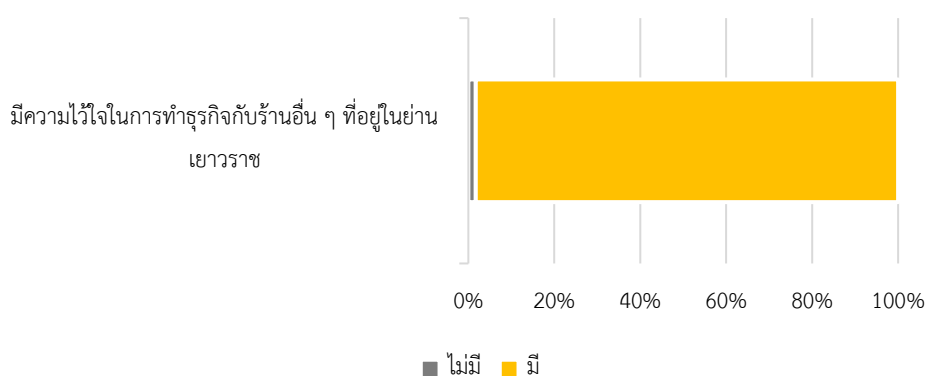
ภาพที่ 74 จำนวนร้านในพื้นที่เยาวราชที่มีความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ

จากภาพที่ 74 จะพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมากที่สุดในพื้นที่เยาวราชเป็นความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจำนวน 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ของร้านค้า ซึ่งอาจเป็นผลมาจากระยะเวลาการค้าในพื้นที่ของร้านหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชทุกร้านทำการค้าในพื้นที่ระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป ทำให้เกิดความสัมพันธ์แบบพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ง่ายที่สุด จนทำให้บางร้านค้านำไปสู่ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทกันมีจำนวนร้าน 47 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 81.03 ของร้านค้า ซึ่งเป็นเพราะระยะเวลาที่เปิดร้านขายในพื้นที่เยาวราชซึ่งมีจำนวนร้านระยะเวลาของร้านในพื้นที่เยาวราชเปิดร้านขายในพื้นที่มีระยะเวลายาวนานดังตารางที่ 5.2 ลำดับที่ 6 จะพบว่าร้านค้าส่วนใหญ่เปิดขายในเยาวราชช่วง 11-20 ปี และช่วง 31-40 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลานานที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทบนพื้นที่เยาวราชของร้านที่มีการค้าขายมายาวนานเช่นกันได้ บางร้านค้าได้มีญาติเข้ามาขายในพื้นที่เยาวราชด้วย ทำให้เกิดมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติซึ่งมีจำนวน 33 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.90 ของร้านค้า ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทกันมีจำนวนร้าน 54 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 93.10 ของร้านค้า ความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจมีจำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.90 ของร้านค้า ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษามีจำนวน 29 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ของร้านค้า และความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจำนวน 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ของร้านค้า ในส่วนของความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีต่อร้านค้าในพื้นที่เยาวราชจะมี

จำนวนน้อยกว่าความสัมพันธ์รูปแบบอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาก่อนหน้า ดังนั้นความสัมพันธ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่เยาวราชจึงเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งมีจำนวนมากสุดแต่เป็นความสัมพันธ์ที่อาจไม่แน่นแฟ้นมากจนนำไปสู่ความสัมพันธ์ทางด้านธุรกิจกันได้ เป็นเพียงการรู้จักและพูดคุยกันทั่วไป

5.3.2.2 ความไว้วางใจของคนในพื้นที่เยาวราชในการดำเนินธุรกิจ

พื้นที่เยาวราชเป็นแหล่งการค้าที่มีการทำธุรกิจค้าขายมานานตั้งแต่อดีต ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชจึงรู้จักและมีความคุ้นเคยกัน โดยเฉพาะร้านค้าที่มีการทำธุรกิจค้าขายในพื้นที่มายาวนาน จากการศึกษาความสัมพันธ์ในพื้นที่เยาวราชพบว่า ร้านค้าในเยาวราชมีความไว้วางใจในการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างร้านค้าในพื้นที่ ดังภาพที่ 75

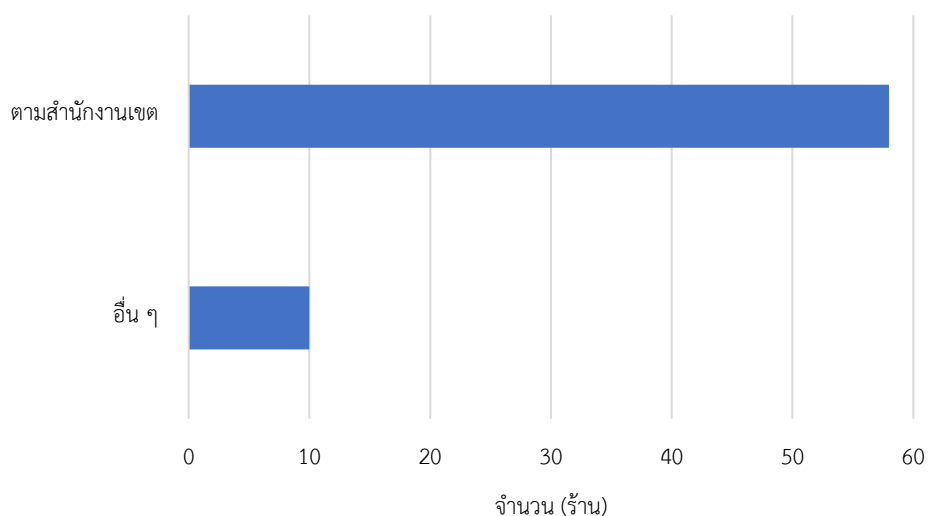


ภาพที่ 75 สัดส่วนความไว้วางใจในการทำธุรกิจกับร้านค้าอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่เยาวราช

จากภาพที่ 75 จะพบว่าร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีความไว้วางใจในการทำธุรกิจกับร้านอื่น ๆ ในพื้นที่เยาวราชจำนวน 57 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98 ของทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูง แสดงให้เห็นว่าร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีความสัมพันธ์ที่ติดต่อกัน มีความไว้วางใจกันและแบ่งปันกันตามโอกาสที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจ เช่น การแบ่งที่นั่งของร้านค้าที่อยู่ใกล้กัน การฝากร้านค้าให้ร้านค้าข้างเคียงช่วยดูแลกรณีเจ้าของร้านไม่อยู่ร้าน เป็นต้น

5.3.2.3 กิจกรรมในพื้นที่เยาวราชของร้านค้า

ในพื้นที่เยาวราชจากการสำรวจพบว่ามีกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้น เนื่องจากพื้นที่เยาวราชได้รับการควบคุมดูแลโดยสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ ประกอบกับพื้นที่เยาวราชเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญที่ทางภาครัฐสนับสนุนและให้ความสนใจ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศได้ จึงทำให้เกิดกิจกรรมที่ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชเข้าร่วมอย่างหลากหลายตามที่สำนักงานเขตกำหนด

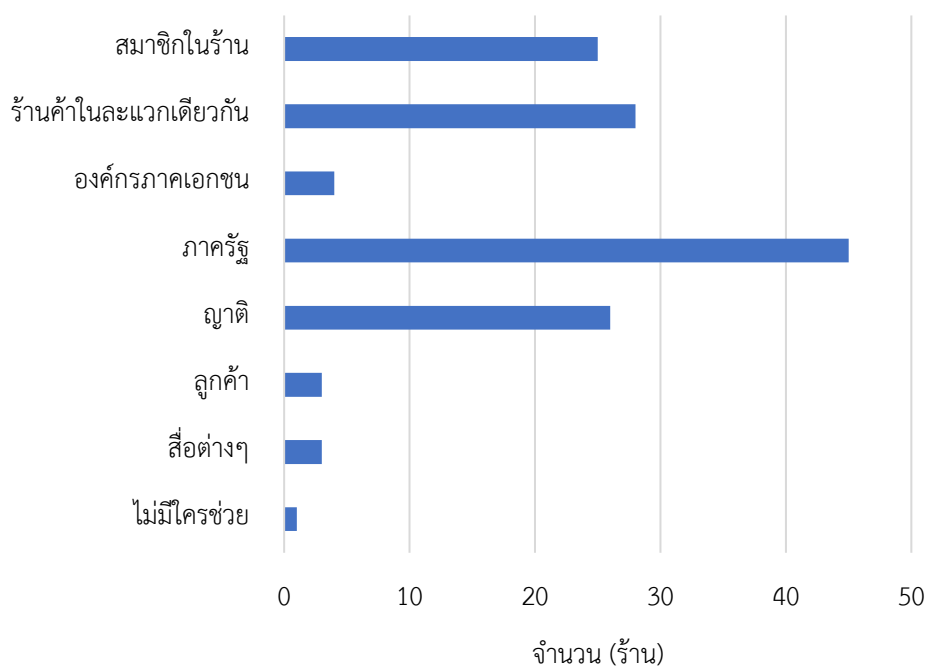


ภาพที่ 76 กิจกรรมที่ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชเข้าร่วม

จากภาพที่ 76 จะพบว่าร้านค้าทุกร้านให้การร่วมมือกับกิจกรรมตามที่สำนักงานเขตฯ ประกาศและขอความร่วมมือ เช่น การปฏิบัติตามระเบียบภาครัฐโดยมีเจ้าหน้าที่เทศกิจ เจ้าหน้าที่อนามัย ได้เข้ามาจัดการ ดูแลและนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามระเบียบที่กำหนด กิจกรรมที่เกิดขึ้นประจำ ได้แก่ การประชุมของสำนักงานเขตที่ได้กำหนดให้ร้านค้าทุกร้านในพื้นที่เข้าร่วมวันแต่มีความจำเป็น การทำความสะอาดพื้นที่เยาวราชร่วมกันในวันจันทร์ซึ่งเป็นวันที่ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชเฉพาะหาบเร่ แผงลอยหยุดทำการค้าขาย ซึ่งร้านค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมนี้มีจำนวน 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ของทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์บรรทัดฐานที่มีร่วมกัน ซึ่งทำให้ง่ายต่อการควบคุมดูแลพื้นที่ นอกจากนี้บางร้านค้าในพื้นที่เยาวราชยังมีการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ตามโอกาส เช่น การทำป้ายตรุษจีน หรือการเรียรายเงินจากภาคส่วนต่าง ๆ เป็นต้น

5.3.2.4 ความช่วยเหลือร้านค้าในพื้นที่เยาวราชด้านการดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่าพื้นที่เยาวราชได้รับความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจ และด้านต่าง ๆ จากหลายภาคส่วนทั้งจากกลุ่มญาติหรือตัวร้านค้าเอง ร้านค้าใกล้เคียง และภาครัฐ ทั้งช่วงเวลาปกติ และช่วงวิกฤติ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 จากการระบาดของโรคระบาด COVID-19 ร้านค้าแต่ละร้านจะได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำซึ่งร้านหนึ่งอาจได้รับความช่วยเหลือจากหลายภาคส่วนได้ดังนี้



ภาพที่ 77 ร้านค้าได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำในการดำเนินธุรกิจในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จากภาคส่วนต่าง ๆ

จากภาพที่ 77 จะพบว่าร้านค้าในพื้นที่เยาวราชส่วนใหญ่รู้สึกว่าจะได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำในการดำเนินธุรกิจในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จากทางภาครัฐ มีจำนวน 45 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 77.59 ของทั้งหมด เนื่องจากภาครัฐ (สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร) เข้ามามีบทบาทในการควบคุมหาบเร่ แผงลอยทำให้สามารถที่จะให้ความช่วยเหลือและแนะนำแนวทางการปฏิบัติตนของร้านค้าให้เป็นไปตามมาตรการเพื่อให้เกิดความสะอาดและความปลอดภัยส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในร้านค้ามากขึ้น และบางร้านได้รับความช่วยเหลือจากร้านค้าในละแวกเดียวกันซึ่งเป็นร้านค้าใกล้เคียงในพื้นที่ มีจำนวน 28 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 48.28 ของทั้งหมด ใกล้เคียงกับความช่วยเหลือจากญาติซึ่งมีจำนวน 26 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.83 ของทั้งหมด และความช่วยเหลือและแนะนำจากสมาชิกในร้านซึ่งมีจำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 43.10 ของทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในครอบครัวได้เช่นกัน นอกจากนี้ลำดับถัดมาทั้ง 4 จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวร้านค้าและร้านค้าใกล้เคียงที่ช่วยเหลือในการแบ่งปันข้อมูล รวมถึงแนะนำการปฏิบัติตนให้เป็นไปตามมาตรการตามที่ภาครัฐกำหนดได้ ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นทุนทางสังคมได้ นอกนั้นจะเป็นการช่วยเหลือจากองค์กรภาคเอกชน ลูกค้า สื่อต่าง ๆ และ

มีบางร้านที่ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากใครเลยซึ่งมีจำนวนน้อยที่ได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากภาคส่วนเหล่านี้

5.3.3 ทูทางสังคมกับความสัมพันธ์ของร้านค้าในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เยาวราช

จากการศึกษาข้อมูลที่ผ่านมา รวมถึงการลงพื้นที่สำรวจ สังเกตการณ์และเก็บข้อมูลของประชากรในการศึกษารั้งนี้ด้วยตนเอง ทำให้ผู้วิจัยได้รายละเอียดของข้อมูลเพิ่มเติมจากการพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเก็บข้อมูลในเดือนตุลาคม 2563 ซึ่งข้อมูลที่ได้มีลักษณะสอดคล้องกับข้อมูลระดับทูทางสังคมและข้อมูลความช่วยเหลือและคำแนะนำในช่วง COVID-19 โดยผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าหาบเร่ แผงลอยอาหารในพื้นที่จะมีความสัมพันธ์กันซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มตามประเภทการเกิดทูทางสังคมในการดำเนินธุรกิจของร้านค้าได้ ซึ่งการที่ร้านค้ามีทูทางสังคมดังกล่าวจะทำให้สามารถกลับมาดำเนินธุรกิจในพื้นที่ได้ดีกว่าไม่มี รายละเอียดที่ได้จากการพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งได้ดังนี้

5.3.3.1 ทูทางสังคมกับความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในร้านค้าตัวเอง

ข้อมูลความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับร้านค้าตนเองที่ได้จากการพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยพบว่า ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินธุรกิจคนเดียวหรือธุรกิจของครอบครัว ดังนั้น ร้านค้าส่วนใหญ่จะมีสมาชิกในร้านเป็นบุคคลในครอบครัว แต่ถ้าหากร้านที่มีกิจการขนาดใหญ่ขึ้น มีที่นั่งมากขึ้น จะมีการจ้างแรงงานที่เป็นลูกจ้างเพิ่มมากขึ้นด้วย ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของสมาชิกในร้านจากบุคคลที่เป็นครอบครัวและลูกจ้างเป็นความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดทูทางสังคมได้ง่ายที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลระดับทูทางสังคมที่พบว่าระดับทูทางสังคมกับร้านค้าตัวเองจะมีมากที่สุด เมื่อเกิดการระบาดของโรค COVID-19 สมาชิกในร้านเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ทั้งด้านการระดมความเห็นเพื่อปรับแนวทางการขาย และเป็นแรงงานสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่ต่อไปได้ ตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากร้านค้า ดังนี้

กรณีร้านค้าที่สมาชิกเป็นคนในครอบครัวทั้งหมด เช่น ร้าน R4-050-GF เป็นร้านก๋วยเตี๋ยวที่ครอบครัวทั้งหมดเป็นผู้ร่วมดำเนินการ ได้ให้ข้อมูลว่าร้านตนมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนภายในครอบครัว โดยเจ้าของธุรกิจคือ บิดา และผู้ที่จัดซื้อวัตถุดิบและจัดเตรียมวัตถุดิบจะเป็นพี่สาว ส่วนการขาย การทำความสะอาดอุปกรณ์และการจัดเก็บอุปกรณ์จะเป็นผู้ให้ข้อมูล และน้องชาย เมื่อเกิดการระบาดของโรค COVID-19 จะมีการคุยกันในครอบครัวเพื่อวางแผนการขายให้มีการขาดทุนน้อยที่สุด เป็นต้น

กรณีร้านค้าที่มีสมาชิกที่เป็นลูกจ้าง เช่น ร้าน R2-013-GF ผู้ให้ข้อมูลเล่าว่า พ่อแม่มาขายก่อน เมื่อก่อนขายหอยแครงเป็นรถเข็นตอนนี้นักท่องเที่ยวไม่เยอะ ก็มีการพัฒนาธุรกิจกับขนาดร้านเรื่อยมา ตอนนี้อยู่ที่ 2 มาขายแทนแล้ว ก็คือรุ่นลูก ร้านมีขนาดใหญ่ขึ้นทำให้ร้านค้ามีการจ้างพนักงานที่เป็นลูกจ้างมากขึ้น มีเช่าบ้านให้ลูกจ้างอยู่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งขาย ร้านค้าดูแลพนักงานดี มีสวัสดิการให้ ร้านจะมีกลุ่มไลน์ไว้สื่อสารกัน มีการหยุดร้านเพื่อพาไปเที่ยวด้วย ทำให้มีความไว้วางใจซึ่งกันของกลุ่มพนักงาน รวมถึงตอนนี้มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นในพื้นที่เยาวราชแล้วโดยเป็นการดูแลของครอบครัวรุ่นถัดมา ในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ร้านค้าไม่ได้มีการจ้างพนักงานออกเพื่อเป็นการช่วยเหลือให้พนักงานเหล่านั้นสามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อได้ แต่มีบางคนได้ลาออกเพื่อกลับภูมิลำเนาเดิมของตนเอง และร้านค้ามีการเปลี่ยนในการดำเนินธุรกิจโดยมีการหารือกันในส่วนของการเปลี่ยนแปลงเมนูอาหาร จากเดิมที่เป็นเมนูนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะเปลี่ยนมาเป็นเมนูที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยม รวมถึงมีโปรโมชั่นที่เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้จะมีการเปลี่ยนของห่วงโซ่อุปทานโดยเปลี่ยนเวลาการเตรียมวัตถุดิบให้เร็วขึ้น การขายก็สามารถมาเปิดเร็วขึ้นได้ การเปลี่ยนเวลาทำความสะอาดอุปกรณ์โดยจะนำภาชนะไปล้างทันทีที่เก็บจากโต๊ะอาหาร เนื่องจากห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าทำเป็นระบบมีส่วนงานที่ชัดเจนสำหรับคนทำ คนเสิร์ฟ คนล้าง โดยเจ้าของกิจการและสมาชิกภายในครอบครัวจะเข้ามากำกับดูแลตลอด เป็นต้น

จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า สมาชิกในร้านทั้งที่เป็นคนในครอบครัวและที่เป็นลูกจ้างจะมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจของร้านค้าตนเองในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ทั้งในการระดมความคิด หาแนวทางการขายเพื่อลดต้นทุน และหาช่องทางเพื่อให้ร้านค้าสามารถขายได้ รวมถึงเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบตามห่วงโซ่อุปทานของการดำเนินธุรกิจด้วย จึงถือเป็นทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นภายในร้านค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชสามารถกลับมาค้าขายได้แม้จะเกิดการระบาดของโรค COVID-19

5.3.3.2 ทุนทางสังคมกับความสัมพันธ์ของร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่เยาวราช

พื้นที่เยาวราชเป็นพื้นที่การค้าที่มีมาแต่เดิมทำให้เกิดการปรากฏตัวของร้านค้าที่มากมายและหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่การทำการค้าในพื้นที่จะเป็นต่างคนต่างขาย ต่างคนต่างประกอบธุรกิจของตน ทำให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่มีไม่มาก ซึ่งส่วนใหญ่จากการพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ปกติร้านค้าจะไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกัน แต่สามารถพูดคุยกันระหว่างร้านค้าได้เพราะรู้ว่าใครทำงานร้านไหนแล้วร้านนั้นตั้งอยู่บริเวณใด สามารถคุยกันในละแวกใกล้เคียงได้ แต่ส่วนใหญ่จะสนใจกับธุรกิจของ

ตนเองมากกว่าการรวมกลุ่มนั่งคุยกัน ซึ่งสอดคล้องกับระดับทุนทางสังคมด้านการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายที่มีระดับต่ำ ตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากร้านค้า ดังนี้

ร้าน L1-005-GF การดำเนินธุรกิจจะจัดการกันเอง คุยกับครอบครัว ให้ความสัมพันธ์ร้านค้าอื่น ๆ ในเขาวราชเท่ากัน รู้จักกันแต่ไม่สนิท ไม่มีเวลาคุย เกรงใจเพราะต้องค้าขายเหมือนกัน

ร้าน L1-025-GF ให้ข้อมูลว่าตนซึ่งเป็นเจ้าของร้านเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขาวราชตั้งแต่เด็ก และได้เริ่มเปิดธุรกิจของตนขึ้นในพื้นที่เขาวราช เนื่องจากเห็นช่องทางการขายและเป็นคนในพื้นที่ที่รู้จักกับเจ้าของอาคารที่ตนมาเปิดขาย และก็พอรู้จักร้านค้าอื่น ๆ ที่เป็นหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่บ้าง แต่ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีการพูดคุยกันจะต่างคนต่างทำธุรกิจของตนมากกว่า เป็นต้น

จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า ร้านค้าในพื้นที่เขาวราชส่วนใหญ่จะรู้จักกันและสามารถพูดคุยกันได้ แต่ไม่ได้นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น เนื่องจากจะมีลักษณะต่างคนต่างมุ่งประกอบธุรกิจของตนมากกว่า ทำให้ไม่มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายระหว่างกันของผู้ประกอบการหาบเร่ แผงลอย แต่การที่ร้านค้ามีความสัมพันธ์ที่สามารถพูดคุยกันได้นี้จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่จะนำไปสู่ความสัมพันธ์อื่น ๆ ตามมาได้

จากการที่ได้พูดคุยกันอย่างละเอียดมากขึ้น พบว่า บางร้านที่เปิดขายมานานจะมีความสัมพันธ์กับร้านค้าอื่น ๆ เพิ่มเติมจากความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นเครือญาติกัน เพื่อนสนิทกัน และความสามารถในการขอคำปรึกษากันได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในบริเวณพื้นที่ที่มีกลุ่มร้านค้าจำนวนมาก ซึ่งตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากร้านค้า ดังนี้

ร้าน L3-084-GF ซึ่งอยู่บริเวณตลาดเก่าเป็นร้านที่มีความสัมพันธ์แบบเครือญาติกับร้าน L3-073-GF ทำให้มีความช่วยเหลือทางธุรกิจกัน คือ การจัดซื้อวัตถุดิบจะสั่งซื้อพร้อมกัน มีการแบ่งปันห่วงโซ่อุปทานกัน โดยใช้น้ำและไฟจากแหล่งเดียวกัน การเก็บอุปกรณ์และทำความสะอาดจะใช้ลูกจ้างร่วมกัน นอกจากนี้ลักษณะนิสัยของเจ้าของร้านที่เป็นคนพูดเก่งรวมถึงเป็นคนในพื้นที่เขาวราชตั้งแต่เด็ก ทำให้เข้าถึงทรัพยากรอื่น ๆ ได้ง่ายด้วย คือ เป็นร้านที่สามารถขอความช่วยเหลือจากร้านค้าอื่น ๆ ได้ เช่น การฝากร้าน การแบ่งปันที่นั่งกัน และการขอเช่าห้องน้ำจากร้านค้าในอาคาร เป็นต้น และในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ร้านค้าที่มีความสัมพันธ์ร่วมกันจะมีการพูดคุยกันด้วยว่า ร้านเธอทำอย่างไร จะได้ทำตามบ้าง และเตือนกันว่าไปไหนให้ใส่หน้ากากอนามัย ขายของต้องเอาไปด้วยห้ามลืม เป็นต้น

จากข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าหาบเร่ แผงลอยด้วยกันในพื้นที่เยาวราชส่วนใหญ่เป็นความสัมพันธ์ต่างคนต่างดำเนินธุรกิจของตน มีความสัมพันธ์ร่วมกันน้อยทำให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายน้อยตามไปด้วย แต่ยังคงมีบางร้านค้าที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งเป็นรูปแบบญาติกัน เพื่อนสนิทกัน เป็นต้น ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นไม่มากในพื้นที่เยาวราชและไม่ได้นำไปสู่การรวมกลุ่มกันเท่าที่ควร อาจส่งผลในระยะยาวได้จึงจำเป็นต้องให้ความสนใจในความสัมพันธ์นี้มากขึ้น

5.3.3.3 ทูทางสังคมกับความสัมพันธ์ของร้านค้าที่มีต่อเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

จากการศึกษา สํารวจ และพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถามจะพบว่า ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐภายใต้กฎระเบียบที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างกรอบให้ปฏิบัติร่วมกันของภาครัฐ เพื่อจัดระเบียบและดูแลความเรียบร้อยของร้านค้าหาบเร่ แผงลอย ซึ่งความสัมพันธ์นี้เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้เมื่อพิจารณาเทียบกับพื้นที่การค้าหาบเร่ แผงลอยอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับระดับทุนทางสังคมที่พบว่า มิติบรรทัดฐานมีระดับสูงที่สุด โดยภาครัฐได้เข้ามากำหนดให้มีการจัดประชุมร่วมกัน การทำความสะอาดพื้นที่การค้าร่วมกัน และขอความร่วมมือจากกลุ่มร้านค้าหาบเร่ แผงลอยให้ปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากร้านค้าดังนี้

ร้าน L3-094-GF ได้ให้ข้อมูลว่า ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่ต้องทำตามกฎระเบียบที่รัฐกำหนดไว้ มีงดขายทุกวันจันทร์ ต้องเข้าร่วมประชุมที่สำนักงานเขตฯ และมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ขอความร่วมมือ ร้านค้าตนก็ไปช่วยทำให้สนิทกับเจ้าหน้าที่เทศกิจ งานเอกชนที่เขาขอไปก็ไปช่วยเต็มที่ทุก ๆ งาน ทุกกิจกรรมที่เข้ามาไปช่วยเสมอ ทำให้รู้จักกับคนแถวจักรวรรดิด้วย แต่จริง ๆ บ้านของตนอยู่บริเวณตลาดน้อย เป็นต้น

และในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ภาครัฐจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการควบคุมให้ร้านค้าปฏิบัติตามมาตรการเพื่อป้องกันการระบาดของโรค โดยหากร้านค้าไหนไม่ปฏิบัติตามจะไม่สามารถทำการค้าในช่วงการระบาดได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการรักษาสุขลักษณะในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่การขาย และมีการจัดระเบียบห่วงโซ่คุณค่าด้านเวลาที่ส่งผลต่อการมาตั้งร้านขาย การทำความสะอาดอุปกรณ์และเก็บอุปกรณ์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากร้านค้า ดังนี้

ร้าน L1-012-GF ภาครัฐได้เข้ามาให้คำแนะนำในการขายให้ปลอดภัย ลดการแพร่ระบาด และมีอนามัยมาให้คำแนะนำด้วย โดยทุกร้านต้องปฏิบัติตามมาตรการ COVID-19

ร้าน R2-013-GF รัฐมีการเข้ามาจัดระเบียบและให้ความรู้ และมีอนามัยมาตรวจร้านเรื่อย ๆ ช่วงการแพร่ระบาด COVID-19 ช่วงแรกที่มีการติดมาก ๆ จะมาตรวจบ่อย ช่วงหลังที่มีผู้ติดน้อยลงจะมาตรวจนาน ๆ ครั้ง ซึ่งปกติอนามัยก็มาตรวจเป็นประจำ 1- 2 เดือนครั้งอยู่แล้ว แต่ช่วง COVID-19 จะมาบ่อยกว่าปกติ

ร้าน L2-039-GF เป็นหนึ่งในร้านที่ภาครัฐได้ให้เข้าร่วมประชุมกับกระทรวงสาธารณสุขในการดำเนินธุรกิจการค้าช่วงโรค COVID-19 โดยเลือกไปเฉพาะบางร้านเท่านั้น เพื่อให้ร้านค้านำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและกระจายข้อมูลให้ร้านค้าอื่น ๆ ด้วย เป็นต้น

จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า ทูทางสังคมของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างร้านค้าหาบเร่ แผงลอยกับเจ้าหน้าที่ของภาครัฐมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของร้านค้าเป็นอย่างมากทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ทำให้เห็นว่าเยาวราชได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร โดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการควบคุมแนวทางการดำเนินธุรกิจในช่วงโช่งอุปทานตั้งแต่กระบวนการขายไปจนถึงการจัดเก็บอุปกรณ์ เนื่องจากกระบวนการเหล่านี้เป็นการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สาธารณะ และการที่ร้านค้าปฏิบัติตามกฎระเบียบหรือบรรทัดฐานที่ภาครัฐได้ตั้งไว้ จึงทำให้ร้านค้าเหล่านี้ได้รับผลประโยชน์ที่เอื้อให้ตนสามารถดำเนินธุรกิจการค้าในพื้นที่เยาวราชได้ทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19

ดังนั้นจากข้อมูลทูทางสังคมในพื้นที่เยาวราชที่พบว่ามีความสำคัญทุกประเภท ทั้งทูทางสังคมที่เกิดจากร้านค้าตนเอง ร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่และจากภาครัฐ โดยเฉพาะทูทางสังคมประเภทที่เกิดจากรัฐในการเข้ามาสร้างบรรทัดฐานให้กับร้านค้าในพื้นที่เยาวราช ทำให้ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีแนวโน้มที่จะเคารพกฎระเบียบที่เป็นบรรทัดฐานสูง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ในครั้งนี้ โดยร้านค้าทุกร้านต้องปฏิบัติตามมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อย่างเคร่งครัด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่วิเคราะห์ในเชิงปริมาณและจากการพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกัน จึงสะท้อนให้เห็นว่าทูทางสังคมมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยอาหารเป็นอย่างมากในช่วงการระบาดของโรค COVID-19

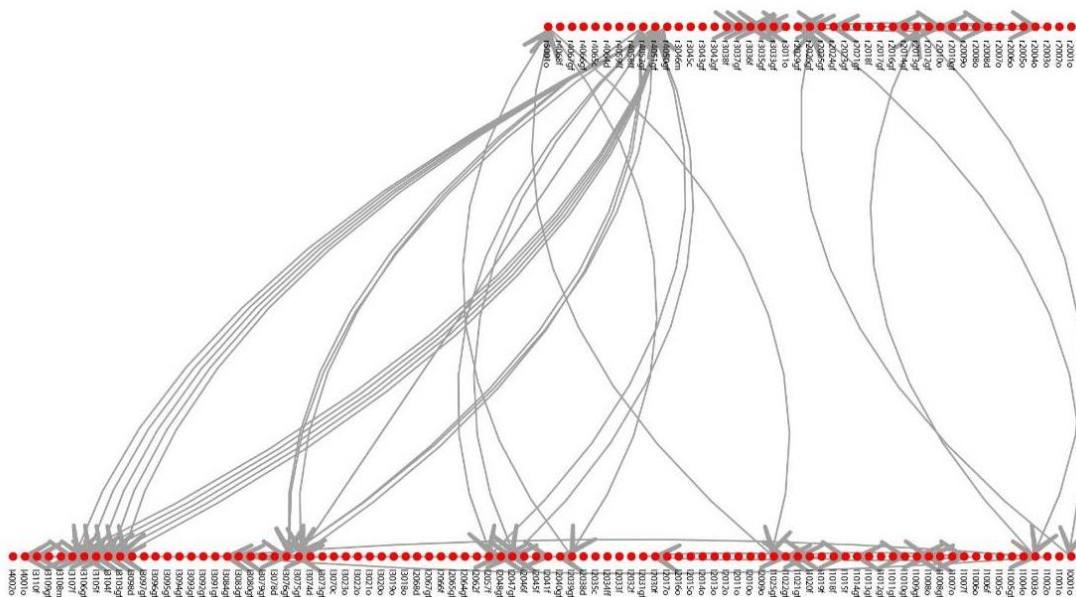
5.4 เครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช

เครือข่ายทางสังคมเป็นสิ่งที่ช่วยบ่งชี้ให้เห็นถึงกลุ่มความสัมพันธ์ที่มีในสังคมหนึ่ง ๆ โดยสามารถวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social network analysis) ด้วยกราฟแสดงความสัมพันธ์ซึ่งประกอบด้วย จุด (Nodes) เส้น (Connect, Tie หรือ Edges) โดยเครือข่ายทางสังคมสามารถแสดงผลให้เห็นเป็นรูปภาพแผนผังเครือข่ายด้วยการแสดงเป็นกราฟความสัมพันธ์โดยจะประกอบด้วย Nodes คือ ร้านค้า และ Edges คือเส้นเชื่อมความสัมพันธ์ สามารถนำโปรแกรม Stata และ Gephi มาใช้หาค่าความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ ได้ โดยแสดงความสัมพันธ์ของค่า Indegree, Outdegree, Betweenness centrality และ Closeness centrality ซึ่งได้จากการถามคำถามในส่วนของ 3 ตอนที่ 1 ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช ว่ามีร้านใดบ้างที่อยู่ในความสัมพันธ์นั้น ๆ ของร้านค้าที่ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการอ่านแผนผังหรือกราฟความสัมพันธ์ คือ Nodes ที่มีขนาดใหญ่และสีเข้มจะบ่งบอกว่า เป็นร้านค้าที่มีค่าความสัมพันธ์นั้น ๆ สูงที่สุด และจะไล่ลำดับค่าความสัมพันธ์ที่ถดถอยมาตามขนาดและความเข้มสีลดต่ำลงตามลำดับ

โดยความสัมพันธ์ในพื้นที่เยาวราชที่จะนำมาสร้างให้เห็นในรูปแบบเครือข่ายทางสังคมมากขึ้นสามารถจัดแบ่งได้ดังภาพที่ 74 ซึ่งเป็นรูปแบบของกลุ่มความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช 5 รูปแบบความสัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา ความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีต่อร้านค้าในละแวกเยาวราช ตามที่ได้อธิบายในหัวข้อ 5.3.2.1 ความสัมพันธ์ของร้านค้าในพื้นที่เยาวราชที่แบ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ คือ ความสัมพันธ์แบบเครือข่ายซึ่งมีจำนวน 33 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.90 ของร้านค้า ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทกันมีจำนวนร้าน 54 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 93.10 ของร้านค้า ความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจมีจำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.90 ของร้านค้า ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษามีจำนวน 29 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ของร้านค้า และความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจำนวน 58 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ของร้านค้า แสดงรายละเอียดได้ดังนี้

5.4.1 เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบเครือข่าย

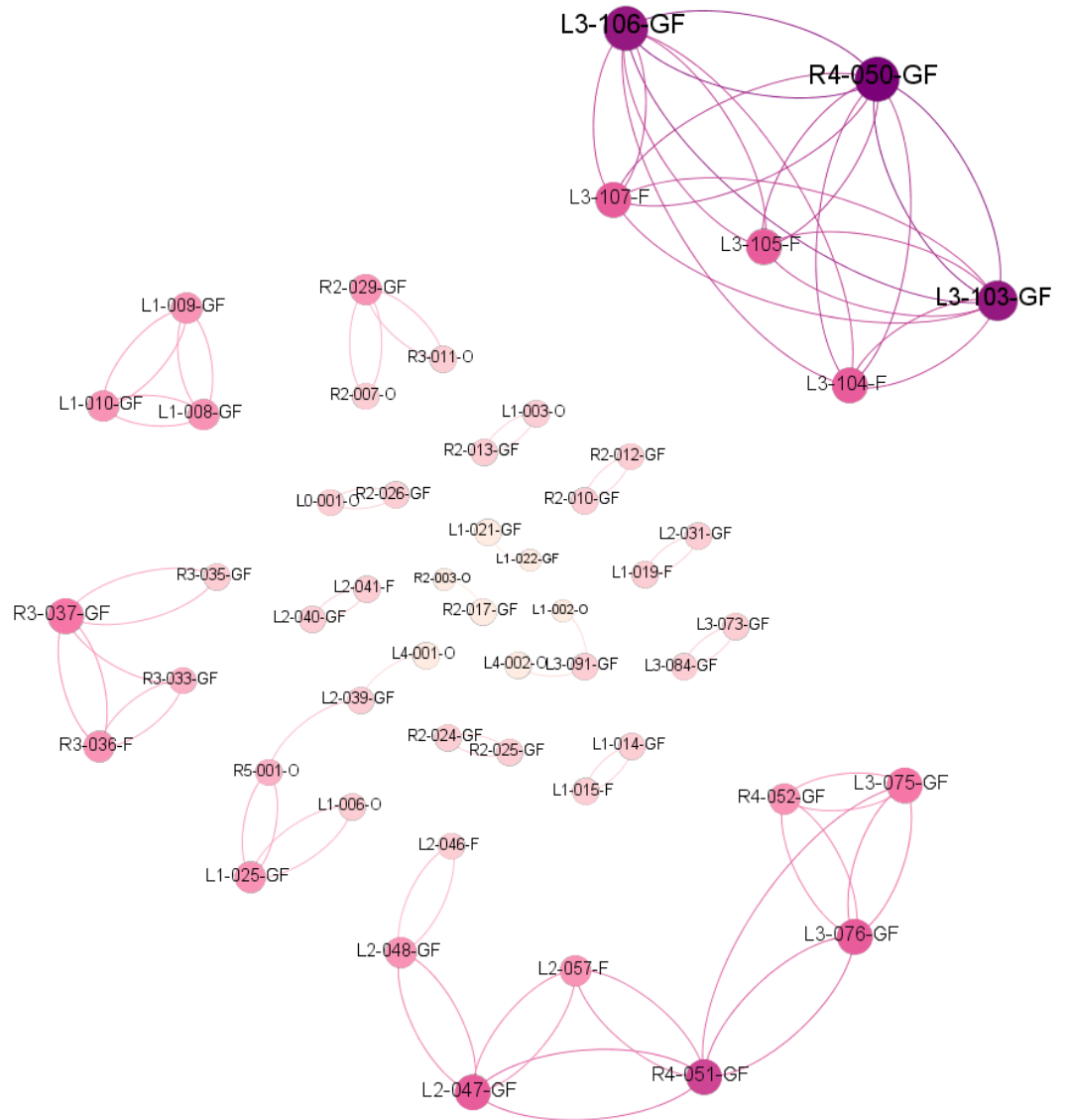
ความสัมพันธ์แบบเครือข่ายที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชมีจำนวนทั้งหมด 52 Nodes ซึ่งแบ่งเป็นร้านค้าที่เป็นประชากรที่เลือก 33 Nodes และมี 85 Edges ความสัมพันธ์แบบเครือข่ายของร้านค้าสองฝั่งถนนเยาวราช แสดงดังภาพที่ 78



ภาพที่ 78 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์แบบเครือข่ายของร้านค้าริมสองฝั่งถนนเยาวราช

จากภาพที่ 78 จะทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบเครือข่ายที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราชที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่าง 2 ฝั่งถนน นอกจากนี้เราสามารถวิเคราะห์หาความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย



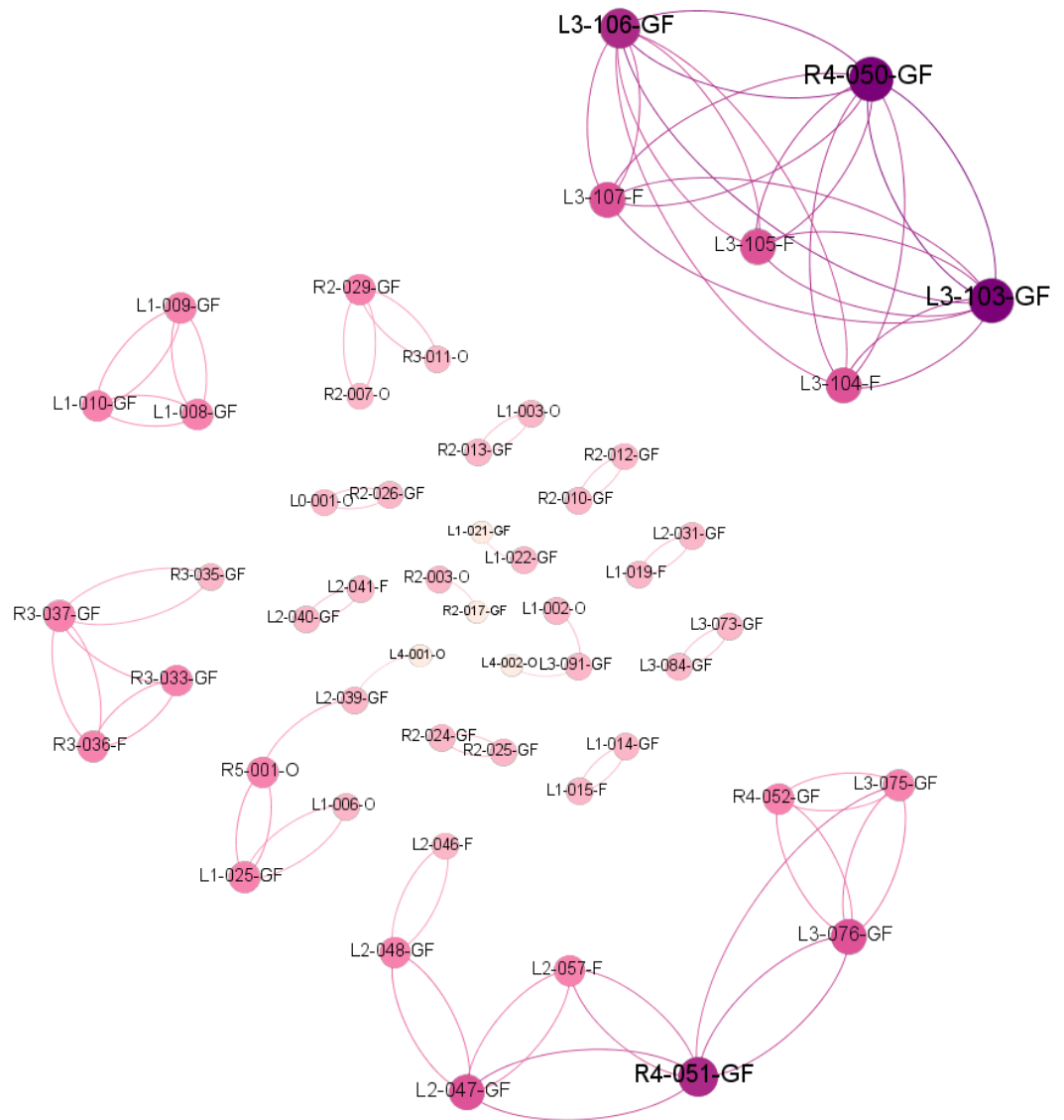
ภาพที่ 79 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย

ตารางที่ 19 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L3-106-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี	5
	R4-050-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	5
2	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	4
3	L2-047-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	3
	R4-051-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	3
	L3-075-GF	แกงกะหรี่น่ายโย่ง	มากกว่า 40 ปี	3
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	3
	L3-104-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	3
	L3-107-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	3
	L3-105-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	3
	R3-037-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	31-40 ปี	3

จากภาพที่ 79 และตารางที่ 19 จะพบว่า ค่า indegree ของร้านค้า L3-106-GF และ R4-050-GF มีค่ามากที่สุดในรูปแบบของเครือข่าย แสดงว่าร้านค้าดังกล่าวเป็นร้านที่ได้รับข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือในกลุ่มเครือข่ายมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่เปิดขายในเขาวราชมัย ช่วงเวลาระหว่าง 31-40 ปีทั้งสองร้าน แสดงระยะเวลาที่ยาวนานในการเข้ามาขายในพื้นที่จึงอาจมีการชักชวนญาติให้มาค้าขายในพื้นที่ได้ นอกจากนี้ร้านค้าที่มีเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายสูงที่สุด 3 ลำดับแรกส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณ L3 ซึ่งคือพื้นที่บริเวณตลาดเก่า และ R3 R4 ซึ่งเป็นบริเวณใกล้เคียงกับฝั่งตรงข้ามตลาดเก่าด้วย

2. การวิเคราะห์ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย



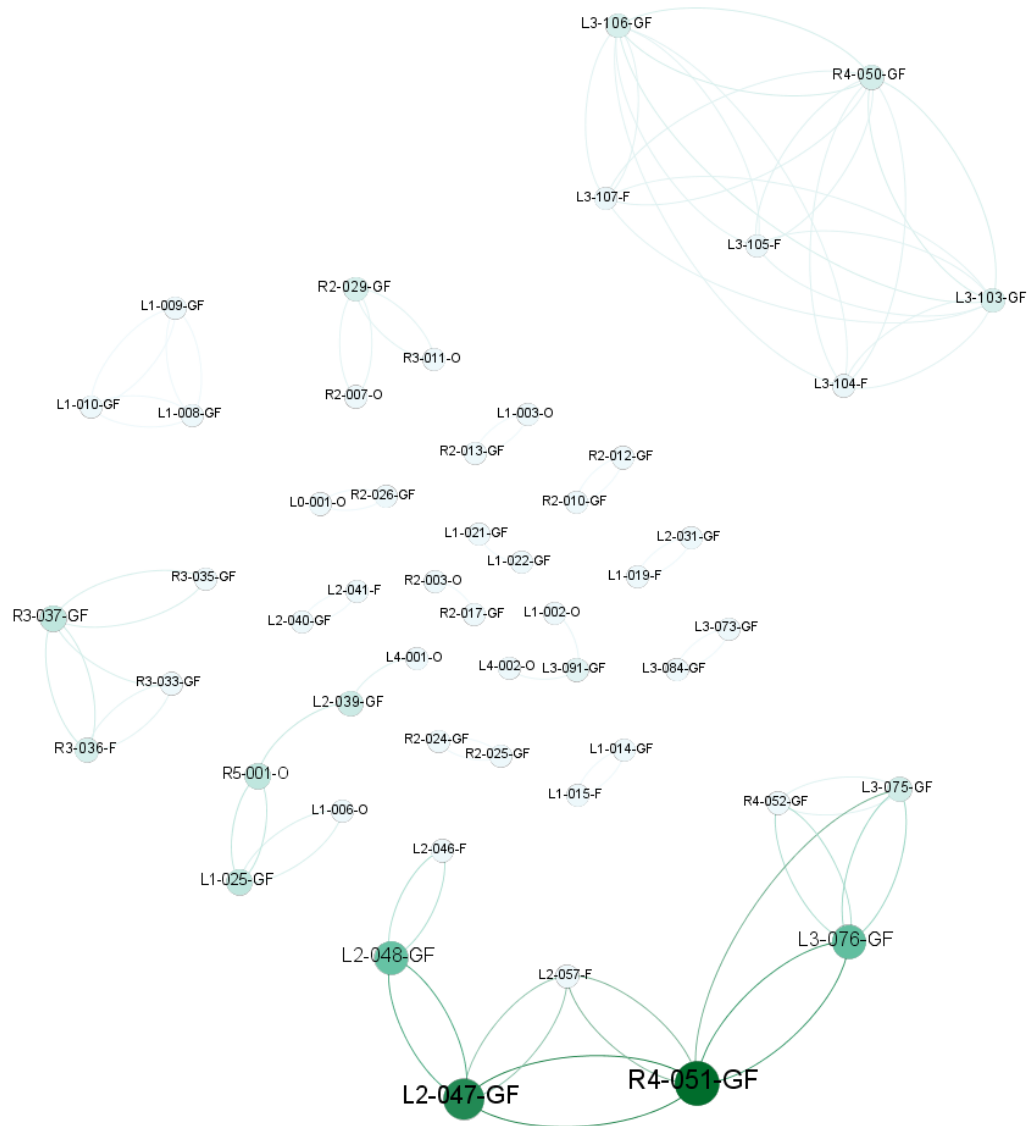
ภาพที่ 80 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย

ตารางที่ 20 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	R4-050-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	5
	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	5
2	L3-106-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี	4
	R4-051-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	4
3	L3-104-F	ร้านค้าย่านนอกกลุ่มประชากร	N/A	3
	L3-107-F	ร้านค้าย่านนอกกลุ่มประชากร	N/A	3
	L3-105-F	ร้านค้าย่านนอกกลุ่มประชากร	N/A	3
	L2-047-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	3
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	3

จากภาพที่ 80 และตารางที่ 20 จะพบว่า ค่า outdegree ของร้านค้า R4-050-GF และร้านค้า L3-103-GF ซึ่งมีค่ามากที่สุดในรูปแบบของเครือข่าย แสดงว่าเป็นร้านที่ส่งข้อมูลและให้ความช่วยเหลือแก่ร้านค้าในกลุ่มญาติมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเยาวราชมีช่วงเวลาระหว่าง 31-40 ปีทั้งสองร้าน แสดงให้เห็นว่าระยะเวลาที่ยาวนานในการเข้ามาขายในพื้นที่อาจมีการชักชวนญาติให้มาค้าขายในพื้นที่ได้ นอกจากนี้ร้านค้าที่มีเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายสูงสุด 3 ลำดับแรกส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณ L3 ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณตลาดเก่า และ R3 R4 ซึ่งเป็นบริเวณใกล้เคียงกับฝั่งตรงข้ามตลาดเก่าซึ่งมีลักษณะคล้ายกับค่า indegree

3. การวิเคราะห์ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย

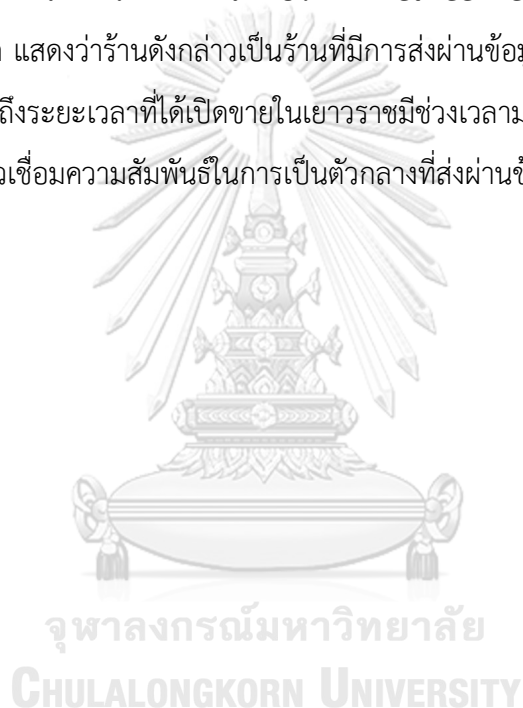


ภาพที่ 81 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย

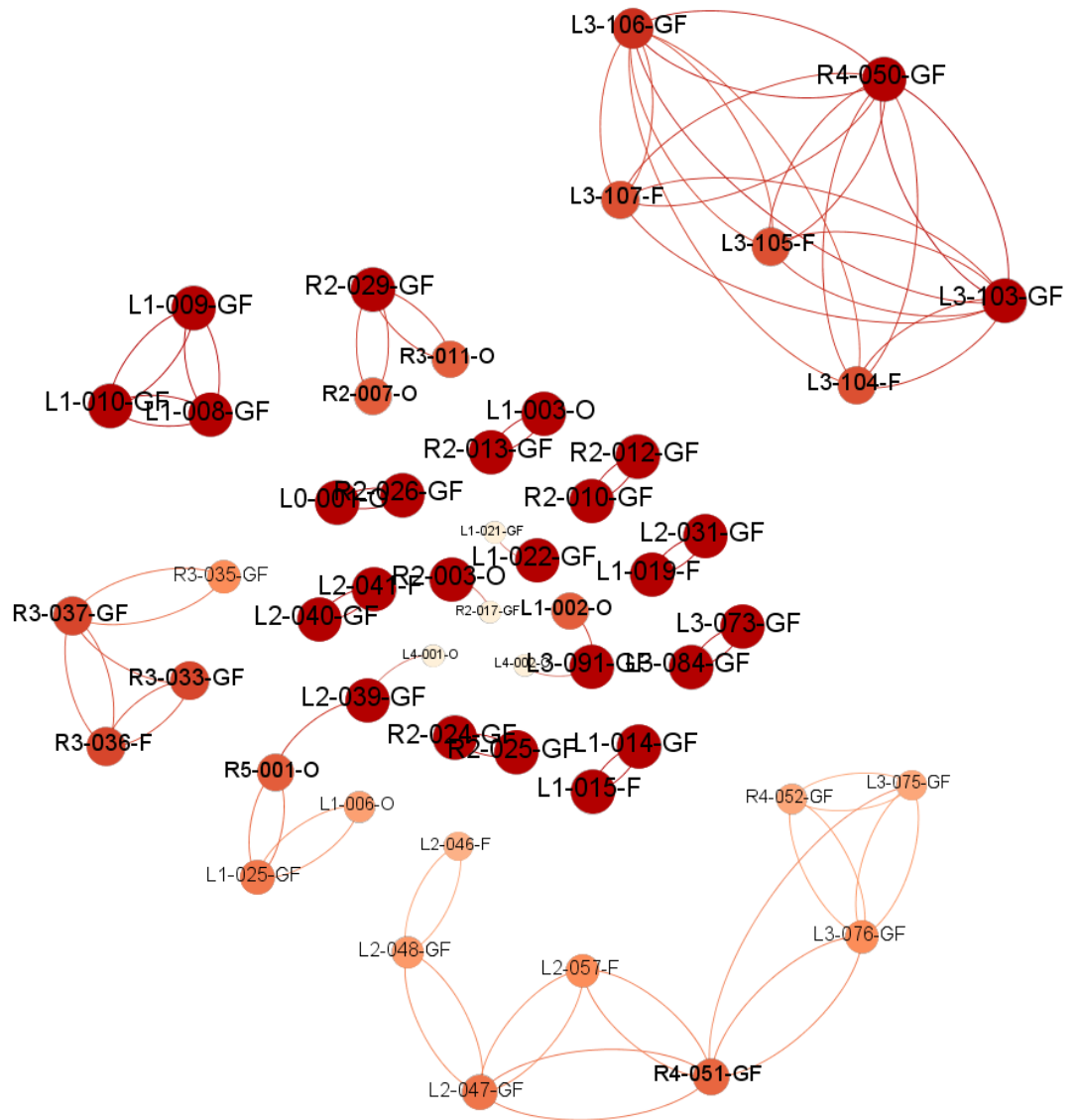
ตารางที่ 21 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายติที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	R4-051-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	24
2	L2-047-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	20
3	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	12.5

จากภาพที่ 81 และตารางที่ 21 จะพบว่า ค่า Betweenness centrality ของร้านค้า R4-051-GF มีค่ามากที่สุด แสดงว่าร้านดังกล่าวเป็นร้านที่มีการส่งผ่านข้อมูลและช่วยเหลือกลุ่มเครือข่ายมากที่สุดเมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเยาวราชมีช่วงเวลามากกว่า 40 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยาวนานทำให้เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ในการเป็นตัวกลางที่ส่งผ่านข้อมูลและความช่วยเหลือได้



4. การวิเคราะห์ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย



ภาพที่ 82 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่าย

ตารางที่ 22 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเครือข่ายที่มีค่า
สูงที่สุด 3 ลำดับแรก

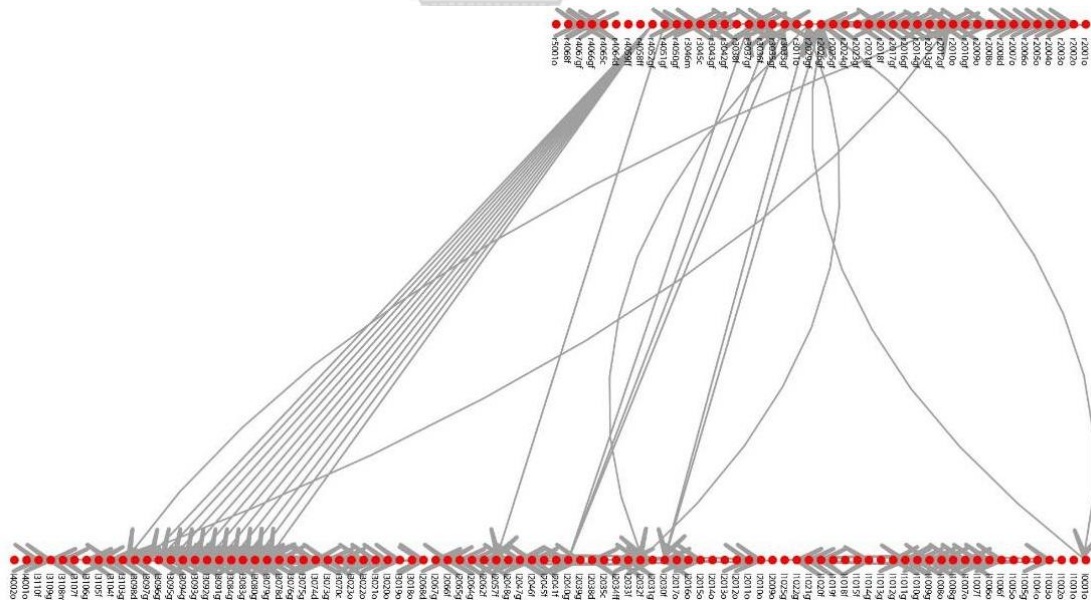
Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L2-039-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	R4-050-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	1
	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	1
	R2-029-GF	หุ้จลลลล/กระเพลลลล	31-40 ปี	1
	L3-091-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	1
	L1-008-GF	ขนมหวาน/รังนก	11-20 ปี	1
	L1-009-GF	หุ้จลลลล/กระเพลลลล	11-20 ปี	1
	L1-010-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	11-20 ปี	1
	R2-026-GF	หุ้จลลลล/กระเพลลลล	มากกว่า 40 ปี	1
	L0-001-O	ร้านค้ำนออกกลุ่มประชากร	N/A	1
	R2-024-GF	อาหารทะเลเผาตลลลล	31-40 ปี	1
	R2-025-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี	1
	R2-013-GF	อาหารทะเลเผาตลลลล	31-40 ปี	1
	L1-003-O	ร้านค้ำนออกกลุ่มประชากร	N/A	1
	R2-010-GF	หุ้จลลลล/กระเพลลลล	11-20 ปี	1
	R2-012-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	L3-073-GF	ตามสั่ง/กับข้าว	31-40 ปี	1
	L3-084-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	11-20 ปี	1
	L2-040-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L2-041-F	ร้านค้ำนออกกลุ่มประชากร	N/A	1
	L2-031-GF	ขนมหวาน/รังนก	มากกว่า 40 ปี	1
	L1-019-F	ร้านค้ำนออกกลุ่มประชากร	N/A	1
	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L1-015-F	ร้านค้ำนออกกลุ่มประชากร	N/A	1
	R2-003-O	ร้านค้ำนออกกลุ่มประชากร	N/A	1
	L1-022-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	2	L3-106-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
3	R3-037-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	31-40 ปี	0.75
	R3-036-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	0.75
	R3-033-GF	หุ้ดลาม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	0.75

จากภาพที่ 82 และตารางที่ 22 จะพบว่าค่า Closeness centrality ของร้านในกลุ่มเครือข่ายติในเยาวราชมีความใกล้เคียงกันจำนวนมากมีจำนวน 26 ร้านดังตาราง เช่น ร้านค้า L2-039-GF, R4-050-GF และ L3-103-GF เป็นต้น โดยค่า Closeness centrality ที่เข้าใกล้ 1 จะมาจาก Nodes ที่มีการเชื่อมกับ Nodes อื่นน้อย จากรูปจะเห็นว่า Nodes ที่มีความเข้มที่สุดแสดงว่ามีค่าเท่ากับ 1 และจะมีเส้นเชื่อมความสัมพันธ์ Edges น้อย จะทำให้มีความใกล้เคียงกันระหว่าง Nodes มาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ในกลุ่มเครือข่ายติในเยาวราชนี้มีความใกล้เคียงกัน

5.4.2 เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท

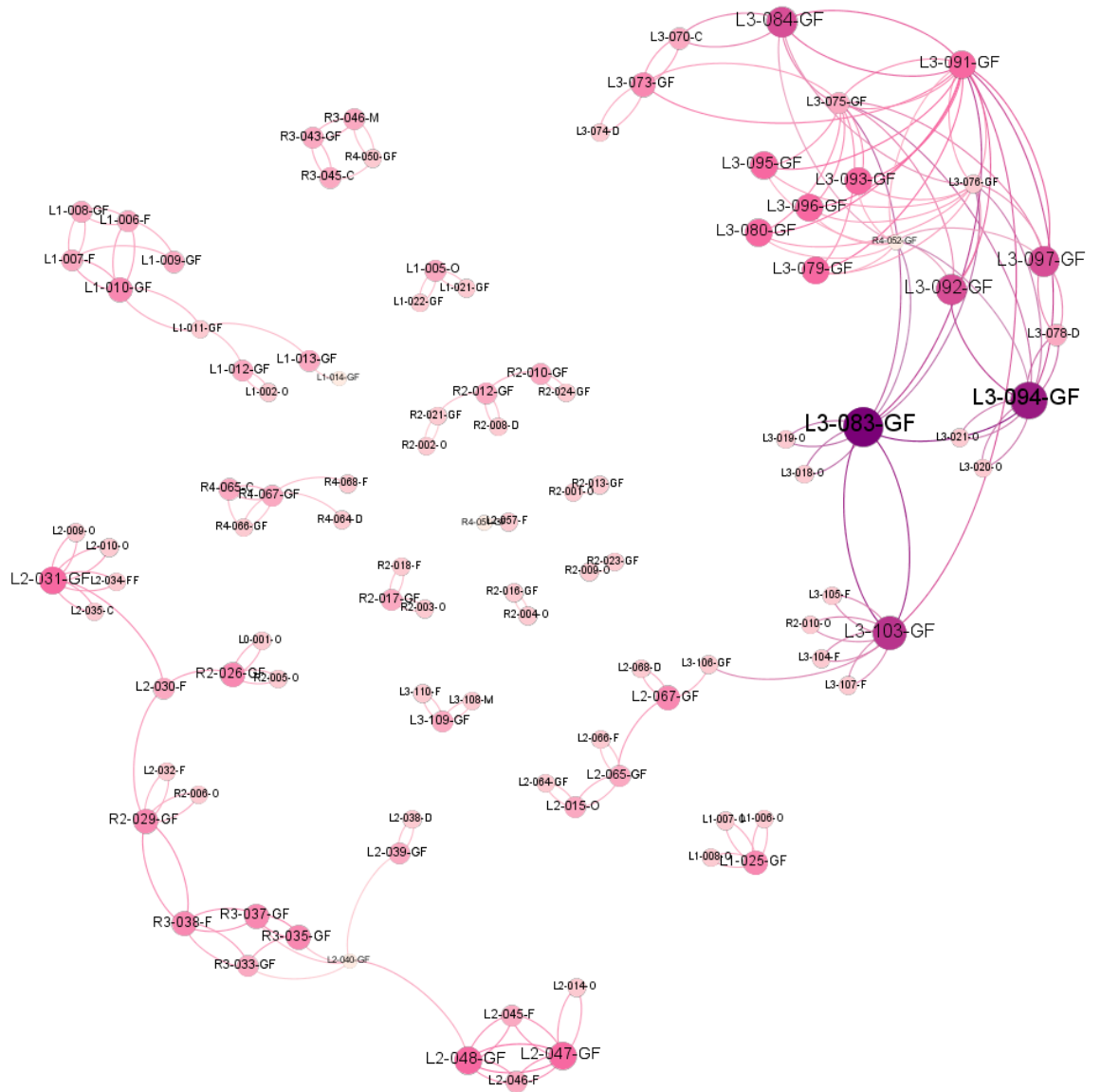
ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชมีจำนวนทั้งหมด 104 Nodes ซึ่งแบ่งเป็นร้านค้าที่เป็นประชากรที่เลือก 54 Nodes และมี 201 Edges ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทของร้านค้าสองฝั่งถนนเยาวราช แสดงดังภาพที่ 83



ภาพที่ 83 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทของร้านค้าริมสองฝั่งถนนเยาวราช

จากภาพที่ 83 จะทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราชที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่าง 2 ฝั่งถนน นอกจากนี้เราสามารถวิเคราะห์หาความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท



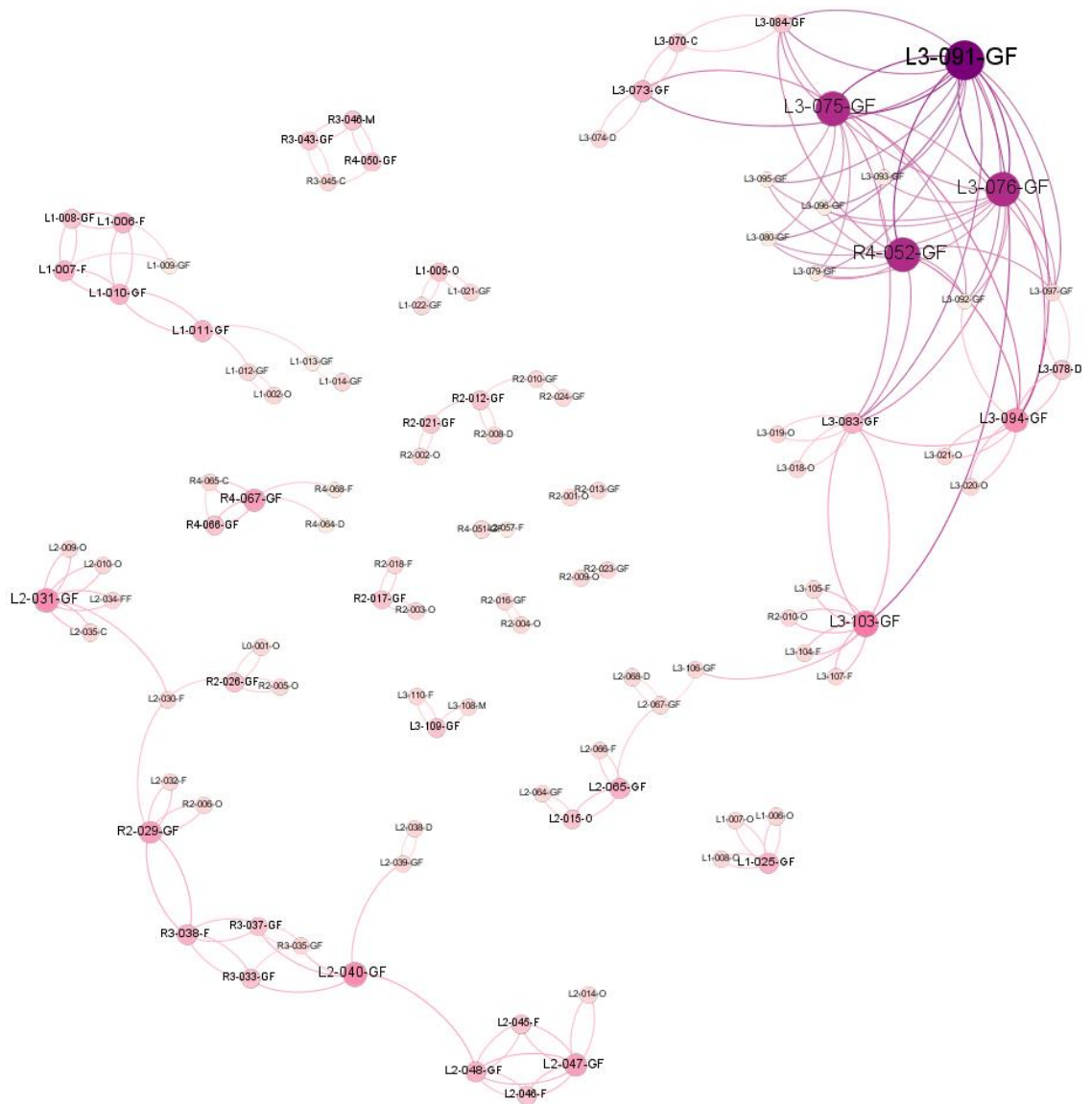
ภาพที่ 84 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท

ตารางที่ 23 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L3-083-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	8
2	L3-094-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	1-10 ปี	7
3	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	6

จากภาพที่ 84 และตารางที่ 23 จะพบว่า ค่า indegree ของร้านค้า L3-083-GF มีค่ามากที่สุดในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท แสดงว่าร้านค้านี้ได้ข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือในกลุ่มเพื่อนสนิทมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเยาวราชมีช่วงเวลาระหว่าง 31-40 ปี แสดงระยะเวลาที่เปิดขายในเยาวราชอย่างยาวนานสามารถทำให้เกิดความสัมพันธ์สนิทสนมกันของร้านค้าในละแวกเดียวกันได้ นอกจากนี้ร้านค้านี้มีเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทสูงที่สุด 3 ลำดับแรกส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณ L3 ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณตลาดเก่าซึ่งเป็นบริเวณที่มีร้านค้าต่าง ๆ มาทำการค้าขายจำนวนมากตั้งแต่อดีตจึงมีผลทำให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นแหล่งรวบรวมร้านค้าและช่วยทำให้เกิดความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทได้

2. การวิเคราะห์ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท



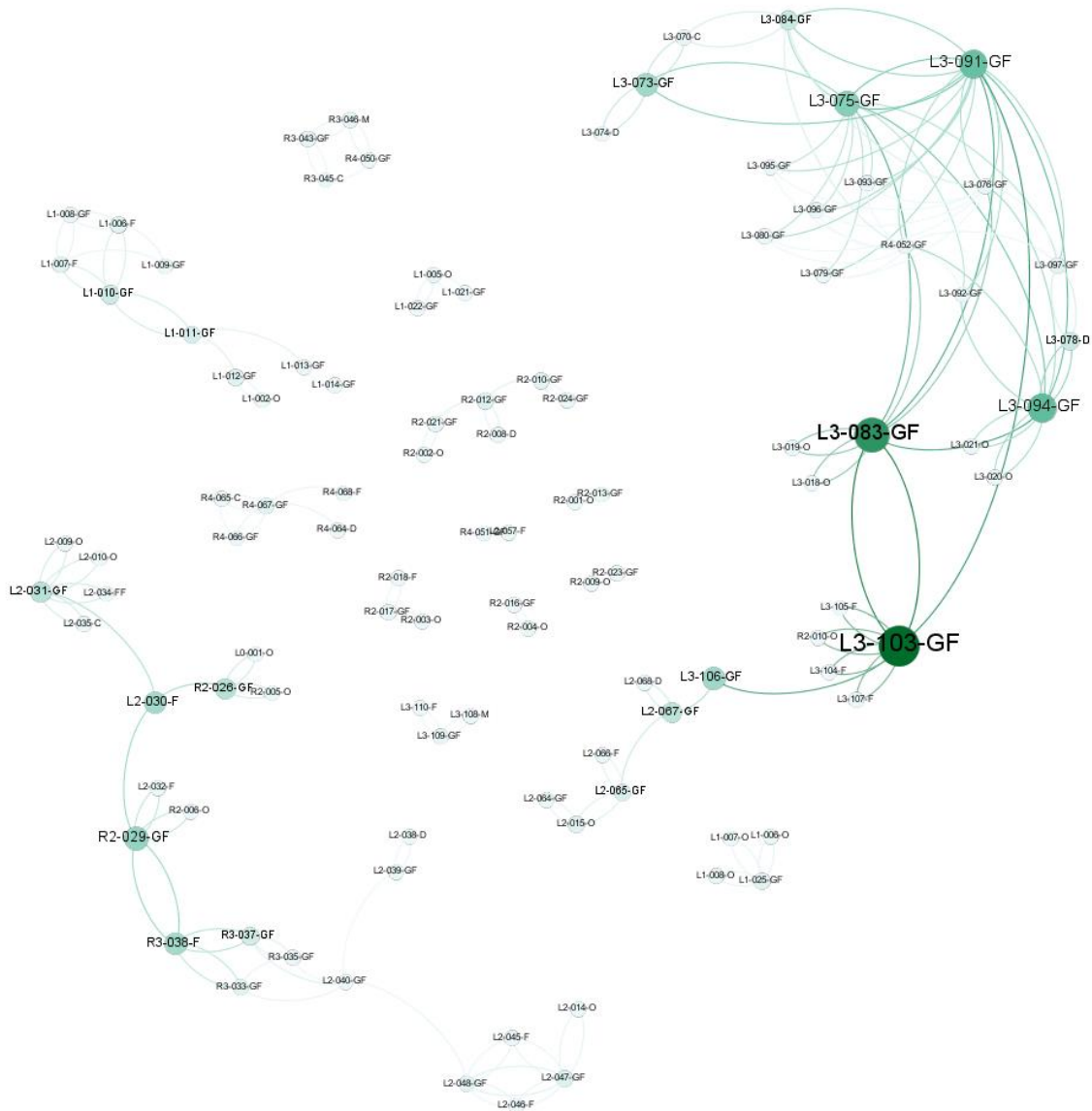
ภาพที่ 85 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท

ตารางที่ 24 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L3-091-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	14
2	L3-075-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	11
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	11
	R4-052-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	11
3	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	6

จากภาพที่ 85 และตารางที่ 24 จะพบว่า ค่า Outdegree ของร้านค้า L3-091-GF ซึ่งมีค่ามากที่สุดในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท แสดงว่าเป็นร้านที่ส่งข้อมูลและให้ความช่วยเหลือแก่ร้านค้าในกลุ่มเพื่อนสนิทมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่เปิดขายในเขยวราชมี่ช่วงเวลา ระหว่าง 11-20 ปี นอกจากนี้ร้านค้าที่มีเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิทสูงที่สุด 3 ลำดับแรกส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณ L3 ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณตลาดเก่า เช่นเดียวกับค่า Indegree และ R4 ซึ่งเป็นบริเวณใกล้เคียงและอยู่ฝั่งตรงข้ามตลาดเก่า

3. การวิเคราะห์ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท



ภาพที่ 86 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท

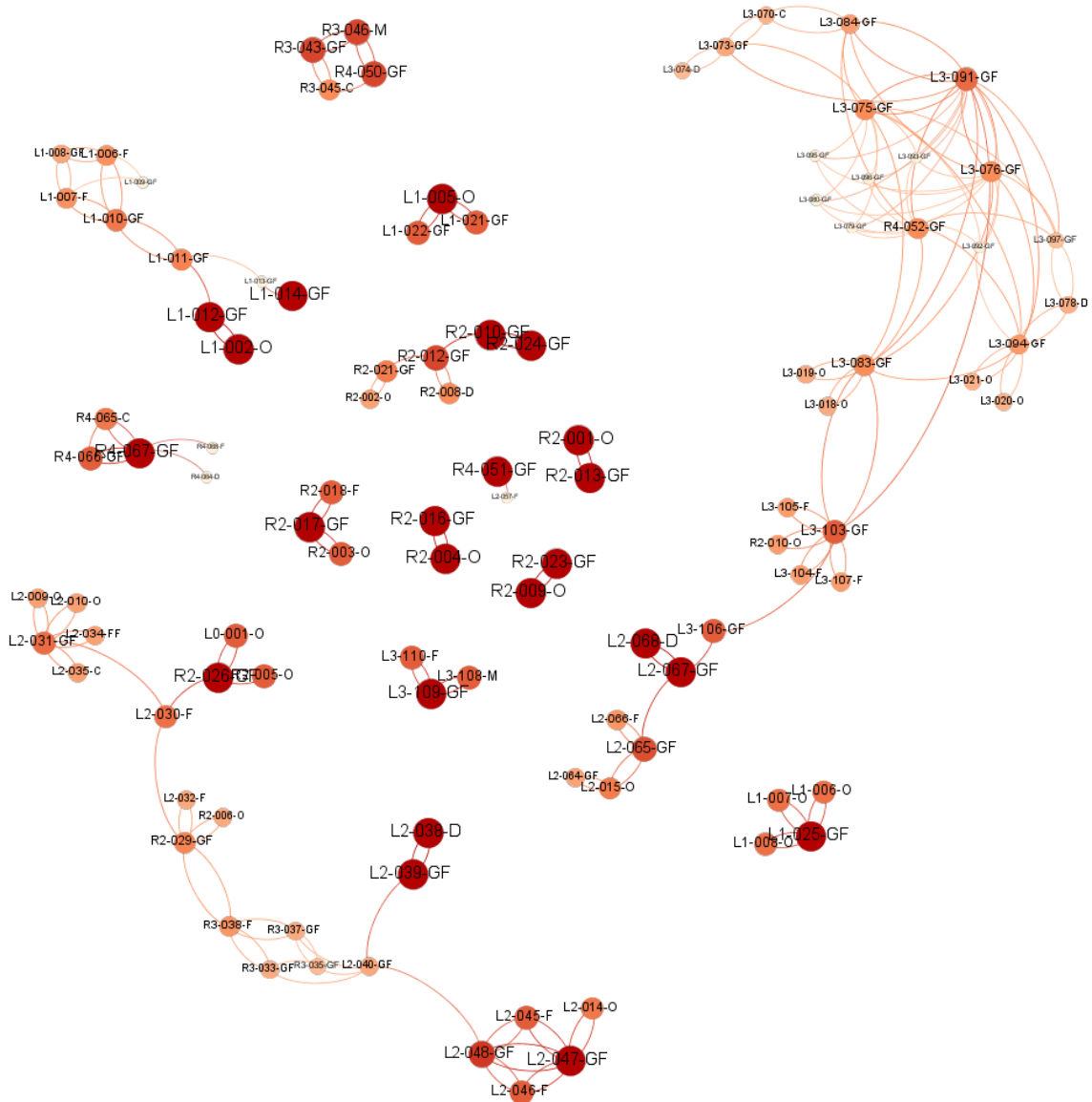
ตารางที่ 25 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท
ที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	31-40 ปี	148
2	L3-083-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	114
3	L3-094-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	1-10 ปี	78

จากภาพที่ 86 และตารางที่ 25 จะพบว่า ค่า Betweenness centrality ของร้านค้า L3-103-GF มีค่ามากที่สุด แสดงว่าร้านดังกล่าวเป็นร้านที่ส่งผ่านข้อมูลและช่วยเหลือเพื่อนสนิทมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเยาวราชมีช่วงเวลา 31-40 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยาวนานทำให้เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ในการส่งผ่านข้อมูลและความช่วยเหลือได้ และส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณตลาดเก่าด้วย



4. การวิเคราะห์ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท

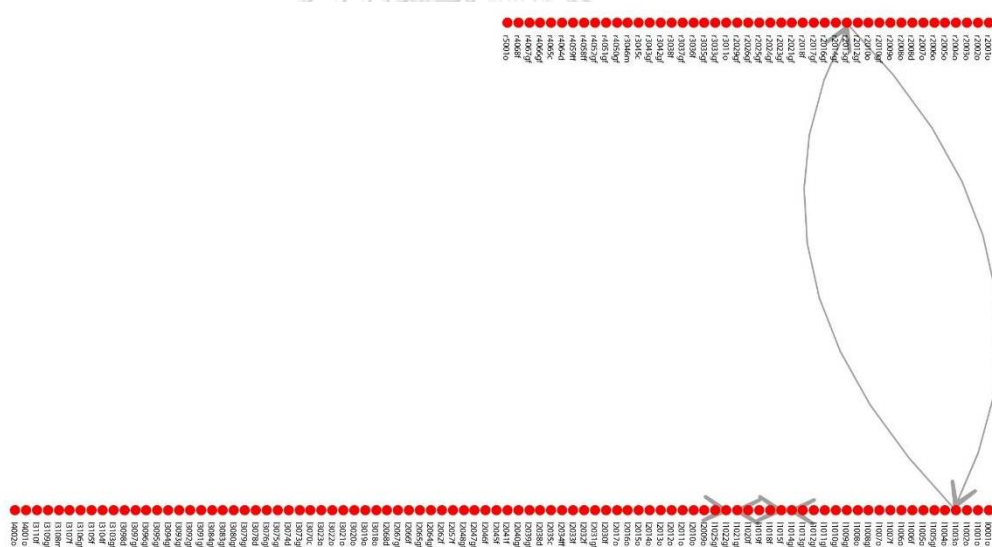


ภาพที่ 87 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบเพื่อนสนิท

จากภาพที่ 87 และตารางที่ 26 จะพบว่าค่า Closeness centrality ของร้านในกลุ่มแบบเพื่อนสนิทในเยาวราชที่มีค่าความใกล้เคียงกันมากที่สุดมีจำนวนมากถึง 23 ร้านดังตาราง เช่น ร้านค้า R2-026-GF, L2-067-GF และ L2-047-GF เป็นต้น โดยค่า Closeness centrality ที่เข้าใกล้ 1 จะมาจาก Nodes ที่มีการเชื่อมกับ Nodes อื่นน้อย จากภาพ Nodes ที่มีความเข้มที่สุดแสดงว่ามีค่าเท่ากับ 1 และจะมีเส้นเชื่อมความสัมพันธ์ Edges น้อย ทำให้มีความใกล้เคียงกันของร้านค้าได้มากในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทจึงมีมาก

5.4.3 เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ

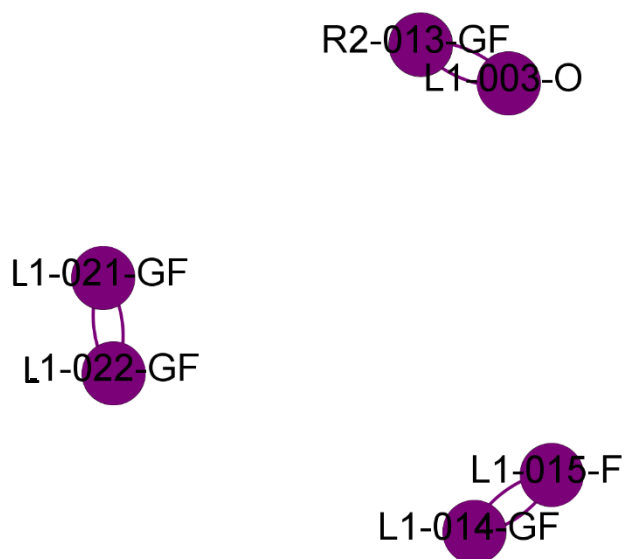
ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชมีจำนวนทั้งหมด 6 Nodes ซึ่งแบ่งเป็นร้านค้าที่เป็นประชากรที่เลือก 4 Nodes และมี 6 Edges ความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจของร้านค้าสองฝั่งถนนเยาวราช แสดงดังภาพที่ 88



ภาพที่ 88 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจของร้านค้าริมสองฝั่งบนถนนเยาวราช

จากภาพที่ 88 จะทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราชที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่าง 2 ฝั่งถนน นอกจากนี้เราสามารถวิเคราะห์หาความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ

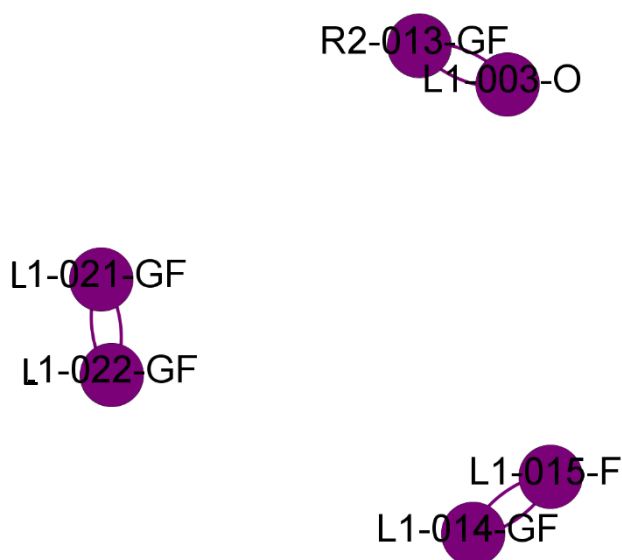


ภาพที่ 89 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ
 ตารางที่ 27 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงที่สุด

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L1-015-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	1
	L1-021-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	21-30 ปี	1
	L1-022-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	R2-013-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	1
	L1-003-O	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	1

จากภาพที่ 89 และตารางที่ 27 จะพบว่าค่า Indegree ของร้านค้าในรูปแบบความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจทุกร้านคามีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมากที่สุดทุกร้าน เนื่องจากแต่ละร้านมีหุ้นส่วนในเขาวราชเพียงหนึ่งร้านทำให้ร้านที่เป็นหุ้นส่วนกันกับอีกร้านมีการรับข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือกับร้านหุ้นส่วนของตนมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเขาวราชส่วนใหญ่ในกลุ่มร้านค้าหุ้นส่วนจะมีช่วงเวลาระหว่าง 21-30 ปี และส่วนใหญ่เป็นญาติกัน

2. การวิเคราะห์ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ



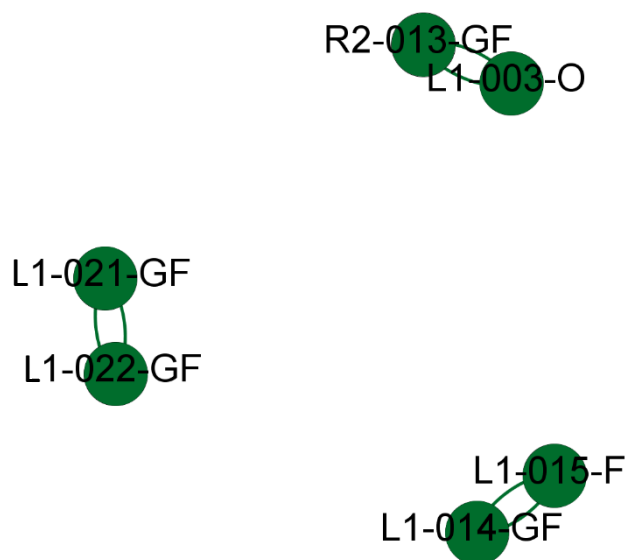
ภาพที่ 90 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ

ตารางที่ 28 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงที่สุด

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L1-015-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	1
	L1-021-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	21-30 ปี	1
	L1-022-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	R2-013-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	1
	L1-003-O	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	1

จากภาพที่ 90 และตารางที่ 28 จะพบว่าค่า Outdegree ของร้านค้าในรูปแบบความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจทุกร้านค้ามีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมากที่สุดทุกร้าน เนื่องจากแต่ละร้านมีหุ้นส่วนในเขาวราชเพียงหนึ่งร้าน ทำให้ร้านที่เป็นหุ้นส่วนกันกับอีกร้านมีการส่งข้อมูลและให้ความช่วยเหลือกับร้านหุ้นส่วนของตนมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเขาวราชส่วนใหญ่ในกลุ่มร้านค้าหุ้นส่วนจะมีช่วงเวลาระหว่าง 21-30 ปี และส่วนใหญ่เป็นญาติกันเช่นเดียวกับการวิเคราะห์ค่า Indegree

3. การวิเคราะห์ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุนส่วนทางธุรกิจ



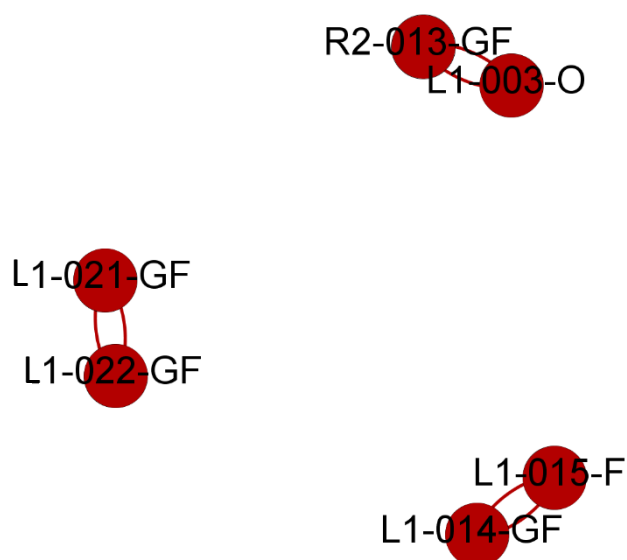
ภาพที่ 91 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุนส่วนทางธุรกิจ

ตารางที่ 29 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุนส่วนทางธุรกิจที่มีค่าสูงที่สุด

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	0
	L1-015-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	0
	L1-021-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	21-30 ปี	0
	L1-022-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	0
	R2-013-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	0
	L1-003-O	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	0

จากภาพที่ 91 และตารางที่ 29 จะพบว่าค่า Betweenness centrality ของร้านค้าในรูปแบบความสัมพันธ์แบบหุนส่วนทางธุรกิจทุกร้านค้าไม่มีค่า Betweenness centrality ซึ่งผลที่ได้เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีร้านค้าไหนที่เป็นร้านส่งผ่านข้อมูลต่อให้ร้านอื่น เนื่องจากความสัมพันธ์แบบหุนส่วนทางธุรกิจเป็นความสัมพันธ์แบบเป็นคู่กันจึงไม่มีร้านที่เป็นตัวกลางส่งผ่านข้อมูลและความช่วยเหลือไปร้านอื่นนอกกลุ่มความสัมพันธ์

4. การวิเคราะห์ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ



ภาพที่ 92 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ

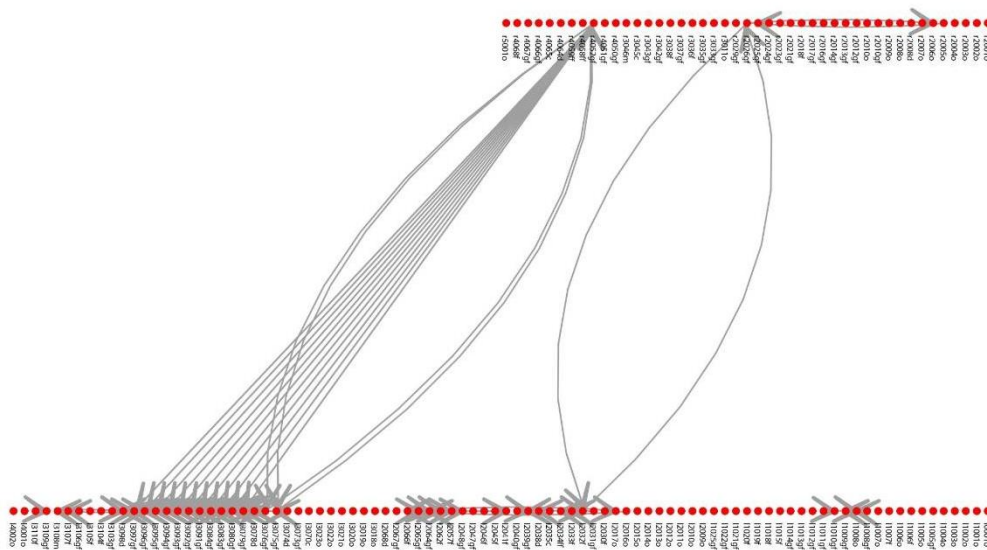
ตารางที่ 30 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจมีค่าสูงสุด

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L1-015-F	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	1
	L1-021-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	21-30 ปี	1
	L1-022-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	R2-013-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	1
	L1-003-O	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	1

จากภาพที่ 92 และตารางที่ 30 จะพบว่าค่า Closeness centrality ของร้านค้าในรูปแบบความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจทุกร้านค้ามีค่า Betweenness centrality ซึ่งผลที่ได้เท่ากับ 1 แสดงว่าร้านค้าที่มีความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจทุกร้านมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันของหุ้นส่วนทางธุรกิจ

5.4.4 เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา

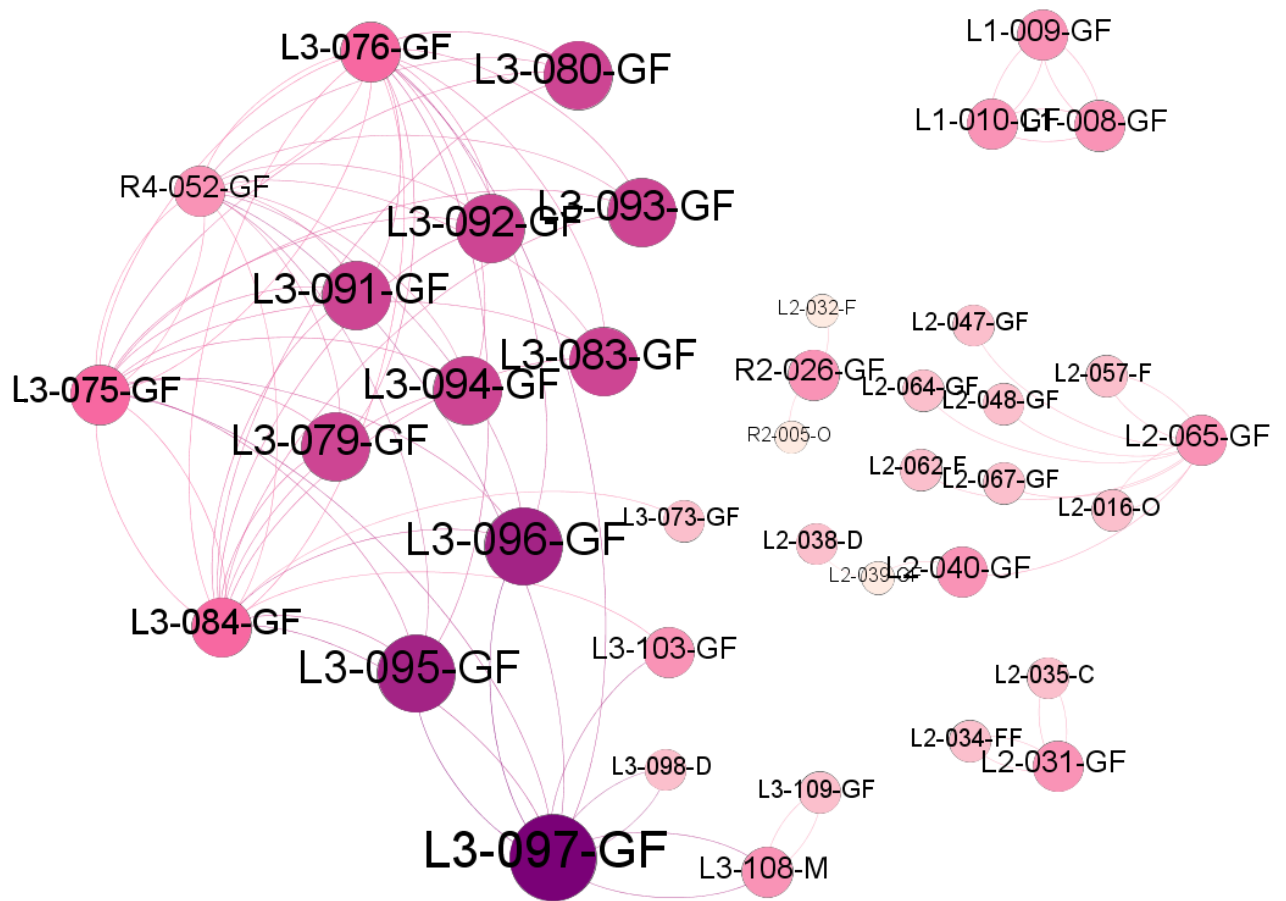
ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชมีจำนวนทั้งหมด 39 Nodes ซึ่งแบ่งเป็นร้านค้าที่เป็นประชากรที่เลือก 29 Nodes และมี 86 Edges ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาของร้านค้าสองฝั่งถนนเยาวราช แสดงดังภาพที่ 93



ภาพที่ 93 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาของร้านค้าริมสองฝั่ง
บนถนนเยาวราช

จากภาพที่ 93 จะทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราชที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่าง 2 ฝั่งถนน นอกจากนี้เราสามารถวิเคราะห์หาความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา



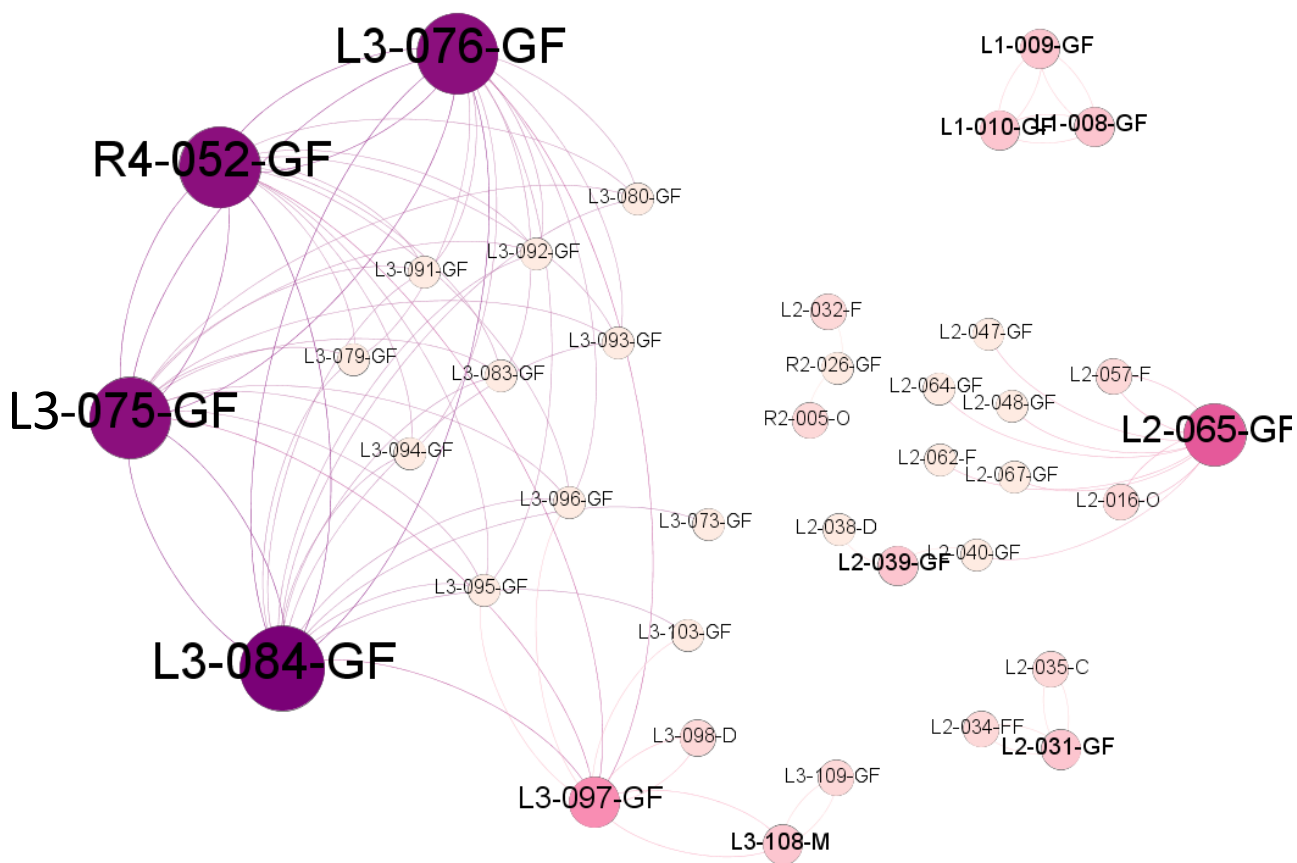
ภาพที่ 94 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา

ตารางที่ 31 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอ
คำปรึกษาที่มีค่าสูงที่สุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L3-097-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	6
2	L3-095-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	5
	L3-096-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	5
3	L3-079-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	4
	L3-080-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	4
	L3-083-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	4
	L3-091-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	4
	L3-092-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	11-20 ปี	4
	L3-093-GF	หุ้ดลาม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	4
	L3-094-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	1-10 ปี	4

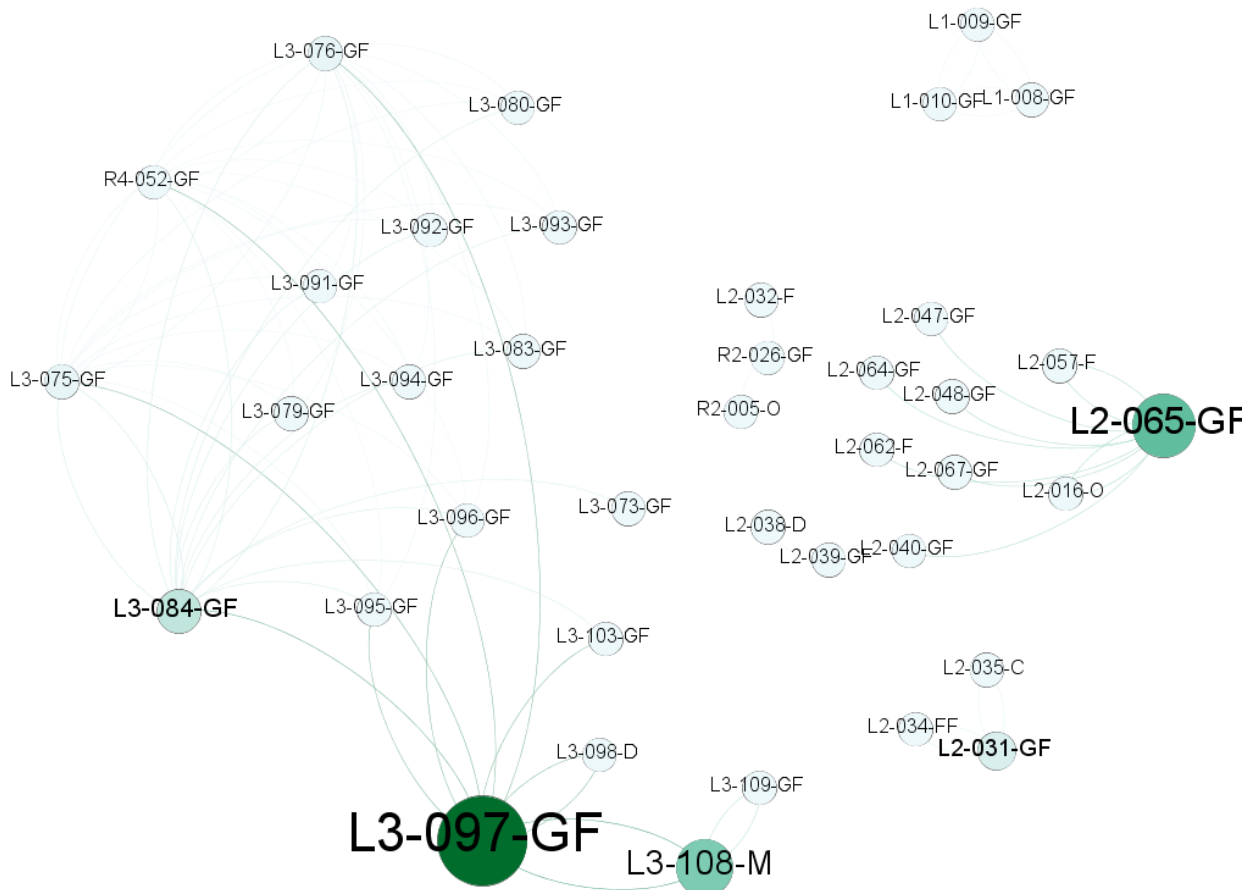
จากภาพที่ 94 และตารางที่ 31 จะพบว่าค่า Indegree ของร้านค้า L3-097-GF มีค่ามากที่สุดของเครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาได้ แสดงว่าร้านค้านี้ดังกล่าวเป็นร้านที่ได้รับข้อมูลและได้รับความช่วยเหลือในกลุ่มมากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเยาวราชมีช่วงเวลาที่มากกว่า 40 ปี แสดงระยะเวลาที่ยาวนานในการเข้ามาขายในพื้นที่ทำให้เกิดความไว้วางใจในการขอคำปรึกษากับร้านค้าละแวกใกล้เคียงได้ นอกจากนี้ร้านค้านี้มีเครือข่ายทางสังคมที่สามารถขอคำปรึกษาได้สูงที่สุด 3 ลำดับแรกส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณ L3 ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณตลาดเก่าซึ่งแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ที่เป็นตลาดเป็นที่รวบรวมร้านค้าจำนวนมากเมื่อค้าขายรวมกันมานานจึงส่งผลให้สามารถรับคำปรึกษากับร้านค้าอื่น ๆ ได้

2. การวิเคราะห์ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา



ภาพที่ 95 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา

3. การวิเคราะห์ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา



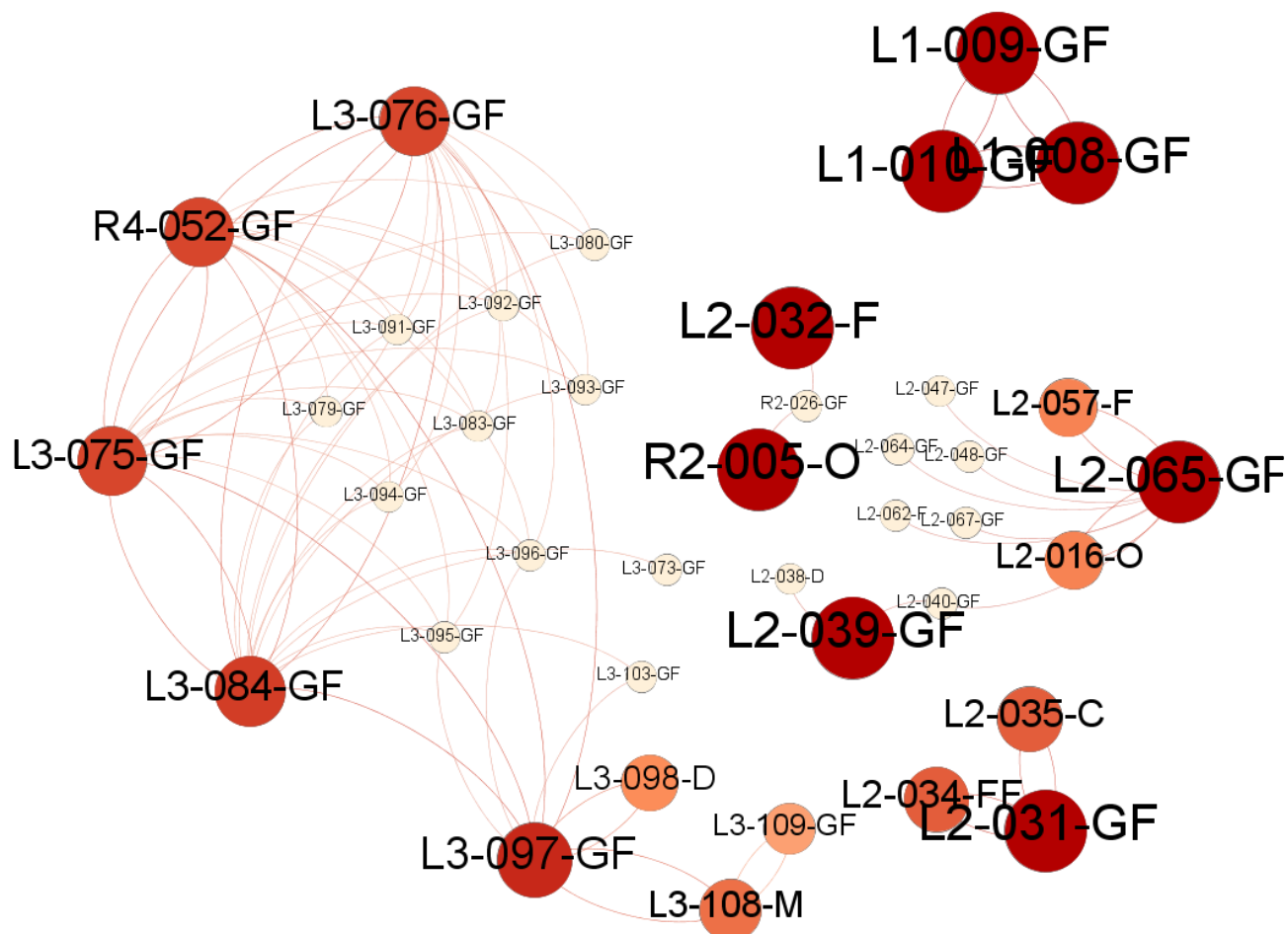
ภาพที่ 96 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา

ตารางที่ 33 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบ
ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L3-097-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	26.5
2	L2-065-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา	1-10 ปี	14
3	L3-108-M	ร้านค้านอกกลุ่มประชากร	N/A	11

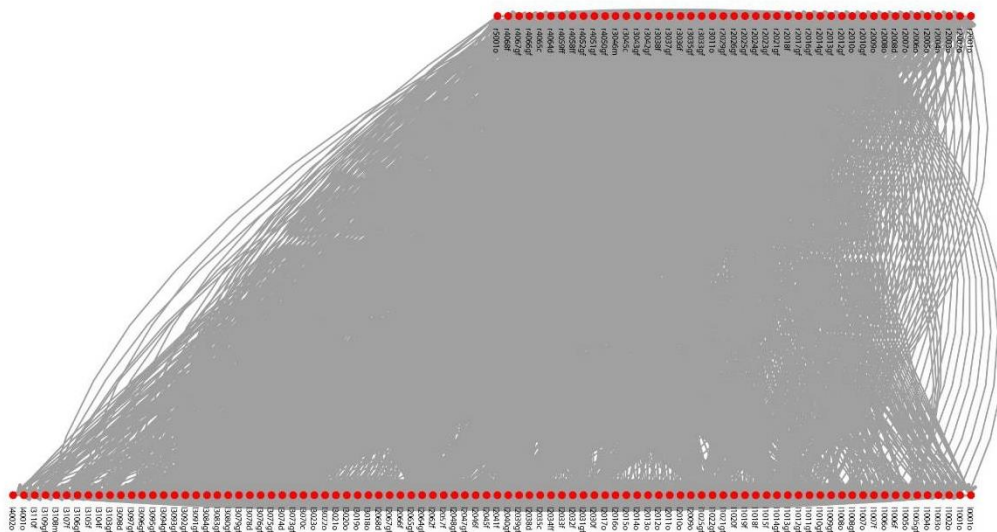
จากภาพที่ 96 และตารางที่ 33 จะพบว่า ค่า Betweenness centrality ของร้านค้า L3-097-GF มีค่ามากที่สุด แสดงว่าร้านดังกล่าวเป็นร้านที่มีการส่งผ่านข้อมูล ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษามากที่สุด เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาที่ได้เปิดขายในเยาวราชมีช่วงเวลามากกว่า 40 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยาวนานทำให้เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ในการส่งผ่านข้อมูล ความช่วยเหลือ และวางใจก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษาทางธุรกิจได้

4. การวิเคราะห์ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา



ภาพที่ 97 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมแบบความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา

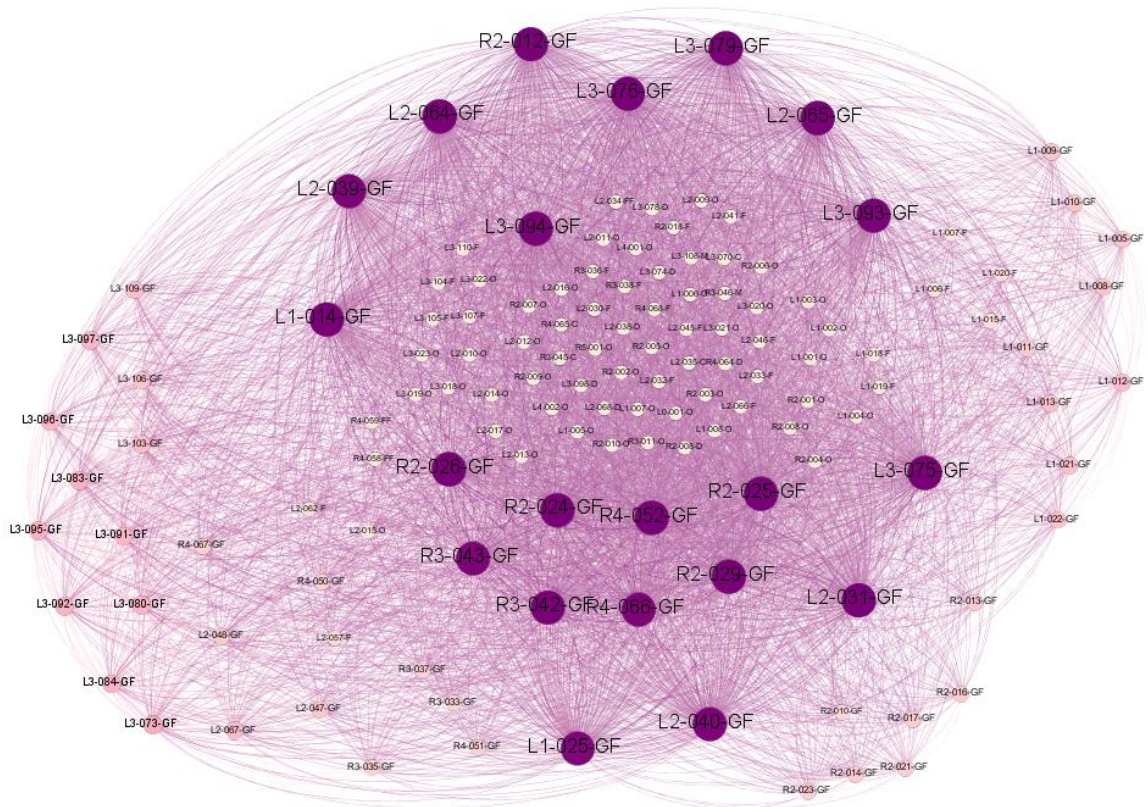
5.4.5 เครือข่ายทางสังคมที่มีความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราชมีจำนวนทั้งหมด 135 Nodes ซึ่ง
แบ่งเป็นร้านค้าที่เป็นประชากรที่เลือก 58 Nodes และมี 4892 Edges ความสัมพันธ์จากการพูดคุย
แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของร้านค้าสองฝั่งถนนเยาวราช แสดงดังภาพที่ 98



ภาพที่ 98 เครือข่ายทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของ
ร้านค้าริมสองฝั่งบนถนนเยาวราช

จากภาพที่ 98 จะทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เกิดขึ้น
บนถนนเยาวราชที่มีการเชื่อมโยงกันระหว่าง 2 ฝั่งถนน นอกจากนี้เราสามารถวิเคราะห์หา
ความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความ
คิดเห็นได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น



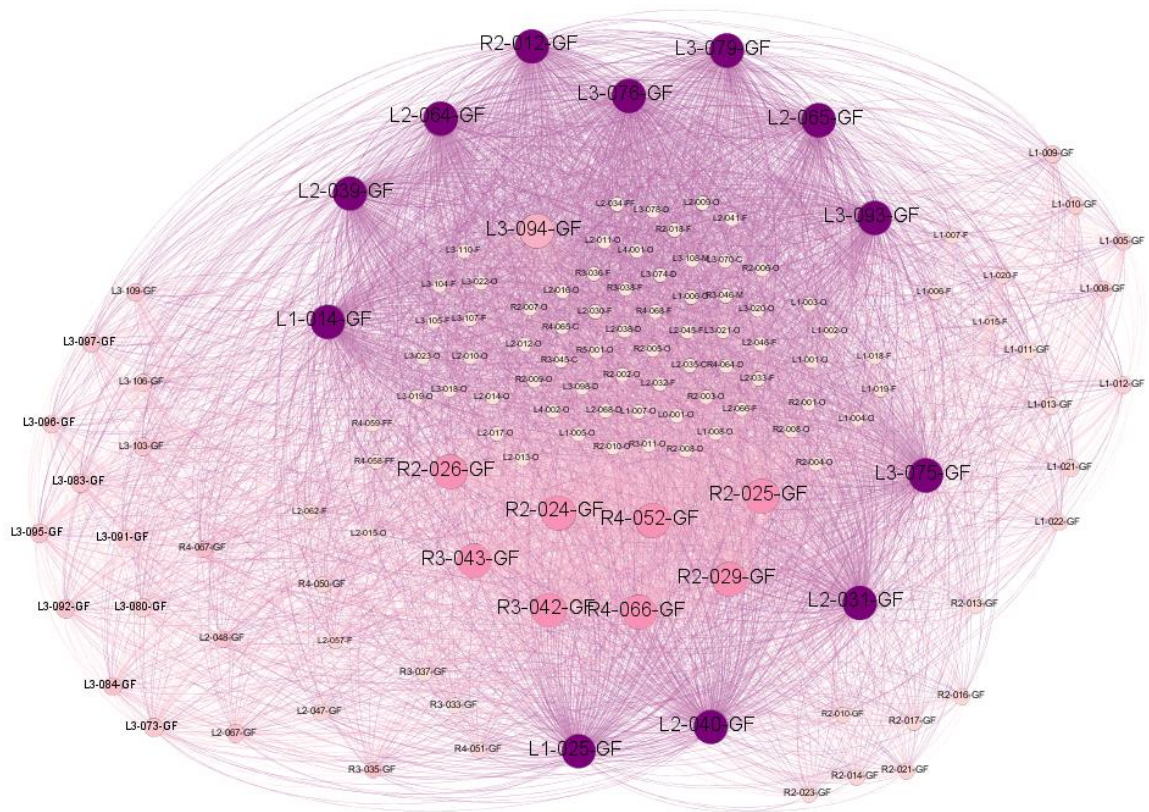
ภาพที่ 99 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ตารางที่ 35 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Indegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	134
	L2-031-GF	ขนมหวาน/รังนก	มากกว่า 40 ปี	134
	L2-064-GF	ตามสั่ง/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	134
	L2-065-GF	หุฉิมพลี/กระเพาะปลา	1-10 ปี	134
	L3-075-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	134
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	134
	L3-079-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	134
	R2-012-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	134
	R2-029-GF	หุฉิมพลี/กระเพาะปลา	31-40 ปี	134
	R2-024-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	134
	R2-025-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี	134
	R2-026-GF	หุฉิมพลี/กระเพาะปลา	มากกว่า 40 ปี	134
	R4-052-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	134
2	L3-093-GF	หุฉิมพลี/กระเพาะปลา	31-40 ปี	133
	R3-042-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	133
	L3-094-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	1-10 ปี	133
3	L2-039-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	132
	L2-040-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	132
	R3-043-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	11-20 ปี	132
	R4-066-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	132

จากภาพที่ 99 และตารางที่ 35 จะพบว่า ค่า Indegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีค่ามากที่สุดจำนวน 13 ร้าน เช่น ร้านค้า L1-014-GF, L2-031-GF และ L2-064-GF เป็นต้น แสดงว่าร้านค้าดังกล่าวเป็นร้านที่มีร้านอื่นเข้าไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่การค้าในเขาวราช

2. การวิเคราะห์ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น



ภาพที่ 100 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ตารางที่ 36 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการ
พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	134
	L2-031-GF	ขนมหวาน/รังนก	มากกว่า 40 ปี	134
	L2-064-GF	ตามสั่ง/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	134
	L2-065-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา	1-10 ปี	134
	L3-075-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	134
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	134
	L3-079-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	134
	R2-012-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	134
	L3-093-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	134
	L2-039-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	134
	L2-040-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	134
	L1-025-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	134
2	R2-029-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	58
3	R2-024-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	57
	R2-025-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี	57
	R2-026-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา	มากกว่า 40 ปี	57
	R4-052-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	57
	R3-042-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	57
	R3-043-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	11-20 ปี	57
	R4-066-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	57

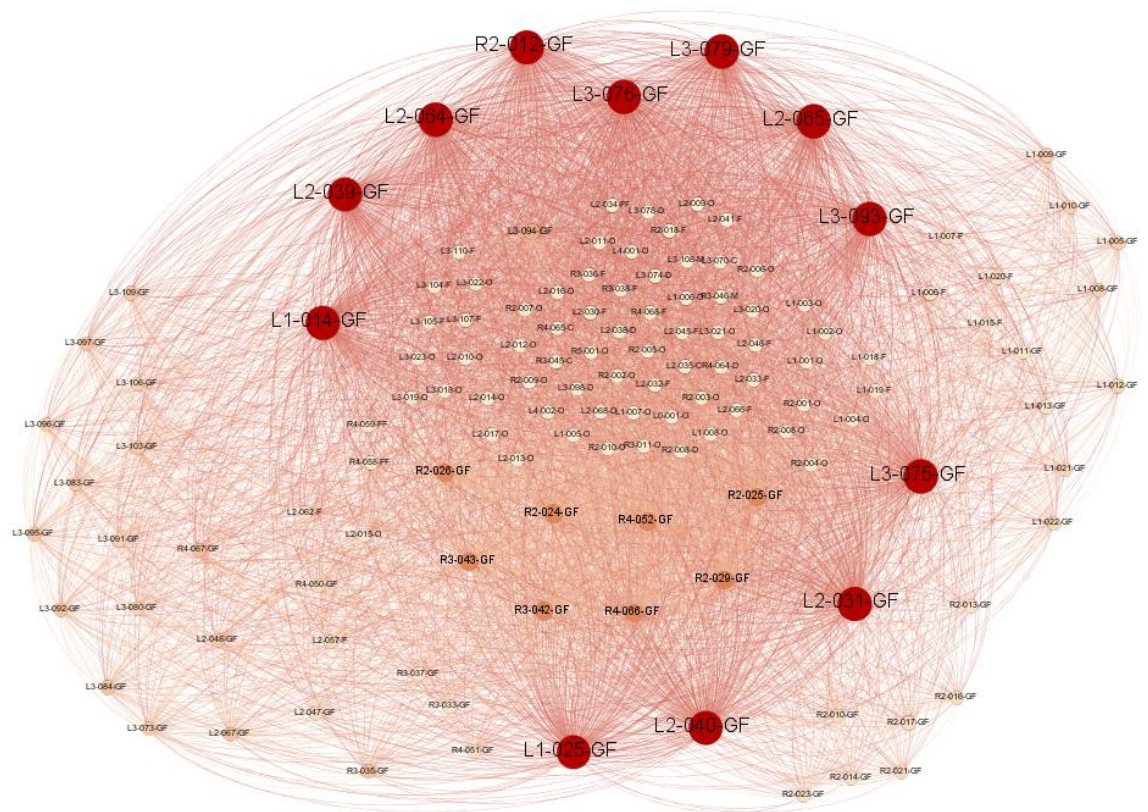
จากภาพที่ 100 และตารางที่ 36 จะพบว่า ค่า Outdegree ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีค่ามากที่สุดจำนวน 12 ร้าน เช่น ร้านค้า L1-014-GF, L2-031-GF และ L2-064-GF เป็นต้น แสดงว่าร้านค้าดังกล่าวเป็นร้านที่ออกไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นกับร้านค้าอื่น ๆ มากที่สุด ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่การค้าในเยาวราช เช่นเดียวกับค่า Indegree ที่เป็นร้านที่ได้รับข้อมูลมากเช่นกัน

ตารางที่ 37 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของ
ความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	962.6418
	L2-031-GF	ขนมหวาน/รังนก	มากกว่า 40 ปี	962.6418
	L2-064-GF	ตามสั่ง/กับข้าว	21-30 ปี	962.6418
	L2-065-GF	หุฉิม/กระเพาะปลา	1-10 ปี	962.6418
	L3-075-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	962.6418
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	962.6418
	L3-079-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	962.6418
	R2-012-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	962.6418
2	L3-093-GF	หุฉิม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	954.3314
3	L2-039-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	943.1539
	L2-040-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	943.1539

จากภาพที่ 101 และตารางที่ 37 จะพบว่า ค่า Betweenness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีค่ามากที่สุดจำนวน 8 ร้าน เช่น ร้านค้า L1-014-GF, L2-031-GF และ L2-064-GF เป็นต้น แสดงว่าร้านค้าดังกล่าวเป็นร้านที่เป็นตัวกลางในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นกับร้านอื่น ๆ นอกจากนี้ยังส่งผ่านข้อมูลและให้ความช่วยเหลือกับร้านค้าอื่น ๆ มากที่สุด ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่การค้าในเยาวราช เช่นเดียวกับค่า Indegree และ Outdegree เช่นกัน

4. การวิเคราะห์ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น



ภาพที่ 102 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ตารางที่ 38 ผลวิเคราะห์รูปแบบ Closeness centrality ของเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีค่าสูงสุด 3 ลำดับแรก

Ranking	ID	Type of food vendors	Years in business	Value
1	L1-014-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L2-031-GF	ขนมหวาน/รังนก	มากกว่า 40 ปี	1
	L2-064-GF	ตามสั่ง/กับข้าว	21-30 ปี	1
	L2-065-GF	หูดกลม/กระเพาะปลา	1-10 ปี	1
	L3-075-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	1
	L3-076-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	1
	L3-079-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	มากกว่า 40 ปี	1
	R2-012-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	L3-093-GF	หูดกลม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	1
	L2-039-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	21-30 ปี	1
	L2-040-GF	ขนมหวาน/รังนก	21-30 ปี	1
	L1-025-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว	11-20 ปี	1
2	R2-029-GF	หูดกลม/กระเพาะปลา	31-40 ปี	0.638095
3	R2-024-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ	31-40 ปี	0.635071
	R2-025-GF	ขนมหวาน/รังนก	31-40 ปี	0.635071
	R2-026-GF	หูดกลม/กระเพาะปลา	มากกว่า 40 ปี	0.635071
	R4-052-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	มากกว่า 40 ปี	0.635071
	R3-042-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	0.635071
	R3-043-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก	11-20 ปี	0.635071
	R4-066-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ	11-20 ปี	0.635071

จากภาพที่ 102 และตารางที่ 38 จะพบว่าค่า Closeness centrality ของร้านในกลุ่มเครือข่ายทางสังคมของความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีค่ามากที่สุดจำนวน 12 ร้าน เช่น L1-014-GF, L2-031-GF และ L2-064-GF เป็นต้น โดยค่า Closeness centrality ที่เข้าใกล้ 1 จะมาจาก Nodes ที่มีการเชื่อมกับ Nodes อื่นน้อย จากภาพ Nodes ที่มีความเข้มที่สุดแสดงว่ามีค่าเท่ากับ 1 กระจายการเชื่อมความสัมพันธ์กันในกลุ่มความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นยิ่ง Nodes สีเข้มจะมีความใกล้ชิดกันมาก

จากเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่เยาวราชรูปแบบต่าง ๆ สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้ด้วยการวิเคราะห์ผ่านค่า Indegree, Outdegree, Betweenness centrality และ Closeness centrality ที่แสดงเป็นกราฟรูปภาพแผนผังความสัมพันธ์ จะพบว่าความสัมพันธ์แบบพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันมีเครือข่ายความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงไปมากันอย่างเห็นได้ชัดแสดงให้เห็นว่า ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากกว่าความสัมพันธ์อื่น เนื่องจากการพูดคุยสามารถกระทำได้ง่ายและเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้ง่ายกว่าความสัมพันธ์อื่น ๆ และเป็นความสัมพันธ์เริ่มต้นไปสู่ความสัมพันธ์อื่น ๆ ต่อไป ดังนั้นความสัมพันธ์นี้จึงเป็นตัวกลางการแพร่กระจายข้อมูล ข่าวสาร และความช่วยเหลือไปยังร้านค้าอื่น ๆ ได้กว้าง และความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นน้อยสุดแสดงให้เห็นว่า ร้านค้าในเยาวราชมีการลงทุนร่วมกันน้อยและการลงทุนเป็นหุ้นส่วนกันส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีความไว้วางใจกันสูงและมีความสนิทกันมากจึงทำให้ค่า Closeness centrality เท่ากับ 1 ซึ่งแสดงว่าร้านค้ามีความสนิทกันทุกร้านที่เป็นหุ้นส่วนกัน เนื่องจากการทำเฉพาะคู่ร้านค้าที่ทำร่วมกัน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เป็นแผนผังอย่างละเอียดจึงทำให้เห็นภาพความสัมพันธ์ที่ชัดเจนของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชได้

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการศึกษา

ทุนทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการนำมาใช้พัฒนาพื้นที่ ก่อให้เกิดความร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียวกันจากทุกภาคส่วนในการจัดการปัญหาต่าง ๆ รวมถึงปัญหาภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในพื้นที่ด้วย โดยหากพื้นที่ไหนมีทุนทางสังคมสูงจะสามารถทำให้พื้นที่นั้นปรับตัวและผ่านสถานการณ์วิกฤติที่พื้นที่ได้รับได้ ซึ่งตรงข้ามกับพื้นที่ที่มีทุนทางสังคมต่ำ จะทำให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกันของพื้นที่น้อย และไม่สามารถนำชุมชนผ่านวิกฤติต่าง ๆ ได้ โดยทุนทางสังคมเกิดขึ้นได้ทุกพื้นที่ทั้งพื้นที่ชุมชน พื้นที่ทำงาน พื้นที่การค้า หรือพื้นที่ทางสังคมต่าง ๆ เป็นต้น การศึกษาทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจในพื้นที่การค้าที่เป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างพื้นที่เยาวราช รวมถึงร้านค้าที่เลือกศึกษาเป็นประเภทหาบเร่ แผงลอยที่มีความมั่นคงต่ำแต่มีความยืดหยุ่นสูง ในวิกฤติทางเศรษฐกิจจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคระบาด COVID-19 สามารถนำมาเป็นกรณีศึกษาถึงทุนทางสังคมในการดำเนินธุรกิจได้

จากการศึกษาเรื่องทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ กรณีศึกษาร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ด้วยวิธีการสอบถามจากร้านค้าหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารที่มีการปรุงและนั่งในพื้นที่ช่วงเย็นตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. ทั้งหมด 58 ร้าน สรุปรายละเอียดจากการศึกษาได้ดังนี้

6.1.1 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช

จากการศึกษาพบว่า ร้านค้าหาบเร่แผงลอยในพื้นที่เยาวราชประเภทอาหารที่มีการปรุงและนั่งรับประทานในพื้นที่ ผู้ให้คำตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่เป็นผู้ใหญ่วัยกลางคนที่มีความอายุ 40-60 ปี รูปแบบธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวหรือธุรกิจครอบครัวเรื้อน ที่มีระยะเวลาเข้ามาขายในพื้นที่กระจุกตัวอยู่ในช่วง 11-40 ปี ทำให้เห็นว่าร้านค้าในพื้นที่เยาวราชส่วนใหญ่เป็นการค้าขายในพื้นที่มาอย่างยาวนาน ประกอบกับเป็นการทำธุรกิจที่สืบทอดมาจากธุรกิจของครอบครัว และผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีที่อยู่อาศัยในพื้นที่ ทำให้ร้านค้านั้น ๆ มีความคุ้นเคยกับพื้นที่และมีความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่เยาวราชมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน

เมื่อเกิดการระบาดของโรคระบาด COVID-19 จะพบว่า ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชได้รับผลกระทบโดยร้านค้าส่วนใหญ่ยังคงไม่ปิดกิจการจำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 43.10

ของทั้งหมด แต่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านจำนวนที่นั่งภายในร้านจากช่วงเวลาปกติโดยเฉพาะร้านค้าที่มีที่นั่งตั้งแต่ 12 ที่นั่งขึ้นไปในช่วงการระบาดของ COVID-19 จะลดลงจากช่วงเวลาปกติเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อถึงจำนวนพนักงานที่มีจำนวนพนักงาน 1-4 คน ที่มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นจากช่วงเวลาปกติ รวมถึงรายรับและรายจ่ายในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 สัดส่วนของรายรับจากการค้าขายลดลงจากเดิมจำนวนมากซึ่งมีจำนวน 57 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98.28 ของทั้งหมด แต่สัดส่วนของรายจ่ายที่ประกอบด้วยค่าเช่าแผงขาย ค่าเช่าพื้นที่จัดเก็บอุปกรณ์ ค่าน้ำ และค่าไฟฟ้าส่วนใหญ่จะมีรายจ่ายปกติ สาเหตุส่วนใหญ่มาจากมาตรการของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดและผลมาจากการมีมาตรการผ่อนปรน ทำให้เมื่อผ่านช่วงมาตรการผ่อนปรนร้านค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงการปรับตัวให้กลับมาค้าขายตามปกติ ประกอบกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากผลกระทบของโรค COVID-19 ทั้งจากการกังวลของการติดเชื้อและปัญหาทางด้านเศรษฐกิจด้วย

6.1.2 สรุปการเปลี่ยนแปลงการค้าของหาบเร่ แผงลอยในเยาวราช

การศึกษาในส่วนของรูปแบบการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในเมืองในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาด จากการที่ได้ศึกษาข้อมูลทั่วไปของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชแล้วพบว่าร้านค้าหาบเร่ แผงลอยเป็นการค้าที่สามารถปรับตัวได้ไวเมื่อเกิดภัยพิบัติซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา สามัคคีธรรม (2560) และนฤมล นิราทร (2557) โดยแต่ละร้านมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจของตนให้สอดคล้องกับปัญหาวิกฤติภัยที่เกิดขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานของ Alan C.B. Tse et al. (2006) เมื่อพิจารณาตามหลักส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจภาคบริการ โดยร้านค้าหาบเร่ แผงลอยประเภทอาหารในเยาวราชในช่วงการระบาดของ COVID-19 มีการปรับเปลี่ยนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การปรับเปลี่ยนทางการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพซึ่งคือทำให้ความสำคัญในสัญลักษณ์ตามมาตรการของภาครัฐมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของทั้งหมด ถัดมาเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลิตภัณฑ์โดยปรับจำนวนวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 98.28 ของทั้งหมด และการปรับเปลี่ยนทางด้านภาชนะใส่อาหารซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลิตภัณฑ์ เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 70.69 ของทั้งหมด เนื่องมาจากการที่ร้านค้าต้องปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ทำให้ทุกร้านค้าให้ความสำคัญกับการรักษาสัญลักษณ์ตามมาตรการของภาครัฐ และร้านค้าส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะในส่วนของจำนวนวัตถุดิบที่ต้องลดลงเพื่อลดการขาดทุนจากการที่นักท่องเที่ยวลดลงประกอบกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป การเลือกใช้ภาชนะในการบรรจุผลิตภัณฑ์

หรืออาหารที่ขายจึงเปลี่ยนไปใช้ภาชนะที่สะดวกในการรับประทานและนำกลับไปรับประทานที่อื่นมากขึ้น ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากมาตรการของภาครัฐในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคเช่นกัน

ในส่วนของการศึกษารูปแบบห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมของร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาดได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลาปกติก่อนเกิดการระบาดและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งเป็นระยะเวลาหลังมาตรการผ่อนปรนแต่ยังคงถือว่าเป็นช่วงการระบาดของโรค COVID-19 อยู่โดยสามารถแบ่งห่วงโซ่อุปทาน 6 ขั้นตอน ได้แก่ การจัดซื้อวัตถุดิบ การจัดเตรียมวัตถุดิบ การปรุงอาหาร การขายอาหาร การทำความสะอาดอุปกรณ์ และการจัดเก็บอุปกรณ์ ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะศึกษารูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) จากการศึกษาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานทั้ง 6 ขั้นตอน พบว่าขั้นตอนการจัดเก็บอุปกรณ์มีการเปลี่ยนแปลงจากช่วงเวลาปกติมากที่สุดจำนวน 40 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 68.97 ของทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ถึงรูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) พบว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านเวลามากที่สุด ส่วนใหญ่ผลกระทบทางด้านเวลาเกิดในช่วงการตั้งร้าน ปิดร้าน และเก็บของ เนื่องมาจากการที่นักท่องเที่ยวน้อยลงร้านค้าจึงปิดร้านและจัดเก็บอุปกรณ์เร็วขึ้น ประกอบกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 กับมาตรการผ่อนปรนที่ออกมาแต่ระยะระยะส่งผลให้ระยะเวลาในการใช้พื้นที่การขายน้อยลง มีการกำหนดระยะเวลาปิด ทำให้ร้านค้าต้องมาเปิดร้านค้าเร็วขึ้น แต่บางร้านไม่สามารถกระทำได้นี้เนื่องจากร้านค้าหาบเร่ แผงลอยจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามเวลาของร้านค้าในอาคารที่ตนจะมาตั้งแผงขาย ถ้าอาคารที่เป็นร้านค้ากลางวันปิดเร็วหรือสามารถให้มาขายได้ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยจึงจะมาตั้งแผงได้ ดังนั้นรูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) เมื่อเกิดวิกฤติภัยพิบัติประเภทโรคระบาดในพื้นที่ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเวลาจึงได้รับผลกระทบมากที่สุด

6.1.3 สรุปรูปแบบทางสังคมและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช

จากการที่ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีการก่อดำเนินเป็นเสมือนชุมชนหนึ่งซึ่งมีวัตถุประสงค์ทางด้านการค้าร่วมกัน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันของร้านค้าได้ เมื่อนำความสัมพันธ์ของร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมาหาระดับทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นโดยการแบ่งช่วงชั้นคะแนนตามวิธีเปอร์เซ็นต์ จากการศึกษาเมื่อพิจารณาทุนทางสังคมตามองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ตามแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) มี 6 ด้าน พบว่า ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมืองมากที่สุดเฉลี่ยร้อยละ 81.29 เป็นระดับทุนทางสังคมที่สูง รองลงมาคือด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือเฉลี่ยร้อยละ 78.88 ซึ่งเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูงเช่นกัน และเมื่อ

พิจารณารวมด้านต่าง ๆ เป็นมิติตามแนวคิดของ Putnam ซึ่งมี 3 มิติ จะพบว่า มิติการมีบรรทัดฐานร่วมกัน (Norm) มีระดับทุนทางสังคมที่สูงที่สุด เนื่องจากการเข้ามามีบทบาทของภาครัฐทำให้เกิดการจัดระเบียบและตั้งเป็นข้อปฏิบัติร่วมกันของร้านค้าต่อการจัดการปัญหาภัยพิบัติ ซึ่งการมีมิติบรรทัดฐานที่สูงสอดคล้องกับงานวิจัยของอรวรรณ แซ่ว่าง (2563) ด้านมิติความไว้วางใจในพื้นที่การค้าร่วมกันมีระดับปานกลาง เนื่องจากส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการค้าของตน ตามรูปแบบธุรกิจที่ส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นการทำธุรกิจคนเดียวหรือครอบครัว ความไว้วางใจจึงเกิดขึ้นเฉพาะกับสมาชิกภายในร้านมากกว่าประเภทอื่น ๆ ทำให้มิติเครือข่ายของร้านค้าจึงอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเครือข่ายส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นระหว่างภาครัฐกับร้านค้า แต่ระหว่างร้านค้าจะมีความสัมพันธ์แตกต่างกันไปทั้งแบบแน่นแฟ้น เช่น เป็นญาติกัน เพื่อนสนิท หุ่นส่วน หรือขอคำปรึกษา และแบบหลวม คือ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นกัน ประกอบกับการที่การทำการค้าในพื้นที่เยาวราชจะเป็นต่างคนต่างประกอบธุรกิจของตนจึงส่งผลให้การสร้างเครือข่ายมีระดับต่ำได้

เมื่อพิจารณาระดับทุนทางสังคมโดยแบ่งการวิเคราะห์ตามประเภทการเกิดทุนทางสังคมที่รับจากแนวคิด Woolcock โดยทุนทางสังคมแนวราบ ได้แก่ ทุนทางสังคมประเภท Bonding social capital, Bridging social capital และทุนทางสังคมแนวตั้ง ได้แก่ ทุนทางสังคมประเภท Linking social capital โดยกำหนดให้ Bonding social capital ได้แก่ ทุนทางสังคมภายในร้านค้า Bridging social capital ได้แก่ ทุนทางสังคมของร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ และ Linking social capital ได้แก่ ทุนทางสังคมจากภาคเอกชน และทุนทางสังคมจากภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าระดับทุนทางสังคมของทุนทางสังคมภายในร้านค้า ร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ และภาครัฐมีระดับใกล้เคียง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 91.09, 82.70 และ 79.48 ตามลำดับ ซึ่งจัดว่าเป็นระดับทุนทางสังคมที่สูง ทำให้เห็นว่าพื้นที่เยาวราชมีทุนทางสังคมต่อกันทุกประเภททั้งที่เป็นประเภท Bonding social capital, Bridging social capital และ Linking social capital แม้จะมีระดับทุนทางสังคมของภาคเอกชนต่ำ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเพียง 41.38 ทำให้ภาพรวมระดับทุนทางสังคมมีคะแนนเฉลี่ย 73.66 ซึ่งถือว่าเป็นทุนทางสังคมระดับปานกลาง แต่การที่ร้านค้าในพื้นที่มีบรรทัดฐานร่วมกัน และมีทุนทางสังคมเกิดขึ้นทุกประเภทสามารถสร้างให้เกิดความเข้มแข็งต่อร้านค้าในพื้นที่เยาวราชและสามารถร่วมกันผ่านวิกฤติภัยพิบัติ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ได้ ด้วยการมีทุนทางสังคมที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ผ่านการเคารพกฎระเบียบที่ทางภาครัฐได้กำหนดไว้ จึงทำให้ร้านค้าเหล่านี้ได้รับผลประโยชน์ที่เอื้อให้ตนสามารถดำเนินธุรกิจการค้าช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ได้

นอกจากนี้การศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของรูปแบบความสัมพันธ์ในพื้นที่เยาวราชของกลุ่มร้านค้าในการดำเนินธุรกิจสามารถแบ่งได้ 5 รูปแบบความสัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิท ความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่สามารถขอคำปรึกษา และความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน จะพบว่าร้านค้าทั้งหมดมีความสัมพันธ์จากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันกับร้านค้าในพื้นที่มากที่สุด เนื่องจากพื้นที่เยาวราชเป็นพื้นที่การค้า ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งตลาดที่ก่อให้เกิดการชุมนุมในการแลกเปลี่ยนสินค้าและทำการค้าจำนวนมาก การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจึงเกิดขึ้นได้ง่ายที่สุด ซึ่งสามารถนำไปสู่ความสัมพันธ์อื่น ๆ ที่แน่นแฟ้นมากขึ้นได้ รวมถึงพื้นที่เยาวราชเป็นแหล่งการค้าที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติทำให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ ส่งผลให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการควบคุมดูแล และสร้างบรรทัดฐานร่วมกันของการค้าในพื้นที่ โดยได้ก่อให้เกิดกิจกรรมทางการค้าที่ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่ต้องปฏิบัติตาม ร้านค้าจึงต้องเข้าร่วมกิจกรรมตามที่สำนักงานเขตพื้นที่นั้นกำหนด เช่น การเข้าร่วมการประชุม การเข้าร่วมการทำความสะดวกพื้นที่ และการหยุดขายสินค้าทุกวันจันทร์ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงที่ได้กำหนดขึ้นรวมกัน เป็นต้น

เมื่อเกิดปัญหาภัยพิบัติ ซึ่งเป็นวิกฤติที่เกิดขึ้นได้ในพื้นที่ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลให้ร้านค้าต้องมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยการดึงทุนทางสังคมที่มีมาใช้ในการจัดการภัยพิบัติซึ่งสอดคล้องกับงานของ Chowdhury et al. (2018) จากการศึกษาพบว่า เมื่อเกิดการระบาดของโรค COVID-19 ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชได้รับความช่วยเหลือรวมถึงได้รับคำแนะนำในการค้าจากหลายภาคส่วน โดยภาคส่วนที่ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในพื้นที่เยาวราชช่วงวิกฤติ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาครัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 77.59 ของทั้งหมด โดยภาครัฐดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นสำนักงานเขตในพื้นที่ที่เข้ามามีบทบาทในการแนะนำการปฏิบัติตนให้เป็นไปตามระเบียบ และมาตรการต่าง ๆ ถัดมา คือ ร้านค้าในละแวกเดียวกัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48.28 ของทั้งหมด ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการให้คำแนะนำและเตือนกันให้ปฏิบัติตามระเบียบที่ทางภาครัฐกำหนด รวมถึงการช่วยเหลือกันตามความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นแต่ละร้าน และความช่วยเหลือและคำแนะนำจากญาติซึ่งคิดเป็นร้อยละ 44.83 ของทั้งหมด ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากสมาชิกในร้าน เนื่องจากส่วนใหญ่สมาชิกในร้านจะมาจากครอบครัวที่เป็นญาติกัน ซึ่งเป็นการช่วยเหลือทางด้านการค้าดำเนินธุรกิจเป็นส่วนใหญ่

จากข้อมูลวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการพูดคุยกับผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้เห็นว่าทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราชมีความสำคัญทุกประเภท

ทั้งประเภทที่เกิดจากร้านค้าตนเองซึ่งประกอบด้วยญาติและสมาชิกในร้าน ร้านค้าข้างเคียงในละแวกเดียวกัน และจากภาครัฐ โดยเฉพาะทุนทางสังคมประเภทที่เกิดจากภาครัฐในการเข้ามาสร้างบรรทัดฐานกำหนดใช้ร่วมกันกับร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราช จึงทำให้ร้านค้าต้องดำเนินธุรกิจตามมาตรการและระเบียบที่เกิดขึ้นทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงการเกิดวิกฤติ ซึ่งทุนทางสังคมดังกล่าวจะช่วยให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในพื้นที่เยาวราชผ่านการเคารพกฎระเบียบที่ทางภาครัฐได้กำหนดไว้ จึงทำให้ร้านค้าเหล่านี้ได้รับผลประโยชน์ที่เอื้อให้ตนสามารถดำเนินธุรกิจการค้าทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ได้ แสดงให้เห็นว่าร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีความเข้มแข็งจากการเข้ามามีบทบาทของภาครัฐในการสร้างบรรทัดฐานที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นทุนทางสังคมและความสัมพันธ์ของร้านค้าในพื้นที่เยาวราชจึงส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยได้เป็นอย่างดี

6.1.4 สรุปรูปแบบของทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช

จากเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งหมดที่ได้ศึกษาสามารถสรุปความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่เยาวราชได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของเครือญาติ ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณพื้นที่ตลาดเก่าและฝั่งตรงข้าม เนื่องจากเป็นแหล่งค้าขายเดิมที่รู้จักกันมานานจึงมีการชักชวนให้ญาติเข้ามาขายในพื้นที่ด้วยกัน ทำให้มีการรับ-ส่งข้อมูลของกลุ่มร้านค้าได้ง่ายโดยเฉพาะร้านที่เป็นญาติกัน
2. ความสัมพันธ์ของรูปแบบเพื่อนสนิท ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณพื้นที่ตลาดเก่าเช่นกัน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการทำการค้ามานานทำให้ร้านค้าส่วนใหญ่ที่ทำการค้ามานานรู้จักกันและสนิทกันทำให้การรับ-ส่ง ผ่านข้อมูลและความช่วยเหลือเกิดขึ้นได้ง่าย
3. ความสัมพันธ์ของรูปแบบหุ้นส่วน มีจำนวนน้อยในพื้นที่เยาวราช และส่วนใหญ่จะเป็นหุ้นส่วนที่เป็นคู่กันมีความใกล้ชิดกัน ทำให้การรับ-ส่งข้อมูลเกิดขึ้นระหว่างร้านค้าที่เป็นหุ้นส่วนกันและไม่มีการส่งผ่านไปยังร้านค้าอื่น
4. ความสัมพันธ์ของรูปแบบขอคำปรึกษา การรับ-ส่งข้อมูล รวมถึงการส่งผ่านข้อมูลส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณตลาดเก่า และความใกล้ชิดกันที่ส่งผลให้เกิดการขอคำปรึกษาส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณถนนผดุงด้าว
5. ความสัมพันธ์ของรูปแบบพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็น ในเยาวราชเกิดขึ้นเป็นวงกว้าง แต่ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบริเวณถนนฝั่งซ้ายของถนนเยาวราชเนื่องจากเป็นฝั่งที่มีจำนวนร้านค้ามากกว่าฝั่ง

ขวา ซึ่งมีร้านค้าที่เป็นทั้งตัวรับ-ส่งข้อมูลและให้ความช่วยเหลือ รวมถึงเป็นตัวผ่านในการกระจายข้อมูลให้แก่ร้านอื่นได้ด้วย

ดังนั้นความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงและสามารถนำมาใช้พัฒนาพื้นที่เยาวราชได้ ด้วยการทราบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเยาวราชเพื่อทราบถึงร้านค้าที่สำคัญที่มีความใกล้ชิดกันระหว่างร้านค้าอื่น ๆ และสามารถเป็นตัวรับ-ส่งข้อมูล รวมถึงเป็นการแพร่กระจายข้อมูล ข่าวสาร และความช่วยเหลือไปยังร้านค้าอื่น ๆ ได้ ซึ่งเป็นหลักการหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาพื้นที่แบบการมีส่วนร่วมได้และเป็นตัวที่แสดงให้เห็นว่าพื้นที่นั้น ๆ เกิดทุนทางสังคมมากหรือน้อยได้ ซึ่งจะส่งผลต่อความเข้มแข็งของสังคมในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย

6.1.5 สรุปผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีคำถามที่ต้องการหาว่า 1. ธุรกิจร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจและมีห่วงโซ่อุปทานอย่างไรในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาด และ 2. ทุนทางสังคมของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีลักษณะอย่างไรและมีผลต่อการดำเนินธุรกิจในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาดอย่างไร จากการศึกษาข้อมูลที่ได้ทั้งหมด พบว่า งานวิจัยในครั้งนี้สามารถตอบคำถามงานวิจัยได้ครอบคลุมทุกข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ก่อนที่จะทำการศึกษาได้ตั้งสมมติฐานในข้อนี้ไว้ว่า รูปแบบของธุรกิจร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในเมืองช่วงภัยพิบัติโรคระบาดมีการปรับตัวจากช่วงเวลาปกติ โดยผู้ดำเนินธุรกิจคาดว่ารายได้จะลดลง จึงวางแผนลดรายจ่ายของธุรกิจรวมถึงปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานของโครงข่ายกิจกรรมที่มีผลมาจากการระบาดของโรคและนโยบายของรัฐ โดยจากการศึกษาพบว่า ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อย่างเคร่งครัด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของภาครัฐในการควบคุมโรค รวมถึงสร้างความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อร้านค้า โดยมีการลดปริมาณวัตถุดิบในการขายลงให้สอดคล้องกับช่วงระยะเวลาที่ขายได้และจำนวนลูกค้าที่น้อยลง นอกจากนี้ยังได้มีการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานโดยเฉพาะขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับเวลา ซึ่งได้แก่ ขั้นตอนการมาเตรียมสถานที่ขายและจัดเก็บอุปกรณ์ให้เร็วขึ้น เนื่องจากมาตรการของภาครัฐในการป้องกันโรคและพฤติกรรมที่เลี่ยงของห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนไป ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้จึงไม่ปฏิเสธสมมติฐาน

2. ก่อนที่จะทำการศึกษาได้ตั้งสมมติฐานในข้อนี้ไว้ว่า พื้นที่เยาวราชมีทุนทางสังคมเข้มแข็งที่ค่อนข้างสูงทำให้ธุรกิจหาบเร่แผงลอยส่วนใหญ่สามารถดำเนินกิจการได้ โดยมีความไว้วางใจกัน

เกื้อกูลซึ่งกันและกัน และมีเครือข่ายทางสังคม เนื่องจากเยาวราชเป็นที่ที่สามารถกลับมาดำเนินการค้าได้เร็วกว่าที่อื่น ๆ แต่เมื่อทำการศึกษาผลปรากฏว่า ทูนทางสังคมในพื้นที่เยาวราชมีความเข้มแข็งปานกลางแต่สามารถทำให้ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชมีความเข้มแข็งพอที่จะกลับมาดำเนินการค้าในพื้นที่ได้ ด้วยการที่ร้านค้าปฏิบัติตามกฎระเบียบของภาครัฐ ทำให้พื้นที่เยาวราชมีทุนทางสังคมด้านบรรทัดฐานกับภาครัฐที่สูง โดยที่ร้านค้าทุกร้านต้องปฏิบัติตามระเบียบอย่างเคร่งครัดด้วยความร่วมมือจากสมาชิกในร้านค้าตนเอง และความช่วยเหลือและคอยเตือนกันจากร้านค้าข้างเคียงทำให้ดำเนินธุรกิจตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ได้ดี โดยทุกร้านต้องมีการดูแลด้านสุขลักษณะของร้านค้าตามมาตรการที่กำหนด รวมถึงต้องเปลี่ยนแปลงเวลาในกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการตั้งร้าน การขาย และการจัดเก็บอุปกรณ์ให้เป็นไปตามมาตรการด้วย โดยมีภาครัฐเข้ามาดูแลและตรวจสอบการปฏิบัติของร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยถือว่าบรรทัดฐานเหล่านี้เป็นทุนทางสังคมที่สำคัญที่เกิดจากภาครัฐและส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจในการระบาดของโรค COVID-19 ในครั้งนี้ด้วย จึงทำให้ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชกลับมาดำเนินธุรกิจในพื้นที่ช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ได้ดี ซึ่งจะสามารถตอบคำถามในส่วนของทุนทางสังคมของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารแบบเร่ง แผงลอยในพื้นที่เยาวราชว่ามีผลต่อการดำเนินธุรกิจในช่วงเกิดภัยพิบัติโรคระบาดได้ ดังนั้นทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นจึงมีเพียงพอที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจของร้านค้าในพื้นที่เยาวราชกลับมาเข้มแข็งขึ้นได้ แม้จะเกิดปัญหาภัยพิบัติ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ในครั้งนี้ซึ่งข้อมูลที่ได้จะไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐานในส่วนนี้

ดังนั้นจากการศึกษาเรื่องทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจในพื้นที่การค้าอย่างเยาวราชทำให้พบว่า ทุนทางสังคมเป็นส่วนสำคัญในการจัดการการดำเนินธุรกิจของร้านค้าแบบเร่ง แผงลอยในพื้นที่เยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ทั้งด้านการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจและห่วงโซ่อุปทานซึ่งจำเป็นต้องปฏิบัติตามบรรทัดฐานที่ทางภาครัฐกำหนด ด้วยความร่วมมือกันของสมาชิกในร้าน และความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าด้วยกัน ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้ถือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราช ถ้าหากพื้นที่การค้าใดมีทุนทางสังคมที่เพียงพอเช่นเดียวกันนี้ ก็จะสามารถนำไปสู่การส่งเสริมให้เกิดการดำเนินธุรกิจด้านการค้าในพื้นที่นั้น ๆ ในช่วงการเกิดวิกฤติหรือภัยพิบัติในพื้นที่ได้

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ วิกฤติศึกษา ร้านอาหารหาบเร่ แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 จะพบว่าการศึกษาทุนทางสังคมในพื้นที่เยาวราชจะทำให้ร้านค้าดำเนินธุรกิจต่อไปได้ แต่อาจไม่เพียงพอให้เกิดความเข้มแข็งของร้านค้า ดังนั้นร้านค้าในพื้นที่เยาวราชจึงจำเป็นต้องนำทุนทางสังคมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิดอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการนำเอาทุนทางสังคมที่มีมาใช้ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด งานวิจัยนี้จึงเสนอแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในเมืองเมื่อเกิดสภาวะภัยพิบัติโรคระบาดโดยนำเอาทุนทางสังคมมาเป็นฐาน ดังนี้

1. ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชควรมีทุนทางสังคมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับหลักการ Area BCM เพื่อสร้างให้เกิดทุนทางสังคมต่อการดำเนินธุรกิจจากภาคส่วนต่าง ๆ ในระดับพื้นที่มากขึ้น ถึงแม้ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยจะเป็นการค้าขนาดเล็กแต่เมื่อเกิดภัยพิบัติ ร้านค้าจำเป็นต้องมีการวางแผนการรับมือเพื่อการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจในระดับพื้นที่ของตน โดยต้องเข้าใจความเสี่ยงและลดผลกระทบต่อภัยคุกคาม โดยอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการนำเอาทุนทางสังคมที่มีในพื้นที่การค้ามาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นสิ่งสำคัญในการประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจแม้จะเกิดวิกฤติภัยพิบัติ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ดังนั้นร้านค้าต้องมีการปรับตัวทางด้านธุรกิจและกระบวนการผลิต โดยการนำหลัก Area BCM มาใช้ร่วมกับการมีทุนทางสังคมในพื้นที่ เช่น การนำทุนทางสังคมจากสมาชิกในร้านตนเองมาใช้ โดยสมาชิกจะต้องร่วมวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของร้านค้าตน ร้านค้าต้องเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ผลกระทบที่ร้านค้าของตนจะได้รับ โดยการระบุเป็นลำดับความสำคัญ เพื่อให้เห็นจุดอ่อนและจุดแข็งที่ร้านค้าของตนจะสามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ เพื่อหาช่องทางในการเพิ่มรายได้ และลดการขาดทุน ร้านค้าจึงต้องรู้ภัยที่จะเกิดกับร้านค้าของตนเองก่อนและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและสมาชิกที่เป็นลูกจ้างด้วย เพื่อให้เกิดความแน่นแฟ้นของสมาชิกภายในร้านจนเกิดเป็นทุนทางสังคมที่มากขึ้นภายในร้านค้าได้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการจ้างงานและการดำเนินธุรกิจทั้งช่วงเวลาปกติและช่วงภัยพิบัติ ถัดมาเป็นการนำ ทุนทางสังคมจากร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่มาใช้ เพื่อเป็นการหาแนวทางในการวางแผนและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ร่วมกัน และอาจมีการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันเมื่อเกิดภัยพิบัติด้วย และส่วนสุดท้ายเป็นการนำทุนทางสังคมจากภาครัฐมาใช้ ซึ่งภาครัฐจะต้องช่วยสนับสนุนเพื่อให้ร้านค้าในพื้นที่สามารถทำการค้าได้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และกำหนดกรอบความช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่การนำไปปฏิบัติ

ใช้ในการดำเนินธุรกิจของร้านค้า เช่น อนุญาตให้มาเปิดร้านขายเร็วขึ้น จัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคแจกจ่ายให้แก่ร้านค้า และการลดค่าใช้จ่ายให้ครอบคลุมตลอดทุกช่วงการเกิดภัยพิบัติ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการของหลัก Area BCM ในขั้นตอนที่ 1 ที่ต้องเข้าใจความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ขั้นตอนที่ 2 การแบ่งปันกลยุทธ์ในพื้นที่ ขั้นตอนที่ 3 การวางแผนมาตรการที่จะนำมาใช้ และขั้นตอนที่ 4 การทบทวนแผนเพื่อนำมาดำเนินการ เป็นต้น

ในส่วนของการจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานสามารถนำหลัก Area BCM มาใช้ได้เช่นกัน โดยพิจารณาผ่านรูปแบบการใช้พื้นที่ (space use patterns) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ใช้ กิจกรรม และช่วงเวลา จากการศึกษาจะพบว่า ห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับเวลาจะได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากการขายที่ลดลง นักท่องเที่ยวน้อยลง ประกอบกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จึงทำให้เวลาในการมาตั้งร้านขาย และการจัดเก็บอุปกรณ์เปลี่ยนแปลง จากกรณีนี้ร้านค้าจำเป็นต้องปรับตัวให้เกิดความยืดหยุ่นและติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ เพื่อจัดสรรเวลาให้เหมาะสมในการเตรียมการขายในแต่ละกระบวนการ และเรียนรู้ความยืดหยุ่นในการปฏิบัติตนในสถานการณ์ด้วยทั้งของร้านค้าตนเองและพื้นที่ขายด้วย เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ทั้งนี้ภาครัฐควรจะให้ความช่วยเหลือในการอนุญาตให้ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยมาตั้งร้านเร็วขึ้นได้ และร้านค้าในอาคารอาจต้องอนุญาตให้ร้านค้าหาบเร่ แผงลอยมาตั้งร้านหน้าร้านตนได้เร็วขึ้นตามความเหมาะสมด้วย ซึ่งเป็นแนวทางการจัดการเชิงพื้นที่ตามแนวคิดของ Area BCM เพื่อช่วยเหลือก้นยามเกิดปัญหาในพื้นที่และถือว่าเป็นหนึ่งในทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่การค้าได้เช่นกัน

2. การประยุกต์หลักการมีส่วนร่วมมาใช้ในพื้นที่การค้า เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ ในพื้นที่การค้าอย่างยาวราชสามารถดำเนินต่อไปได้จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดได้จากการมีทุนทางสังคมในพื้นที่ ซึ่งบทบาททุนทางสังคมในพื้นที่ยาวราชจะเห็นว่ามี ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจการค้าเป็นอย่างมากทั้งทุนทางสังคมจากร้านค้าตนเอง ทุนทางสังคมจากร้านค้าข้างเคียง และทุนทางสังคมจากทางภาครัฐ ซึ่งเป็นตัวก่อให้เกิดการมีบรรทัดฐานและความไว้วางใจระหว่างกันของคนในพื้นที่การค้านี้ ดังนั้นการผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมที่มากขึ้นจะช่วยนำไปสู่การเป็นพื้นที่การค้าที่มีความเข้มแข็งสามารถที่จะพัฒนาและจัดการปัญหาที่เข้ามาได้ดี ซึ่งจะสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกัน หากภาครัฐในพื้นที่เข้ามาจัดระเบียบการค้าเพิ่มเติมนอกจากการให้ข้อมูลข่าวสารที่ควรรู้ และจัดประชุมร่วมกันแล้ว อาจจะต้องผลักดันให้ร้านค้าเข้ามามีส่วนเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาและจัดการพื้นที่ยาวราช ส่งเสริมอำนาจการตัดสินใจของร้านค้าในพื้นที่ในประเด็นที่ร้านค้าจะได้รับผลกระทบ พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของร้านค้าและ

นำมาปรับใช้จริงในพื้นที่ให้เหมาะสมด้วย จะก่อให้เกิดความร่วมมือจากร้านค้าหาบเร่ แผงลอยมากขึ้น รวมถึงการผลักดันให้ภาคเอกชนที่เป็นผู้แทนสาธารณะเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดโครงการส่งเสริมการขาย และการนำร้านค้าในพื้นที่เยาวราชออกบูธงานต่าง ๆ ที่จัดโดยภาคเอกชน เป็นต้น การกำหนดกฎเกณฑ์โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของผู้ใช้พื้นที่มากขึ้นจะช่วยให้เกิดการพัฒนาในพื้นที่ต่อไปได้เป็นอย่างดี และการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในพื้นที่เยาวราชมากขึ้นจะช่วยให้ภาพรวมของระดับทุนทางสังคมจากเดิมที่อยู่ระดับปานกลางปรับมาสู่ระดับที่สูงขึ้นได้ จะยังเป็นผลดีที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชด้วย

นอกจากนี้การนำหลักการมีส่วนร่วมมาปรับใช้ในพื้นที่การค้า จะส่งผลให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยในพื้นที่เยาวราชซึ่งเป็นหนึ่งในทุนทางสังคมที่ร้านค้าในพื้นที่เยาวราชควรมีเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้พื้นที่โดยร้านค้าที่เป็นแกนนำหลักในการเป็นตัวกระจายข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล ตัวกลางส่งต่อข้อมูลและให้ความช่วยเหลือจะกลายมาเป็นแกนนำหลักในการรวมกลุ่มเครือข่ายของร้านค้าหาบเร่ แผงลอยได้ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายของกลุ่มการค้าหาบเร่ แผงลอยในอนาคต เพื่อเป็นการรวมกลุ่มระหว่างร้านค้าหาบเร่ แผงลอยด้วยกันในการพัฒนาพื้นที่การค้าเยาวราชร่วมกับทางภาครัฐได้ ดังนั้นหลักการมีส่วนร่วมจึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาเมืองหรือพื้นที่นั้น ๆ ให้ดีขึ้นตรงตามความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหายับยั้งที่อาจจะเกิดขึ้นอีกในอนาคตได้

บรรณานุกรม

- Alan, C., So, S., & Sin, L. (2006). Crisis management and recovery: how restaurants in Hong Kong responded to SARS. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1), 3-11.
- Barabási, A.-L., & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *science*, 286(5439), 509-512.
- Bourdieu, P. (1986). *The Form of Capital*. New York: Greenwood Press.
- Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C., & Spector, S. (2019). Postdisaster social capital, adaptive resilience and business performance of tourism organizations in Christchurch, New Zealand. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1209-1226.
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*: Harvard university press.
- Erdős, P., & Rényi, A. (1959). On Random Graph I. *Publicationes Mathematicae (Debrecen)*, 6.
- Giordano, R., & Pagano, A. (2017). Soft and hard infrastructure: A resilience based approach for urban DRR. Retrieved from <https://cultureanddisaster.eu/handbook/2.4-resilience-based-approach>
- Japan International Cooperation Agency. (2014). Area Business Continuity Management: Scalable Cross Sector Coordination Framework of Disaster Management for Business Continuity. Retrieved from <https://www.eird.org/pr14/panelistas/paralela5/BIO-Paralela-5-Panel%203-BABA-Hitoshi.pdf>
- Liu, W., Sidhu, A., Beacom, A. M., & Valente, T. W. (2017). Social Network Theory. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1-12).
- LOlek, M. (2007). Supply chain diagram. Retrieved from https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B8%A5%E0%B9%8C:Supply_chain.svg
- Pareeratanasomporn, P. (2017). *A NETWORK ANALYSIS OF THAI ECONOMIC STRUCTURE THROUGH INPUT-OUTPUT MODEL AND ITS LINK TO MACROECONOMIC FLUCTUATION*. (MASTER OF ECONOMICS), Thammasat University.

- Putnam, R. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. *The american prospect*, 13(4).
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*: Simon and schuster.
- Puttanapong, N. (2018). *The Network Analysis of Interlocking Directors: The Case of Thailand's Listed Companies*. Paper presented at the 24th Eurasia Business and Economics Society Conference Proceedings, Bangkok.
- Richardson, J. (1986). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. 241-258.
- Ru, H., & Townsend, R. M. (2020). Enhanced Informal Networks: Costly State Verification and the Village Fund Intervention. Available at SSRN.
- Srisawat, R. (2017). *KEY SECTORS AND THE PROPAGATION OF ECONOMIC SHOCKS THROUGH INPUT-OUTPUT NETWORK: A CASE STUDY OF THAILAND*. (Master of Economics), Thammasat University.
- Watts, D. J., & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of 'small-world' networks. *nature*, 393(6684), 440-442.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and society*, 27(2), 151-208.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian journal of policy research*, 2(1), 11-17.
- เกวลินทร์ เส้นยี่หิม และปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์. (2562). ส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารอีสานฮาลาลในจังหวัดสงขลา ของผู้บริโภคที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(2), 41-52.
- เวสพล ตรีธาราทิพย์. (2559). โครงข่ายกิจกรรมของแผงลอยอาหาร กรณีศึกษาย่านเขาวราช. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, ชีรภัทร์ ลอยวิรัตน์, ปรียานุช วัฒนกุล และอาภาภรณ์ จวนสง. (2563). แนวทางการบริหารจัดการภัยพิบัติ: จากภาครัฐสู่ชุมชน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(1), 358-360.
- กรมควบคุมโรค. (2563). มาตรฐาน..ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019. สืบค้นจาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/img/infographic/info14.jpg>

- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2559). ยุทธศาสตร์กระทรวง พ.ศ. 2560-2564 และ ยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวง พ.ศ. 2560-2564 กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. สืบค้นจาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER18/DRAWER003/GENERAL/DATA0000/00000037.PDF>.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับประเภทกิจการและกิจกรรม กลุ่มที่ 1 (1 ed.): สำนักพิมพ์อักษรกราฟิกแอนด์ดีไซน์.
- คณะกรรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ. (2558). แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2558: กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย.
- ณปรีนทสิทธิ์ ปรีชาหาญ. (2561). ความสัมพันธ์ของทุนทางสังคมกับการเตรียมตัวรับมือภัยพิบัติเมืองของแรงงานต่างชาติดังกล่าว. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐ ลีละวัฒน์. (2562). ทำความรู้จักกับ Area-BCM วารสาร *TPA News*(265), 40-42.
- ณัฐวิทย์ อิ่มมาก และณัฐนิชา ตียะสุขเศรษฐ์. (2563). การประยุกต์ใช้วิธีวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมของการเคลื่อนย้ายคนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ระหว่างปี 2560-2561. สืบค้นจาก <http://region5.dld.go.th/webnew/index.php/th/news-menu/>.
- นนธวัช วรมงคลชัย. (2561). สภาพการอยู่อาศัยของผู้ค้าแผงลอยอาหารในย่านเยาวราช (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภัสวรรณ สุภาวรรณ. (2559). ประสิทธิภาพของการนำนโยบายการจัดระเบียบหาบเร่แผงลอยกรุงเทพมหานครไปปฏิบัติ กรณีศึกษา พื้นที่ปากคลองตลาด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นฤมล นิราทร. (2557). การจัดการการค้าหาบเร่แผงลอยในกรุงเทพมหานคร:ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ. วารสารสังคมวิทยา มานุษยวิทยา, 33(2), 47-72.
- ปณชัย อารีเพิ่มพร. (2563). เยาวราชเจียบเหงา เมื่อโควิด-19 ลักพาตัวนักท่องเที่ยวหายไป. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/coronavirus-chinatown-yaowarat/>
- ปวีร์ ธีวอินทร์. (2561). การจัดระเบียบหาบเร่แผงลอยในพื้นที่ปากคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปาริษา มุสิกคามะ. (2562). กลไกและสถาบันของตลาดริมทางบนพื้นที่สาธารณะในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2547). วาทกรรมทุนทางสังคม: กระบวนการสร้างแนวคิดและปฏิบัติการในบริบทการพัฒนาของไทย (พ.ศ. 2540-2546). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนิต ภูจินดา และยศพล บุญสม. (2559). แนวคิดการพัฒนาเมืองต้นแบบ. วารสารวิชาการการออกแบบสภาพแวดล้อม, 3(1), 21-43.
- พิชญา ชัยพิมลผลิน และอุบลวรรณ เกษตรเอี่ยม. (2560). การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมสำหรับการพัฒนาด้านงานวิจัย คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. เผยแพร่ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2017 : การวิจัยยุคประเทศไทย 4.0”.
- วรรณวิศา รัตนบุรี. (2557). รูปแบบการจัดการหาแร่แฝงลอยริมบาทวิถีในพื้นที่เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วารกรณ์ สามโกเศศ. (2558). แนวคิด Resilience Dividend เพื่อเมือง. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/635939>.
- วัลลภ สุขสวัสดิ์. (2560). ทุนทางสังคมกับธรรมาภิบาลการจัดการตนเอง. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 10(2), 91-106.
- สำนักเทศกิจ. (2564). แผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2564. สืบค้นจาก http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000109/Plan/CityLawOperationPlan2564_final.pdf.
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2563). รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารจัดการหาแร่แฝงลอยในกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจฐานราก ชีวิต และชุมชนของคณะกรรมการการแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ วุฒิสภา. : สำนักงานกรรมการ 3 สำนักงานเลขาธิการ วุฒิสภา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2551). สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน กลุ่มที่ 3 ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคมกับการพัฒนาทุนมนุษย์. Paper presented at the การสัมมนาวิชาการประจำปี 2551.
- สุจิตรา สามีคิธรรม. (2560). พฤติกรรมทางเศรษฐกิจของหาแร่แฝงลอย:กรณีศึกษาเขตบางเขน วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเอริก, 35(3), 157-176.
- สุพจน์ หนูปัทยา. (2558). การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมของการเคลื่อนย้ายโคกระบือในจังหวัดสุโขทัย. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อรวรรณ แซ่ว่าง. (2563). ทุนทางสังคมกับความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนย่านเยาวราช. วารสารพัฒนาสังคม, 22(2), 91-106.

อัคนัย ขวัญอยู่. (2560). ทูตทางสังคม: ปัจจัยที่เอื้อให้เกิดการกู้ยืมหนี้ในระบบที่เป็นธรรม
กรณีศึกษา คริวเรือนเกษตรกรรมในพื้นที่ลุ่มน้ำกระเสียว จังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

ชุดที่.....
ตำแหน่งที่.....

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท
เรื่อง ทุนทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ
กรณีศึกษา ร้านอาหารหาบเร่แผงลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19
ของนางสาวพรพิมล โสริกุล ภาควิชาการวางแผนภาคและออกแบบเมือง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เบอร์โทรติดต่อ 087-5318332

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน , () และเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 51-60 ปี มากกว่า 60 ปี
3. ตำแหน่งงานในร้านอาหาร ผู้ประกอบการ
 ผู้ช่วยขาย ระบุ () สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ
() ลูกจ้าง
4. ที่พักอาศัยของผู้ประกอบการ พื้นที่ในเยาวราช พื้นที่อื่น ระบุ.....
5. รูปแบบธุรกิจของร้านอาหาร เจ้าของคนเดียว/ธุรกิจส่วนตัว ธุรกิจแบบหุ้นส่วน
 ธุรกิจแบบแฟรนไชส์ อื่น ๆ ระบุ.....
6. ร้านค้าที่ท่านประกอบอาชีพอยู่เปิดการค้าในพื้นที่เยาวราชนานเท่าใด
 น้อยกว่า 1 ปี 1-10 ปี 11-20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี มากกว่า 40 ปี
7. ประเภทของร้านอาหาร อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว อาหารประเภทข้าว/แกง อาหารทะเลเผาต่าง ๆ
 หูฉลาม/กระเพาะปลา ขนมหวาน/รังนก อื่น ๆ ระบุ.....
8. ระยะเวลาที่ปิดกิจการช่วง COVID-19 (ระหว่างเดือนมีนาคม-กรกฎาคม)
 ไม่ปิด น้อยกว่า 1 เดือน 1-2 เดือน 3-4 เดือน มากกว่า 4 เดือน
9. จำนวนที่นั่งภายในร้าน
ช่วงเวลาปกติ ไม่มีที่นั่ง 1-4 ที่นั่ง 5-8 ที่นั่ง 9-12 ที่นั่ง 12 ที่นั่งขึ้นไป
ช่วงโรคระบาด COVID-19 (ระหว่างเดือนมีนาคม-กรกฎาคม)
 ไม่มีที่นั่ง 1-4 ที่นั่ง 5-8 ที่นั่ง 9-12 ที่นั่ง 12 ที่นั่งขึ้นไป
10. จำนวนพนักงานในร้าน (รวมเจ้าของกิจการด้วย)
ช่วงเวลาปกติ 1-4 คน 5-8 คน 9-12 คน 12 คนขึ้นไป
ช่วงโรคระบาด COVID-19 (ระหว่างเดือนมีนาคม-กรกฎาคม)
 1-4 คน 5-8 คน 9-12 คน 12 คนขึ้นไป

11. รายรับและรายจ่ายจากการค้าปกติและระหว่างช่วงการโรคระบาด COVID-19 เป็นอย่างไร

รายการ	ระดับการเปลี่ยนแปลง				
	เพิ่มขึ้นมาก	เพิ่มขึ้น	ปกติ	ลดลง	ลดลงมาก
11.1 รายรับจากการค้าขาย					
11.2 ค่าเช่าแผงขาย					
11.3 ค่าเช่าพื้นที่จัดเก็บอุปกรณ์					
11.4 ค่าน้ำ					
11.5 ค่าไฟฟ้า					

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจและรูปแบบห่วงโซ่อุปทานของร้านค้าหาบเร่แผงลอยหรือร้านอาหารริมทางที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19 (ระหว่างเดือนมีนาคม-กรกฎาคม)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงใน , () และเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19

ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่

ไม่ใช่ (ข้ามไปตอนที่ 2) ใช่

1. ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนวัตถุดิบของอาหารในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่

ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () เพิ่มจำนวนวัตถุดิบ ระบุ.....
 () ลดจำนวนวัตถุดิบ ระบุ.....

2. ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงเมนูอาหารในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่

ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () เพิ่มเมนู ระบุ.....
 () ลดเมนู ระบุ.....

3. ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของภาชนะใส่อาหารในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่

ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () ใช้ภาชนะแบบกล่องกระดาษหรือพลาสติกที่ไม่มีฝาปิด
 () ใช้ภาชนะแบบกล่องกระดาษหรือพลาสติกที่มีฝาปิด
 () อื่น ๆ ระบุ.....

4. ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงราคาอาหารในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่

ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () เพิ่ม () ลด

5. ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีในการขนส่งอาหารจากเดิม ใช่หรือไม่

ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () มีพนักงานขนส่งสินค้าประจำร้าน
 () เข้าสู่ระบบขนส่งสินค้าออนไลน์ (Food Delivery)
 () อื่น ๆ ระบุ.....

6. ร้านค้าของท่านมีการโฆษณาส่งเสริมการขาย (เช่น ประชาสัมพันธ์ลงสื่อต่างๆ) ในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่
- ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ).....
7. ร้านค้าของท่านมีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของพนักงานในช่วงเวลาเกิด COVID-19 ใช่หรือไม่
- ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () ลดจำนวนพนักงานลง
() ไม่ลดจำนวนพนักงานแต่ลดค่าแรงพนักงานลง
() ไม่ลดจำนวนพนักงานแต่สลับช่วงเวลา/วันทำงานของพนักงาน
() อื่น ๆ ระบุ.....
8. ร้านค้าของท่านให้ความสำคัญด้านสุขลักษณะตามมาตรการของภาครัฐใช่หรือไม่และให้ความสำคัญวิธีใดมากที่สุด
- ไม่ใช่ ใช่ (โปรดระบุ) () มีแผ่นใสกั้นระหว่างลูกค้ากับอาหาร
() มีการกำหนดให้มีฉากกั้น (Table Shield) บนโต๊ะอาหาร
() การต่อเข้าร้านหรือซื้ออาหารมีระบบเข้าแถวและเว้นระยะห่าง 1 เมตร
() มีการเว้นระยะห่างบนโต๊ะ 1-1.5 เมตร
() เว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ
() มีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ในร้าน
() อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 รูปแบบห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนแปลงในช่วง COVID-19

1. การจัดซื้อวัตถุดิบ ไม่เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลง
- 1.1 ผู้ทำหน้าที่ซื้อวัตถุดิบ
- ช่วงเวลาปกติ ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง
- ช่วงโรคระบาด COVID-19 ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง
- 1.2 ยานจัดซื้อวัตถุดิบ
- ช่วงเวลาปกติ ชื่อจาก.....
- ช่วงโรคระบาด COVID-19 ชื่อจาก.....
- 1.3 ความถี่ในการซื้อวัตถุดิบ (ครั้งต่อสัปดาห์)
- ช่วงเวลาปกติ 1-2 ครั้ง 3-4 ครั้ง 5-6 ครั้ง มากกว่า 6 ครั้ง
- ช่วงโรคระบาด COVID-19 1-2 ครั้ง 3-4 ครั้ง 5-6 ครั้ง มากกว่า 6 ครั้ง
2. การจัดเตรียมวัตถุดิบ ไม่เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลง
- 2.1 ผู้ทำหน้าที่เตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับการปรุงอาหาร
- ช่วงเวลาปกติ ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง
- ช่วงโรคระบาด COVID-19 ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง

2.2 พื้นที่จัดเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมสำหรับการปรุงอาหาร

ช่วงเวลาปกติ พื้นที่เดียวกับแหล่งขาย พื้นที่อื่น ระบุ.....

ช่วงโรคระบาด COVID-19 พื้นที่เดียวกับแหล่งขาย พื้นที่อื่น ระบุ.....

2.3 ช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบ

ช่วงเวลาปกติ ก่อนการขาย ระหว่างการขาย หลังการขาย

ช่วงโรคระบาด COVID-19 ก่อนการขาย ระหว่างการขาย หลังการขาย

3. การปรุงอาหาร ไม่เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลง

3.1 ผู้ทำหน้าที่ปรุงอาหาร

ช่วงเวลาปกติ ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง

ช่วงโรคระบาด COVID-19 ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง

3.2 พื้นที่ที่ใช้สำหรับปรุงอาหาร

ช่วงเวลาปกติ พื้นที่เดียวกับแหล่งขาย พื้นที่อื่น ระบุ.....

ช่วงโรคระบาด COVID-19 พื้นที่เดียวกับแหล่งขาย พื้นที่อื่น ระบุ.....

3.3 ช่วงเวลาการจัดเตรียมวัตถุดิบ

ช่วงเวลาปกติ ก่อนการขาย ระหว่างการขาย

ช่วงโรคระบาด COVID-19 ก่อนการขาย ระหว่างการขาย

4. การขายอาหาร ไม่เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลงการเตรียมสถานที่ขาย

4.1 ผู้ทำหน้าที่เตรียมสถานที่จัดโต๊ะหรือตั้งแผงขาย

ช่วงเวลาปกติ ร้านค้ากระทำได้เอง จ้างธุรกิจอื่นเฉพาะการจัดเตรียมสถานที่

ช่วงโรคระบาด COVID-19 ร้านค้ากระทำได้เอง จ้างธุรกิจอื่นเฉพาะการจัดเตรียมสถานที่

4.2 ช่วงเวลาที่มาตั้งแผงขาย

ช่วงเวลาปกติ ก่อนเวลา 15.00 น. 15.01-16.00 น. 16.01-17.00 น.

17.01-18.00 น. 18.01-19.00 น. หลังเวลา 19.00 น.

ช่วงโรคระบาด COVID-19 ก่อนเวลา 15.00 น. 15.01-16.00 น. 16.01-17.00 น.

17.01-18.00 น. 18.01-19.00 น. หลังเวลา 19.00 น.

การดำเนินงานขาย

4.3 ผู้ทำหน้าที่ขายอาหาร

ช่วงเวลาปกติ ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง

ช่วงโรคระบาด COVID-19 ผู้ประกอบการ สมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการ ลูกจ้าง

4.4 ช่วงเวลาที่เริ่มขายอาหาร

ช่วงเวลาปกติ ก่อนเวลา 15.00 น. 15.01-16.00 น. 16.01-17.00 น.

17.01-18.00 น. 18.01-19.00 น. หลังเวลา 19.00 น.

- ช่วงโรคระบาด COVID-19 ก่อนเวลา 15.00 น. 15.01-16.00 น. 16.01-17.00 น.
 17.01-18.00 น. 18.01-19.00 น. หลังเวลา 19.00 น.

5. การทำความสะอาดอุปกรณ์ ไม่เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลง

5.1 ผู้ทำหน้าที่ทำความสะอาดอุปกรณ์

- ช่วงเวลาปกติ ร้านค้ากระทำเอง จ้างธุรกิจอื่นเฉพาะการทำความสะอาด
 ช่วงโรคระบาด COVID-19 ร้านค้ากระทำเอง จ้างธุรกิจอื่นเฉพาะการทำความสะอาด

5.2 พื้นที่ที่ใช้ทำความสะอาดอุปกรณ์

- ช่วงเวลาปกติ พื้นที่เดียวกับแหล่งขาย พื้นที่อื่น ระบุ.....
 ช่วงโรคระบาด COVID-19 พื้นที่เดียวกับแหล่งขาย พื้นที่อื่น ระบุ.....

5.3 ช่วงเวลาการทำความสะอาดอุปกรณ์

- ช่วงเวลาปกติ ระหว่างการขาย หลังการขาย
 ช่วงโรคระบาด COVID-19 ระหว่างการขาย หลังการขาย

6. การจัดเก็บอุปกรณ์ ไม่เปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลง

6.1 ผู้ทำหน้าที่จัดเก็บอุปกรณ์

- ช่วงเวลาปกติ ร้านค้ากระทำเอง จ้างธุรกิจอื่นเฉพาะการจัดเก็บ
 ช่วงโรคระบาด COVID-19 ร้านค้ากระทำเอง จ้างธุรกิจอื่นเฉพาะการจัดเก็บ

6.2 พื้นที่จัดเก็บอุปกรณ์

- ช่วงเวลาปกติ เช้าแหล่งจัดเก็บเฉพาะ พื้นที่อื่น ระบุ.....
 ช่วงโรคระบาด COVID-19 เช้าแหล่งจัดเก็บเฉพาะ พื้นที่อื่น ระบุ.....

6.3 ช่วงเวลาจัดเก็บอุปกรณ์และสถานที่

- ช่วงเวลาปกติ ก่อนเวลา 20.00 น. 20.01-21.00 น. 21.01-22.00 น.
 22.01-23.00 น. 23.01-24.00 น. หลังเวลา 24.00 น.
 ช่วงโรคระบาด COVID-19 ก่อนเวลา 20.00 น. 20.01-21.00 น. 21.01-22.00 น.
 22.01-23.00 น. 23.01-24.00 น. หลังเวลา 24.00 น.

ส่วนที่ 3 ทูทางสังคมในพื้นที่เยาวราช

ตอนที่ 1 ความสัมพันธ์ของกลุ่มร้านค้าย่านเยาวราช

คำชี้แจง โปรดเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

1. ร้านค้าของท่านมีความไวใจในการทำธุรกิจกับร้านอื่น ๆ ที่อยู่ในย่านเยาวราชใช่หรือไม่ ไม่ใช่ ใช่
2. ร้านค้าของท่านมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจกับร้านค้าอื่น ๆ ที่อยู่ในย่านเยาวราชใช่หรือไม่ ไม่ใช่ ใช่
3. ร้านค้าใดที่อยู่ในย่านเยาวราชที่ท่านมี หุ้นส่วนทางธุรกิจ ด้วย
 ร้านหาบเร่ แผงลอย โปรดระบุ.....
 ร้านในอาคาร โปรดระบุ.....

4. เมื่อท่านต้องการการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการทำธุรกิจ ใครที่ท่านพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วย

- ร้านหาบเร่ แผงลอย โปรตระบู่.....
- ร้านในอาคาร โปรตระบู่.....

5. เมื่อท่านต้องการคำปรึกษาในการทำธุรกิจใครที่ท่านไปขอคำปรึกษา

- ร้านหาบเร่ แผงลอย โปรตระบู่.....
- ร้านในอาคาร โปรตระบู่.....

6. ร้านใดที่อยู่ในย่านเยาวราชที่ท่านมีความสัมพันธ์แบบเพื่อนสนิทที่สุด

- ร้านหาบเร่ แผงลอย โปรตระบู่.....
- ร้านในอาคาร โปรตระบู่.....

7. ร้านใดที่อยู่ในย่านเยาวราชที่ท่านมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติกัน

- ร้านหาบเร่ แผงลอย โปรตระบู่.....
- ร้านในอาคาร โปรตระบู่.....

8. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมกิจกรรมใดบ้างที่เกิดขึ้นในพื้นที่เยาวราช (ถ้ามี โปรตระบู่)

.....

.....

9. เมื่อร้านค้าของท่านเกิดปัญหา เช่น การระบาดของ COVID-19 ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือหรือ

คำแนะนำด้านการดำเนินธุรกิจจากองค์กรใด อย่างไร (เลือกได้มากกว่า 1)

- สมาชิกในร้าน โปรตระบู่.....
- ร้านค้าในละแวกเดียวกัน โปรตระบู่.....
- องค์กรภาคเอกชน โปรตระบู่.....
- ภาครัฐ โปรตระบู่.....
- อื่น ๆ โปรตระบู่.....

ตอนที่ 2 ระดับทุนทางสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

โดย 5 = จริงมากที่สุด 4 = จริงมาก 3 = ปานกลาง 2 = จริงน้อย 1 = จริงน้อยที่สุด

ข้อความ	ระดับความจริง				
	5	4	3	2	1
ด้านกลุ่มและเครือข่าย					
1. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขายร่วมกันกับพนักงานในร้าน					

ข้อความ	ระดับความจริง				
	5	4	3	2	1
2. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขายร่วมกันกับร้านค้าในพื้นที่					
3. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายองค์กรภาคเอกชนที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19					
4. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายทางภาครัฐที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19					
ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน					
1. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจพนักงานในร้านได้					
2. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ได้					
3. ร้านค้าของท่านมีความไว้วางใจองค์กรภาคเอกชนในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19					
4. ร้านค้าของท่านมีความไว้วางใจภาครัฐในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19					
ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ					
1. ร้านค้าของท่านยินดีให้ความร่วมมือและช่วยเหลือสมาชิกในร้าน					
2. ร้านค้าของท่านยินดีแบ่งปันและให้ความช่วยเหลือร้านค้าข้างเคียง เช่น แอร์ที่นั่งลูกค้า เป็นต้น					
3. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติตามกิจกรรมตามภาคเอกชนหรือองค์กรในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ					
4. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติตามภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านข่าวสารและการสื่อสาร					
1. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จากสมาชิกในร้าน					
2. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จากร้านข้างเคียงในพื้นที่					
3. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่					
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐ					
ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม					
1. ความแตกต่างของสถานภาพทางสังคมของสมาชิกในร้านไม่ก่อให้เกิดปัญหา					

ข้อความ	ระดับความจริง				
	5	4	3	2	1
2. ร้านค้าของท่านมีความสัมพันธ์อันดีต่อร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่					
3. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาคเอกชน					
4. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาครัฐ					
ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง					
1. สมาชิกทุกคนในร้านของท่านเป็นกำลังสำคัญในการทำงาน					
2. ร้านค้าของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาพื้นที่การค้าในเยาวราช					
3. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่ได้					
4. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับทางภาครัฐได้					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ข หนังสือรับรองจริยธรรม



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2
 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 1 ห้อง 114 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
 โทรศัพท์ : 0 2218 3210-11 E-mail: curec2.ch1@chula.ac.th

COA No. 190/2563

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 153/63 ทูทางสังคมกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงภัยพิบัติ กรณีศึกษา ร้านอาหารแห่ง
 ลอยในย่านเยาวราชในช่วงการระบาดของโรค COVID-19

ผู้วิจัยหลัก นางสาวพรพิมล ไสริกุล

หน่วยงาน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และ
 ศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พิจารณาจริยธรรมการวิจัยโดยยึดหลัก ของ Declaration of Helsinki,
 the Belmont report, CIOMS guidelines และ The international conference on harmonization – Good
 clinical practice (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม 
 (ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.จีระพันธ์ เหลืองทองคำ)
 ประธานคณะกรรมการ

ลงนาม 
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงนิตย์ แพร่ผลสัมฤทธิ์)
 กรรมการและเลขานุการ

รูปแบบการพิจารณาทบทวน: แบบลดขั้นตอน

วันที่รับรอง: 30 กันยายน 2563

วันหมดอายุ: 29 กันยายน 2564

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

1. ข้อเสนอโครงการวิจัย
2. ประวัติและผลงานของผู้วิจัย
3. เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
4. หนังสือยินยอมเข้าร่วมในการวิจัย
5. แบบสอบถาม



เลขที่โครงการ	153 / 63
วันที่รับรอง	30 ก.ย. 2563
วันหมดอายุ	29 ก.ย. 2564

เงื่อนไข

1. ผู้วิจัยรับรองว่าเป็นการสมัครจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 1 เดือน หรือแจ้งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่จะระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ให้ออกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลหรืออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณาวิจัยก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่วนแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-13) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักฐานในการปิดโครงการ
8. โครงการวิจัยที่ได้รับการอนุมัติโครงการโดยการพิจารณาทบทวนแบบกรณีข้อยกเว้น (Exemption review) ปฏิบัติตามเงื่อนไข ข้อ 1,6 และ 7 เท่านั้น

ลำดับที่	รหัส	ประเภทอาหาร
24	L3-080-GF	ขนมหวาน/รังนก
25	L3-083-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ
26	L3-084-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก
27	L3-091-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
28	L3-092-GF	อาหารประเภทข้าว/โจ๊ก
29	L3-093-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา
30	L3-094-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
31	L3-095-GF	อื่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต๊ะ, ส้มตำ/ยำ
32	L3-096-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
33	L3-097-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
34	L3-103-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
35	L3-106-GF	ขนมหวาน/รังนก
36	L3-109-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
37	R2-010-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา
38	R2-012-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
39	R2-013-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ
40	R2-014-GF	ขนมหวาน/รังนก
41	R2-016-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
42	R2-017-GF	อาหารประเภทเส้น/ก๋วยเตี๋ยว
43	R2-021-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ
44	R2-023-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ
45	R2-024-GF	อาหารทะเลเผาต่าง ๆ
46	R2-025-GF	ขนมหวาน/รังนก
47	R2-026-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา
48	R2-029-GF	หุ้ฉลาม/กระเพาะปลา

ลำดับที่	รหัส	ประเภทอาหาร
49	R3-033-GF	หุ้ดลลลล/กรรพเพลลล
50	R3-035-GF	ตลลลลลล/กบขลลล
51	R3-037-GF	อลลลลลลลลลลลลลลล
52	R3-042-GF	อี่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต้ะ, ส้มตลลล/ยลล
53	R3-043-GF	อลลลลลลลลลลลลลลล
54	R4-050-GF	อลลลลลลลลลลลลลลล
55	R4-051-GF	อลลลลลลลลลลลลลลล
56	R4-052-GF	อลลลลลลลลลลลลลลล
57	R4-066-GF	อี่น ๆ ได้แก่ หมูสะเต้ะ, ส้มตลลล/ยลล
58	R4-067-GF	อลลลลลลลลลลลลลลล

2. ข้อมูลรหัสร้านค้านอกเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

ลำดับที่	รหัส	ประเภทสินค้า
1	L1-006-F	ร้านอลลลล
2	L1-007-F	ร้านอลลลล
3	L1-001-O	ร้านในอลลลล
4	L1-015-F	ร้านอลลลล
5	L1-002-O	ร้านในอลลลล
6	L1-003-O	ร้านในอลลลล
7	L1-020-F	ร้านอลลลล
8	L1-004-O	ร้านในอลลลล
9	L1-005-O	ร้านในอลลลล
10	L1-019-F	ร้านอลลลล
11	L1-018-F	ร้านอลลลล
12	L2-032-F	ร้านอลลลล
13	L1-006-O	ร้านในอลลลล

ลำดับที่	รหัส	ประเภทสินค้า
14	L1-007-O	ร้านในอาคาร
15	L1-008-O	ร้านในอาคาร
16	R5-001-O	ร้านในอาคาร
17	L2-034-FF	ผลไม้สด
18	L2-035-C	เกาลัด
19	L2-009-O	ร้านในอาคาร
20	L2-010-O	ร้านในอาคาร
21	L2-030-F	ร้านอาหาร
22	L2-033-F	ร้านอาหาร
23	L2-038-D	เครื่องดื่ม
24	L4-001-O	ร้านในอาคาร
25	L2-011-O	ร้านในอาคาร
26	L2-012-O	ร้านในอาคาร
27	L2-041-F	ร้านอาหาร
28	L2-013-O	ร้านในอาคาร
29	L2-014-O	ร้านในอาคาร
30	L2-046-F	ร้านอาหาร
31	L2-045-F	ร้านอาหาร
32	L2-057-F	ร้านอาหาร
33	L2-015-O	ร้านในอาคาร
34	L2-062-F	ร้านอาหาร
35	L2-016-O	ร้านในอาคาร
36	L2-066-F	ร้านอาหาร
37	L2-017-O	ร้านในอาคาร
38	L2-068-D	เครื่องดื่ม
39	L3-070-C	เกาลัด
40	L3-074-D	เครื่องดื่ม

ลำดับที่	รหัส	ประเภทสินค้า
41	L3-018-O	ร้านในอาคาร
42	L3-019-O	ร้านในอาคาร
43	L4-002-O	ร้านในอาคาร
44	L3-020-O	ร้านในอาคาร
45	L3-078-D	เครื่องดื่ม
46	L3-021-O	ร้านในอาคาร
47	L3-108-M	จีปาทะ
48	L3-022-O	ร้านในอาคาร
49	L3-110-F	ร้านอาหาร
50	R2-010-O	ร้านในอาคาร
51	L3-104-F	ร้านอาหาร
52	L3-107-F	ร้านอาหาร
53	L3-105-F	ร้านอาหาร
54	L3-023-O	ร้านในอาคาร
55	L3-098-D	เครื่องดื่ม
56	R4-058-FF	ผลไม้สด
57	R4-059-FF	ผลไม้สด
58	R2-008-D	เครื่องดื่ม
59	R2-001-O	ร้านในอาคาร
60	L1-003-O	ร้านในอาคาร
61	R2-009-O	ร้านในอาคาร
62	R2-002-O	ร้านในอาคาร
63	R2-018-F	ร้านอาหาร
64	R2-003-O	ร้านในอาคาร
65	R2-004-O	ร้านในอาคาร
66	L2-032-F	ร้านอาหาร
67	R2-005-O	ร้านในอาคาร

ลำดับที่	รหัส	ประเภทสินค้า
68	L0-001-O	ร้านในอาคาร
69	L2-030-F	ร้านอาหาร
70	R3-038-F	ร้านอาหาร
71	R2-006-O	ร้านในอาคาร
72	R2-007-O	ร้านในอาคาร
73	R3-011-O	ร้านในอาคาร
74	R3-036-F	ร้านอาหาร
75	R3-046-M	จีปาดะ
76	R3-045-C	เกาลัด
77	L3-104-F	ร้านอาหาร
78	L3-107-F	ร้านอาหาร
79	L3-105-F	ร้านอาหาร
80	L2-057-F	ร้านอาหาร
81	R4-064-D	เครื่องดื่ม
82	R4-068-F	ร้านอาหาร
83	R4-065-C	เกาลัด
84	R2-008-O	ร้านในอาคาร

ภาคผนวก ง การวัดทุนทางสังคม

1. ตารางตัววัดทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบ

ทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบ	ระดับความจริง														
	5			4			3			2			1		
	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%
ด้านกลุ่มและเครือข่าย	70	350	30.17	39	156	16.81	42	126	18.10	30	60	12.93	51	51	21.98
1. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขาย ร่วมกับพนักงานในร้าน	31	155	13.36	8	32	3.45	18	54	7.76	1	2	0.43	0	0	0.00
2. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขาย ร่วมกับร้านค้าในพื้นที่	18	90	7.76	14	56	6.03	18	54	7.76	6	12	2.59	2	2	0.86
3. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายองค์กรภาคเอกชนที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19	1	5	0.43	2	8	0.86	2	6	0.86	9	18	3.88	44	44	18.97
4. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายทางภาครัฐที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19	20	100	8.62	15	60	6.47	4	12	1.72	14	28	6.03	5	5	2.16
ด้านความไว้วางใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	95	475	40.95	41	164	17.67	39	117	16.81	17	34	7.33	40	40	17.24
1. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจพนักงานในร้านได้	45	225	19.40	6	24	2.59	6	18	2.59	0	0	0.00	1	1	0.43
2. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ได้	26	130	11.21	14	56	6.03	11	33	4.74	6	12	2.59	1	1	0.43
3. ร้านค้าของท่านมีความไว้วางใจองค์กรภาคเอกชนในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19	0	0	0.00	9	36	3.88	11	33	4.74	5	10	2.16	33	33	14.22
4. ร้านค้าของท่านมีความไว้วางใจภาครัฐในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19	24	120	10.34	12	48	5.17	11	33	4.74	6	12	2.59	5	5	2.16
ด้านกิจกรรมร่วมและความร่วมมือ	136	680	58.62	32	128	13.79	19	57	8.19	5	10	2.16	40	40	17.24
1. ร้านค้าของท่านยินดีให้ความร่วมมือและช่วยเหลือสมาชิกในร้าน	49	245	21.12	5	20	2.16	4	12	1.72	0	0	0.00	0	0	0.00
2. ร้านค้าของท่านยินดีแบ่งปันและให้ความช่วยเหลือร้านค้าข้างเคียง เช่น แอร์ที่นั้งลูกค้า เป็นต้น	34	170	14.66	14	56	6.03	7	21	3.02	1	2	0.43	2	2	0.86

ทุนทางสังคมแบ่งตามองค์ประกอบ	ระดับความจริง														
	5			4			3			2			1		
	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%
3. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติกิจกรรมตามภาคเอกชนหรือองค์กรในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ	12	60	5.17	2	8	0.86	5	15	2.16	3	6	1.29	36	36	15.52
4. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติกิจกรรมตามภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ	41	205	17.67	11	44	4.74	3	9	1.29	1	2	0.43	2	2	0.86
ด้านข่าวสารและการสื่อสาร	93	465	40.09	57	228	24.57	37	111	15.95	10	20	4.31	35	35	15.09
1. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จากสมาชิกในร้าน	36	180	15.52	12	48	5.17	10	30	4.31	0	0	0.00	0	0	0.00
2. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จากร้านข้างเคียงในพื้นที่	19	95	8.19	19	76	8.19	13	39	5.60	1	2	0.43	6	6	2.59
3. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่	8	40	3.45	12	48	5.17	4	12	1.72	7	14	3.02	27	27	11.64
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐ	30	150	12.93	14	56	6.03	10	30	4.31	2	4	0.86	2	2	0.86
ด้านการรวมกลุ่มทางสังคมและการผนวกเข้าร่วม	119	595	51.29	27	108	11.64	22	66	9.48	4	8	1.72	60	60	25.86
1. ความแตกต่างของสถานภาพทางสังคมของสมาชิกในร้านไม่ก่อให้เกิดปัญหา	39	195	16.81	9	36	3.88	7	21	3.02	1	2	0.43	2	2	0.86
2. ร้านค้าของท่านมีความสัมพันธ์อันดีต่อร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่	42	210	18.10	10	40	4.31	6	18	2.59	0	0	0.00	0	0	0.00
3. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาคเอกชน	2	10	0.86	2	8	0.86	3	9	1.29	2	4	0.86	49	49	21.12
4. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาครัฐ	36	180	15.52	6	24	2.59	6	18	2.59	1	2	0.43	9	9	3.88
ด้านการมีอำนาจและกิจกรรมทางการเมือง	131	655	56.47	29	116	12.50	47	141	20.26	6	12	2.59	19	19	8.19
1. สมาชิกทุกคนในร้านของท่านเป็นกำลังสำคัญในการทำงาน	52	260	22.41	5	20	2.16	1	3	0.43	0	0	0.00	0	0	0.00
2. ร้านค้าของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยพัฒนาพื้นที่การค้าในเยาวราช	36	180	15.52	10	40	4.31	12	36	5.17	0	0	0.00	0	0	0.00
3. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่ได้	18	90	7.76	4	16	1.72	18	54	7.76	3	6	1.29	15	15	6.47
4. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับทางภาครัฐได้	25	125	10.78	10	40	4.31	16	48	6.90	3	6	1.29	4	4	1.72

หมายเหตุ : N หมายถึง จำนวนร้านค้า, P หมายถึง คะแนน, % หมายถึง คิดเป็นร้อยละ

ระดับความจริง 5 = จริงมากที่สุด, 4 = จริงมาก, 3 = ปานกลาง, 2 = จริงน้อย, 1 = จริงน้อยที่สุด

2. ตารางตัววัดทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิด

ทุนทางสังคมแบ่งตาม ประเภทการเกิด	ระดับความจริง														
	5			4			3			2			1		
	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%
ประเภทที่ 1 ทุนทางสังคมจากร้านค้า ตัวเอง	252	1260	72.41	45	180	12.93	46	138	13.22	2	4	0.57	3	3	0.86
1. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการ ประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขาย ร่วมกับพนักงานในร้าน	31	155	8.91	8	32	2.30	18	54	5.17	1	2	0.29	0	0	0.00
2. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจ พนักงานในร้านได้	45	225	12.93	6	24	1.72	6	18	1.72	0	0	0.00	1	1	0.29
3. ร้านค้าของท่านยินดีให้ความ ร่วมมือและช่วยเหลือสมาชิกในร้าน	49	245	14.08	5	20	1.44	4	12	1.15	0	0	0.00	0	0	0.00
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จาก สมาชิกในร้าน	36	180	10.34	12	48	3.45	10	30	2.87	0	0	0.00	0	0	0.00
5. ความแตกต่างของสถานภาพทาง สังคมของสมาชิกในร้านไม่ก่อให้เกิด ปัญหา	39	195	11.21	9	36	2.59	7	21	2.01	1	2	0.29	2	2	0.57
6. สมาชิกทุกคนในร้านของท่านเป็น กำลังสำคัญในการทำงาน	52	260	14.94	5	20	1.44	1	3	0.29	0	0	0.00	0	0	0.00
ประเภทที่ 2 ทุนทางสังคมจากร้านค้า ละแวกใกล้เคียง	175	875	50.29	81	324	23.28	67	201	19.25	14	28	4.02	11	11	3.16
1. เมื่อเกิดปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19 ร้านค้าของท่านมีการ ประชุมหรือพูดคุยถึงแนวทางการขาย ร่วมกับร้านค้าในพื้นที่	18	90	5.17	14	56	4.02	18	54	5.17	6	12	1.72	2	2	0.57
2. ร้านค้าของท่านสามารถไว้วางใจ ร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่ได้	26	130	7.47	14	56	4.02	11	33	3.16	6	12	1.72	1	1	0.29
3. ร้านค้าของท่านยินดีแบ่งปันและ ให้ความช่วยเหลือร้านค้าข้างเคียง เช่น แชรที่นั่งลูกค้า เป็นต้น	34	170	9.77	14	56	4.02	7	21	2.01	1	2	0.29	2	2	0.57
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ COVID-19 จาก ร้านข้างเคียงในพื้นที่	19	95	5.46	19	76	5.46	13	39	3.74	1	2	0.29	6	6	1.72
5. ร้านค้าของท่านมีความสัมพันธ์อัน ดีต่อร้านค้าข้างเคียงในพื้นที่	42	210	12.07	10	40	2.87	6	18	1.72	0	0	0.00	0	0	0.00
6. ร้านค้าของท่านเป็นส่วนหนึ่งใน การช่วยพัฒนาพื้นที่การค้าใน เยาวราช	36	180	10.34	10	40	2.87	12	36	3.45	0	0	0.00	0	0	0.00
ประเภทที่ 3 ทุนทางสังคมจาก ภาคเอกชน	41	205	11.78	31	124	8.91	43	129	12.36	29	58	8.33	204	204	58.62

ทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิด	ระดับความจริง														
	5			4			3			2			1		
	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%	N	P	%
1. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายองค์กรภาคเอกชนที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19	1	5	0.29	2	8	0.57	2	6	0.57	9	18	2.59	44	44	12.64
2. ร้านค้าของท่านมีความไวใจองค์กรภาคเอกชนในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19	0	0	0.00	9	36	2.59	11	33	3.16	5	10	1.44	33	33	9.48
3. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติตามกิจกรรมตามภาคเอกชนหรือองค์กรในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ	12	60	3.45	2	8	0.57	5	15	1.44	3	6	0.86	36	36	10.34
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่	8	40	2.30	12	48	3.45	4	12	1.15	7	14	2.01	27	27	7.76
5. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาคเอกชน	2	10	0.57	2	8	0.57	3	9	0.86	2	4	0.57	49	49	14.08
6. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับองค์กรภาคเอกชนในพื้นที่ได้	18	90	5.17	4	16	1.15	18	54	5.17	3	6	0.86	15	15	4.31
ประเภทที่ 4 ทุนทางสังคมจากภาครัฐ	176	880	50.57	68	272	19.54	50	150	14.37	27	54	7.76	27	27	7.76
1. ร้านค้าของท่านได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากกลุ่มเครือข่ายทางภาครัฐที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิก เช่น สถานการณ์ COVID-19	20	100	5.75	15	60	4.31	4	12	1.15	14	28	4.02	5	5	1.44
2. ร้านค้าของท่านมีความไวใจภาครัฐในการแก้ไขปัญหา เช่น สถานการณ์ COVID-19	24	120	6.90	12	48	3.45	11	33	3.16	6	12	1.72	5	5	1.44
3. ร้านค้าของท่านเข้าร่วมและปฏิบัติตามกิจกรรมตามภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ	41	205	11.78	11	44	3.16	3	9	0.86	1	2	0.29	2	2	0.57
4. ร้านค้าของท่านรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐ	30	150	8.62	14	56	4.02	10	30	2.87	2	4	0.57	2	2	0.57
5. ร้านค้าของท่านมีการเข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายกับทางภาครัฐ	36	180	10.34	6	24	1.72	6	18	1.72	1	2	0.29	9	9	2.59
6. ร้านค้าของท่านสามารถเสนอความคิดเห็นกับทางภาครัฐได้	25	125	7.18	10	40	2.87	16	48	4.60	3	6	0.86	4	4	1.15

หมายเหตุ : N หมายถึง จำนวนร้านค้า, P หมายถึง คะแนน, % หมายถึง คิดเป็นร้อยละ

ระดับความจริง 5 = จริงมากที่สุด, 4 = จริงมาก, 3 = ปานกลาง, 2 = จริงน้อย, 1 = จริงน้อยที่สุด

ภาคผนวก จ คะแนนระดับทุนทางสังคม

1. ตารางระดับทุนทางสังคมของแต่ละร้านแบ่งตามองค์ประกอบ

ร้านค้า	ด้านกลุ่ม และ เครือข่าย	ด้านความ ไว้วางใจ และความ เป็น อันหนึ่ง อัน เดียวกัน	ด้าน กิจกรรม ร่วมและ ความ ร่วมมือ	ด้าน ข่าวสาร และการ สื่อสาร	ด้านการ รวมกลุ่ม ทางสังคม และการ ผนวกเข้า ร่วม	ด้านการมี อำนาจ และ กิจกรรม ทางการ เมือง	เต็ม 120 คะแนน	ปรับ เต็ม 100 คะแนน
L1-005-GF	15	16	18	14	14	16	93	77.50
L1-008-GF	11	10	15	14	12	14	76	63.33
L1-009-GF	11	10	15	14	12	14	76	63.33
L1-010-GF	11	10	15	14	12	14	76	63.33
L1-011-GF	15	18	16	15	12	16	92	76.67
L1-012-GF	12	16	16	16	16	20	96	80.00
L1-013-GF	7	14	15	15	12	16	79	65.83
L1-014-GF	15	13	18	16	12	16	90	75.00
L1-021-GF	10	13	13	14	12	20	82	68.33
L1-022-GF	10	13	13	14	12	20	82	68.33
L1-025-GF	14	13	20	18	16	17	98	81.67
L2-031-GF	16	16	16	16	14	16	94	78.33
L2-039-GF	14	15	20	19	17	17	102	85.00
L2-040-GF	14	13	15	12	13	15	82	68.33
L2-047-GF	16	16	16	18	14	20	100	83.33
L2-048-GF	13	16	20	19	15	13	96	80.00
L2-064-GF	9	9	16	16	15	17	82	68.33
L2-065-GF	14	15	16	15	16	12	88	73.33

ร้านค้า	ด้านกลุ่ม และ เครือข่าย	ด้านความ ไว้วางใจ และความ เป็น อันหนึ่ง อัน เดียวกัน	ด้าน กิจกรรม ร่วมและ ความ ร่วมมือ	ด้าน ข่าวสาร และการ สื่อสาร	ด้านการ รวมกลุ่ม ทางสังคม และการ ผนวกเข้า ร่วม	ด้านการมี อำนาจ และ กิจกรรม ทางการ เมือง	เต็ม 120 คะแนน	ปรับ เต็ม 100 คะแนน
L2-067-GF	16	14	16	19	14	20	99	82.50
L3-073-GF	13	14	15	16	13	16	87	72.50
L3-075-GF	15	19	20	19	16	20	109	90.83
L3-076-GF	15	19	20	19	16	20	109	90.83
L3-079-GF	13	14	14	13	14	16	84	70.00
L3-080-GF	15	14	14	15	18	17	93	77.50
L3-083-GF	11	14	13	11	13	14	76	63.33
L3-084-GF	12	13	13	14	11	13	76	63.33
L3-091-GF	13	16	16	16	16	20	97	80.83
L3-092-GF	13	8	16	12	16	20	85	70.83
L3-093-GF	18	16	14	14	11	12	85	70.83
L3-094-GF	19	19	20	20	19	20	117	97.50
L3-095-GF	11	18	15	16	13	14	87	72.50
L3-096-GF	13	14	15	14	16	20	92	76.67
L3-097-GF	15	13	15	12	14	18	87	72.50
L3-103-GF	13	16	18	16	17	17	97	80.83
L3-106-GF	9	10	13	12	16	12	72	60.00
L3-109-GF	14	14	16	14	16	17	91	75.83
R2-010-GF	10	10	14	12	14	16	76	63.33
R2-012-GF	12	13	16	12	16	20	89	74.17
R2-013-GF	14	13	14	12	14	16	83	69.17

ร้านค้า	ด้านกลุ่ม และ เครือข่าย	ด้านความ ไว้วางใจ และความ เป็น อันหนึ่ง อัน เดียวกัน	ด้าน กิจกรรม ร่วมและ ความ ร่วมมือ	ด้าน ข่าวสาร และการ สื่อสาร	ด้านการ รวมกลุ่ม ทางสังคม และการ ผนวกเข้า ร่วม	ด้านการมี อำนาจ และ กิจกรรม ทางการ เมือง	เต็ม 120 คะแนน	ปรับ เต็ม 100 คะแนน
R2-014-GF	9	12	13	10	12	14	70	58.33
R2-016-GF	10	17	20	13	13	12	85	70.83
R2-017-GF	14	18	16	16	16	12	92	76.67
R2-021-GF	11	10	12	14	12	18	77	64.17
R2-023-GF	8	9	10	10	10	9	56	46.67
R2-024-GF	13	13	12	11	13	13	75	62.50
R2-025-GF	13	13	12	11	13	13	75	62.50
R2-026-GF	16	13	17	16	18	20	100	83.33
R2-029-GF	16	16	20	16	20	16	104	86.67
R3-033-GF	9	15	19	14	14	20	91	75.83
R3-035-GF	14	16	20	17	20	17	104	86.67
R3-037-GF	9	15	19	14	14	20	91	75.83
R3-042-GF	11	19	16	15	15	14	90	75.00
R3-043-GF	11	19	16	15	15	14	90	75.00
R4-050-GF	11	13	13	18	14	10	79	65.83
R4-051-GF	11	11	8	10	11	12	63	52.50
R4-052-GF	15	19	20	19	16	20	109	90.83
R4-066-GF	16	16	16	16	16	20	100	83.33
R4-067-GF	15	19	16	17	16	18	101	84.17

2. ตารางระดับทุนทางสังคมแบ่งตามประเภทการเกิด

ร้านค้า	ร้านค้า ตัวเอง	ร้านค้า ละแวก ใกล้เคียง	ภาคเอกชน	ภาครัฐ	เต็ม 120 คะแนน	ปรับเต็ม 100 คะแนน
L1-005-GF	25	20	18	30	93	77.50
L1-008-GF	24	23	12	17	76	63.33
L1-009-GF	24	23	12	17	76	63.33
L1-010-GF	24	23	12	17	76	63.33
L1-011-GF	30	27	10	25	92	76.67
L1-012-GF	29	28	10	29	96	80.00
L1-013-GF	28	22	11	18	79	65.83
L1-014-GF	30	29	10	21	90	75.00
L1-021-GF	22	20	14	26	82	68.33
L1-022-GF	22	20	14	26	82	68.33
L1-025-GF	29	26	17	26	98	81.67
L2-031-GF	28	30	8	28	94	78.33
L2-039-GF	30	28	16	28	102	85.00
L2-040-GF	26	25	10	21	82	68.33
L2-047-GF	28	30	12	30	100	83.33
L2-048-GF	30	29	14	23	96	80.00
L2-064-GF	30	19	10	23	82	68.33
L2-065-GF	30	27	6	25	88	73.33
L2-067-GF	28	28	14	29	99	82.50
L3-073-GF	28	29	9	21	87	72.50
L3-075-GF	30	30	20	29	109	90.83
L3-076-GF	30	30	20	29	109	90.83
L3-079-GF	28	24	8	24	84	70.00

ร้านค้า	ร้านค้า ตัวเอง	ร้านค้า ละแวก ใกล้เคียง	ภาคเอกชน	ภาครัฐ	เต็ม 120 คะแนน	ปรับเต็ม 100 คะแนน
L3-080-GF	28	25	11	29	93	77.50
L3-083-GF	25	24	10	17	76	63.33
L3-084-GF	22	20	13	21	76	63.33
L3-091-GF	27	30	10	30	97	80.83
L3-092-GF	26	30	10	19	85	70.83
L3-093-GF	29	28	9	19	85	70.83
L3-094-GF	30	29	28	30	117	97.50
L3-095-GF	26	26	14	21	87	72.50
L3-096-GF	30	27	10	25	92	76.67
L3-097-GF	26	19	14	28	87	72.50
L3-103-GF	29	27	20	21	97	80.83
L3-106-GF	29	21	6	16	72	60.00
L3-109-GF	30	30	7	24	91	75.83
R2-010-GF	29	19	6	22	76	63.33
R2-012-GF	30	23	13	23	89	74.17
R2-013-GF	29	19	8	27	83	69.17
R2-014-GF	26	18	10	16	70	58.33
R2-016-GF	25	24	12	24	85	70.83
R2-017-GF	30	25	9	28	92	76.67
R2-021-GF	30	22	13	12	77	64.17
R2-023-GF	23	19	8	6	56	46.67
R2-024-GF	23	17	6	29	75	62.50
R2-025-GF	23	17	6	29	75	62.50
R2-026-GF	28	26	19	27	100	83.33

ร้านค้า	ร้านค้า ตัวเอง	ร้านค้า ละแวก ใกล้เคียง	ภาคเอกชน	ภาครัฐ	เต็ม 120 คะแนน	ปรับเต็ม 100 คะแนน
R2-029-GF	30	30	14	30	104	86.67
R3-033-GF	26	26	19	20	91	75.83
R3-035-GF	29	24	23	28	104	86.67
R3-037-GF	26	26	19	20	91	75.83
R3-042-GF	27	26	9	28	90	75.00
R3-043-GF	27	26	9	28	90	75.00
R4-050-GF	22	21	14	22	79	65.83
R4-051-GF	22	15	12	14	63	52.50
R4-052-GF	30	30	20	29	109	90.83
R4-066-GF	30	30	10	30	100	83.33
R4-067-GF	30	30	12	29	101	84.17

ภาคผนวก ฉ ค่าดัชนีวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมแต่ละร้านค้าของรูปแบบความสัมพันธ์ต่าง ๆ

1. ตารางข้อมูลวิเคราะห์ gephi ของความสัมพันธ์ของเครือข่าย

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L2-039-GF	1	1	2	1	3
R4-050-GF	5	5	10	1	2.25
L3-103-GF	4	5	9	1	2
R2-029-GF	2	2	4	1	2
L3-091-GF	1	1	2	1	1
L1-008-GF	2	2	4	1	0
L1-009-GF	2	2	4	1	0
L1-010-GF	2	2	4	1	0
R2-026-GF	1	1	2	1	0
L0-001-O	1	1	2	1	0
R2-024-GF	1	1	2	1	0
R2-025-GF	1	1	2	1	0
R2-013-GF	1	1	2	1	0
L1-003-O	1	1	2	1	0
R2-010-GF	1	1	2	1	0
R2-012-GF	1	1	2	1	0
L3-073-GF	1	1	2	1	0
L3-084-GF	1	1	2	1	0
L2-040-GF	1	1	2	1	0
L2-041-F	1	1	2	1	0
L2-031-GF	1	1	2	1	0
L1-019-F	1	1	2	1	0
L1-014-GF	1	1	2	1	0
L1-015-F	1	1	2	1	0
R2-003-O	0	1	1	1	0

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L1-022-GF	0	1	1	1	0
L3-106-GF	5	4	9	0.833333	2
R3-037-GF	3	2	5	0.75	4
R3-036-F	2	2	4	0.75	2
R3-033-GF	1	2	3	0.75	0
L3-104-F	3	3	6	0.714286	0.25
L3-107-F	3	3	6	0.714286	0.25
L3-105-F	3	3	6	0.714286	0.25
R5-001-O	1	2	3	0.666667	4
R2-007-O	1	1	2	0.666667	0
R3-011-O	1	1	2	0.666667	0
L1-002-O	0	1	1	0.666667	0
R4-051-GF	3	4	7	0.636364	24
L2-047-GF	3	3	6	0.583333	20
L1-025-GF	2	2	4	0.571429	4
L3-076-GF	3	3	6	0.5	12.5
L2-057-F	2	2	4	0.5	0
R3-035-GF	1	1	2	0.5	0
L2-048-GF	2	2	4	0.4375	12
L1-006-O	1	1	2	0.4	0
L3-075-GF	3	2	5	0.368421	2.5
R4-052-GF	2	2	4	0.368421	0
L2-046-F	1	1	2	0.318182	0
R2-017-GF	1	0	1	0	0
L4-002-O	1	0	1	0	0
L4-001-O	1	0	1	0	0
L1-021-GF	1	0	1	0	0

2. ตารางข้อมูลวิเคราะห์ gephi ของความสัมพันธ์รูปแบบเพื่อนสนิท

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
R2-026-GF	3	2	5	1	30
L2-067-GF	3	1	4	1	26
L2-047-GF	4	4	8	1	8
L1-025-GF	3	3	6	1	6
R4-067-GF	2	4	6	1	5
L1-012-GF	2	1	3	1	5
R2-010-GF	2	1	3	1	4
L1-005-O	2	2	4	1	2
L3-109-GF	2	2	4	1	2
R2-017-GF	2	2	4	1	2
L2-039-GF	2	1	3	1	1
L1-002-O	1	1	2	1	0
L2-038-D	1	1	2	1	0
L2-068-D	1	1	2	1	0
R2-024-GF	1	1	2	1	0
R2-013-GF	1	1	2	1	0
R2-001-O	1	1	2	1	0
R2-016-GF	1	1	2	1	0
R2-004-O	1	1	2	1	0
R2-023-GF	1	1	2	1	0
R2-009-O	1	1	2	1	0
L1-014-GF	0	1	1	1	0
R4-051-GF	0	1	1	1	0
L2-048-GF	4	3	7	0.8	5
R2-012-GF	2	2	4	0.75	8
R3-043-GF	2	2	4	0.75	2.5

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
R3-046-M	2	2	4	0.75	2.5
R4-050-GF	1	2	3	0.75	0.5
L2-065-GF	2	3	5	0.714286	10
L3-103-GF	6	6	12	0.666667	148
L3-106-GF	1	1	2	0.666667	42
L2-046-F	2	2	4	0.666667	0
L2-045-F	2	2	4	0.666667	0
R4-066-GF	1	2	3	0.666667	0
L1-021-GF	1	1	2	0.666667	0
L1-022-GF	1	1	2	0.666667	0
L3-108-M	1	1	2	0.666667	0
L3-110-F	1	1	2	0.666667	0
R2-018-F	1	1	2	0.666667	0
R2-003-O	1	1	2	0.666667	0
R2-005-O	1	1	2	0.666667	0
L0-001-O	1	1	2	0.666667	0
L3-091-GF	4	14	18	0.622222	73
L2-031-GF	4	5	9	0.615385	28
L2-030-F	2	1	3	0.6	39
L1-006-O	1	1	2	0.6	0
L1-007-O	1	1	2	0.6	0
L1-008-O	1	1	2	0.6	0
L1-010-GF	3	3	6	0.571429	17
R4-065-C	2	1	3	0.571429	0
L2-014-O	1	1	2	0.571429	0
L2-015-O	2	2	4	0.555556	6
R2-021-GF	1	2	3	0.555556	4
L1-011-GF	1	3	4	0.533333	12

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
R2-029-GF	3	4	7	0.526316	48
L3-083-GF	8	3	11	0.5	114
L3-075-GF	2	11	13	0.5	56
R3-045-C	2	1	3	0.5	0.5
L3-076-GF	1	11	12	0.5	0
R4-052-GF	0	11	11	0.5	0
R2-008-D	1	1	2	0.5	0
L1-006-F	2	3	5	0.470588	5
L1-007-F	2	3	5	0.470588	5
R3-038-F	3	3	6	0.454545	39.5
L2-066-F	1	1	2	0.454545	0
L3-094-GF	7	5	12	0.432432	78
R2-010-O	1	1	2	0.416667	0
L3-104-F	1	1	2	0.416667	0
L3-107-F	1	1	2	0.416667	0
L3-105-F	1	1	2	0.416667	0
L3-084-GF	5	2	7	0.4	20.5
L2-034-FF	1	1	2	0.4	0
L2-035-C	1	1	2	0.4	0
L2-009-O	1	1	2	0.4	0
L2-010-O	1	1	2	0.4	0
L2-064-GF	1	1	2	0.384615	0
R2-002-O	1	1	2	0.384615	0
L3-073-GF	3	3	6	0.363636	41.5
L1-008-GF	2	2	4	0.363636	1
L2-040-GF	0	5	5	0.36	0
L2-032-F	1	1	2	0.357143	0
R2-006-O	1	1	2	0.357143	0

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
R3-037-GF	3	2	5	0.344828	15
R3-033-GF	2	2	4	0.344828	6
L3-018-O	1	1	2	0.344828	0
L3-019-O	1	1	2	0.344828	0
L3-078-D	2	2	4	0.32	18
L3-020-O	1	1	2	0.307692	0
L3-021-O	1	1	2	0.307692	0
L3-070-C	2	2	4	0.304348	2
L3-074-D	1	1	2	0.269231	0
R3-035-GF	3	1	4	0.263158	0.5
L3-097-GF	5	1	6	0.246154	4
L3-092-GF	5	0	5	0	0
L3-079-GF	4	0	4	0	0
L3-080-GF	4	0	4	0	0
L3-093-GF	4	0	4	0	0
L3-095-GF	4	0	4	0	0
L3-096-GF	4	0	4	0	0
L1-013-GF	2	0	2	0	0
L1-009-GF	2	0	2	0	0
L2-057-F	1	0	1	0	0
R4-064-D	1	0	1	0	0
R4-068-F	1	0	1	0	0

3. ตารางข้อมูลวิเคราะห์ gephi ของความสัมพันธ์รูปแบบหุ้นส่วน

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L1-014-GF	1	1	2	1	0
L1-015-F	1	1	2	1	0
L1-021-GF	1	1	2	1	0
L1-022-GF	1	1	2	1	0
R2-013-GF	1	1	2	1	0
L1-003-O	1	1	2	1	0

4. ตารางข้อมูลวิเคราะห์ gephi ของความสัมพันธ์รูปแบบขอคำปรึกษา

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L2-065-GF	2	8	10	1	14
L2-031-GF	2	2	4	1	2
L1-008-GF	2	2	4	1	0
L1-009-GF	2	2	4	1	0
L1-010-GF	2	2	4	1	0
L2-039-GF	0	2	2	1	0
L2-032-F	0	1	1	1	0
R2-005-O	0	1	1	1	0
L3-097-GF	6	5	11	0.857143	26.5
L3-084-GF	3	14	17	0.782609	4.5
L3-075-GF	3	13	16	0.75	0.5
L3-076-GF	3	13	16	0.75	0.5
R4-052-GF	2	13	15	0.75	0
L2-034-FF	1	1	2	0.666667	0
L2-035-C	1	1	2	0.666667	0
L3-108-M	2	2	4	0.6	11

Label	indegree	outdegree	Degree	Closness centrality	Betweenness centrality
L2-016-O	1	1	2	0.533333	0
L2-057-F	1	1	2	0.533333	0
L3-098-D	1	1	2	0.5	0
L3-109-GF	1	1	2	0.4	0
L3-095-GF	5	0	5	0	0
L3-096-GF	5	0	5	0	0
L3-079-GF	4	0	4	0	0
L3-080-GF	4	0	4	0	0
L3-083-GF	4	0	4	0	0
L3-091-GF	4	0	4	0	0
L3-092-GF	4	0	4	0	0
L3-093-GF	4	0	4	0	0
L3-094-GF	4	0	4	0	0
L2-040-GF	2	0	2	0	0
L3-103-GF	2	0	2	0	0
R2-026-GF	2	0	2	0	0
L2-038-D	1	0	1	0	0
L2-047-GF	1	0	1	0	0
L2-048-GF	1	0	1	0	0
L2-064-GF	1	0	1	0	0
L2-067-GF	1	0	1	0	0
L2-062-F	1	0	1	0	0
L3-073-GF	1	0	1	0	0

5. ตารางข้อมูลวิเคราะห์ gephi ของความสัมพันธ์รูปแบบพุดคุยแลกเปลี่ยนความเห็น

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L1-014-GF	134	134	268	1	962.6418
L2-031-GF	134	134	268	1	962.6418
L2-064-GF	134	134	268	1	962.6418
L2-065-GF	134	134	268	1	962.6418
L3-075-GF	134	134	268	1	962.6418
L3-076-GF	134	134	268	1	962.6418
L3-079-GF	134	134	268	1	962.6418
R2-012-GF	134	134	268	1	962.6418
L3-093-GF	133	134	267	1	954.3314
L2-039-GF	132	134	266	1	943.1539
L2-040-GF	132	134	266	1	943.1539
L1-025-GF	131	134	265	1	934.1159
R2-029-GF	134	58	192	0.638095	196.2753
R2-024-GF	134	57	191	0.635071	186.9113
R2-025-GF	134	57	191	0.635071	186.9113
R2-026-GF	134	57	191	0.635071	186.9113
R4-052-GF	134	57	191	0.635071	186.9113
R3-042-GF	133	57	190	0.635071	184.9771
R3-043-GF	132	57	189	0.635071	183.5331
R4-066-GF	132	57	189	0.635071	183.1096
L3-094-GF	133	44	177	0.598214	114.5035
R4-067-GF	23	38	61	0.582609	2.290598
R3-035-GF	24	37	61	0.580087	2.559947
L3-095-GF	39	36	75	0.577586	8.027829
L3-084-GF	38	36	74	0.577586	7.389126
L3-097-GF	36	35	71	0.575107	7.140622
L2-067-GF	33	35	68	0.575107	7.131885

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L3-092-GF	38	35	73	0.575107	4.701957
L2-048-GF	26	35	61	0.575107	1.292541
L3-083-GF	39	34	73	0.57265	6.213282
L3-109-GF	32	34	66	0.57265	3.955335
L3-103-GF	33	34	67	0.57265	3.575825
L3-073-GF	40	33	73	0.570213	5.571218
L3-096-GF	37	33	70	0.570213	3.12423
L1-005-GF	28	31	59	0.565401	3.751077
L1-008-GF	29	31	60	0.565401	3.686422
L1-009-GF	29	31	60	0.565401	3.686422
L1-010-GF	29	31	60	0.565401	3.686422
L3-106-GF	30	31	61	0.565401	0
L1-012-GF	33	30	63	0.563025	5.335301
L3-091-GF	36	30	66	0.563025	0.319386
L1-021-GF	31	29	60	0.560669	6.182106
L1-022-GF	31	29	60	0.560669	6.182106
L3-080-GF	37	29	66	0.560669	0.417698
L2-057-F	19	28	47	0.558333	1.172914
L2-047-GF	28	27	55	0.556017	3.127521
R4-050-GF	24	27	51	0.556017	2.560468
R2-016-GF	26	27	53	0.556017	1.279762
L1-015-F	18	27	45	0.556017	0.641473
L1-020-F	18	27	45	0.556017	0.641473
R2-021-GF	25	27	52	0.556017	0.232143
R2-010-GF	21	27	48	0.556017	0
R4-051-GF	23	26	49	0.553719	1.05143
L2-062-F	17	26	43	0.553719	0.396522
R2-014-GF	25	26	51	0.553719	0.041667

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
R2-017-GF	25	26	51	0.553719	0.041667
L1-006-F	16	25	41	0.55144	0.064516
L1-007-F	16	25	41	0.55144	0.064516
R2-023-GF	25	25	50	0.55144	0
R2-013-GF	27	24	51	0.54918	2.472028
L1-013-GF	31	24	55	0.54918	1.684461
L2-015-O	15	24	39	0.54918	0
R4-058-FF	14	23	37	0.546939	0.080128
R4-059-FF	14	23	37	0.546939	0.080128
L1-011-GF	27	23	50	0.546939	0.064516
R3-033-GF	23	23	46	0.546939	0
R3-037-GF	23	23	46	0.546939	0
L1-004-O	14	23	37	0.546939	0
L1-019-F	14	23	37	0.546939	0
L1-018-F	14	23	37	0.546939	0
L2-013-O	13	22	35	0.544715	0.074074
L1-002-O	13	22	35	0.544715	0
L1-003-O	13	22	35	0.544715	0
L1-001-O	13	22	35	0.544715	0
L2-010-O	13	22	35	0.544715	0
L2-017-O	13	22	35	0.544715	0
L3-018-O	13	22	35	0.544715	0
L3-019-O	13	22	35	0.544715	0
L3-022-O	13	22	35	0.544715	0
L3-110-F	13	22	35	0.544715	0
L3-023-O	13	22	35	0.544715	0
R2-001-O	13	22	35	0.544715	0
R2-004-O	13	22	35	0.544715	0

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
L3-104-F	13	22	35	0.544715	0
L3-107-F	13	22	35	0.544715	0
L3-105-F	13	22	35	0.544715	0
R2-008-O	13	22	35	0.544715	0
L2-014-O	13	21	34	0.54251	0.074074
R2-006-O	13	21	34	0.54251	0
L1-005-O	12	21	33	0.54251	0
L1-006-O	12	21	33	0.54251	0
L1-007-O	12	21	33	0.54251	0
L1-008-O	12	21	33	0.54251	0
R5-001-O	12	21	33	0.54251	0
L2-035-C	12	21	33	0.54251	0
L2-033-F	12	21	33	0.54251	0
L2-038-D	12	21	33	0.54251	0
L4-001-O	12	21	33	0.54251	0
L2-011-O	12	21	33	0.54251	0
L2-012-O	12	21	33	0.54251	0
L2-046-F	12	21	33	0.54251	0
L2-045-F	12	21	33	0.54251	0
L2-016-O	12	21	33	0.54251	0
L2-066-F	12	21	33	0.54251	0
L2-068-D	12	21	33	0.54251	0
L3-070-C	12	21	33	0.54251	0
L3-074-D	12	21	33	0.54251	0
L4-002-O	12	21	33	0.54251	0
L3-020-O	12	21	33	0.54251	0
L3-021-O	12	21	33	0.54251	0
L3-108-M	12	21	33	0.54251	0

Label	indegree	outdegree	Degree	Closeness centrality	Betweenness centrality
R2-010-O	12	21	33	0.54251	0
L3-098-D	12	21	33	0.54251	0
R2-008-D	12	21	33	0.54251	0
R2-009-O	12	21	33	0.54251	0
R2-002-O	12	21	33	0.54251	0
R2-003-O	12	21	33	0.54251	0
L2-032-F	12	21	33	0.54251	0
R2-005-O	12	21	33	0.54251	0
L0-001-O	12	21	33	0.54251	0
L2-030-F	12	21	33	0.54251	0
R3-038-F	12	21	33	0.54251	0
R2-007-O	12	21	33	0.54251	0
R3-011-O	12	21	33	0.54251	0
R3-036-F	12	21	33	0.54251	0
R3-046-M	12	21	33	0.54251	0
R3-045-C	12	21	33	0.54251	0
R4-064-D	12	21	33	0.54251	0
R4-068-F	12	21	33	0.54251	0
R4-065-C	12	21	33	0.54251	0
L2-034-FF	12	20	32	0.540323	0
L3-078-D	12	20	32	0.540323	0
R2-018-F	12	20	32	0.540323	0
L2-041-F	12	19	31	0.538153	0
L2-009-O	12	18	30	0.536	0

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวพรพิมล โสรีกุล
วัน เดือน ปี เกิด	26 กันยายน 2539
สถานที่เกิด	จังหวัดสระบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2562 เข้าศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาการวางผังและออกแบบเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2561 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2558 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสระบุรีวิทยาคม จังหวัดสระบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	39-40 หมู่ 3 ตำบลเสาไห้ อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี