

การศึกษาผลกระทบ ของการระบาดโควิด ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย

กนิษฐา ไทยกลา

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พศ. ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ดร.วิทย์ วิชัยดิษฐ

หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์





รายงานฉบับสมบูรณ์

การศึกษาดผลกระทบของการระบาดโควิด ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย

ณิชชฎา ไทยกกล้า

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผศ. ดร.ณิชชฎา หุ่นเกษม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ดร.วิทย์ วิชัยดิษฐ์

หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย

กนิษฐา ไทยกล้า¹ ผศ. ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม² ดร.วิทย์ วิชัยดิษฐ์³

¹สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

³หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สนับสนุนโดย ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี 2564

การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งด้านอุปสงค์ อุปทาน เศรษฐกิจ และสังคม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พนักงานที่ทำงานในสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม 640 ราย และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ 24 ราย พนักงาน 24 ราย และนักดื่มปัจจุบันอายุ 18 ปีขึ้นไป 24 ราย ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เชียงใหม่ สงขลา และขอนแก่น

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบในช่วงมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2563 ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 69.4 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 95.1 กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 80.3 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายส่งส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 69.6 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 47.8

สถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 มาตรการของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานและผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ มาตรการช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ ส่งผลให้ขาดรายได้ เลิกจ้างพนักงาน ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ต้องหยุดงาน ไม่ทราบระยะเวลาของมาตรการจากทางรัฐ จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 97.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 75.8±29.0 (Mean±SD)

รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาด จำแนกตามช่วงต่าง ๆ ดังนี้

- ช่วงห้ามจำหน่าย (1 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการที่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก ได้เปลี่ยนสินค้าอื่นแทน

- ช่วงซื้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563) วิธีการขายอาหารจากรับประทานที่ร้านเป็นแบบ take-away และมีบริการจัดส่งแบบ delivery พร้อมกับโปรโมชั่นจัดส่งฟรีในระยะเวลาที่กำหนด การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook โพสต์รูปภาพ ข้อความส่งเสริมการตลาดเพื่อสื่อสารกับลูกค้า



- ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้จัดโปรโมชั่นลดราคาค่าอาหารและเครื่องดื่ม แกรม/แจกเครื่องดื่ม เพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่ ส่วนลดค่าอาหาร 10% โปรโมชั่นเบียร์ 3 ขวด ราคา 199 บาท ลดราคาเบียร์จากปกติราคาขวดละ 120 บาท เหลือเพียงขวดละ 100 บาท โปรโมชั่นซี้อ 1 ขวด แกรม 1 ขวด ซี้อ 3 ขวด แกรม 1 ขวด เป็นต้น

วิธีการจัดการของกลุ่มธุรกิจด้วยการแอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย แอลกอฮอล์และการทำการตลาดออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายแบบออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มร้านค้า ผับ บาร์ และสถานบันเทิง ดังนั้น แม้ว่าข้อมูลในช่วงการระบาดโควิด ประชาชนจะดื่มแอลกอฮอล์ลดลง แต่ในระยะยาว การจัดโปรโมชั่นและการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ในระยะยาวจะมีปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนประเด็นผลกระทบของการระบาดโควิดของผู้ประกอบการ โดยต้องการให้รัฐบาลกำหนดมาตรการและนโยบายที่ชัดเจน เช่น มาตรการจำกัดเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการเฝ้าระวังตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 บทลงโทษที่ชัดเจนต่อผู้ฝ่าฝืน และมาตรการการเยียวยาช่วยเหลือต่อผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบมาก รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ พ.ร.บ. ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอินเทอร์เน็ตอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะการใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ดื่มมากขึ้นส่งผลต่อภาวะความเครียดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม การใช้ความรุนแรงในครอบครัวและการอาชญากรรมมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาและเฝ้าระวัง การตลาดและการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มธุรกิจ การจัดทำฐานข้อมูลมาตรการและนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่ามาตรการและนโยบายใดที่ได้ผลเพื่อนำมาสู่การกำหนดมาตรการและนโยบายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต



บทคัดย่อ

การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย

กนิษฐา ไทยกล้า¹ ผศ. ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม² ดร.วิทย์ วิชัยดิษฐ³

¹สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

³หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งด้านอุปสงค์ อุปทาน เศรษฐกิจ และสังคม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พนักงานที่ทำงานในสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม 640 ราย และสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการ 24 ราย พนักงาน 24 ราย และนักดื่มปัจจุบันอายุ 18 ปี ขึ้นไป 24 ราย ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เชียงใหม่ สงขลา และขอนแก่น

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบมากที่สุดในช่วงมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ ร้อยละ 69.4 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการร้านขายส่งและกลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำ ตามลำดับ ส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดรายได้ พนักงานส่วนใหญ่ต้องหยุดงาน ตกงาน ผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 97.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 75.8 ± 29.0 (Mean \pm SD)

รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงห้ามจำหน่าย (1 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการที่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก ได้เปลี่ยนมาขายสินค้าอื่นทดแทน ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563) เปลี่ยนวิธีการขายอาหารจากรับประทานที่ร้านเป็นแบบ take-away และมีบริการจัดส่งแบบ delivery และใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook โพสต์รูปภาพ ข้อความส่งเสริมการตลาดเพื่อสื่อสารกับลูกค้า ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้จัดโปรโมชั่นลดราคาอาหารและเครื่องดื่ม แกรม/แจกเครื่องดื่ม เพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่ ส่วนลดค่าอาหาร 10% โปรโมชั่นเบียร์ 3 ขวด ราคา 199 บาท ลดราคาเบียร์จากปกติราคาขวดละ 120 บาท เหลือเพียงขวดละ 100 บาท โปรโมชั่นซี้อ 1 ขวด แกรม 1 ขวด ซี้อ 3 ขวด แกรม 1 ขวด เป็นต้น

ผู้ประกอบการที่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการแอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายแอลกอฮอล์และการทำการตลาดออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายแบบออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มร้านค้า ผับ บาร์ และสถานบันเทิง ดังนั้น แม้ว่าข้อมูลในช่วงการระบาดโควิด ประชาชนจะดื่มแอลกอฮอล์ลดลง แต่ในระยะยาว การจัดโปรโมชั่นและการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ในระยะยาวจะมีปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนประเด็นผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของผู้ประกอบการ โดยต้องการให้รัฐบาลกำหนดมาตรการและนโยบายที่ชัดเจน เช่น มาตรการจำกัดเวลาขายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ มาตรการเฝ้าระวังตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 บทลงโทษที่ชัดเจนต่อผู้ฝ่าฝืน และมาตรการเยียวยาช่วยเหลือต่อผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบมาก รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ และพ.ร.บ. ห้ามขายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ทางอินเทอร์เน็ตอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะการใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ดัชนีมากขึ้นส่งผลต่อภาวะความเครียดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม การใช้ความรุนแรงในครอบครัว และการอาชญากรรมมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาและเฝ้าระวัง การตลาดและการโฆษณาเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์โดยใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของกลุ่มธุรกิจ การจัดทำฐานข้อมูลมาตรการและนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ว่ามาตรการและนโยบายใดที่ได้ผล เพื่อนำมาสู่การกำหนดมาตรการและนโยบายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต



ABSTRACT

Impact of the Covid Epidemic on Alcohol Consumption in Thai Society

Kanittha Thaikla, MBA.¹ Asst. Prof. Nitta Roonkaseam, Ph.D.² Wit Wichaidit, Ph.D.³

¹Research Institute for Health Sciences, Chiang Mai University

²Communication Arts Department, Faculty of Management Sciences, Phranakhon Rajabhat University

³Epidemiology Unit, Faculty of Medicine, Prince of Songkla University

The objective of this study was to describe the effect of the COVID-19 pandemic on owners and workers in alcohol-related businesses with regards to demand and supply of alcohol and socio-economic impacts. Data were collected during the pandemic period by survey interviews with business owners and employees of businesses with on-premise alcohol service, and in-depth interview of 24 business owners, 24 employees, and 24 current drinkers aged 18 years or older residing in Bangkok Metropolitan Area, Chiang Mai, Songkhla, and Khon Kaen Provinces.

The majority (69.4%) of business owners stated that the alcohol sale prohibition period was the time when they experienced the highest level of impact. Owners of clubs were more severely impacted than owners of food and beverage businesses and owners of wholesale and retail stores, respectively. The pandemic was associated with the loss of income and suspension / unemployment of workers. Nearly all alcohol-related business owners (97.5%) lost their income at approximately 75.8% \pm 29.0% of their pre-pandemic income.

With regard to marketing and sale of alcohol during the prohibition period (1 April - 2 May 2020), business owners who used to sell alcohol as the main product switched to selling other merchandises. During the take-home period (3 May - 6 June 2020), business owners switched from on-premise dining to take-away with deliveries, and use of Facebook and social media to post pictures and promotional messages to communicate with the customers. During the on-premise drinking (from 15 June 2020 onward), alcohol-serving restaurants organized discount promotions for food and drinks with complementary drinks to boost sales, including 10% discount on food, 3 beers for 199 THB, and discount on beer from 120 THB per bottle to 100 THB per bottle, buy 1 bottle and get 1 bottle for free, buy 3 bottles and get 1 bottle for free, etc.

Business owners also sold alcohol in secret, organized promotion to boost sales, and increase online marketing particularly through the business' Facebook page. Although alcohol consumption among the public decreased during the pandemic, but online promotion and marketing enabled easier and greater access among the public, resulting in high level of increase in alcohol consumption in the long term.



Recommendation for policy mobilization include clear regulations by the government e.g., restrictions on hours of sale, monitoring of COVID-19 prevention measures, punishments for violators, and compensations for business owners who have been severely impact. The government should strictly enforce the Alcohol Beverages Control Act and the Alcohol Online Sale Prohibition Act, particularly with regard to the use of communication channels to stimulate and increase alcohol sales, which may correlate with drinking behaviors, and in turn may correlate with stress from socioeconomic conditions, domestic violence, and crime experienced by the public.

Recommendations for future studies include the exploration and monitoring of online marketing and advertisement of alcoholic beverages by businesses, creation of a database on state policies pertaining to alcohol and their effectiveness, in order to create appropriate measures and policies in the future.



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาของ ศาสตราจารย์ ดร.พญ.สาวิตรี อึ้งฉินวงศ์กรชัย ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย ปัญหาสุรา (ศวส.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย และเปิดโลกทางวิชาการ รวมถึงการให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คุณทักษิญา สรรพ์เพ็ชร์ และ คุณวาริศา ชูแก้ว ศูนย์วิจัย ปัญหาสุรา(ศวส.) ที่อำนวยความสะดวกให้ความสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือ ทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิติศาสตร์ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ คณะแพทยศาสตร์ หน่วยระบาดวิทยา ที่อนุญาตและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัย

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยวิจัยทุกท่าน ทีมงานสัมภาษณ์ทั้ง 4 พื้นที่ ที่ช่วยเก็บรวบรวมและจำแนกข้อมูล อีกทั้งครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้ความสนับสนุนและเป็นพลังในการดำเนินงานวิจัยของผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา

ขอบคุณ ผู้ประกอบการสถานบันเทิง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของชำ ร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ได้ด้วยความกรุณาในการให้ข้อมูล และหน่วยงานรัฐบาลทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่ได้กล่าวถึงในรายงานฉบับนี้ ที่กรุณาอนุเคราะห์ข้อมูลแม้ในช่วงที่มีภารกิจเร่งด่วนในระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

คณะผู้วิจัย

เมษายน พ.ศ. 2564



สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	2
บทคัดย่อ	5
ABSTRACT	7
กิตติกรรมประกาศ	9
สารบัญตาราง	12
บทที่ 1 บทนำ	15
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	15
วัตถุประสงค์การศึกษา	15
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	16
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	23
แหล่งข้อมูลและการเลือกตัวอย่าง	23
เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	26
ข้อจำกัด	27
บทที่ 4 ผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย	29
ผลการวิจัยส่วนที่หนึ่ง รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล	29
ผลการวิจัยส่วนที่สอง ลักษณะ รูปแบบผลกระทบของการระบาด	
โควิดด้านอุปทานในส่วนของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	30
ผลการวิจัยส่วนที่สาม ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ทางสุขภาพ จิตใจ	
ครอบครัว ชุมชน และสังคมและเศรษฐกิจ ในกลุ่มประชากรนักดื่มปัจจุบัน	66



บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
สรุป	69
อภิปรายผล	73
ข้อเสนอแนะ	78
เอกสารอ้างอิง	79



สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามประเภทจุดหมาย	30
ตารางที่ 2	ระดับผลกระทบในช่วงมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	31
ตารางที่ 3	ผลกระทบในช่วงช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1	31
ตารางที่ 4	ผลกระทบในช่วงช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4	32
ตารางที่ 5	ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5 ให้สถานบันเทิงเปิดได้	32
ตารางที่ 6	ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดต่ออาชีพและการงาน ของผู้ประกอบการ และพนักงานสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	33
ตารางที่ 7	สัดส่วนรายได้ช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	34
ตารางที่ 8	สัดส่วนรายจ่ายช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	34
ตารางที่ 9	สัดส่วนลูกค้าช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	35
ตารางที่ 10	สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1	35
ตารางที่ 11	สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1	36
ตารางที่ 12	สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1	36
ตารางที่ 13	สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4	37
ตารางที่ 14	สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4	37
ตารางที่ 15	สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4	38
ตารางที่ 16	สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5	38
ตารางที่ 17	สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5	39
ตารางที่ 18	สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5	39
ตารางที่ 19	ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดต่อรายได้ของผู้ประกอบการและ พนักงานสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	40
ตารางที่ 20	รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด	41
ตารางที่ 21	ธีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหาร แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด	47



ตารางที่ 22	ธีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านขายของชำ	
	แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด	54
ตารางที่ 23	ธีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มสถานบันเทิง	
	แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด	59
ตารางที่ 24	ธีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหาร	
	แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด	64
ตารางที่ 25	รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของนักดื่ม	67
ตารางที่ 26	รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ	67
ตารางที่ 27	รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของกลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบ	68
ตารางที่ 28	เปรียบเทียบวิธีการจัดการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมาก	74
ตารางที่ 29	การว่างงาน (อัตราต่อพันประชากร)	76





บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เริ่มแพร่ระบาดในประเทศไทยตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 แพร่ระบาดมากขึ้นจนรัฐบาลต้องประกาศเป็นภาวะฉุกเฉินของประเทศ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าไม่ธรรมดาที่นำไปสู่การประกาศห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครบทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศในช่วงก่อนวันสงกรานต์ ประกอบกับความกังวลว่าธุรกิจที่ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยสำคัญในการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดลดลง ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ได้มีมาตรการผ่อนคลายเป็นระยะ โดยเริ่มแรกให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบซื้อกลับไปดื่มที่บ้านได้ ต่อมาจึงอนุญาตให้ดื่มในร้านอาหารได้ และในที่สุดจึงให้สถานบันเทิงกลับมาเปิดดำเนินการ ซึ่งในช่วงประกาศภาวะฉุกเฉินนั้น ธุรกิจสถานบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งรายได้และการจ้างงานที่สำคัญในแต่ละพื้นที่นั้น ได้ถูกปิดเป็นระยะเวลาเกือบ 4 เดือน และเมื่อมีการระบาดระลอกสองของโควิด-19 ในช่วงปลายปี 2563 สถานบันเทิงในพื้นที่กรุงเทพมหานครก็ถูกปิดอีกครั้งเป็นเวลาประมาณ 2 เดือน ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าภาครัฐและผู้กำหนดนโยบายจะต้องพิจารณาและตัดสินใจเรื่องมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโรค โดยคงความสมดุลกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและผลกระทบต่อสังคมที่อาจเกิดขึ้น ในการนี้ หลักฐานเชิงประจักษ์ว่าด้วยผลกระทบของการระบาดของโรคโควิด-19 ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจดังกล่าว โครงการวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายในการหาหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวเพื่อสนับสนุนกระบวนการทางนโยบายด้านแอลกอฮอล์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

วัตถุประสงค์หลัก :

เพื่อศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านอุปสงค์ อุปทาน เศรษฐกิจ และสังคม

วัตถุประสงค์ย่อย :

- เพื่อศึกษาลักษณะ รูปแบบผลกระทบของการระบาดโควิดด้านอุปทานในส่วนของภาคธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- เพื่อศึกษาผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสุขภาพ จิตใจ ครอบครัว ชุมชน และสังคมและเศรษฐกิจ ในกลุ่มประชากรนักดื่มปัจจุบัน



◆ นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” มีนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีกิจกรรมการตลาดการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งขายส่ง/รายย่อย/ขายของชำ ผู้บริการจัดเตรียมและการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านอาหาร ภัตตาคาร คาเฟ่ เคนเตอร์ หรือบูธ ร้านอาหารแบบบริการตนเอง ร้านฟาสต์ฟู้ด /ร้านอาหารจานด่วน ผู้บริการด้านเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน ได้แก่ บาร์ ร้านขายเหล้า ค็อกเทลเลานจ์ ดิสโก้เทค (ที่ให้บริการเครื่องดื่มเป็นหลัก) ฯลฯ

พนักงานที่ทำงานในสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม หมายถึง พนักงานให้บริการส่วนหน้า (กัปตัน ต้อนรับ เซิร์ฟ บาร์นำ แคชเชียร์ พิธี นักดนตรี เป็นต้น) พนักงานให้บริการส่วนหลัง (พนักงานในครัว)

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยไม่ได้รวมผู้ผลิตและผู้นำเข้าแอลกอฮอล์ เนื่องจากต้องการศึกษาผลกระทบในส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุปทานในระดับท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งผู้ผลิตและผู้นำเข้าแอลกอฮอล์เป็นบริษัทข้ามชาติ ไม่ได้อยู่ในกลุ่มประชากรศึกษาของการวิจัยนี้

นักดื่ม หมายถึง ประชาชนไทยอายุ 15 ปี ขึ้นไปที่เป็นผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบัน

ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ผลกระทบต่อกลุ่มผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต เศรษฐกิจ อุบัติเหตุ ทรัพย์สินชำรุด การสูญเสียโอกาส เช่น ป่วย ตกงาน ความสุข ความทุกข์ เป็นต้น ผลกระทบต่อผู้ประกอบการทางด้านรายได้ รายจ่าย ความสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ เป็นต้น

◆ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลข้อเสนอแนะและองค์ความรู้ที่ได้จากโครงการวิจัย จะเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลมาตรการป้องกัน บำบัดรักษาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” มีแนวคิดที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับอุปสงค์และอุปทาน และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นผลกระทบ รายละเอียดดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ รัฐบาลในประเทศต่าง ๆ มักจะเน้นนโยบายและมาตรการที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจทางด้านอุปสงค์ เพื่อกระตุ้นความเจริญเติบโตและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เช่น การดำเนินนโยบายการเงิน การคลัง และการค้าต่างประเทศ เพื่อให้เกิดผลต่ออุปสงค์มวลรวม ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญคือ การบริโภค การลงทุน และการใช้จ่ายของรัฐบาล ตลอดจนส่งเสริมให้มีอุปสงค์ต่อสินค้าออกมากขึ้น และการกีดกันการนำเข้าด้วยมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนหันมาใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในประเทศต่าง ๆ ก็มีนโยบายและมาตรการทางด้านอุปทาน เช่น การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ การสร้างสิ่งสาธารณูปโภค และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แต่นโยบายด้านอุปทานมักถูกมองว่าเป็นนโยบายที่ไม่อาจเห็นผลได้ชัดเจนในระยะเวลานั้น และไม่สามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศที่ต้องประเชิญอยู่ในขณะใดขณะหนึ่งได้อย่างทันท่วงที (สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย, 2562)

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับนโยบายทางด้านอุปทานและอุปสงค์ มีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดด้านอุปสงค์

การศึกษาอุปสงค์เป็นการศึกษาเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้านั้นในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสมมติให้ปัจจัยอื่น ๆ ที่กำหนดอุปสงค์คงที่ความต้องการในที่นี้ต้องมีอำนาจซื้อ (purchasing power หรือ ability to pay) ด้วย ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีแต่ความต้องการในตัวสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อเราเรียกความต้องการลักษณะนั้นว่า “ความต้องการ (want)” ไม่ใช่ “อุปสงค์” ดังนั้น องค์ประกอบของอุปสงค์จะประกอบด้วยความต้องการและอำนาจซื้อ

ตัวกำหนดอุปสงค์ ตัวกำหนดอุปสงค์ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ต้องการจะซื้อ ซึ่งปัจจัยจะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อ มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและเวลา เช่น ราคาสินค้าที่ซื้อ จำนวนและส่วนประกอบของประชากร รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล การศึกษา และการโฆษณา การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ตัวอย่างของตัวกำหนดอุปสงค์ได้แก่ (1) รายได้ของผู้บริโภค (2) ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น (3) รสนิยมของผู้บริโภค (4) การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต (5) ขนาดและโครงสร้างของประชากร และ (6) ปัจจัยอื่น ๆ เช่น อุปนิสัยในการใช้จ่าย ลักษณะการจัดเก็บภาษีของรัฐ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น



ฟังก์ชันของอุปสงค์ กฎของอุปสงค์ (law of demand) อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป กฎของอุปสงค์กล่าวว่า “ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง จะมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าชนิดนั้น” ผลดังกล่าวเราเรียกว่าผลของราคา (price effect)

การประมาณอุปสงค์ ประโยชน์ของการประมาณอุปสงค์ กล่าวคือ ทำให้ทราบจำนวนสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทราบว่ามีตัวแปรอะไรบ้างและแต่ละตัวแปรมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนธุรกิจล่วงหน้า วิเคราะห์ศักยภาพของตลาดวิเคราะห์คู่แข่ง และกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม

วิธีการประมาณอุปสงค์ที่นิยมโดยทั่วไป ดังนี้

1. การสัมภาษณ์และการสำรวจจากผู้บริโภคโดยตรง (consumer survey) เป็นการประมาณอุปสงค์ โดยการสอบถามหรือสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้า ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์กับผลผลิต ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทางด้านการตลาด ปริมาณสินค้าที่จะซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ หรืออาจจะถามคำถามเกี่ยวกับปริมาณที่จะซื้อภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับราคาและรายได้ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์การถดถอย (regression analysis) เป็นวิธีทางสถิติที่ใช้อธิบาย ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระอย่างเป็นระบบ และมีหลักการทดสอบเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผลที่ได้รับ เพราะสามารถศึกษาถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ของสินค้ากับตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลกำหนดอุปสงค์นั้น รวมถึงสามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์เพื่อการศึกษาทิศทางและการเคลื่อนไหวของอุปสงค์ในอนาคต

แนวคิดด้านอุปทาน

การศึกษาอุปทานเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการกำหนดการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อุปทาน (supply) หมายถึง ปริมาณความต้องการเสนอขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการมีความเต็มใจที่จะเสนอขายและสามารถจัดหาขายหรือให้บริการได้ ในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ที่ตลาดกำหนดมาให้ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ ความเต็มใจที่จะเสนอขายหรือให้บริการ (Willingness) และความสามารถในการจัดหาเสนอขายหรือให้บริการ (ability to sell)

ตัวกำหนดอุปทาน ตัวกำหนดอุปทาน (supply determinant) คือปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตสินค้าหรือการบริการ เช่น ราคาสถาของกลุ่สินค้าที่ผลิตเป้าหมายของธุรกิจหรือผู้ผลิต การเปลี่ยนแปลงของเทคนิคการผลิต ราคาปัจจัยที่ใช้การผลิต จำนวนผู้ผลิตหรือผู้ขายขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าอื่น และการเก็งกำไรที่ผู้ผลิตจะนำสินค้าออกมาเสนอขายมากน้อยเพียงใด นอกจากราคาของสินค้าชนิดจะเป็นปัจจัยที่กำหนดแล้วยังมีอีกหลายปัจจัย กล่าวคือ (1) ต้นทุนการผลิต (2) ราคาของสินค้าชนิดอื่น (3) สภาพดินฟ้าอากาศ (4) เทคโนโลยี และ (5) นโยบายรัฐบาล

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปทานและอุปสงค์

ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจทางด้านอุปทานและด้านอุปสงค์ (สมศักดิ์ แต่่มบุญเลิศชัย, 2562) และองค์ประกอบต่าง ๆ ของนโยบายเศรษฐกิจตั้งด้านอุปทานไว้ว่า นโยบายและมาตรการทางเศรษฐกิจด้านอุปสงค์และอุปทานมีส่วนสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เมื่อมีการผลิตสินค้ามากขึ้น ย่อมต้องมีการใช้ทรัพยากรและมีการจ้างงานมากขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ถ้าจะผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น ก็ต้องมีความต้องการปัจจัยการผลิตมากขึ้น และ



เมื่อมีการผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น หากอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นมันได้เพิ่มขึ้น ราคาของสินค้าและบริการที่ผลิตได้นั้นก็จะลดลง ซึ่งมีผลทำให้ประชาชนมีความสามารถในการบริโภคสินค้าและบริการในปริมาณที่มากขึ้น หรือมีกำลังซื้อที่สูงขึ้น แต่ก็ไม่สร้างแรงจูงใจในการผลิต และอาจส่งผลทำให้การผลิตลดลงในรอบต่อไป

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่นำเสนอโดย Jean-Baptiste Say ในศตวรรษที่ 19 กล่าวว่า อุปทานจะเป็นตัวสร้างอุปสงค์ขึ้นมาเอง (กฎของเฮย์ Say's law) กล่าวคือ เมื่อมีการผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น ก็จะมีการใช้ทรัพยากรและมีการจ้างงานมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตมีรายได้สูงขึ้น ซึ่งทำให้เขามีความต้องการสินค้าและบริการมากขึ้น อุปทานเพิ่มขึ้นรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์เพิ่มขึ้น จึงทำงานกันในลักษณะวงจรทำให้เศรษฐกิจ มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจด้านอุปทานและอุปสงค์ จึงไม่ได้หมายความว่า เราจำเป็นต้องเลือกด้านใดด้านหนึ่ง หรือเน้นหนักไปทางใดทางหนึ่ง หากควรพิจารณาร่วมกันและดำเนินการควบคู่กันไปทั้งสองด้าน อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน จำเป็นต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของนโยบาย โดยดำเนินนโยบายต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศ

แนวคิดเรื่องผลกระทบ

ความหมายของผลกระทบ

ในการศึกษามีผู้ให้ความหมายของผลกระทบไว้ต่าง ๆ (วุฒิชัย มุระดา, 2556) โดยสรุปรวมความหมายของ “ผลกระทบ” ได้ว่า หมายถึง ผลประโยชน์และหรือผลเสียที่ยังเกิดขึ้นหรือเป็นผลที่ตามมาจากผลงานหรือผลผลิตหรือผลจากการกระทำเรื่องใด เรื่องหนึ่งโดยตรง

การแบ่งประเภทของผลกระทบ เราสามารถแบ่งผลกระทบออกเป็นแง่มุมต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1. การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมเนื้อหา (content) สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายรูปแบบ คือ

- 1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิตและกระบวนการกระจายสินค้าหรือบริการ เช่น ผลกระทบนโยบายที่มีต่อรายได้ต่อหัวต่อคน
- 1.2 ผลกระทบทางการเมือง หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการจัดผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ตำแหน่งหน้าที่ และเกียรติยศชื่อเสียง โดยมุ่งที่จะตอบคำถาม “ใครได้ ใครเสีย อะไร เมื่อไร และอย่างไร”
- 1.3 ผลกระทบทางการกายภาพ หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางวัตถุตามธรรมชาติหรือชีววิทยา เช่น ผลกระทบที่ทำให้เกิดโรคมะเร็งจากการส่งเสริมการสูบบุหรี่
- 1.4 ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพนิเวศวิทยาทางอากาศ น้ำ เสียง และทางเดิน
- 1.5 ผลกระทบทางสังคม หมายถึง ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับวิถีดำเนินชีวิตของราษฎรในแง่ของระบบคุณค่าและพฤติกรรมทางสังคม

2. การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมของความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (reality) เราอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ผลกระทบในเชิงภาวะวิสัย (objective impact) ซึ่งได้แก่ ผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยไม่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดของคน เช่น การดำเนินนโยบายคุมกำเนิดจะทำให้สัดส่วนของผู้สูงอายุสูงขึ้นไม่ว่าใครจะรับรู้หรือไม่ อีกประเภทหนึ่งคือ ผลกระทบเชิงอัตวิสัย (subjective impact) ได้แก่ ผลกระทบที่เกิดขึ้นในความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ความขัดแย้ง เป็นต้น



3. การแบ่งตามแง่มุมของทิศทางที่กระทบ (impact) คือ ผลกระทบโดยตรง (direct impact) ผลกระทบทางอ้อม (indirect impact)

4. การแบ่งตามแง่มุมของคุณค่า (value) ของผลกระทบอาจแบ่งได้เป็นผลกระทบในเชิงบวก (positive impact) หมายถึง ผลกระทบที่เป็นสิ่งที่ดีที่พึงปรารถนา และผลกระทบในเชิงลบ (negative impact) ได้แก่ ผลกระทบที่ไม่เป็นที่พึงปรารถนา

5. การแบ่งผลกระทบตามช่วงเวลา คือ ผลกระทบในระยะสั้น หมายถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน และผลกระทบระยะยาว หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นในอนาคต

6. การแบ่งผลกระทบตามขอบเขตที่เกิดขึ้น สามารถแบ่งออกได้เป็นผลกระทบที่มีผลในวงกว้าง และผลกระทบที่มีผลในวงแคบ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 (Marketingoops, 2563) ที่ยาวนานทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “new normal” หรือ “ความปกติใหม่” ทั้งในด้านพฤติกรรมผู้คนในสังคมที่คุ้นเคยกับวิถีชีวิตประจำวันรูปแบบใหม่ การใช้เทคโนโลยี และในด้านการดำเนินธุรกิจ ที่เปลี่ยนแปลงไปไม่เหมือนเดิม social distancing มีผลต่อสภาพจิตใจและอารมณ์ อยู่ในภาวะเครียด เหงา ผลของวิกฤตครั้งนี้กระทบต่อการว่างงาน และธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง คนไทยกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ โดยมีการเสิร์ชหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกันมากขึ้น โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเชื้อโควิด-19 รวมถึงดูแลสุขภาพด้วยเช่นกัน ไลฟ์สไตล์ลดลง ได้แก่ หลีกเลี่ยงการไปซื้อของจากร้านทั่วไป (offline) ลดการท่องเที่ยว ลดการเข้าสังคม พบปะผู้คน ลดการไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ลดการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการใช้ พรก.ฉุกเฉิน และมาตรการภาครัฐต่าง ๆ เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ความงาม และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว การศึกษา สินค้าแฟชั่น ร้านอาหาร และความบันเทิงนอกบ้าน เช่น โรงภาพยนตร์

ภาวะผลกระทบในสังคมไทย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมไทย, 2563) พบว่า ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อใน 68 จังหวัด การแพร่ระบาดเป็นวงกว้างนี้ได้ส่งผลให้มีการยกเลิกการเดินทางระหว่างประเทศ และประกาศปิดสถานที่เพื่อลดการติดเชื้อ รวมถึงหยุดการเดินทางระหว่างพื้นที่ ส่งผลให้บางกิจการต้องหยุดดำเนินการชั่วคราว รวมถึงการลดชั่วโมงการทำงาน การเลิกจ้าง จากการประเมินผลกระทบของเชื้อโควิด-19 ต่อแรงงาน พบว่า เชื้อโควิด-19 ทำให้แรงงานมีความเสี่ยงต่อการถูกเลิกจ้างทั้งสิ้น 8.4 ล้านคน แบ่งเป็นแรงงาน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

(1) แรงงานในภาคการท่องเที่ยวซึ่งมีแรงงานจำนวนทั้งสิ้น 3.6 ล้านคน (ไม่รวมสาขาการค้ำส่ง และการค้าปลีก) จะได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการท่องเที่ยวในประเทศ โดยผู้ประกอบการบางส่วนยังพยายามรักษาการจ้างงานไว้ โดยคาดว่าแรงงานในภาคการท่องเที่ยวนี้จะได้รับผลกระทบประมาณ 2.5 ล้านคน

(2) แรงงานในภาคอุตสาหกรรมซึ่งจะได้รับผลกระทบจากตั้งแต่ก่อน เชื้อโควิด-19 จากสงครามการค้า และต่อเนื่องมาจนถึงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จากการลดลงของอุปสงค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บางอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าขายในประเทศ ยังขยายตัวได้ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม หรือของใช้ที่จำเป็น รวมทั้งอุตสาหกรรมผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ทำให้แรงงานในภาคอุตสาหกรรมจากทั้งหมด 5.9 ล้านคน คาดว่ามีผู้ได้รับผลกระทบ 1.5 ล้านคน และ

(3) การจ้างงานในภาคบริการอื่นที่ไม่ใช่การท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะได้รับผลกระทบจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐจากการปิดสถานที่ เช่น สถานศึกษา หรือสถานที่ที่มีการรวมกลุ่มของคนจำนวนมาก เช่น ตลาดสด สนามกีฬา ห้างสรรพสินค้า ซึ่งกลุ่มนี้มีการจ้างงาน จำนวน 11.8 ล้านคน คาดว่าจะได้รับผลกระทบประมาณ 4.4 ล้านคน ทั้งนี้ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ยังเพิ่มขึ้น และต้องเฝ้าระวังอันตรายและความเสี่ยงของผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสูบบุหรี่เป็นประจำที่อาจติดเชื้อโควิด-19 ได้ง่ายและมีอาการรุนแรงกว่าบุคคลทั่วไป



จากมาตรการภาครัฐที่ได้มีการปิดสถานบันเทิง และห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดเพื่อป้องกันการรวมกลุ่มสังสรรค์และลดความเสี่ยงติดเชื้อโควิด-19 ส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง จากผลการสำรวจของศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ซึ่งสำรวจประชาชนใน 15 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวน 1,566 คน ระหว่างวันที่ 18-19 เมษายน พ.ศ. 2563 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.5 ไม่ได้ดื่มเลย ร้อยละ 33.0 ดื่มน้อยลง ร้อยละ 18.2 ดื่มเท่าเดิม และร้อยละ 0.3 ดื่มบ่อยขึ้น โดยเหตุผลหลักที่ทำให้ไม่ดื่มหยุดดื่มหรือดื่มน้อยลง คือ หาซื้อไม่ได้/ซื้อยาก กลัวเสี่ยงติดเชื้อ รายได้น้อยลง/ไม่มีเงินซื้อ และต้องการรักษาสุขภาพให้แข็งแรง อย่างไรก็ตาม จากสถิติข้อมูลผู้กระทำความผิดที่ฝ่าฝืน พรก. การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 พบว่า สาเหตุหลักของการชุมนุมและทำกิจกรรม คือ การดื่มสุรา ซึ่งเป็นพฤติกรรมเสี่ยงที่อาจทำให้จำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นได้

สำหรับในประเทศไทยนั้น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญอันดับ 2 ก่อให้เกิดภาวะโรคสูงถึงร้อยละ 10 ของภาวะโรคทั้งหมด และเมื่อประเมินเป็นความเสียหายทางเศรษฐกิจแล้ว พบว่ามีมูลค่าสูงถึง 1.51 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 1.97 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

จากการศึกษารูปแบบปัญหาของผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ต่อผู้อื่นในหน่วยงานบริการที่ศึกษาจากสามภาคส่วนหลักของ อรทัย วลีวงศ์ และคณะ (2558) เรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อบุคคลรอบข้างผู้ดื่ม ในประเทศไทย (ระยะที่ 1)” (อรทัย วลีวงศ์ และคณะ, 2558) พบว่า ผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ต่อผู้อื่นนั้นมีความหลากหลาย และมีระดับความรุนแรงที่แตกต่างกันไป เช่น ผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ ทรัพย์สิน ด้านการเงิน การทำงาน ทั้งที่เป็นผลกระทบโดยตรง จากการดื่มแอลกอฮอล์และผลกระทบโดยอ้อมที่มีการดื่มและการเมาแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เกิดปัญหาและมีความรุนแรงมากขึ้น โดยข้อมูลรูปแบบเหตุการณ์ของปัญหาที่พบได้บ่อย ค่อนข้างมีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อเนื่อง อาจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) ความรุนแรงต่อผู้หญิงและเด็ก, (2) อุบัติเหตุจราจร, (3) อาชญากรรมต่อชีวิตและร่างกาย และทรัพย์สิน และ (4) ผลกระทบอื่น ๆ ซึ่งผู้ได้รับผลกระทบจากปัญหาทุกประเภทมักจะเข้าถึงบริการหรือเกี่ยวข้องกับทั้งหน่วยบริการสุขภาพและหน่วยบริการด้านยุติธรรมควบคู่กันไป ส่วนหน่วยงานบริการด้านการคุ้มครองสังคมนั้น ให้บริการเฉพาะกับผู้ได้รับผลกระทบบางประเภท

สำหรับผลการศึกษาเชิงสำรวจ พบว่า ประชากรไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 82 ระบุว่าเคยได้รับผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ของผู้อื่นในมิติใดมิติหนึ่ง โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดเหตุการณ์ผลกระทบ พบว่า เหตุการณ์ที่ได้รับผลกระทบในสัดส่วนค่อนข้างสูงนั้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการรบกวนทางด้านอารมณ์และจิตใจ ทั้งจากกรณีจากบุคคลในครอบครัว เพื่อน เช่น เคยรู้สึกไม่สบายใจ (ไม่สบายแม้แต่จะมอง) คนในครอบครัว/เพื่อนเนื่องจากการดื่มของเขา ร้อยละ 37.8 เคยถูกคนที่ดื่มแอลกอฮอล์พูดจาหยาบคายใส่ ร้อยละ 29.3 เคยรู้สึกเสียใจ/รู้สึกที่ถูกเพิกเฉยเนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัว/เพื่อน ร้อยละ 24.7 และจากกรณีที่คนดื่มเป็นคนแปลกหน้า เช่น รู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะเพราะการดื่มของคนแปลกหน้า ร้อยละ 38.3 รู้สึกหวาดกลัว เมื่อต้องเผชิญหน้ากับคนแปลกหน้าที่ดื่มตามถนน ในสถานที่สาธารณะต่าง ๆ ร้อยละ 33.2 และ ต้องตื่นขึ้นกลางดึก นอนไม่หลับเพราะการส่งเสียงดังรบกวนจากวงสุราหรือผู้มีเมา นอกบริเวณบ้าน ร้อยละ 31.2 ตามด้วย ด้านสังคมและสัมพันธภาพ การสูญเสียบทบาทหน้าที่จากการดื่มหรือเมาแอลกอฮอล์ เช่น คนในครอบครัว เพื่อนไม่ทำงานที่ได้รับมอบหมายได้เพราะการดื่มเมา ร้อยละ 28.9 การดื่มแอลกอฮอล์ของคนในครอบครัว เพื่อน ทำให้งานสังคมต่าง ๆ ที่คุณเข้าร่วมหมดสนุก หรือเกิดปัญหา ร้อยละ 22.4 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจหรือความเสียหายต่อทรัพย์สิน พบว่ามีรายงานอยู่บ้าง เช่น เคยมีปัญหา



ทางการเงิน เช่น ไม่มีเงินพอสำหรับใช้จ่ายในสิ่งจำเป็น เนื่องจากการดื่มแอลกอฮอล์ของคนอื่น ร้อยละ 11.2 บ้านรถ หรือทรัพย์สินต่าง ๆ เคยได้รับความเสียหายเพราะการดื่มแอลกอฮอล์คนอื่น ร้อยละ 5.1 ส่วนผลกระทบด้านการทำร้ายร่างกายและเพศ พบว่า มีรายงานอยู่บ้างเล็กน้อย เช่น เคยถูกคนที่ดื่มแอลกอฮอล์ผลัก ร้อยละ 4.9 เคยถูก โดนคนที่ดื่มแอลกอฮอล์ทำร้ายร่างกาย ร้อยละ 2.4 เคยถูกบังคับ หรือ กดขี่ทางเพศ เนื่องจากการดื่มของคนในครอบครัวเพื่อน ร้อยละ 0.8

รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนของกระทรวงคมนาคม พ.ศ. 2561 (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร , 2562) แสดงให้เห็นว่ามูลเหตุสัณนิษฐานหลักที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุในปี พ.ศ. 2561 สามารถสรุปสถิติสำคัญจากจำนวนอุบัติเหตุทั้งหมด 19,643 ครั้ง โดยมูลเหตุสัณนิษฐานหลักที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุสูงสุด 5 ลำดับ ได้แก่ ขับรถเร็วเกินกำหนด ร้อยละ 67.35 คนหรือรถตัดหน้ากระชั้นชิด ร้อยละ 8.95) หลับใน ร้อยละ 6.35 เมาสุรา ร้อยละ 5.54 และอุปกรณ์บกพร่อง ร้อยละ 3.03

ทั้งนี้ ข้อมูลจำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนนถูกทำให้ลดลงอย่างเห็นได้ชัดด้วยสถานการณ์การระบาดของเชื้อโควิด-19 (อุดมศักดิ์ แซ่โง้ว, 2563) เนื่องจากมีการปิดสถานบันเทิงและประกาศห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อโควิด-19 ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้บาดเจ็บหรือเสียชีวิตที่มีอาการมีนเมาในช่วงสงกรานต์ปี พ.ศ. 2563 พบว่า จำนวนผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตที่มีอาการมีนเมา มีจำนวนใกล้เคียงกันทุกวัน ไม่มีจุดสูงสุดที่ชัดเจน เฉลี่ยรายวันอยู่ที่ 182 รายต่อวัน ในภาพรวม จำนวนผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากแอลกอฮอล์ในช่วง 7 วันอันตรายสงกรานต์ของปี พ.ศ. 2563 อยู่ที่ 1,276 ราย การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี พ.ศ. 2563 จึงช่วยลดจำนวนผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากแอลกอฮอล์ในช่วง 7 วันอันตรายลงถึง 5.5 เท่า

ความรุนแรงในครอบครัวที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับความรุนแรงในครอบครัว มีงานวิจัยจำนวนมากพบว่าการดื่มสุรามีความสัมพันธ์กับการใช้ความรุนแรงต่อคู่สมรส (World Health Organization, 2017) และในครัวเรือนหรือครอบครัวใดมีนักดื่มหลายคน และมีคนดื่มหนัก ยังมีโอกาสประสบเหตุความรุนแรงมากขึ้นเท่านั้น ผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่มสุราในประชากรไทย พบว่า ในครัวเรือนที่มีนักดื่มหนึ่งคน ครัวเรือนที่นักดื่มไม่ดื่มหนักร้อยละ 0.7 มีคนในครัวเรือนรายงานเหตุความรุนแรงเนื่องจากการดื่มสุรา ในขณะที่ครัวเรือนที่นักดื่มมีพฤติกรรมดื่มหนัก ความชุกของการรายงานเหตุความรุนแรงฯ ดังกล่าวเท่ากับ 4.5% และในครัวเรือนที่มีผู้ดื่มหนักสองคนขึ้นไป ความชุกของการรายงานเหตุความรุนแรงนั้นมากถึง 9.7% หรือต่างจากกลุ่มแรกเกือบ 14 เท่าตัว ซึ่งเป็นไปได้ว่าการดื่มสุรานั้นเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา (catalyst) ของการใช้ความรุนแรงในครอบครัว (Wichaidit & Assanangkornchai, 2020)

ปัจจุบันมีรายงานว่าภายหลังเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 การเกิดเหตุความรุนแรงในครัวเรือนเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะสภาพการณ์เอื้ออำนวยต่อการที่ผู้กระทำจะใช้อำนาจควบคุมผู้ถูกระทำ และมาตรการทำเว้นระยะห่างทางสังคม การมีเคอร์ฟิวและการจำกัดการเคลื่อนไหวของประชาชน ทำให้ผู้กระทำและผู้ถูกระทำต้องอยู่ใกล้ชิดกันเป็นเวลานานมากขึ้น ทำให้เกิดความขัดแย้งและความรุนแรงได้ง่าย แต่ทางภาครัฐเองก็มีมาตรการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงแรกของมาตรการต้านโควิด-19 ซึ่งอาจลดการได้รับตัวเร่งปฏิกิริยาของการใช้ความรุนแรงได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มี การประเมินความชุกของความรุนแรงในครอบครัวที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสภาพการณ์โดยรวมของปัญหาได้ดียิ่งขึ้น



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” เป็นการวิจัยในรูปแบบวิธีการศึกษาดำเนินงานในครั้งนี้ได้นำรูปแบบของการสำรวจวิจัยแบบเร่งด่วนแบบผสมผสาน (mixed methods research) ประกอบด้วยการสำรวจเชิงคุณภาพ และการสำรวจเชิงปริมาณ รายละเอียดดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลและการเลือกตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” เป็นการสำรวจแบบเร่งด่วนในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด รายละเอียดของพื้นที่ ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

พื้นที่สำหรับการศึกษานี้ใช้พื้นที่ชุมชนเมืองและชนบทในแต่ละภูมิภาค

- ภาคเหนือ ได้แก่ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- ภาคใต้ ได้แก่ อำเภหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ภาคอีสาน ได้แก่ อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น

ประชากรในการศึกษานี้ประกอบด้วย นักดื่มปัจจุบันอายุ 18 ปี ขึ้นไป ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พนักงานที่ทำงานในสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่มที่อาศัยอยู่ในแต่ละภูมิภาค

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างการสำรวจเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews)

- ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีกิจกรรมการตลาดการขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งรายใหญ่/รายย่อย/ขายของชำ พื้นที่ละ 6 ราย
- พนักงานในธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม พื้นที่ละ 6 ราย
- กลุ่มนักดื่มปัจจุบัน อายุ 18 ปี ขึ้นไป พื้นที่ละ 6 ราย

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง การสำรวจเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

กลุ่มตัวอย่างการสำรวจเชิงปริมาณ ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละภูมิภาค โดยเจาะจง ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในแต่ละภูมิภาค วิธีการสุ่มตัวอย่างพื้นที่ในแต่ละภูมิภาคด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของแต่ละภูมิภาค สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก



การคำนวณจำนวนตัวอย่างเชิงปริมาณ ใช้สูตรการคำนวณโดยมี design effect ดังต่อไปนี้ (Daniel, 1995; Ngamjarus & Chongsuvivatwong, 2014)

$$n = \frac{Np(1-p)z^2_{1-\frac{\alpha}{2}}}{d^2(N-1)+p(1-p)z^2_{1-\frac{\alpha}{2}}}$$

$$n_{Adjust} = n \times def f$$

การคำนวณขนาดตัวอย่าง อนุমানให้ร้านอาหารและสถานบันเทิงแต่ละแห่งมีผู้ประกอบการหลักหนึ่งราย ในประเทศไทยมีสถานประกอบการร้านอาหารและสถานบันเทิงทั้งสิ้น 15,604 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563; สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ดังนั้นจึงอนุমানว่ามีผู้ประกอบการร้านอาหารและสถานบันเทิงทั้งสิ้น 15,604 ราย (population size = 15604) อนุমানว่าร้านอาหารและสถานบันเทิงร้อยละ 50 ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ความคาดเคลื่อน 5 เปอร์เซ็นต์ ($d = 0.05$) ที่ระดับความมั่นใจ 95 เปอร์เซ็นต์ (Alpha (α) = 0.05, $Z(0.975) = 1.959964$) และเนื่องจากการสำรวจเป็นการสุ่มเลือกหัวเมืองหลัก ดังนั้นจึงต้องมี design effect ขดเซยการเกิด clustering ในแต่ละพื้นที่ โดยมีค่า design effect (deff) = 1.7 ดังนั้น จากค่าดังกล่าว จึงสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม R และแพคเกจ epicalc (Chongsuvivatwong, 2014) ได้ว่า

```
> n.for.survey (.5, delta=0.05, popsize=15604, deff=1.7)
```

```
Sample size for survey.
```

```
Assumptions:
```

```
Proportion = 0.5
```

```
Confidence limit = 95 %
```

```
Delta = 0.05 from the estimate.
```

```
Population size = 15604
```

```
Design effect = 1.7
```

```
Sample size = 637
```

จึงได้ว่าต้องเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ 637 ราย ปัดขึ้นเป็น 640 ราย ($n =$ ผู้ประกอบการ 640 ราย) โดยกำหนดสัดส่วนในแต่ละพื้นที่เท่า ๆ กัน พื้นที่ละ 160 ราย

เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” ครั้งนี้ใช้เครื่องมือสำรวจเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามสำหรับสัมภาษณ์ตัวต่อตัว แบบสอบถามออนไลน์ แบบบันทึกข้อมูลสถิติต่าง ๆ

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การขายของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื้อหาประกอบด้วย การจัดการกับธุรกิจ รายได้ รายจ่าย ความสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบที่ได้รับ การจัดการกับความสูญเสีย เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์เชิงลึกนักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื้อหาประกอบด้วย พฤติกรรมการดื่ม (ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่ม ความถี่ในการดื่ม ปริมาณการดื่ม สถานที่ซื้อ ผลกระทบที่เกิดขึ้น เป็นต้น) การประเมินปัญหาจากการดื่มด้วย Alcohol Use Disorders Identification Test (AUDIT) และสุขภาพ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น (ซื้อดื่มรักษาพยาบาล อุบัติเหตุ ทรัพย์สินชำรุด การสูญเสียโอกาส เช่น ป่วย ตกงาน ความสุข ความทุกข์ เป็นต้น

3. แบบสอบถามตัวต่อตัว แบบสอบถามออนไลน์ โดยเนื้อหาหลัก ๆ ประกอบด้วยผลกระทบทางการเงิน เศรษฐกิจ ผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ การทำงาน การใช้ชีวิต เป็นต้น

4. แบบบันทึกข้อมูลสถิติ ประกอบด้วย แบบบันทึกสถิติการฆ่าตัวตาย การได้รับอุบัติเหตุ การเข้ารับการรักษาพยาบาล การเข้ารับการรักษา การประเมินการจ้างงาน การตกงาน เป็นต้น

การศึกษานี้ครอบคลุมเนื้อหาผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสุขภาพ จิตใจ ครอบครัว ชุมชน และสังคมและเศรษฐกิจ ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ทบทวนรวบรวมข้อมูลเอกสารงานวิจัยผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทั้งของไทยและต่างประเทศ จากสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ รายงานข้อมูล การฆ่าตัวตาย การได้รับอุบัติเหตุ การเข้ารับการรักษาพยาบาล เป็นต้น จากหน่วยงานทั้งภาครัฐ และไม่ใช่อำนาจรัฐที่เกี่ยวข้อง

2. ประชุมคณะทำงาน กำหนดกรอบตัวแปร โครงสร้างข้อมูลสำหรับการสังเกตและการสัมภาษณ์

3. ติดต่อประสานงานขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. อบรมทีมพนักงานเก็บข้อมูลถึงเทคนิควิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเตรียมตัว ฝึกซ้อม การปฏิบัติตามบท การใช้ไหวพริบในสถานการณ์ต่าง ๆ เทคนิคการวิธีการต่าง ๆ

5. เก็บข้อมูลเชิงลึกโดยใช้การสัมภาษณ์ตัวต่อตัวด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์ในลักษณะของการสนทนาในชีวิตประจำวันทั้งการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว โดยพิจารณาความพร้อม การยินดีที่จะให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นหลัก ผู้ช่วยวิจัยในแต่ละพื้นที่จะเป็นผู้สัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลในโครงการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาก่อน และได้รับการฝึกอบรมให้รู้จักวิธีสร้างสัมพันธภาพ (rapport) กับอาสาสมัคร การให้เกียรติและเคารพอาสาสมัคร ในฐานะเพื่อนมนุษย์คนหนึ่ง รวมทั้งการรับฟังอย่างตั้งใจ และไม่ด่วนตัดสิน (non-judgmental attitude) ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบต่อหน้าจะใช้เวลาประมาณ 20-30 นาที ในบริเวณที่สัมภาษณ์จะไม่มีบุคคลอื่นร่วมอยู่ด้วย จะมีเพียงผู้ถูกสัมภาษณ์และพนักงานสัมภาษณ์เท่านั้น และขณะที่สัมภาษณ์จะไม่มีบุคคลอื่นได้ยินถึงสิ่งที่สัมภาษณ์ ไม่มีการบันทึกชื่อ



เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ หรือข้อความอื่นใดที่สามารถระบุตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามได้ สถานที่ใช้ในการสัมภาษณ์ตามความสะดวกของหน่วยตัวอย่าง ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้ช่วยวิจัยจะขออนุญาตเพื่อขอบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลยินดีก็จะทำการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลไม่ยินดี ผู้ช่วยวิจัยก็จะไม่บันทึกเสียง แต่จะใช้วิธีจดจำเพื่อมาบันทึกในแบบบันทึกข้อมูลหลังเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์แล้วเท่านั้น

6. เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวจะใช้เวลาประมาณ 15 นาที ในบริเวณที่สัมภาษณ์จะไม่มีบุคคลอื่นร่วมอยู่ด้วยจะมีเพียงผู้ถูกสัมภาษณ์และพนักงานสัมภาษณ์เท่านั้น และขณะที่สัมภาษณ์จะไม่มีบุคคลอื่นได้ยินถึงสิ่งที่สัมภาษณ์ ไม่มีการบันทึกชื่อ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ หรือข้อความอื่นใดที่สามารถระบุตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามได้ สถานที่ใช้ในการสัมภาษณ์ตามความสะดวกของหน่วยตัวอย่าง

7. ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูล จัดระเบียบข้อมูล นำเข้าข้อมูล ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ความเชื่อมโยงของข้อมูล

8. วิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ

9. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ thematic analysis เพื่อหาข้อสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บโดยใช้แบบสอบถามจะถูกนำเข้าเป็นไฟล์ดิจิทัลด้วยโปรแกรม MS Access และ วิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยโปรแกรม Stata โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

งานวิจัยนี้ได้รับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการพิทักษ์สิทธิสวัสดิภาพและป้องกันอันตรายในการวิจัยกับมนุษย์ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (เอกสารเลขที่ 60/2563)

นอกจากนั้นแล้ว ผู้ช่วยวิจัยได้ให้เกียรติและเคารพกลุ่มตัวอย่างในฐานะเพื่อนมนุษย์คนหนึ่ง รวมทั้งการรับฟังอย่างตั้งใจ และไม่ด่วนตัดสิน (non-judgmental attitude) ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบต่อหน้าจะใช้เวลาประมาณ 20-30 นาที ในบริเวณที่สัมภาษณ์จะไม่มีบุคคลอื่นร่วมอยู่ด้วย จะมีเพียงผู้ถูกสัมภาษณ์และพนักงานสัมภาษณ์เท่านั้น และขณะที่สัมภาษณ์จะไม่มีบุคคลอื่นได้ยินถึงสิ่งที่สัมภาษณ์ ไม่มีการบันทึกชื่อ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ หรือข้อความอื่นใดที่สามารถระบุตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามได้ แบบบันทึกจะถูกเก็บไว้ที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในตู้ที่สามารถล็อคได้ บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้ จะมีเพียงผู้วิจัยที่เกี่ยวข้องเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงได้ การนำเสนอผลการวิจัยเป็นการนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม ไม่มีการรายงานเฉพาะบุคคล สถานที่ใช้ในการสัมภาษณ์ตามความสะดวกของหน่วยตัวอย่าง ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้ช่วยวิจัยจะขออนุญาตเพื่อขอบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลยินดีก็จะทำการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลไม่ยินดี ผู้ช่วยวิจัยก็จะไม่บันทึกเสียง แต่จะใช้วิธีจดจำเพื่อมาบันทึกในแบบบันทึกข้อมูลหลังเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์แล้วเท่านั้น



ความเสี่ยงต่ออันตราย หรือความไม่สบายที่อาจได้รับจากการวิจัย ในการสัมภาษณ์นี้บางคำถามอาจจะทำให้ท่านรู้สึกไม่สบายใจ และรู้สึกอึดอัด ถ้าบางคำถามทำให้ท่านไม่สะดวกใจ ท่านมีสิทธิที่จะปฏิเสธการตอบคำถามใด ๆ ยกเลิกหรือถอนตัวจากการเข้าร่วมโครงการฯก็ได้ การปฏิเสธตอบคำถามไม่มีผลเสียต่อสิทธิใด ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อจำกัด

งานวิจัยนี้ดำเนินงานในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล รวมถึงข้อมูลระบบทะเบียนของหน่วยงานต่าง ๆ





บทที่ 4

ผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พนักงานที่ทำงานในสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม และนักดื่มปัจจุบันอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เชียงใหม่ สงขลา และขอนแก่น

ผลการวิจัยส่วนที่หนึ่ง รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล

รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลในโครงการวิจัยนี้มีดังนี้

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 640 ราย จำแนกเป็นผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม 362 ราย ร้อยละ 56.6 ไม่มีที่นั่งดื่ม 278 ราย ร้อยละ 43.4

- ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม ได้แก่
 - ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม 259 ราย เพศหญิง 131 ราย ร้อยละ 50.6 เพศชาย 128 ราย ร้อยละ 49.4 เจ้าของร้าน 175 ราย ร้อยละ 67.6 ผู้จัดการร้าน 59 ราย ร้อยละ 22.8 ส่วนใหญ่อายุ 25-44 ปี 176 ราย ร้อยละ 68.0 รองมาอายุ 45 ปีขึ้นไป 71 ราย ร้อยละ 27.4 ขนาดกิจการขนาดเล็ก 96 ราย ร้อยละ 37.1
 - ประเภทสถานบันเทิง 103 ราย เพศหญิง 60 ราย ร้อยละ 58.3 เพศชาย 43 ราย ร้อยละ 41.7 เจ้าของร้าน 53 ราย ร้อยละ 51.5 ผู้จัดการร้าน 40 ราย ร้อยละ 38.8 ส่วนใหญ่อายุ 25-44 ปี 68 ราย ร้อยละ 66.0 รองมาอายุ 45 ปีขึ้นไป 29 ราย ร้อยละ 28.2 ส่วนใหญ่ขนาดกิจการขนาดเล็ก 49 ราย ร้อยละ 47.6
- ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่มีที่นั่งดื่ม
 - ประเภทร้านขายของชำ 255 ราย เพศชาย 172 ราย ร้อยละ 67.5 เพศหญิง 83 ราย ร้อยละ 32.5 เจ้าของร้าน 244 ราย ร้อยละ 95.7 ผู้จัดการร้าน 6 ราย ร้อยละ 2.4 ส่วนใหญ่อายุ 45 ปีขึ้นไป 180 ราย ร้อยละ 70.6 รองมาอายุ 25-44 ปี 69 ราย ร้อยละ 27.1 ขนาดกิจการขนาดเล็ก 200 ราย ร้อยละ 78.4
 - ประเภทร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 23 ราย เพศชาย 12 ราย ร้อยละ 52.2 เพศหญิง 11 ราย ร้อยละ 47.8 เจ้าของร้าน 20 ราย ร้อยละ 87.0 ส่วนใหญ่อายุ 45 ปีขึ้นไป 12 ราย ร้อยละ 52.2 รองมาอายุ 25-44 ปี 10 ราย ร้อยละ 43.5 ขนาดกิจการขนาดเล็ก 8 ราย ร้อยละ 34.8



ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามประเภทจุดจำหน่าย

ข้อมูลทั่วไป	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=278)	รวม (n=640)
เพศ							
ชาย	128 (49.4)	43 (41.7)	171 (47.2)	172 (67.5)	12 (52.2)	184 (66.2)	355 (55.5)
หญิง	131 (50.6)	60 (58.3)	191 (52.8)	83 (32.5)	11 (47.8)	94 (33.8)	285 (44.5)
สถานะ							
เจ้าของร้าน	175 (67.6)	53 (51.5)	228 (63.0)	244 (95.7)	20 (87.0)	264 (95.0)	492 (76.9)
ผู้จัดการร้าน	59 (22.8)	40 (38.8)	99 (27.3)	6 (2.4)	2 (8.7)	8 (2.9)	107 (16.7)
ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน	6 (2.3)	0 (0.0)	6 (1.7)	2 (0.8)	0 (0.0)	2 (0.7)	8 (1.3)
พนักงานประจำร้าน	19 (7.3)	10 (9.7)	29 (8)	3 (1.2)	1 (4.3)	4 (1.4)	33 (5.2)
อายุ							
ต่ำกว่า 20 ปี	2 (0.8)	0 (0.0)	2 (0.6)	3 (1.2)	0 (0.0)	3 (1.1)	5 (0.8)
20-24 ปี	10 (3.9)	6 (5.8)	16 (4.4)	3 (1.2)	1 (4.3)	4 (1.4)	20 (3.1)
25-44 ปี	176 (68)	68 (66.0)	244 (67.4)	69 (27.1)	10 (43.5)	79 (28.4)	323 (50.5)
45 ปีขึ้นไป	71 (27.4)	29 (28.2)	100 (27.6)	180 (70.6)	12 (52.2)	192 (69.1)	292 (45.6)
ขนาดกิจการ							
ขนาดเล็ก (S)	96 (37.1)	49 (47.6)	145 (40.1)	200 (78.4)	8 (34.8)	208 (74.8)	353 (55.2)
ขนาดกลาง (M)	36 (13.9)	20 (19.4)	56 (15.5)	0 (0.0)	5 (21.7)	5 (1.8)	61 (9.5)
ขนาดใหญ่ (L)	26 (10)	13 (12.6)	39 (10.8)	0 (0.0)	1 (4.3)	1 (0.4)	40 (6.3)
ไม่ระบุขนาดร้าน	101 (39)	21 (20.4)	122 (33.7)	55 (21.6)	9 (39.1)	64 (23)	186 (29.1)

ผลการวิจัยส่วนที่สอง ลักษณะ รูปแบบผลกระทบของการระบาดโควิดด้านอุปทานในส่วนของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับผลกระทบจากนโยบายหรือมาตรการของรัฐในช่วงการแพร่ระบาดเชื้อโควิด-19 ที่มีต่อการทำงาน/ธุรกิจ ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบในช่วงมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2563 ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 69.4 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 95.1 กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 80.3 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายส่งส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 69.6 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 47.8



ตารางที่ 2 ระดับผลกระทบในช่วงมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อมูลทั่วไป	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=278)	รวม (n=640)
น้อยที่สุด	2 (0.8)	0 (0.0)	2 (0.6)	4 (1.6)		4 (1.4)	6 (0.9)
น้อย	5 (1.9)	1 (1.0)	6 (1.7)	45 (17.6)	1 (4.3)	46 (16.5)	52 (8.1)
มาก	44 (17)	4 (3.9)	48 (13.3)	84 (32.9)	6 (26.1)	90 (32.4)	138 (21.6)
มากที่สุด	208 (80.3)	98 (95.1)	306 (84.5)	122 (47.8)	16 (69.6)	138 (49.6)	444 (69.4)

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบในช่วงมาตรการผ่อนปรนระยะที่ 1 ให้ซื้อกลับได้วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 47.3 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุดร้อยละ 79.6 กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุดร้อยละ 63.7 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายส่งส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุดร้อยละ 56.5 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบน้อยร้อยละ 36.9

ตารางที่ 3 ผลกระทบในช่วงช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1

ข้อมูลทั่วไป	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=278)	รวม (n=640)
น้อยที่สุด	3 (1.2)	0 (0.0)	3 (0.8)	19 (7.5)	0 (0.0)	19 (6.8)	22 (3.4)
น้อย	17 (6.6)	1 (1.0)	18 (5)	94 (36.9)	3 (13)	97 (34.9)	115 (18)
มาก	74 (28.6)	20 (19.4)	94 (26)	93 (36.5)	13 (56.5)	106 (38.1)	200 (31.3)
มากที่สุด	165 (63.7)	82 (79.6)	247 (68.2)	49 (19.2)	7 (30.4)	56 (20.1)	303 (47.3)

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบในช่วงมาตรการผ่อนปรนระยะที่ 4 วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 สามารถนั่งดื่มในร้านอาหารได้ ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบระดับมาก ร้อยละ 46.3 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้รับผลกระทบมากที่สุดร้อยละ 50.5 กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มได้รับผลกระทบมากที่สุดร้อยละ 45.2 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายส่งส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุดร้อยละ 60.9 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำได้รับผลกระทบน้อยร้อยละ 48.2



ตารางที่ 4 ผลกระทบในช่วงช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4

ผลกระทบช่วง ผ่อนปรนระยะ ที่ 4	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=278)	รวม (n=640)
น้อยที่สุด	7 (2.7)	1 (1.0)	8 (2.2)	33 (12.9)	0 (0.0)	33 (11.8)	41 (6.4)
น้อย	49 (18.9)	9 (8.7)	58 (16)	123 (48.2)	7 (30.4)	130 (46.8)	188 (29.4)
มาก	117 (45.2)	41 (39.8)	158 (43.6)	88 (34.6)	14 (60.9)	102 (36.7)	260 (40.6)
มากที่สุด	86 (33.2)	52 (50.5)	138 (38.2)	11 (4.3)	2 (8.7)	13 (4.7)	151 (23.6)

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบในช่วงช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5 ให้สถานบันเทิงเปิดได้ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบระดับมาก ร้อยละ 39.4 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้รับผลกระทบมาก ร้อยละ 48.5 กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มได้รับผลกระทบมาก ร้อยละ 44.8 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากและน้อยในสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 43.5 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำได้รับผลกระทบน้อย ร้อยละ 47.8

ตารางที่ 5 ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5 ให้สถานบันเทิงเปิดได้

ข้อมูลทั่วไป	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=278)	รวม (n=640)
น้อยที่สุด	25 (9.7)	4 (3.9)	29 (8.0)	51 (20.0)	1 (4.3)	52 (18.7)	81 (12.7)
น้อย	84 (32.4)	25 (24.3)	109 (30.1)	122 (47.8)	10 (43.5)	132 (47.5)	241 (37.7)
มาก	116 (44.8)	50 (48.5)	166 (45.9)	76 (29.8)	10 (43.5)	86 (30.9)	252 (39.4)
มากที่สุด	34 (13.1)	24 (23.3)	58 (16.0)	6 (2.4)	2 (8.7)	8 (2.9)	66 (10.3)

สถานการณ์ของการแพร่ระบาดที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพและการทำงานของผู้ประกอบการและพนักงาน สถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้ประกอบการและพนักงานสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้ข้อมูลว่ามาตรการของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อตนเองมากที่สุด คือมาตรการช่วงที่ 1 วันที่ 12 เมษายน 2563 ช่วงห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ เนื่องจากมาตรการดังกล่าวเป็นการบังคับให้สถานประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มและสถานบันเทิงต้องปิดให้บริการชั่วคราว เกิดการขาดรายได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ลดการซื้อวัตถุดิบ และเลิกจ้างพนักงาน ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ต้องหยุดงานและหางานใหม่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการและพนักงานไม่ทราบระยะเวลาของมาตรการจากทางรัฐ ทำให้ไม่สามารถวางแผนรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

มาตรการที่ส่งผลกระทบรองลงมาคือ มาตรการช่วงที่ 2 วันที่ 3 พฤษภาคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงอนุญาตให้ร้าน



อาหารและเครื่องดีมเปิดให้บริการ แต่ยังไม่อนุญาตให้มีการนั่งรับประทานในร้านได้ ลูกค้าต้องซื้อกลับบ้านนั้น แม้ว่าจะมีการบริการจัดส่ง delivery ผ่านทาง application แต่ยังคงขาดทุน เพราะลูกค้าสั่งอาหารและเครื่องดีมในปริมาณน้อย รวมถึงผู้ประกอบการยังคงแบกรับภาระจากการปิดให้บริการจากมาตรการช่วงที่ 1 ทางด้านพนักงานผู้ที่กลับภูมิลำเนาหลังประกาศมาตรการช่วงที่ 1 และกลับมาทำงานที่ร้านหลังเปิดให้บริการภายใต้มาตรการช่วงที่ 2 นั้น พบว่าตนต้องกักตัว 14 วันก่อนกลับเข้าทำงาน ทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความลำบาก เวลาคลาดเคลื่อนและวางแผนไม่ได้

ตารางที่ 6 ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดต่ออาชีพและการทำงานของผู้ประกอบการและพนักงานสถานที่ขายเครื่องดีมแอลกอฮอล์

ช่วงเวลา	เนื้อหา
ผลกระทบจาก มาตรการช่วงที่ 1 (12 เมษายน 2563)	<p>“...ช่วงห้ามเครื่องดีมแอลกอฮอล์ ช่วงเคอร์ฟิว เพราะได้หยุดงาน ไม่ได้ทำงาน...” (ชาย 26 ปี พนักงานเสิร์ฟ ร้านอาหารและเครื่องดีม)</p> <p>“...ช่วงที่ 1 กระทบหนักที่สุด เพราะเป็นร้านผับร้านเหล้า ขายไม่ได้เลย ต้องรับภาระหลายอย่าง 1. ค่าเช่า 2. ค่าน้ำค่าไฟ และไม่ได้ตั้งตัวกับสถานการณ์แบบนี้ ภาระมีเงินทุนที่จมไปกับอุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ ที่ต้องเตรียมขาย อาหารสดที่ขายไม่ได้ เสียหาย...” (ชาย 26 ปี เจ้าของร้านอาหารและเครื่องดีม)</p>
ผลกระทบจาก มาตรการช่วงที่ 2 (3 พฤษภาคม 2563) เป็นต้นไป	<p>“...ตั้งแต่ช่วงที่ 2-3 เนื่องเวลาระงับชด เตรียมตัวไม่ทันและโดนมาตรการกักตัว 14 วันทำให้เวลาคลาดเคลื่อนและวางแผนไม่ได้” (ชาย 22 ปี พนักงานประจำร้านสถานบันเทิง)</p> <p>“...ช่วงที่ 2 ให้ส่งกลับบ้านกับ take away เพราะโครงการปิด โครงการ One Nimman แล้วช่วงแรก ๆ ที่เข้าสู่ app คนจะน้อย ต้องตัดพนักงานบางส่วนออก...” (หญิง 33 ปี ผู้จัดการร้านอาหารและเครื่องดีม)</p> <p>“...ช่วงที่ 2-3-4 เนื่องจากเงินสำรองไม่พอและทางรัฐยังไม่สามารถให้เปิดทำการได้เหมือนช่วงปกติ...” (ชาย 23 ปี ผู้จัดการสถานบันเทิง)</p>

สัดส่วนรายได้ รายจ่าย ลูกค้ำ

ช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดีมแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2563 พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดีมแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 97.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 75.8±29.0 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 90.9±22.0 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดีมมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 87.8±23.6 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 81.7±29.3 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 56.6±26.1 (Mean±SD)



ตารางที่ 7 สัดส่วนรายได้ช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สัดส่วนรายได้ ช่วงการห้าม จำหน่าย	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=278)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	2 (0.8)	4 (3.9)	6 (1.7)	6 (2.4)		6 (2.2)	12 (1.9)
ลดลง n (%)	256 (98.8)	99 (96.1)	355 (98.1)	246 (96.5)	23 (100)	269 (96.8)	624 (97.5)
Mean±SD. (min-Max)	87.8±23.6 (10-100)	90.9±22.0 (20-100)	88.7±23.2 (10-100)	56.6±26.1 (10-100)	81.7±29.3 (20-100)	58.7±27.2 (10-100)	75.8±29.0 (10-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	1 (0.4)		1 (0.3)	3 (1.2)		3 (1.1)	4 (0.6)
Mean±SD. (min-Max)	50±0 (50-50)		50±0 (50-50)	33.3±15.3 (20-50)		33.3±15.3 (20-50)	37.5±15 (20-50)

ช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2563 พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายจ่ายลดลงร้อยละ 76.4 โดยมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 50.4±24.5 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 55.8±22.9 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 55.4±24 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 51±25.5 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 44±23.6 (Mean±SD)

ตารางที่ 8 สัดส่วนรายจ่ายช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สัดส่วนรายจ่าย ช่วงการห้าม จำหน่าย	ร้านอาหาร และ เครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของ ชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	40 (15.4)	26 (25.2)	66 (18.2)	64 (25.1)	5 (21.7)	69 (24.8)	135 (21.1)
ลดลง n (%)	210 (81.1)	73 (70.9)	283 (78.2)	188 (73.7)	18 (78.3)	206 (74.1)	489 (76.4)
Mean±SD. (min-Max)	55.4±24 (10-100)	51±25.5 (10-100)	54.3±24.4 (10-100)	44±23.6 (2-100)	55.8±22.9 (10-85)	45±23.8 (2-100)	50.4±24.5 (2-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	9 (3.5)	4 (3.9)	13 (3.6)	3 (1.2)		3 (1.1)	16 (2.5)
Mean±SD. (min-Max)	34.4±15.9 (10-50)	66.3±41.5 (15-100)	44.2±28.9 (10-100)	26.7±20.8 (10-50)		26.7±20.8 (10-50)	40.9±27.8 (10-100)

ช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ.2563 พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีลูกค้าลดลงร้อยละ 96.3 โดยลูกค้าเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 75.2±30.2 (Mean±SD) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 86.5±25.4 (Mean±SD) รองมา คือ สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 88.8±27.6 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 81.1±30.7 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 56.8±26.7 (Mean±SD)



ตารางที่ 9 สัดส่วนลูกค้าช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สัดส่วนลูกค้าช่วงการห้ามจำหน่าย	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	2 (0.8)	4 (3.9)	6 (1.7)	14 (5.5)		14 (5)	20 (3.1)
ลดลง n (%)	256 (98.8)	99 (96.1)	355 (98.1)	238 (93.3)	23 (100)	261 (93.9)	616 (96.3)
Mean±SD. (min-Max)	86.5±25.4 (10-100)	88.8±27.6 (10-100)	87.1±26 (10-100)	56.8±26.7 (10-100)	81.1±30.7 (20-100)	38±24.2 (5-100)	75.2±30.2 (10-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	1 (0.4)		1 (0.3)	3 (1.2)		3 (1.1)	4 (0.6)
Mean±SD. (min-Max)	50±0 (50-50)		50±0 (50-50)	40±17.3 (20-50)		40±17.3 (20-50)	42.5±15 (20-50)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1 วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ.2563 โดยให้ซื้อกลับได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 95.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 69.9±31 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 89.2±25.5 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 81.8±26.7 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 64±29.6 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 49.5±25.6 (Mean±SD)

ตารางที่ 10 สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1

สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	5 (1.9)	4 (3.9)	9 (2.5)	14 (5.5)		14 (5)	23 (3.6)
ลดลง n (%)	253 (97.7)	99 (96.1)	352 (97.2)	236 (92.5)	23 (100)	259 (93.2)	611 (95.5)
Mean±SD. (min-Max)	81.8±26.7 (10-100)	89.2±25.5 (10-100)	83.9±26.6 (10-100)	49.5±25.6 (10-100)	64±29.6 (10-100)	50.8±26.2 (10-100)	69.9±31 (10-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	1 (0.4)		1 (0.3)	5 (2)		5 (1.8)	6 (0.9)
Mean±SD. (min-Max)	50±0 (50-50)		50±0 (50-50)	20±7.1 (10-30)		20±7.1 (10-30)	25±13.8 (10-50)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1 วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 โดยให้ซื้อกลับได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายจ่ายลดลงร้อยละ 74.5 โดยมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 48.9±24.8 (Mean±SD) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 54.3±24.3 (Mean±SD) รองมา คือ สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 52.4±26.1 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 51.4±20 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 41.1±23.4 (Mean±SD)



ตารางที่ 11 สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1

สัดส่วนรายจ่าย ช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	41 (15.8)	27 (26.2)	68 (18.8)	71 (27.8)	5 (21.7)	76 (27.3)	144 (22.5)
ลดลง n (%)	207 (79.9)	73 (70.9)	280 (77.3)	179 (70.2)	18 (78.3)	197 (70.9)	477 (74.5)
Mean±SD. (min-Max)	54.3±24.3 (10-100)	52.4±26.1 (10-100)	53.8±24.8 (10-100)	41.1±23.4 (3-100)	51.4±20 (10-80)	42±23.2 (3-100)	48.9±24.8 (3-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	11 (4.2)	3 (2.9)	14 (3.9)	5 (2)		5 (1.8)	19 (3)
Mean±SD. (min-Max)	28.2±16 (10-50)	53.3±45.1 (10-100)	33.6±25 (10-100)	19±17.5 (10-50)		19±17.5 (10-50)	29.7±23.7 (10-100)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1 วันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ.2563 โดยให้ซื้อกลับได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีลูกค้าลดลงร้อยละ 94.5 โดยลูกค้าเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 69.9±31.6 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 87.2±28.7 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 81.4±27.5 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 65±29.5 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 50.7±26.7 (Mean±SD)

ตารางที่ 12 สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรนระยะที่ 1

สัดส่วนลูกค้าช่วง ผ่อนปรน	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	6 (2.3)	5 (4.9)	11 (3)	18 (7.1)		18 (6.5)	29 (4.5)
ลดลง n (%)	251 (96.9)	98 (95.1)	349 (96.4)	233 (91.4)	23 (100)	256 (92.1)	605 (94.5)
Mean±SD. (min-Max)	81.4±27.5 (10-100)	87.2±28.7 (10-100)	83±28 (10-100)	50.7±26.7 (5-100)	65±29.5 (10-100)	52±27.2 (5-100)	69.9±31.6 (5-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	2 (0.8)		2 (0.6)	4 (1.6)		4 (1.4)	6 (0.9)
Mean±SD. (min-Max)	30±28.3 (10-50)		30±28.3 (10-50)	22.5±18.9 (10-50)		22.5±18.9 (10-50)	25±19.7 (10-50)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4 วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 สามารถนั่งดื่มในร้านอาหารได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 91.9 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 58.2±30.7 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 72.2±29.5 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 66.7±30.5 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 52.2±26.1 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 43.9±25.6 (Mean±SD)



ตารางที่ 13 สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4

สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	8 (3.1)	7 (6.8)	15 (4.1)	20 (7.8)		20 (7.2)	35 (5.5)
ลดลง n (%)	245 (94.6)	93 (90.3)	338 (93.4)	227 (89)	23 (100)	250 (89.9)	588 (91.9)
Mean±SD. (min-Max)	66.7±30.5 (10-100)	72.2±29.5 (10-100)	68.2±30.3 (10-100)	43.9±25.6 (5-100)	52.2±26.1 (10-90)	44.7±25.7 (5-100)	58.2±30.7 (5-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	6 (2.3)	3 (2.9)	9 (2.5)	8 (3.1)		8 (2.9)	17 (2.7)
Mean±SD. (min-Max)	46.7±30.1 (10-100)	56.7±11.5 (50-70)	50±25 (10-100)	21.3±13.6 (10-50)		21.3±13.6 (10-50)	36.5±24.7 (10-100)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4 วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 สามารถนั่งดื่มในร้านอาหารได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายจ่ายลดลงร้อยละ 67.3 โดยมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 43.6±24.4 (Mean±SD) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 48.1±24.2 (Mean±SD) รองมา คือ รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 46.3±20.4 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 44.1±26.4 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 38.2±23.4 (Mean±SD)

ตารางที่ 14 สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4

สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	59 (22.8)	30 (29.1)	89 (24.6)	83 (32.5)	7 (30.4)	90 (32.4)	179 (28)
ลดลง n (%)	183 (70.7)	66 (64.1)	249 (68.8)	167 (65.5)	15 (65.2)	182 (65.5)	431 (67.3)
Mean±SD. (min-Max)	48.1±24.2 (5-100)	44.1±26.4 (5-100)	47.1±24.8 (5-100)	38.2±23.4 (3-100)	46.3±20.4 (20-80)	38.9±23.2 (3-100)	43.6±24.4 (3-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	17 (6.6)	7 (6.8)	24 (6.6)	5 (2)	1 (4.3)	6 (2.2)	30 (4.7)
Mean±SD. (min-Max)	35.6±31.7 (10-100)	35.7±28.2 (10-80)	35.7±30.1 (10-100)	17±8.4 (10-30)	10±0 (10-10)	15.8±8 (10-30)	31.7±28.2 (10-100)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4 วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 สามารถนั่งดื่มในร้านอาหารได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีลูกค้าลดลงร้อยละ 91.3 โดยลูกค้าเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 58.5±31.3 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 70.6±32.4 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 67.2±30.9 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 53.7±26.3 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 44.7±26.1 (Mean±SD)



ตารางที่ 15 สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรนระยะที่ 4

สัดส่วนลูกค้าช่วง ผ่อนปรน	ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	11 (4.2)	7 (6.8)	18 (5)	21 (8.2)	0 (0)	21 (7.6)	39 (6.1)
ลดลง n (%)	241 (93.1)	93 (90.3)	334 (92.3)	227 (89)	23 (100)	250 (89.9)	584 (91.3)
Mean±SD. (min-Max)	67.2±30.9 (10-100)	70.6±32.4 (10-100)	68.2±31.3 (10-100)	44.7±26.1 (5-100)	53.7±26.3 (10-90)	45.5±26.2 (5-100)	58.5±31.3 (5-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	7 (2.7)	3 (2.9)	10 (2.8)	7 (2.7)		7 (2.5)	17 (2.7)
Mean±SD. (min-Max)	58.3±35.6 (10-100)	50±36.1 (10-80)	55.8±33.9 (10-100)	18.6±14.6 (10-50)	0±0 (-)	18.6±14.6 (10-50)	40.5±32.9 (10-100)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5 ให้สถานบันเทิงเปิดได้ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 84.8 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 48.5±28.5 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 59.1±30.1 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 52.9±28.9 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 47.3±29 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 39.9±25 (Mean±SD)

ตารางที่ 16 สัดส่วนรายได้ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5

สัดส่วนรายได้ ช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม (n=259)	สถาน บันเทิง (n=103)	รวมมีที่ นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขาย ของชำ (n=255)	ร้านขาย ส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่ นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	17 (6.6)	8 (7.8)	25 (6.9)	26 (10.2)	1 (4.3)	27 (9.7)	52 (8.1)
ลดลง n (%)	219 (84.6)	87 (84.5)	306 (84.5)	217 (85.1)	20 (87)	237 (85.3)	543 (84.8)
Mean±SD. (min-Max)	52.9±28.9 (10-100)	59.1±30.1 (10-100)	54.7±29.4 (10-100)	39.9±25 (5-100)	47.3±29 (10-90)	40.5±25.3 (5-100)	48.5±28.5 (5-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	23 (8.9)	8 (7.8)	31 (8.6)	12 (4.7)	2 (8.7)	14 (5)	45 (7)
Mean±SD. (min-Max)	37.4±31.1 (10-100)	25.6±17.2 (10-55)	34.4±28.4 (10-100)	17.1±12.5 (5-50)	15±7.1 (10-20)	16.8±11.7 (5-50)	28.9±25.7 (5-100)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5 วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 ให้สถานบันเทิงเปิดได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้จ่ายลดลงร้อยละ 57.0 โดยมีรายได้จ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 39.9±24.1 (Mean±SD) ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายได้จ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 42.6±22.1 (Mean±SD) รองมา คือ รายขายส่งมีรายได้จ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 41.7±22.9 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายได้จ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 38.6±28.7 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายได้จ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 37.7±24.3 (Mean±SD)



ตารางที่ 17 สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5

สัดส่วนรายจ่ายช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	81 (31.3)	37 (35.9)	118 (32.6)	99 (38.8)	9 (39.1)	108 (38.8)	226 (35.3)
ลดลง n (%)	148 (57.1)	56 (54.4)	204 (56.4)	149 (58.4)	12 (52.2)	161 (57.9)	365 (57)
Mean±SD. (min-Max)	42.6±22.1 (5-100)	38.6±28.7 (5-100)	41.5±24.1 (5-100)	37.7±24.3 (5-100)	41.7±22.9 (20-80)	38±24.2 (5-100)	39.9±24.1 (5-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	30 (11.6)	10 (9.7)	40 (11)	7 (2.7)	2 (8.7)	9 (3.2)	49 (7.7)
Mean±SD. (min-Max)	36.5±27.8 (5-100)	22.2±22.5 (7-75)	32.9±27.1 (5-100)	17.9±9.1 (10-30)	20±14.1 (10-30)	18.3±9.4 (10-30)	30.2±25.3 (5-100)

ช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5 วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 ให้สถานบันเทิงเปิดได้ พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีลูกค้าลดลงร้อยละ 84.7 โดยลูกค้าเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 48.8±29 (Mean±SD) สถานบันเทิงมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 58.9±29.7 (Mean±SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 52.9±29.6 (Mean±SD) รายขายส่งมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 47.1±29.1 (Mean±SD) ร้านขายของชำมีรายจ่ายเฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 40.8±25.9 (Mean±SD)

ตารางที่ 18 สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรนระยะที่ 5

สัดส่วนลูกค้าช่วงผ่อนปรน	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (n=259)	สถานบันเทิง (n=103)	รวมมีที่นั่งดื่ม (n=362)	ร้านขายของชำ (n=255)	ร้านขายส่ง (n=23)	รวมไม่มีที่นั่งดื่ม (n=362)	รวม (n=640)
เท่าเดิม n (%)	21 (8.1)	12 (11.7)	33 (9.1)	30 (11.8)	3 (13)	33 (11.9)	66 (10.3)
ลดลง n (%)	224 (86.5)	84 (81.6)	308 (85.1)	215 (84.3)	19 (82.6)	234 (84.2)	542 (84.7)
Mean±SD. (min-Max)	52.9±29.6 (10-100)	58.9±29.7 (1-100)	54.6±29.7 (7 (1-100))	40.8±25.9 (5-100)	47.1±29.1 (10-90)	41.3±26.2 (5-100)	48.8±29 (1-100)
เพิ่มขึ้น n (%)	14 (5.4)	7 (6.8)	21 (5.8)	10 (3.9)	1 (4.3)	11 (4)	32 (5)
Mean±SD. (min-Max)	53.4±35.3 (10-100)	22.1±17.8 (5-60)	43±33.7 (5-100)	16±12.6 (10-50)	10±0 (10-10)	15.5±12.1 (10-50)	33.5±30.9 (5-100)

ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาด ต่อรายได้ของผู้ประกอบการและพนักงานสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พนักงานสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้ข้อมูลว่ารายได้ของตนลดลงประมาณ 30% ถึง 100% และรายจ่ายเพิ่มขึ้นจากปกติ 10% และส่วนใหญ่มีรายจ่ายมากกว่ารายรับ โดยรายจ่าย ได้แก่ ค่าห้องพัก ค่าอาหาร และสาธารณูปโภคอื่น ๆ ทั้งนี้ มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศในช่วงที่ 1 ส่งผลให้พนักงานส่วนใหญ่ถูกเลิกจ้าง รายได้หายไป 100% เช่น พนักงานรายหนึ่งทำงานได้เดือนละ 9500 บาท เมื่อเกิดการแพร่ระบาดก็



ขาดรายได้ทั้งหมด พนักงานที่ถูกเลิกจ้างบางรายได้รับเงินเยียวยาจากรัฐบาล เดือนละ 5000 บาท เป็นเวลา 3 เดือน ซึ่งน้อยกว่าปกติ แต่รายจ่ายยังคงเท่าเดิม พนักงานบางรายต้องกู้เงินเพื่อมาใช้จ่าย พนักงานบางรายในร้านอาหารและเครื่องดีมรายได้ลดลง 50% เนื่องจากเวลาทำงาน ลูกค้า และทิปที่ได้รับลดลง

ผู้ประกอบการสถานที่ขายอาหารและเครื่องดีมแอลกอฮอล์ ให้ข้อมูลว่าสัดส่วนรายได้ของตนเองลดลงอย่างมาก (ลดลง 30% - 100%) ภายหลังมีการออกมาตรการช่วงที่ 1 เนื่องจากร้านต้องปิดให้บริการ ในขณะที่รายจ่ายยังคงเดิม โดยรายจ่าย ได้แก่ ค่าเช่า และค่าสต็อกวัตถุดิบ ในทางกลับกัน ร้านที่จำหน่ายเครื่องดีมแอลกอฮอล์โดยเฉพาะเสียรายได้หลักไปทั้งหมด แต่สัดส่วนของรายจ่ายก็ลดลงด้วย เนื่องจากการปิดให้บริการทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าจ้างพนักงาน

ตั้งแต่ช่วงที่ 2 (วันที่ 3 พฤษภาคม 2563) เป็นต้นมา ร้านขายส่งเครื่องดีมแอลกอฮอล์สามารถกลับมาจำหน่ายเครื่องดีมแอลกอฮอล์ได้ตามปกติ และรายได้หลักกลับมาเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับช่วงก่อนการระบาด และรายจ่ายก็มีสัดส่วนเท่าเดิมกับช่วงปกติ ส่วนภายหลังช่วงที่ 3 (วันที่ 15 มิถุนายน 2563) ซึ่งลูกค้าสามารถนั่งดีมในร้านอาหารได้ รายได้และรายจ่ายของผู้ประกอบการก็กลับมาใกล้เคียงกับช่วงก่อนการระบาด ผู้ประกอบการบางรายมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 10% เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการลดลงเทียบกับช่วงก่อนการระบาด (ลดลงประมาณ 40% ถึง 100%) จึงมีการจ้างนักดนตรีเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

ตารางที่ 19 ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดต่อรายได้ของผู้ประกอบการและพนักงานสถานที่ขายเครื่องดีมแอลกอฮอล์

ช่วงเวลา	เนื้อหา
การลดลงของรายได้ในช่วงที่ 1 (12 เมษายน 2563)	<p>“...จากปกติ ทำงานได้เดือนละ 9500 บาท พอโรคโควิดระบาดก็ขาดรายได้ไปเลย มีรายได้จากการทำงานเสริม (ช่างแอร์บ้าง) เป็นรายวัน วันละ 400 บาท ได้รับเงินเยียวยา 5000 บาท 3 เดือน...” (ชาย 21 ปี พนักงานเสิร์ฟ สถานบันเทิง)</p> <p>“...รายได้แตกต่างกันของที่ร้านไม่แน่นอนอยู่แล้ว 100% เหลือ 50% รายจ่ายเท่าเดิมไม่ลดลง พักบัตรหรือจน จ่ายตามปกติเลย...” (ชาย 26 ปี พนักงานเสิร์ฟ ร้านอาหารและเครื่องดีม)</p>
การที่รายได้กลับมาฟื้นตัวในช่วงที่ 2 (3 พฤษภาคม 2563) เป็นต้นไป	<p>“...ช่วงที่ 1 รายได้ลดลง 50% รายจ่ายคงที่เท่าเดิม ช่วงที่ 2 รายได้เพิ่มขึ้นเกือบเท่าเดิม 80% รายจ่ายคงที่ ช่วงที่ 3 รายได้คงที่ 80% รายจ่ายคงที่ ช่วงที่ 4 รายได้คงที่ 80% รายจ่ายคงที่...” (หญิง 59 ปี เจ้าของร้านขายของชำ)</p> <p>“...ช่วงที่ 1 รายได้ 0 รายจ่าย 100% (เท่าเดิม:ค่าเช่าที่)ค่าจ้าง+ของที่ซื้อไว้ ช่วงที่ 2 รายได้ 30% รายจ่าย 70% (ลดการจ้างพนักงาน ลดการสต็อกสินค้า) ช่วงที่ 3 รายได้ 50% รายจ่าย 70% ช่วงที่ 4 รายได้ 80% รายจ่าย 100% (กลับมาขายปกติ แต่ลูกค้าบางส่วนหายไป...)” (หญิง 29 ปี เจ้าของร้านอาหารและเครื่องดีม)</p>



รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาด

ผู้ประกอบการที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้ข้อมูลว่าตนได้ปรับรูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามช่วงเวลาต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม 2563) ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนไปจำหน่ายสินค้าอื่นแทน ช่วงที่ 2 ช่วงซื้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน 2563) ผู้ประกอบการใช้วิธีขายอาหารแบบ take away แทนการรับประทานที่ร้าน และมีบริการจัดส่งแบบ Delivery พร้อมโปรโมชั่นจัดส่งฟรีภายในระยะทางที่กำหนด และมีการจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Grab, Food Panda และ LINE man นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook โพสต์รูปภาพและข้อความต่าง ๆ มีการเล่นดนตรีสดผ่านทางเพจ เพื่อให้ผู้ที่กักตุนหรือกตัญญูใจเพจสามารถรับทราบข่าวสารต่าง ๆ ได้ ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน 2563 เป็นต้นมา) มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาค่าอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมไปถึงเครื่องดื่มอื่น ๆ ลง 10% จากราคาปกติ การจัดโปรโมชั่นเบียร์ 3 ขวด ราคา 199 บาท เมื่อมาใช้บริการที่ร้านก่อนเวลา 21.00 น. การลดราคาเบียร์จากปกติราคาขวดละ 120 บาท เหลือเพียงขวดละ 100 บาท โปรโมชั่นซื้อ 1 ขวด แถม 1 ขวด โปรโมชั่นซื้อ 3 ขวด แถม 1 ขวด โปรโมชั่นวันเกิด หรือโปรโมชั่นตามช่วงสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น รับฟรีมิกเซอร์สำหรับผสมเครื่องดื่มเมื่อลูกค้าแต่งตัวตามหัวข้อ (Theme) ที่ร้านกำหนด นอกจากนี้มีการจัดโปรเบียร์ Voucher ส่วนลดค่าอาหาร แถม/แจกเครื่องดื่ม

ตารางที่ 20 รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด

ช่วงเวลา	เนื้อหา
การขายสินค้าอื่นแทนแอลกอฮอล์ในช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม 2563)	“...ขายอาหารและเครื่องดื่มอื่นแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น อาหารจะมีเบอร์เกอร์ สปาเก็ตตี้ สลัด และไก่ทอด ส่วนเครื่องดื่มมีโค้ก สไปร์ท น้ำเปล่า เป็นต้น ขายแบบเดลิเวอรี่ ผ่าน Food Panda เพิ่ม...” “...เปิดร้าน แต่ไม่ได้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีการขายขนมเงินเพิ่ม เพื่อหารายได้และนำเงินมาใช้จ่ายทางร้าน เช่น ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าเช่า...”
การโปรโมชั่นที่ช่วงที่ 2 ช่วงซื้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน 2563)	“...ใช้การเคลื่อนไหวในโซเชียลในการโปรโมทเพจของร้าน เพื่อให้ลูกค้าทราบว่า ร้านยังอยู่และได้ทราบความเคลื่อนไหว เช่น ถ้ายุบร้านลงเฟซบุ๊ก ให้เห็นการพัฒนาของร้านที่ดีขึ้น และให้นักดนตรีของร้านมาอัดเพลง ถ่ายคลิปโปรโมทร้านลงโซเชียลมีเดียต่าง ๆ...” (ชาย 26 ปี เจ้าของร้านอาหารและเครื่องดื่ม)
การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมยอดขายในช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน 2563 เป็นต้นมา)	“...มีการจัดโปรโมชั่น voucher ตามยอดค่าใช้จ่ายเพื่อจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป อาทิ เช่น ยอดบิล 300 บาทขึ้นไป ได้รับ voucher 50 บาท สำหรับการมาใช้ครั้งหน้า...” (ชาย 41 ปี ผู้จัดการร้านอาหารและเครื่องดื่ม) “...จัดโปรโมชั่น อาทิเช่น เบียร์ลิโอบี 3 ขวด 200 บาท (ขวดใหญ่) อาหารกับแถม 30 บาททุกจาน มาเกิน 3 คนแถมเหล้าปั่น 1 แก้ว...” (ชาย 33 ปี เจ้าของร้านอาหารและเครื่องดื่ม) “...ช่วงกลับมาเปิดได้ก็ขายแบบจัดโปรลดราคา เช่น เบียร์จาก 150 เหลือ 100 ตอนนี้นำกลับมาเปิดปกติก็จัดโปรตามกระแสสร้างจุดขายให้ทันสถานการณ์ แบบศุกร์ที่แล้วก็มาคิลล่าสัตว์กันไป ใครไล่หลายเลื้อยมาก็แจกมิกซ์...” (ชาย 45 ปี เจ้าของสถานบันเทิง)



สรุปวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการ กลุ่มร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้ประกอบการสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มร้านอาหารและเครื่องดื่ม ให้ข้อมูลเรื่องการปรับตัวในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนรูปแบบสินค้า โดยการเน้นขายสินค้าชนิดอื่นแทน ร้านที่ยังคงเปิดให้บริการต้องเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าเพื่อหารายได้ทดแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันได้แก่ อาหาร เช่น ขนมจีน สเปกเก็ตตี้ สลัด ไก่ทอด อาหารตามสั่ง และข้าวกล่องต่าง ๆ

2. จำกัดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่หันมาจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เข้ามาขายแทน และแนะนำเครื่องดื่มดังกล่าว เช่น น้ำผลไม้โซดา ชาเก๊กฮวย น้ำอัดลม น้ำเปล่า น้ำผลไม้ น้ำคอมบูชา (น้ำชาเขียวหรือชาดำน้ำตาล) เป็นต้น

3. จัดโปรโมชั่นอาหาร ทางร้านมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดค่าอาหารเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น โปรโมชั่นซื้อสินค้าช่วงเช้าลด 10% ช่วงบ่ายลด 15 % ลดราคาอาหารลงจากเดิม 50% และยังมีบริการรับทำข้าวกล่อง อาหารตามสั่ง โดยทางร้านเป็นผู้จัดส่งด้วยเอง นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายหันมาทำข้าวกล่องแจก 30 กล่องต่อวัน เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านบริเวณใกล้เคียงอีกด้วย

4. การเปลี่ยนรูปแบบการขาย ทางร้านเปลี่ยนการบริการเป็นการซื้อกลับบ้าน (Take Away) และมีการจัดส่งแบบ delivery มีการจัดส่งทั้งการใช้พนักงานของร้านเอง และใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ทำให้ทางร้านสามารถลดค่าใช้จ่ายในส่วนของวัตถุดิบและพนักงานได้ อย่างไรก็ตามการจัดส่งแบบ Delivery ยังคงขาดทุน เพราะลูกค้าสั่งอาหารและเครื่องดื่มในปริมาณน้อย

5. ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ มีการปิดร้านเร็วขึ้น หรือเปิดให้บริการเฉพาะตอนกลางวัน เนื่องจากช่วงห้ามจำหน่ายซ้อนทับกับช่วงที่มีการออกพระราชกำหนด (พรก.) ฉุกเฉิน

6. ลดค่าใช้จ่ายในร้าน (พนักงาน สต็อกสินค้า และวัตถุดิบ) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน เช่น พักงานชั่วคราว เลิกจ้าง ลดจำนวนพนักงานครึ่งหนึ่ง จ้างให้พนักงานออก หรือไม่จ่ายเงินเดือน พนักงานทำให้พนักงานต้องลาออก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางส่วนยังคงช่วยเหลือพนักงาน เช่น ลดจำนวนชั่วโมงการทำงาน หรือสนับสนุนทางด้านสวัสดิการแทน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยการลดการจัดซื้อวัตถุดิบลง 75% งดสั่งของทั้งเครื่องดื่มและวัตถุดิบเพื่อทำอาหาร

7. ปิดร้านเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการบางส่วนหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน โดยใช้ทุนสำรองและกำไรที่ขายได้ในช่วงก่อนเกิดโรคระบาด เช่น ขายสินค้าออนไลน์ ขายผลไม้ที่ตลาด เปิดขายส้มตำ ข้าวเหนียว ไก่ย่าง บริเวณหน้าร้าน เปิดขายข้าวราดแกงอีกฝั่งของร้าน รับทำอาหารกล่อง ขายก๋วยเตี๋ยวเรือ และอาหารตามสั่ง เป็นต้น แต่ยังคงมีการช่วยเหลือพนักงาน เช่น ไม่ปลดพนักงานและจ่ายค่าแรงเต็ม ช่วยชดเชยเงินให้พนักงานโดยการให้เงินเดือน 50% ให้เงินชดเชยเดือนละ 1,000 - 5,000 บาท จ่ายเงินเดือนพนักงานเดือนแรก ส่วนพนักงานที่ไม่ได้รับเงินเดือนจากทางร้านส่วนใหญ่ได้รับเงินเดือนจากประกันสังคมแทน ในระหว่างที่ปิดร้าน ผู้ประกอบการบางส่วนได้มีการปรับปรุง ทำความสะอาด ซ่อมแซมส่วนต่าง ๆ หรือรีโนเวท (Renovate) ร้านใหม่ เพื่อเตรียมพร้อมให้บริการลูกค้าในอนาคต



8. **แอบจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งทำการระบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสต็อกให้แก่คนรู้จักในราคาที่ถูกลงกว่าปกติ บางรายมีการแอบจำหน่ายให้ลูกค้าประจำ และบางร้านยังคงแอบขายอยู่ โดยเปลี่ยนจากขวดเทใส่เหยือกแทน

ช่วงที่ 2 ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ.2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ** ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ยังคงเปิดให้บริการมีการปรับเวลา เพื่อความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโรค และประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ และวัตถุดิบ

2. **เปลี่ยนรูปแบบการขาย** เปลี่ยนวิธีการขายจากหน้าร้านเป็นแบบซ็อกกลับบ้าน (Take Away) และมีการจัดส่งแบบ delivery มีการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ มีการโปรโมทผ่านทางเพจ Facebook มีการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รูปแบบ delivery ส่งฟรีตามระยะทางที่กำหนด เปลี่ยนวิธีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการเปลี่ยนจากขายเป็นขวดมาขายที่ละถัง บางร้านยังคงจดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เน้นขายอาหารและเครื่องดื่มชนิดอื่นแทน

3. **จัดโปรโมชั่นอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** มีการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย โปรโมชั่นทางด้านอาหาร เช่น ลดค่าอาหาร 50% จากราคาปกติ โปรโมชั่นทางด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น จัดโปรโมชั่นขายเหล้าและมิกเซอร์เป็นชุด และจำหน่ายยกถัง เพื่อให้สินค้าหมดเร็วขึ้น

4. **ลดค่าใช้จ่ายในร้าน-ปิดกิจการถาวร** ผู้ประกอบการบางส่วนตัดสินใจปิดให้บริการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบเดิมได้ ทำให้ลูกค้าลดลง และไม่คุ้มกับการลงทุน บางส่วนให้พนักงานพักงานชั่วคราว ส่วนใหญ่ทำการเลิกจ้างพนักงานอย่างถาวร บางร้านได้ทำการปิดกิจการถาวร ร้านที่เปิดให้บริการมีการลดจำนวนพนักงาน เนื่องจากกิจการร้านอาหารประเภทซ็อกกลับบ้าน มีความต้องการพนักงานน้อยกว่าเดิม จึงมีการจ้างพนักงานน้อยลง

5. **ประกอบอาชีพเสริม** ผู้ประกอบการบางรายได้หันไปเน้นขายสินค้าอื่นมากกว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากมาตรการผ่อนปรนยังคงกีดกันการจำหน่ายแอลกอฮอล์อย่างอิสระ ส่วนผู้ประกอบการบางรายหันไปประกอบอาชีพอื่นหรือหาอาชีพเสริม โดยการนำทุนสำรองมาใช้ในการลงทุนทำธุรกิจใหม่ ได้แก่ เปิดร้านขายส้มตำ ข้าวเหนียว ไก่ย่าง เปิดขายข้าวราดแกง อีกรึ่งของร้าน ขายอาหาร ขนมจีน รับทำอาหารกล่อง ของหวาน และบางร้านยังคงเน้นขายเครื่องดื่มประเภท non-alcoholic เช่น mocktail แทนเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **เปลี่ยนวิธีการจำหน่ายสินค้า** มีบริการจัดส่ง delivery มีการจัดโปรโมชั่นส่งฟรี ในระยะ 5 กิโลเมตร หรือสั่งอาหารครบ 300 บาทจัดส่งฟรี

2. **เน้นขายอาหารเป็นหลัก** ผู้ประกอบการเน้นจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารมากขึ้น โดยมีการสั่งวัตถุดิบในการทำอาหารมากกว่าสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการระบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากช่วงมาตรการที่ผ่านมา มีการเพิ่มเมนูอาหารเสริม เช่น หมูจุ่ม ส้มตำ ยำ บางร้านยังคงปิดให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มชั่วคราว หรือเน้นจำหน่ายเฉพาะอาหารเพียงอย่างเดียว เช่น อาหารตามสั่ง และก๋วยเตี๋ยว



3. **ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ** ผู้ประกอบการที่กลับมาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาหารตามเดิม มีการปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการเพื่อประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านค่าน้ำ ค่าไฟ และเพื่อความปลอดภัยจากโรคระบาด

4. **จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า** ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางส่วนได้กระตุ้นการขายสินค้า โดยการจัดโปรโมชั่น เช่น ลดราคาอาหาร 15-50% ลดราคาเครื่องดื่ม 10% บางร้านลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากถึง 50% นอกจากนี้มีการโปรโมทร้านผ่านทาง social network เช่น การทำเพจ การเชิญ influencer มารีวิว การโฆษณาทางผ่านทางเพจ หรือ การซื้อโฆษณาทาง Facebook เป็นต้น

5. **ลดค่าใช้จ่ายในร้าน** ร้านที่เปิดให้บริการและมีการจ้างพนักงานตามปกติ แต่พบว่าผู้ใช้บริการน้อย ผู้ประกอบการจึงต้องลดค่าใช้จ่ายลง เช่น ลดเงินเดือนของพนักงาน ลดจำนวนพนักงานลง เปลี่ยนรูปแบบการจ้างงานแบบประจำเป็นรายวัน ลดปริมาณการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลดความถี่ในการซื้อวัตถุดิบการทำอาหาร และการส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเปลี่ยนจากการซื้อเป็นลังเป็นซื้อแบบปลีก

6. **ปิดให้บริการ** ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางส่วนยังคงปิดให้บริการ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ยังไม่อนุญาตให้เปิดร้านตามปกติ บางส่วนงดจ่ายค่าจ้างพนักงาน รวมถึงนักร้องนักร้องดนตรี ส่วนบางร้านให้การช่วยเหลือโดยให้เงินชดเชยแก่พนักงาน ทั้งนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มบางส่วนหันไปประกอบอาชีพอื่น หรือหารายได้เสริมแทน บางร้านหันไปประกอบธุรกิจอื่น เช่น ร้านนม ร้านปิ้งย่าง เป็นต้น ผู้ประกอบการบางส่วนปิดปรับปรุงร้านตั้งแต่เดือนเมษายนจนถึงเดือนสิงหาคม

7. **การระดมทุนหรือการระดมเงินในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค** ผู้ประกอบการบางรายได้ทำการหาต้นทุนในการลงทุนเพื่อใช้ในการเปิดร้านในช่วงนี้ เช่น ขอกู้ยืมเงิน ขอสินเชื่อจากธนาคาร เพื่อมาใช้เป็นทุนในการหมุนเวียนกิจการ บางรายได้เข้าร่วมหุ้นส่วนลงทุนใหม่โดยนำทุนที่ได้มาบริหารจัดการร้าน ชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าวัตถุดิบ และค่าจ้างลูกจ้างตามเดิม บางรายได้นำเงินเก็บหรือเงินเยียวจากรัฐบาลมาใช้เป็นต้นทุนในการบริหารจัดการร้าน

8. **ดำเนินการตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐ** ได้แก่ จำกัดคนนั่งไม่เกิน 4-5 คน /โต๊ะ แต่ละโต๊ะห่างกันอย่างน้อย 2 เมตร ก่อนเข้าร้านต้องทำการวัดอุณหภูมิ ลงทะเบียนผ่านทางแอปพลิเคชันไทยชนะ และกวดขันการล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ รวมถึงสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าใช้บริการ

“...จำหน่ายปกติ เพียงแค่จำกัดคนเข้า มีการวัดไข้ก่อนเข้าร้าน และเพิ่มจุดบริการแอลกอฮอล์ล้างมือ เปลี่ยนแก้วเป็นพลาสติก...”

“...เปิดร้านรอลูกค้ามาใช้บริการ ทำตามมาตรการป้องกัน วัดไข้ เจลล้างมือ เว้นระยะห่าง โต๊ะละไม่เกิน 4 คน ไม่ได้จัดโปรโมชั่นอะไร...”

“...เริ่มเปิดร้าน โดยมีจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิ ล้างมือ สวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน จำกัดคนนั่งไม่เกิน 4-5 คน /โต๊ะ ห้ามต่อโต๊ะ แต่ละโต๊ะห่างกันอย่างน้อย 2 เมตร กำหนดเวลาเปิดปิด ตามที่รัฐกำหนด...”

ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **ควบคุมค่าใช้จ่าย** ร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่เปิดให้บริการตามปกติ แต่บางร้านยอดขายยังไม่เท่าเดิม ดังนั้นจึงต้องควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน โดยการลดค่าใช้จ่ายทางด้านพนักงาน ได้แก่ การลดค่าจ้างและปริมาณพนักงาน รวมถึงลดเวลาการทำงานลง เช่น ปกติพนักงานจะต้องมาทำงานสัปดาห์ละ 6 วัน เปลี่ยนเป็นแบบ



part-time และบางร้านยังคงให้เงินเดือนพนักงานน้อยกว่าช่วงปกติ 25-50% นอกจากนี้ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางร้านลดการสั่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง เช่น จากปกติสั่งซื้อครั้งละ 100 ลัง ลดเหลือ 10-20 ลัง บางร้านแต่เดิมมีการสั่งซื้อทุกวัน ภายหลังจากได้มีการสั่งซื้อทุก 3 วันแทน ทางด้านค่าใช้จ่ายในการทำอาหาร บางร้านลดการซื้อวัตถุดิบการทำอาหารลง ผู้ประกอบการบางรายเลิกหารายได้เสริมและกลับมาเปิดร้านตามเดิม อย่างไรก็ตามทางด้านพนักงานร้านอาหารและเครื่องดื่มบางแห่งมีการเพิ่มเงินให้พนักงานเท่ากับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรค

2. โพรโมทิจการ ประชาสัมพันธ์ และทำการตลาด ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางส่วนมีการโปรโมทร้านผ่านทางเพจ Facebook, Line, วิทยุ และทางใบปลิว เพื่อให้ดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้าน บางร้านมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย ได้แก่ จัด voucher เพื่อจูงใจให้กลับมาใช้บริการ รายการอาหารลด 5-30% เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลด 10% เบียร์หรือ cocktail ชื่อ 1 ขวดแถม 1 ขวด เบียร์กระป๋องชื่อ 3 กระป๋องแถม 2 กระป๋องไวน์ 1 แก้ว แถมพิซซ่า หรือโปรโมชั่นเมื่อลูกค้ามาก่อน 3 ฟุ่ม เบียร์สิงห์ 3 ขวด 199 บาท นอกจากนี้มีโปรโมชั่นเสริมตามวันพิเศษ เช่น วันแม่ หรือ วันเกิดลดราคาอาหาร 10% ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางร้านทำการปรับปรุงร้านใหม่และปรับเปลี่ยนบรรยากาศให้ดูแปลกขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้า

3. บริการจัดส่ง delivery แม้ว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มสามารถให้บริการได้ตามปกติ แต่ทว่าจำนวนผู้ใช้บริการยังคงเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนหนึ่งได้ให้บริการแบบ delivery เพื่อหารายได้เสริม โดยมีการจัดส่งเอง และเข้าร่วมกับ Grab หรือ Food Panda ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสินค้าที่ส่งจะเป็นอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น อาหารไทย อาหารฝรั่ง น้ำผลไม้ เป็นต้น

4. เน้นจำหน่ายอาหารมากขึ้น และทำธุรกิจเสริม เช่น ขับ Grab ธุรกิจอาหารปิ้งย่าง ซากาแฟ สเต็ก ข้าวราดแกง และอาหารตามสั่ง โดยบางรายได้ทำการขายอาหารเหล่านี้ในเวลากลางวัน และเปิดให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตอนกลางคืน เช่น บางร้านจำหน่ายอาหาร เช่น ส้มตำ ข้าวเหนียว ไก่ย่าง และก๋วยเตี๋ยว โดยเปิดให้บริการช่วง 11.00 -18.00 น. และหลัง 6 โมงเย็นถึงเที่ยงคืน เปิดในส่วนของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ และยังคงขายส้มตำและก๋วยเตี๋ยวควบคู่กันไป

5. เปลี่ยนเวลาการให้บริการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางส่วนมีการปรับเวลาเปิดปิดร้าน เพื่อประหยัดต้นทุน ค่าน้ำและค่าไฟ เนื่องจากผู้ใช้บริการน้อยลง โดยทางร้านทำการเปิดปิดร้านเร็วขึ้น เช่น ปรับเปลี่ยนเวลาจาก 17.00-24.00 น. เป็น 15.00-23.00 น. ลดเป็น 2 ช่วงแทน คือ 11.00น.-14.00น.กับ 17.00 น.-20.00 น. บางร้านเพิ่มเวลาการเปิดร้านจากช่วงปกติเปิด-ปิด 17.00-24.00 น. เป็น 10.00-24.00 น. เพื่อเพิ่มรายได้จากการขายอาหารในช่วงกลางวัน

6. หาแหล่งทุนเพื่อใช้จ่ายภายในร้าน ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาด มาตรการของรัฐที่ผ่านมารัฐ รวมถึงสถานะเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนขาดรายได้ ดังนั้นเมื่อร้านอาหารและเครื่องดื่มสามารถทำการเปิดได้ตามปกติ ผู้ประกอบการจึงต้องหาแหล่งทุนเพื่อนำมาใช้หมุนเวียนภายในร้าน เช่น เงินที่ได้รับการเยียวยาจากรัฐบาลจำนวน 5,000 บาท การกู้ยืมจากธนาคาร เงินเก็บ หรือเงินทุนสำรองของทางร้าน ในการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าวัตถุดิบอาหาร ค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค่าจ้างลูกจ้างตาม



7. **ปิดให้บริการ** ร้านอาหารและเครื่องดื่มบางร้านยังคงให้บริการแบบชั่วคราว เนื่องจากบางร้านมีฐานลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ เมื่อนักท่องเที่ยวชบเซาลง ร้านเหล่านี้จึงปิดให้บริการ ซึ่งเป็นการขจัดปัญหาค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวัตถุดิบในการทำอาหาร ค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และค่าจ้างพนักงาน ส่วนบางร้านมีการปิดกิจการถาวร เนื่องจากมียอดขายลดลงตั้งแต่ก่อนการแพร่ระบาดของโรค อีกทั้งเมื่อประสบกับมาตรการห้ามขายเครื่องดื่มหรือมาตรการเกี่ยวกับแอลกอฮอล์อื่น ๆ ของรัฐ รวมถึงวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงแพร่ระบาด ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแบกรับภาระดังกล่าวได้ ดังนั้นจึงปิดกิจการและหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน



ตารางที่ 21 อิมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหาร แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด

<p>ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน - 2 พฤษภาคม พ.ศ.2563)</p> <p>1. เปลี่ยนรูปแบบสินค้า</p> <p>“...เปิดร้าน แต่ไม่ได้ขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ และมีการขายขนมเงินเพิ่ม เพื่อหารรายได้และนำเงินมาใช้จ่ายทางร้าน เช่น ค่าไฟ ค่าน้ำ ค่าเช่า...”</p>	<p>ช่วงที่ 2 ช่วงซื้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม - 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)</p> <p>1. ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ</p> <p>“...เปิดช่วงปกติ 11.00 น.-24.00 น. ลดเป็น 2 ช่วงแทนคือ 11.00น.-14.00น. 17.00น.-20.00น. ขายอาหารตามปกติแต่ยังไม่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์...”</p>	<p>ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. เปลี่ยนวิธีการจำหน่ายสินค้า มีบริการจัดส่ง delivery มีการจัดโปรโมชั่นส่งฟรี ในระยะ 5 กิโลเมตร หรือสั่งอาหารครบ 300 บาทจัดส่งฟรี</p> <p>“...มีการจัดร้านตามมาตรการของรับ โดยจัดที่นั่งห่างกัน และควบคุมจำนวนลูกค้าต่อโต๊ะไม่เกิน 3-4 คน และยังมีบริการขายอาหารผ่าน Grab / Food Panda และยังมีบริการจัดส่งโปรโมชั่น โฆษณาทางเพจ ชื่อโฆษณาทาง Facebook...”</p>	<p>ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. ควบคุมค่าใช้จ่าย</p> <p>“...ลดพนักงานลงเหลือ 3 คน ลดการสั่งของเหลือ 1 ใน 4 ส่วน ...”</p>
<p>2. จำกัดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์</p> <p>“...มีลูกค้าบางส่วนสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ทางร้านได้แนะนำเครื่องดื่มแบบ Non-Alcohol ให้แทน เช่น น้ำผลไม้โซดา ชา เก๊กฮวย เป็นต้น...”</p>	<p>2. การเปลี่ยนรูปแบบการขาย</p> <p>“...ลูกค้าไม่เยอะ ขายได้ไม่มาก เน้น take Away กับ delivery...”</p>	<p>2. เน้นขายอาหารเป็นหลัก</p> <p>“...ทางร้านกลับไปเปิดให้บริการอีกครั้ง โดยขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเสริมด้วยการนำธุรกิจด้านอาหารประเภทยำและส้มตำ มาเปิดบริการควบคู่ พนักงานยังคงไม่ได้รับค่าจ้าง แต่ได้รับค่าจ้างเป็นมืออาหาร...”</p>	<p>2. ไปโรมพิงกการ ประชาสัมพันธ์ และการตลาด</p> <p>“...มีการไปโรมพิงร้าน ทางเพจ Facebook ทางวิทยุ ทางไปลิ่ว เพื่อให้ลูกค้าที่สนใจเข้ามาทานร้านเราเพิ่มขึ้น...”</p>
<p>3. จัดโปรโมชั่นอาหาร</p> <p>“...งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ยังคงขายอาหารทุกอย่างตามปกติ มีการจัดโปรโมชั่น ส่วนลดค่าอาหาร ช่วงเข้าลด 10% ช่วงบ่ายลด 15 % พนักงานยังคงทำงานตามปกติ ค่าจ้างเท่าเดิม...”</p>	<p>3. จัดโปรโมชั่นอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p> <p>“...นอกจากลูกค้าซื้อกลับบ้านได้ เรามีบริการส่งที่ (โทรสั่งในพื้นที่ที่ไม่ไกลจากร้านมาก จัดโปรโมชั่นช่วยเหลือ เหล้า+มีกเซอร์ 5ขวด เหล้า+มีกเซอร์ 10 ขวด...”</p>	<p>3. ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ</p> <p>“...ในช่วงที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เปิดเป็นร้านนมแทน เช้าร่วมเดลิเวอรี่ ผ่าน food panda และมีการติดตามที่รัฐออกกฎหมาย ปรับเปลี่ยนเวลา จากปกติ 17.00 น.-24.00 น. ขายแต่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ช่วงนี้เปลี่ยนเวลาเปิดเป็น 07.00 น.-22.00 น....”</p>	<p>3. บริการจัดส่ง Delivery</p> <p>“...ขายอาหารและเครื่องดื่มตามปกติ ให้นั่งในร้านได้ แต่ก็ยังขายแบบ Delivery ผ่าน Food panda เพิ่ม...”</p>



ตารางที่ 21 อิมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหาร แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด (ต่อ)

<p>ช่วงที่ 1 ช่วงพักจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ.2563)</p> <p>4. การเปลี่ยนรูปแบบการขาย</p> <p>“...ทางร้านได้มีบริการขายอาหารแบบ delivery โดยทางร้านก็ได้ได้ประมาณ 1 เดือนแล้วทางร้านก็ได้ยกเลิกบริการ Delivery เพราะไม่มีลูกค้า และให้เงินเดือนพนักงานแค่ 50%...”</p>	<p>ช่วงที่ 2 ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)</p> <p>4. ลดค่าใช้จ่ายในร้าน-ปิดกิจการถาวร</p> <p>“...ลดจำนวนพนักงาน เนื่องจากเป็นการซ็อกกลับบ้าน ทำให้ไม่จำเป็นต้องจ้างคนล้างจาน ช่วยกันล้างในหมู่ญาติ เพื่อลดค่าใช้จ่าย...”</p>	<p>ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)</p> <p>4. จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า</p> <p>“...เปิดร้าน มีโปรโมชั่นลดราคาอาหาร 20% ลูกค้าที่จองมีส่วนลด 20% ดึงพนักงานเดิม กลับมาทำงาน ปรับเมนูให้เข้ากับคนใหม่มากขึ้น คิดโปรโมชั่นเรื่อย ๆ...”</p>	<p>ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)</p> <p>4. เน้นจำหน่ายอาหารมากขึ้น และทำธุรกิจเสริม</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ ส่วนโซนด้านล้างก็เป็นร้านกาแฟ ที่ขายในช่วงเวลากลางวัน เปิดร้านตามช่วงเวลาปกติ 17.00น.-00.00น. ในช่วงเวลากลางวันเจ้าของกิจการก็ยังซบแกร็บ แล้วมาเปิดร้านช่วงเย็น ลดการสั่งซื้อเหล้าเบียร์ลง จากซื้อทุกวันเปลี่ยนเป็น 3 วันซื้อที่ ลดการซื้อวัตถุดิบการทำอาหารน้อยลง...”</p>
<p>5. ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ</p> <p>“...เปลี่ยนเวลาเปิด-ปิดร้าน เป็น 10.30 น. - 20.30 น. จากปกติ 17.00 น. - 00.00 น.”</p>	<p>5. ประกอบอาชีพเสริม</p> <p>“...ปิดร้าน งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และทำการเลิกจ้างพนักงานเป็นการชั่วคราว ทุกตำแหน่ง ทั้งนี้เจ้าของกิจการได้หันไปเปิดขายส้มตำ ข้าวเหนียว กล้วยบริเวณหน้าร้านแทน เพื่อหารายได้เข้ามาหมุน...”</p>	<p>5. ลดค่าใช้จ่ายในร้าน</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ ลดการซื้อเหล้าเบียร์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านค่าเหล้าเบียร์ลง ลดการสั่งซื้อวัตถุดิบการทำอาหารลงจากเดิมซื้อทุกวัน เปลี่ยนเป็น 2 วันซื้อ เพิ่มเวลาการเปิดร้าน จากช่วงปกติเปิด -ปิด 17.00-24.00น. เป็น 10.00-24.00น. เพิ่มการขายอาหารในเวลา กลางวัน เรียกพนักงานกลับมาทำงาน รับเงินเดือนตามปกติ...”</p>	<p>5. เปลี่ยนเวลาให้บริการ</p> <p>“...ใช้จ่ายเปิดปกติเวลา 11.00น.-24.00น. ลดเป็น 2 ช่วงแทน คือ 11.00น.-14.00น.กับ 17.00 น.-20.00 น....”</p>
<p>6. ลดค่าใช้จ่ายในร้าน (พนักงาน สัตว์ก ลินค้า และวัตถุดิบ)</p> <p>“...พนักงานพนักงาน ไม่จ่ายเงินเดือน พนักงาน แต่สนับสนุนทางด้านสวัสดิการ แทน คือ ช่วยค่าเช่าหอพัก ร้านปิด ของงด สิ่ง แจกจ่ายอาหารและเครื่องดื่มพนักงานฟรี...”</p>	<p>6. ปิดให้บริการ</p> <p>“...ปิดการค้าเน้นการ งดจ่ายค่าจ้างพนักงาน รวมถึงพนักงานคนตรี ยังไม่สามารถ ดำเนินการเปิดตามปกติได้ เนื่องจากมีลักษณะ เป็นสถานบริการ จัดเตรียมร้านเพื่ออนุญาตให้ เปิดดำเนินการ...”</p>	<p>6. หาแหล่งทุนเพื่อใช้จ่ายภายในร้าน</p> <p>“...เปิดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาหาร ตามเดิม แล้วมาขายในราคาปกติโดยใช้เงินกู้จาก ธนาคารเข้ามาเป็นทุนในการบริหารจัดการ...”</p>	



ตารางที่ 21 ธีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหาร แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด (ต่อ)

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน - 2 พฤษภาคม พ.ศ.2563)	ช่วงที่ 2 ช่วงช้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม - 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)	ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในบ้าน (15 มิถุนายน พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)	ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)
<p>7. ปิดร้านเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย</p> <p>“...ปิดร้าน เปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส โดยการปรับเมนูใหม่ และได้ลดจำนวนพนักงานลงจาก 45 คน เหลือ 25 คน เพื่อลดค่าใช้จ่ายของร้าน...”</p>	<p>7. การปรับคูปองร้านในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค</p> <p>“...เจ้าของกิจการกลับมาเปิดกิจการขายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ โดยเจ้าของกิจการได้ไปขอกู้ยืมเงิน และขอสินเชื่อจากธนาคารออมสินจำนวน 10000 บาท เพื่อมาใช้เป็นทุนในการหมุนเวียนกิจการ...”</p>	<p>7. ปิดให้บริการ</p> <p>“...ปิดกิจการ เพราะก่อนโควิดก็ขายไม่ได้อยู่แล้ว ภาษีกี่แพงเปิดต่อก็คงขาดทุน...”</p>	
<p>8. แอบจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p> <p>“...งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็มีการแอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้าง โดยเปลี่ยนไปเทใส่เหยือกแทน...”</p>		<p>8. ดำเนินการตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐ</p> <p>“...เริ่มเปิดร้าน โดยมีจุดคัดกรองตรวจวัดอุณหภูมิ ล้างมือ สวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าร้าน จำกัดคนนั่งไม่เกิน 4-5 คน /โต๊ะ ห้ามต่อโต๊ะ แต่ละโต๊ะทำงานอย่างน้อย 2 เมตร กำหนดเวลาเปิดปิด ตามที่รัฐกำหนด...”</p>	



สรุปวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการ กลุ่มร้านขายของชำ

ผู้ประกอบการสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มร้านขายของชำ ให้ข้อมูลเรื่องการปรับตัวในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. ปิดร้านและประกอบอาชีพเสริม ร้านขายของชำส่วนหนึ่งทำการปิดให้บริการ อันเนื่องมาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจและความกังวลต่อการแพร่ระบาด ทำให้อัตราส่วนของลูกค้าลดลง ผู้ประกอบการบางรายกลับภูมิลำเนาและเลิกจ้างพนักงาน เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการบางรายหันมาประกอบอาชีพเสริม เช่น เกษตรกร ขายอาหาร ขายสินค้าออนไลน์ รับจ้างก่อสร้าง เปิดร้านขายลูกชิ้น รับจ้างแห่หรือทำป้ายโฆษณา ขับรถส่งพนักงาน ทำธุรกิจแก๊ส และขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผัก ผลไม้ เป็นต้น

2. ขายสินค้าตามปกติ ไม่มีวิธีการจัดการใด ๆ ทั้งสิ้น ทำได้เพียงงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรการของรัฐเท่านั้น ร้านขายของชำส่วนใหญ่จึงมีการเปิดให้บริการตามปกติ เพียงแต่งดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บางร้านมีการจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่เหลืออยู่ในร้าน โดยการเน้นขายสินค้าอื่นภายในร้านแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อระบายสินค้าและประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค หรือสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าสำหรับทำบุญ น้ำอัดลม บุหรี่ และขนม เป็นต้น

3. นำสินค้าอื่นมาขายเพิ่ม ผู้ประกอบการร้านของชำส่วนหนึ่งนำสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาขายในร้านในช่วงห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ลูกชิ้นปิ้ง กว๊ายเตี๋ยว ผลไม้สด พืชผักสวนครัว อาหารสำเร็จรูป เครื่องเทศ หน้ากากอนามัย และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ เป็นต้น

4. จัดทำโปรโมชั่นและให้สินเชื่อลูกค้า เนื่องการแพร่ระบาดของโรคทำให้สถานประกอบการอื่น ๆ ปิดตัวลงส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีกำลังซื้อ ทางผู้ประกอบการร้านขายของชำบางส่วนที่เปิดให้บริการมีการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น ลดราคาสินค้า และขายสินค้าไม่เกร็งกำไร นอกจากนี้ยังมีการทำบัญชีสินเชื่อแก่ลูกค้า โดยเลือกผู้ที่น่าเชื่อถือไว้ใจได้ หรือลูกค้าที่รู้จัก

5. เปลี่ยนวิธีการขาย โดยทางร้านขายของชำได้เปลี่ยนวิธีให้บริการลูกค้า โดยปิดหน้าร้าน กล่าวคือ มีการเปลี่ยนจากลูกค้าสามารถเลือกหยิบจับสิ่งของได้เองภายในร้าน เป็นลูกค้ายื่นรอข้างนอกและเจ้าของร้านจะหยิบของที่ต้องการให้ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค

6. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน ผู้ประกอบการร้านขายของชำบางรายต้องทำการกู้เงิน หรือนำเงินเก็บมาใช้เพื่อประคับประคองและเป็นทุนหมุนเวียนภายในร้าน บางรายได้ทำเรื่องพักชำระหนี้ จนกระทั่งต้องประหยัดค่าใช้จ่ายส่วนตัว นอกจากนี้ยังลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน เช่น จำนวนพนักงาน และปริมาณการสั่งซื้อของเข้าร้าน

7. แอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากบางร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าหลัก ดังนั้นทางผู้ประกอบการร้านของชำจึงมีการแอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าประจำ หรือคนรู้จัก เพื่อแบ่งเบาภาระของต้นทุนตกค้างจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ช่วงที่ 2 ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **กลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ** เพื่อระบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตักค้างจากช่วงห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีการปรับเวลาเปิดให้บริการร้านตามประกาศใน พรก. ฉุกเฉิน

2. **เน้นจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นมากขึ้น** จากมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านมา แม้จะมีการผ่อนปรนอนุญาตให้ซ็อกกลับได้ แต่บางร้านยังคงเน้นจำหน่ายสินค้าอื่นอยู่ เพราะลูกค้าที่ต้องการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลงเนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจในช่วงแพร่ระบาด ทำให้ลูกค้ามีรายได้ลดลง และไม่มีกำลังซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางผู้ประกอบการร้านขายของชำจึงมีการเน้นขายสินค้าที่จำเป็น เช่น เจลแอลกอฮอล์ หน้ากากอนามัย อาหาร ไข่ไก่ ข้าวสาร ลูกชิ้น ผัก ผลไม้ ข้าวกล่อง ขนม และสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ

3. **ปรับเปลี่ยนวิธีการขาย** โดยทางร้านขายของชำบางร้านได้เปลี่ยนวิธีให้บริการลูกค้า เป็นให้ลูกค้ายื่นรอนหน้าร้าน ส่วนเจ้าของร้านหรือพนักงานจะเป็นผู้หยิบจับสิ่งตามลูกค้าต้องการ นอกจากนี้กรณีลูกค้าต้องการเข้าซื้อของภายในร้าน ลูกค้าต้องสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ก่อน ส่วนบางร้านทำการพ่นแอลกอฮอล์ใส่เงินของลูกค้าทุกครั้ง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค

4. **จัดโปรโมชั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** เพื่อกระตุ้นการขายและระบายสินค้าตักค้างจากมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีโปรโมชั่นดังนี้ บางร้านมีการลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์ช้าง ขวด 65 เหลือ 60 บางร้านมีโปรโมชั่นแถมน้ำแข็งฟรีเมื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากทางร้าน เช่น กรณีซื้อเบียร์ 8 - 9 ขวด แถมน้ำแข็ง 10 บาท กรณีซื้อเหล้าราคาสูงแถมน้ำแข็ง 10 บาท เป็นต้น

5. **ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน** เนื่องจากจำนวนลูกค้าลดลง ทำให้ผู้ประกอบการร้านของชำส่วนใหญ่ทำการควบคุมค่าใช้จ่าย เช่น ลดการซื้อสินค้าเข้าร้านลง 50 % ซื้อสินค้าอาทิตย์ละครั้ง บางร้านมีการซื้อสินค้าวันต่อวัน แทนการสต็อกสินค้าไว้ในปริมาณมากเหมือนปกติ บางร้านซื้อเฉพาะของที่จำเป็นมาขายเท่านั้น

6. **การบริหารเงินภายในร้าน** ร้านขายของชำส่วนหนึ่งขาดทุนจากจำนวนลูกค้าลดลง ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้รายได้ลดลงและไม่มีทุนหมุนเวียนเพื่อซื้อสินค้าเข้าร้าน ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายของชำบางส่วนจึงต้องนำเงินเก็บส่วนตัว เงินบำนาญ หรือเงินเยียวยากรัฐ มาเป็นทุนใช้จ่ายหมุนเวียนภายในร้าน รวมถึงชำระ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเช่าที่ บางส่วนมีการกู้เงินจากธนาคาร เพื่อประคับประคองธุรกิจให้อยู่รอดต่อไปได้

ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในร้าน** โดยเฉพาะลดจำนวนการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำหน่ายประมาณ 50% เพื่อประหยัดต้นทุน เช่น ขนม นม ไข่ อาหารต่าง ส่วนเครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางร้านได้ทำการสั่งซื้อลดลงจาก 3 ลัง เหลือเป็นครึ่งลัง โดยการซื้อของจากเดิมซื้อของวันละ 3-4 ครั้ง ลดเป็นอาทิตย์ละ 1 ครั้งและซื้อเฉพาะของที่จำเป็นมาขาย นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายได้ยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าบางชนิดมาจำหน่าย และพยายามระบายสินค้าในสต็อก ส่วนทางด้านพนักงาน บางร้านจ้างพนักงานกลับมาทำงานตามปกติ แต่ลดเงินเดือนลง 50% และลดจำนวนพนักงานลงจาก 8 คน เหลือ 4 คน

2. **มีการจัดโปรโมชั่นและปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ** บางร้านมีการจัดโปรโมชั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลด 50% เพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้มีการปรับเปลี่ยนเวลาจากปกติเปิดให้บริการ 17.00-24.00 น. เป็น 17.00-22.00 น. ตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค



3. บางร้านมีการนำสินค้าใหม่เข้ามาจำหน่าย เพื่อเพิ่มยอดขาย เช่น สินค้าออนไลน์ เสื้อผ้า สินค้าอุปโภคบริโภค น้ำมัน ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผัก ผลไม้ ข้าวสาร ไข่ไก่สด บางรายลงทุนทำธุรกิจเพิ่ม เช่นการขาย ก๋วยเตี๋ยว เปิดขายซาลาเปาขนมจีบบริเวณหน้าร้าน และธุรกิจขนส่งแก๊ส เป็นต้น เพื่อหารายได้เสริมมาหมุนเวียนใช้จ่ายในร้าน

4. หาแหล่งทุนเพื่อบริหารร้าน ร้านขายของชำส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค ทำให้ยอดขาย รายได้ และลูกค้าลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องหาแหล่งทุนเพื่อประคับประคองร้าน เช่น ใช้เงินเก็บ กู้เงินจากธนาคาร รับเงินเยียวยาจากรัฐบาล หรือนำรถเข้าไฟแนนซ์ เป็นต้น

5. ปิดให้บริการ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งผู้ประกอบการร้านขายของชำบางส่วนปิดให้บริการชั่วคราว โดยไม่มีวิธีจัดการกับธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนยังคงกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค บางรายนำเงินเก็บมาหมุนเวียนใช้ในเรื่องค่าใช้จ่ายประจำวันแทนการเปิดร้าน

ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในร้าน โดยเฉพาะลดจำนวนการสั่งสินค้าลง 50% เพื่อประหยัดต้นทุน และนำเงินเหล่านั้นมาใช้ในชีวิตประจำวันแทน เช่น เครื่องดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขนม นม ไข่ ร้านของชำเน้นเฉพาะของที่จำเป็นมาขาย หรือซื้อของตามความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตามทางร้านต้องเสียต้นทุนบางส่วนในการซื้ออุปกรณ์เพื่อใช้ในการป้องกันการแพร่ระบาดโรค เช่น เจลแอลกอฮอล์ เครื่องวัดอุณหภูมิ และหน้ากากอนามัย

“...กลับมาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขางชำตามปกติ โดยการลดการซื้อของมาจำหน่าย เพื่อประหยัดต้นทุน และนำเงินทุนกำไรที่ประหยัดไว้มาใช้ในการซื้อของเข้าร้านเพิ่ม เพื่อดึงดูดลูกค้าตามเดิม...”

“...ขายของตามปกติ เสริมการนำน้ำมันรถเข้ามาขายในร้าน เพื่อให้ร้านมีรายได้มากขึ้น ลดการซื้อของภายในร้านน้อยลง จากเดิมซื้อของวันละ 3-4 ครั้ง ลดเป็นอาทิตย์หนึ่งแค่ 1 ครั้ง...”

“...เปิดจำหน่ายเครื่องดื่ม ขายของชำตามปกติ โดยใช้เงินเก็บและเงินกำไรจากการขายของชำมาดำเนินการใช้จ่ายในการบริหารร้าน และยังคงประหยัดต้นทุนด้วยการลดการซื้อสินค้าบางพวกเข้ามาจำหน่ายในร้าน...”

“...เปิดร้านตามปกติ ลดการซื้อของลง เหล้าเบียร์ ขนม นม ไข่ อาหารต่าง ๆ ลง จะซื้อเฉพาะของที่จำเป็นมาขาย เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการซื้อของ...”

“...เปิดร้านตามปกติ ลดการสต็อกของน้อยลง ซื้อของมาสต็อกขายตามความต้องการของลูกค้า จะดูว่าลูกค้าส่วนใหญ่ซื้ออะไร ต้องการอะไร ก็จะสต็อกของพวกนั้นมากกว่า เพื่อลดต้นทุนการสั่งซื้อของที่ไม่จำเป็น...”

2. หาแหล่งทุนเพื่อบริหารร้าน ร้านขายของชำส่วนใหญ่มีรายได้ลดลง เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค รวมถึงโครงการช่วยเหลือจากรัฐ เช่น บัตรสวัสดิการ ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าของชำที่ไม่ได้ร่วมโครงการขาดทุน ดังนั้นจึงต้องหาแหล่งทุนเพื่อประคับประคองร้าน เช่น ใช้เงินเก็บ กู้เงินจากธนาคาร นำรถเข้าไฟแนนซ์ และใช้เงินเยียวยาจากรัฐ มาเป็นทุนในการหมุนเวียนดำเนินกิจการ และใช้จ่ายในครอบครัว

“...จำหน่ายของชำและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ โดยใช้เงินทุนของตัวเองที่มาจากการทำงาน และยังคงลดการซื้อของมาจำหน่ายเพื่อประหยัดต้นทุน...”

“...จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ ด้วยเงินเก็บส่วนตัวและเงินที่ได้จากการขายลูกชิ้นปิ้งและปล่อย่างเช้าช่วง และใช้เงินเยียวยาจากรัฐบาล 5,000บาท ในการบริหารร้าน...”



“...เจ้าของกิจการเปิดร้านตามปกติ กลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยนำเครื่องดื่มที่คงค้างในช่วงที่งดจำหน่ายออกมาขายและซื้อเพิ่มเล็กน้อย และเจ้าของก็ยังคงชำระ ค่าน้ำ ค่าไฟ ตามเดิม แต่เจ้าของกิจการได้นำเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล 5,000บาท มาใช้เป็นทุนในการหมุนเวียนทางร้าน และยังคงกู้ยืมเงินจากธนาคารออมสินจำนวน 10,000บาท เพื่อมาใช้จ่ายในครอบครัวและหมุนเวียนร้าน...”

“...เปิดจำหน่ายเครื่องดื่มและของชำตามปกติ กู้เงินจากธนาคารมาบริหารร้าน และซื้อของเข้ามาเพิ่ม...”

“...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ เปิดขายของชำตามปกติ โดยใช้เงินทุนของตัวเอง และกู้ยืมจากธนาคารบางส่วน เพื่อมาบริหารร้านและซื้อของเข้ามาจำหน่ายภายในร้านน้อยลง เพื่อประหยัดต้นทุน และเจ้าของร้านเปิดขายซาลาเปา ขนมจีบ เสริมเพื่อหารายได้มาหมุนเวียนตามเดิม...”

3. บางร้านมีการเพิ่มธุรกิจอย่างอื่นเพื่อหารายได้เสริม เช่น เปิดร้านขายก๋วยเตี๋ยว ซาลาเปา ขนมจีบ บริเวณหน้าร้าน รับจ้างก่อสร้าง และธุรกิจขนส่งแก๊ส เป็นต้น บางร้านมีการนำเอาสินค้าใหม่เข้ามาขายเพิ่มเติม เช่น นำน้ำมันเครื่องรถสิบล้อ ข้าวสาร ไข่ไก่สด เป็นต้น

“...ขายของตามปกติ และเพิ่มการขายก๋วยเตี๋ยวหน้าร้านเพิ่ม...”

“...เปิดขายของชำตามปกติ และจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำธุรกิจแก๊ส (นำถังแก๊สมาแลกที่ร้าน) เป็นธุรกิจเสริม บริหารร้านด้วยเงินทุนส่วนตัว...”

“...เปิดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และของชำข้าวสาร ไข่ไก่สด และส่งแก๊สแทน โดยเพิ่มการนำส่งตามบ้านลูกค้า ที่สั่งของ เพื่อหารายได้เสริม...”

“...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ เปิดขายของชำตามปกติ โดยใช้เงินทุนของตัวเอง และกู้ยืมจากธนาคารบางส่วน เพื่อมาบริหารร้านและซื้อของเข้ามาจำหน่ายภายในร้านน้อยลง เพื่อประหยัดต้นทุน และเจ้าของร้านเปิดขายซาลาเปา ขนมจีบ เสริมเพื่อหารายได้มาหมุนเวียนตามเดิม...”

4. เปลี่ยนแปลงรูปแบบการขาย ร้านขายของชำบางร้านมีการเพิ่มรูปแบบการให้บริการ โดยเฉพาะการให้บริการจัดส่งแบบ Delivery ของทางร้านเอง ผู้ประกอบการบางรายได้นำสินค้าภายในร้านออกไปจำหน่ายที่ตลาดนัด บางร้านได้เปลี่ยนวิธีให้บริการลูกค้า โดยให้ลูกค้ายื่นรอนหน้าร้าน ส่วนเจ้าของร้านหรือพนักงานจะเป็นผู้หยิบจับสิ่งตามลูกค้าต้องการ

“...ทำตามมาตรการมีเจลล้างมือ เปิด - ปิดร้านตามเวลาปกติ จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่โทรมาสั่งสินค้า...”

“...เปิดร้านตามปกติ กลับมาจำหน่ายเหล่าเบียร์ตามปกติ ลดการซื้อของทุกอย่างภายในร้านลง เพิ่มวิธีการออกไปตามตลาดนัดเพิ่ม เพื่อให้มีรายได้ เพราะขายที่ร้านอย่างเดียวขายไม่ค่อยได้ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่แถวนี้ตงงานกัน ไม่มีเงินมาซื้อของเหมือนเมื่อก่อน...”

“...เปิดร้านตามปกติ ให้ลูกค้าใส่หน้ากาก ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ ให้ลูกค้ารออยู่หน้าร้าน เงินลูกค้าก็จะพ้นแอลกอฮอล์ก่อนทุกครั้ง...”



ตารางที่ 22 ธีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหารชายของชำ แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด

<p>ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ.2563)</p> <p>1. ปิดร้านและประกอบอาชีพเสริม “...ปิดร้าน และกลับไปอยู่บ้านที่ตำบลน้ำน้อย กลับไปทำการเกษตร เนื่องจากกังวลเรื่องโควิด และมาตรการในการงดขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ยังคงจ่ายค่าน้ำค่าไฟ ด้วยเงินเก็บของตนเองและเงินผู้สูงอายุ...”</p>	<p>ช่วงที่ 2 ช่วงซื้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)</p> <p>1. กลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ “...ขายเฉพาะหน้าร้าน และขายตามเวลาเปิด-ปิด ที่ประกาศใน พรก. ฉุกเฉิน...”</p>	<p>ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในร้าน “...เจ้าของกิจการปิดร้านตามปกติ และได้นำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจำหน่าย โดยใช้เงินเก็บส่วนตัวบางส่วนซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจำหน่ายเพิ่ม แต่ได้ลดอัตราที่ซื้อเข้ามาจำหน่ายในอัตรา 50% ของอัตราที่ซื้อเข้ามาจำหน่ายในช่องทางปกติและเจ้าชอกจิกการยังคงใช้เงินเก็บในการจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเช่าตามเดิม...”</p>	<p>ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในร้าน “...เปิดร้านตามปกติ ลดการซื้อของลง เหล่า เบียร์ ขนม นม ไข่ อาหารต่าง ๆ ลง จะซื้อเฉพาะของที่จำเป็นมาขาย เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการซื้อของ...”</p>
<p>2. ขายสินค้าตามปกติ “...เปิดร้านตามปกติ แต่งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สั่งซื้อของเพิ่มมากขึ้น เพราะลูกค้าเยอะขึ้น ลูกค้าส่วนใหญ่ไปทำธุรกรรมสินค้าไม่ได้ ต้องมาซื้อของที่ร้านทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น...”</p>	<p>2. เน้นจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นมากขึ้น “...ใช้เงินเท่าที่จำเป็น สินค้าทั่วไปที่ขายดีก็นำมาขายมาก ๆ นำข้าวกล่องมาขายหน้าร้าน มีการให้เงินคืนเชื่อลูกค้าที่ประจำ นำผลได้ตามฤดูกาลขาย...”</p>	<p>2. มีการจัดโปรโมชั่นและปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ “...ทางร้านกลับขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเดิมควบคู่กับการขายสินค้าอื่น ๆ ทางร้านได้สั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นเข้ามาแทน เพื่อดึงดูดลูกค้าจากร้านค้าใกล้เคียงที่จัดโปรโมชั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลด 50% เจ้าของกิจการได้ให้ลูกขายที่ตักงานเข้ามาดูแลร้านแทน และยังคงรับจ้างแพทย์โฆษณา...”</p>	<p>2. หาแหล่งทุนเพื่อบริหารร้าน “...เปิดจำหน่ายเครื่องดื่มและของชำตามปกติ ภูเงินจากธนาคารมาบริหารร้าน และซื้อของเข้ามาเพิ่ม...”</p>
<p>3. นำสินค้าอื่นมาขายเพิ่ม “...งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขายแต่สินค้าอื่นในร้าน มีการนำเจลดั้งเดิมกับหน้าจากอนามัยมาขายที่ร้าน มีการนำกล้วยเตี้ยมาขายหน้าร้าน...”</p>	<p>3. ปรับเปลี่ยนวิธีการขาย “...เปิดร้านตามปกติ กลับมาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเดิม ให้ลูกค้าได้หน้าจาก ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ ให้ลูกค้ารออยู่หน้าร้าน เงินลูกค้าก็จะพันแอลกอฮอล์ก่อนทุกครั้ง...”</p>	<p>3. บางร้านมีการนำสินค้าใหม่เข้ามาจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขาย “...เปิดร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ เปิดขายของชำตามปกติ โดยใช้เงินทุนของตัวเอง และกู้ยืมจากธนาคารบางส่วน เพื่อมาบริหารร้านและซื้อของเข้ามาจำหน่ายภายในร้านน้อยลง เพื่อ</p>	<p>3. บางร้านมีการเพิ่มธุรกิจอย่างอื่นเพื่อหารายได้เสริม “...เปิดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และของชำข้าวสาร ไข่ไก่สด และส่งแก๊สแทนโดยเพิ่มการนำส่งตามบ้านลูกค้า ที่สั่งของเพื่อหารายได้เสริม...”</p>



ตารางที่ 22 เริ่มและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหารของชำ แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด (ต่อ)

ช่วงที่ 1 ช่วงพักจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ.2563)	ช่วงที่ 2 ช่วงซ็อกเก็ตบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)	ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)	ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ.2563 เป็นต้นมา)
<p>4. จัดทำโปรโมชั่นและให้สินเชื่อกู้ค่า</p> <p>“...ขายของอย่างอื่นในร้านแทน ให้ลูกค้าเซ็นชื่อสินค้าได้ แต่เลือกคนที่น่าเชื่อถือไว้ใจได้...”</p>	<p>4. จัดโปรโมชั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p> <p>“...ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะแถมน้ำแข็งให้ 10 บาท เฉพาะคนสนิทหรือคนคุ้นเคย เบียร์ 8-9 ขวด แอมมูนน้ำแข็ง 10 บาท เหล้าประมาณ 1 พันจะแถมน้ำแข็ง 10 บาท...”</p>	<p>4. หาแหล่งทุนเพื่อบริหารร้าน</p> <p>“...กลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายของชำตามปกติ เจ้าของร้านยังคงใช้เงินเก็บออม มาใช้หมุนเวียนร้าน และยังลดจำนวนการสั่งซื้อของเข้ามาจำหน่ายตามเดิม...”</p>	<p>4. เปลี่ยนแปลงรูปแบบการขาย</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ กลับมาจำหน่ายเหล้า เบียร์ตามปกติ ลดการซื้อของทุกอย่างภายในร้านลง เพิ่มวิธีการออกไปตามตลาดนัดเพิ่ม เพื่อให้มีรายได้ เพราะขายที่ร้านอย่างเดียวขายไม่ค่อยได้ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่แถวนี้ตักงานกัน ไม่มีเงินมาซื้อของเหมือนเมื่อก่อน...”</p>
<p>5. เปลี่ยนวิธีการขาย</p> <p>“...งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และขายของชำตามปกติ แต่ให้ลูกค้ายื่นรอกข้างนอก และเจ้าของร้านจะหยิบของที่ต้องการให้ ช่วงนี้ต้องนำเงินเก็บออกมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในร้าน...”</p>	<p>5. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ กลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเดิม ลดการสั่งซื้อของทุกอย่างภายในร้านลง จากเดิมสต็อกที่เยอะมาก ๆ ลดลงมากครึ่งต่อครึ่งเลย เพราะลูกค้าส่วนใหญ่หันไปสนใจซื้อของจากทางร้านที่เข้าร่วมโครงการของรัฐมากกว่า...”</p>	<p>5. ปิดให้บริการ</p> <p>“...ปิดร้าน ไม่มีซื้อของเข้ามาขายเพิ่มเติม ใช้เงินเก็บมาหมุนเวียนใช้ในเรื่องค่าใช้จ่ายประจำวันและลดราคาเข้าร้านจากเจ้าของที่ 20%...”</p>	
<p>6. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน</p> <p>“...เอาเงินทุนเก่าออกมาใช้ ขายของอย่างอื่นที่มีในร้าน ใช้การประหยัด กินอยู่ประหยัด โรงงานปิด ลูกค้าหาย ลูกจ้างไม่ได้รับเงิน ลูกค้าไม่มีกำลังซื้อ...”</p>	<p>6. การบริหารเงินภายในร้าน</p> <p>“...งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และขายของชำตามปกติ ใช้เงินเก็บจากเงินบำนาญ และเงินช่วยเหลือจากรัฐมาจ่ายค่าใช้จ่ายในร้าน...”</p>		
<p>7. แอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ แต่งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีการแอบขายให้กับคนที่สนิทพวกญาติ ๆ ลูกค้าบางคนไม่รู้จักก็ขาย...”</p>			



สรุปวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการ กลุ่มสถานบันเทิง

ผู้ประกอบการสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มสถานบันเทิง ให้ข้อมูลเรื่องการปรับตัวในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน โดยเฉพาะการลดปริมาณค่าใช้จ่ายลง เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับสต็อกสินค้า และค่าจ้างพนักงาน สถานบันเทิงส่วนใหญ่ทำการเลิกจ้าง พนักงานชั่วคราว ลดจำนวนพนักงานลง หรือลดเงินเดือนพนักงาน และยกเลิกการส่งสินค้าประเภทวัตถุดิบ รวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในร้าน ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการสถานบันเทิงบางส่วนไม่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่พนักงาน

2. ปรับเปลี่ยนสินค้าภายในร้าน สถานบันเทิงบางส่วนได้มีการเปลี่ยนแปลงร้าน และเน้นจำหน่ายสินค้าอื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ กาแฟ ขนมหวาน อาหาร และน้ำผลไม้ บางส่วนหันไปประกอบธุรกิจเสริม เช่น ขายน้ำเปล่าแบบถัง เป็นต้น

3. เปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ สถานบันเทิงบางส่วนเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยหันมาทำธุรกิจแบบ delivery สินค้าที่ให้บริการมีการเปลี่ยนจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอาหาร และมีการเปลี่ยนเวลาให้บริการเป็นช่วงกลางวัน

4. ช่วยเหลือพนักงาน สถานบันเทิงส่วนใหญ่ทำการปิดให้บริการ แต่ผู้ประกอบการบางส่วนยังคงช่วยเหลือพนักงาน โดยเฉพาะทางด้านค่าใช้จ่าย เช่น ให้เงินชดเชย 1,000 – 5,000 บาท จ่ายเงินเดือนครึ่งหนึ่งจากช่วงปกติ และทำเรื่องประกันสังคมมาตรา 33 ให้แก่พนักงาน ความช่วยเหลือทางด้านอาหารและที่อยู่อาศัย ผู้ประกอบการบางรายนำของสดในสต็อกไปแจกให้พนักงาน บางรายมีการแจกอาหารให้พนักงาน 1 มื้อต่อวัน

5. ไม่มีการจัดการ สถานบันเทิงส่วนใหญ่ปิดให้บริการตามมาตรการของรัฐ เป็นระยะเวลา 3 - 4 เดือน โดยไม่มีการจัดการธุรกิจใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้ประกอบการบางรายได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าของที่ โดยการลดค่าเช่าที่ลง 50% บางรายมีธุรกิจครอบครัว และบางรายได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ

ช่วงที่ 2 ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ บางร้านมีการปิดให้บริการในส่วนหน้าร้าน แต่เปลี่ยนมาขายออนไลน์ผ่านทาง delivery โดยทางร้านเป็นผู้จัดส่งเอง บางส่วนได้เข้าร่วมกับ Grab food หรือ food panda บางแห่งมีการเปิดร้านหน้าร้าน แต่ให้ซ็อกกลับบ้านเท่านั้น มีการปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ โดยทำการเปิดปิดร้านเร็วขึ้น ส่วนสินค้าที่ให้บริการหลัก ๆ คือ อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

2. จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย บางร้านกลับมาให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ แต่เน้นขายเป็นถัง เพื่อล้างสต็อกและระบายสินค้าออกให้เร็วที่สุด เพื่อได้ต้นทุนคืน อีกทั้งยังมีการจัดโปรโมชั่นลดราคา บางร้านที่มีการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารกับเครื่องดื่ม มีการจัดทำใบปลิวเมนูอาหารไปวางไว้ตามโรงแรม หรือโปรโมชั่นผ่านทางเพจ เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข้อมูล และสั่งอาหารผ่านทางเพจได้



3. **ลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน** เนื่องจากสถานบันเทิงบางส่วนให้บริการลูกค้าต่างชาติ อีกทั้งมาตรการซื้อกลับ ทำให้ร้านเหล่านี้ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นจึงมีการลดค่าใช้จ่าย เช่น ปิดให้บริการ งดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลดการสต็อกสินค้า และเลิกจ้างพนักงาน แต่ทว่าผู้ประกอบการยังคงต้องจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่าเต็มจำนวน ทำให้บางรายต้องใช้เงินเก็บมาจุนเจือร้านแทนการเปิดให้บริการ

4. **คิดเมนูใหม่และปรับปรุงทัศนียภาพของร้าน** ผู้ประกอบการบางรายได้รับการช่วยเหลือ เช่น ได้รับการลดค่าเช่าที่ให้ 30 - 50% ได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล 15,000 บาท (เดือนละ 5000 บาท 3 เดือน) ในช่วงที่ปิดให้บริการผู้ประกอบการบางรายพยายามคิดเมนูใหม่และปรับปรุงทัศนียภาพของร้านให้ดูดีขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าตอนกลับมาให้บริการ

5. **พนักงานพนักงานชั่วคราว** แม้ว่าสถานบันเทิงส่วนใหญ่ปิดให้บริการ เนื่องจากยังไม่สามารถให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามปกติ ผู้ประกอบการจึงทำการพนักงานชั่วคราวจนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้นหรือเลิกจ้างพนักงานอย่างถาวร แต่ทว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้การช่วยเหลือพนักงาน เช่น ให้เงินชดเชยแก่พนักงานประมาณ 2500 - 5000 บาท จ่ายเงินเดือนครึ่งหนึ่ง ให้พนักงานอาศัยอยู่ที่ร้าน เป็นต้น ส่วนพนักงานบางรายได้รับเงินจากประกันสังคมแทนการช่วยเหลือจากผู้ประกอบการ

ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **ปิดให้บริการต่อเนื่อง** เนื่องจากรัฐยังไม่มีการเปิดสถานบันเทิง ทำให้สถานบันเทิงส่วนใหญ่ยังคงปิดให้บริการ ผู้ประกอบการสถานบันเทิงมีการพนักงานชั่วคราวจนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น และไม่มีการช่วยเหลือพนักงาน เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ เช่น ค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ โดยผู้ประกอบการบางรายใช้เงินเก็บของทางร้าน กู้ยืมเงินจากธนาคาร หรือใช้เงินช่วยเหลือจากรัฐ

2. **ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน** สำหรับร้านที่ทำการเปิดให้บริการ ได้แก่ ลดต้นทุนทางด้านพนักงาน เช่น ลดค่าแรงของพนักงานครึ่งหนึ่งของรายได้ ลดเวลาการแสดงดนตรีสด ให้พนักงานสลับวันทำงาน หรือ จ้างพนักงานเป็นรายวันแทนพนักงานประจำ เป็นต้น บางร้านมีการลดต้นทุนค่าวัตถุดิบและสต็อกสินค้าลง เช่น สั่งของในปริมาณที่น้อย และลดจำนวนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง บางร้านลดเหลือเพียงเหลือ 2 ลังต่อวัน

3. **เปลี่ยนจากสถานบันเทิงเป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม** โดยมีการเน้นขายอาหารมากขึ้น เช่น ผัดไท หอยทอด อาหารตามสั่ง นอกจากนี้บางร้านมีการปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ เช่น จาก 15.00 น. - 00.30 น. เป็น 15.00 น. - 21.00 น. หรือมีการเปิดให้บริการในช่วงกลางวันมากขึ้น จากช่วงปกติ 16.00 น. - 24.00 น. เปลี่ยนเวลามาเป็น 11.00 น. - 20.00 น. เป็นต้น

4. **ปรับเปลี่ยนวิธีการขายและจัดโปรโมชั่น** เพื่อกระตุ้นยอดขายและระบายสต็อกที่ตกค้าง เช่น มีการขายเป็นลัง และมีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น ส่วนวิธีการจำหน่าย สถานบันเทิงที่เน้นขายอาหาร มีการให้บริการ delivery โดยพนักงานของร้านเอง หรือเข้าร่วมกับ Grab นอกจากนี้บางร้านทำการปรับปรุง จัดโต๊ะใหม่ ลดจำนวนโต๊ะ เว้นระยะห่างมากขึ้น และคิดเมนูใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ

5. **เปิดให้บริการตามปกติ** และได้ทำตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐ เช่น ลงทะเบียนไทยชนะ ก่อนเข้าร้าน ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ สวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้าใช้บริการ และนั่งเว้นระยะห่าง จำกัดปริมาณโต๊ะนั่ง โดยแบ่งเป็นโต๊ะละ 2 คน สถานบันเทิงที่เปิดให้บริการบางร้านถูกตักเตือนจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ เนื่องจากรัฐยังไม่มีการเปิดสถานบันเทิง



ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. กลับมาให้บริการตามปกติ กลุ่มสถานบันเทิงส่วนใหญ่กลับมาให้บริการตามปกติ แต่เนื่องจากบางร้านจำนวนลูกค้าลดลง ทำให้ทางร้านมีการจัดการกับธุรกิจหลายวิธี ทางร้านที่เปิดให้บริการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค เช่น เว้นระยะห่าง โต๊ะละ 2-4 คน การใช้แก้วพลาสติกและหลอดดูดแทน มีการวัดอุณหภูมิ ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ก่อนเข้าร้าน ซึ่งเป็นการสร้างความปลอดภัยให้แก่ประชาชนหรือพนักงานที่ร้าน เพื่อให้ผู้ใช้บริการไม่เกิดความวิตกเกี่ยวกับโรค

2. ลดค่าใช้จ่ายทางด้านพนักงานลง ได้แก่ การลดค่าแรงและจำนวนพนักงานลงจากช่วงปกติ แม้ว่าสถานบันเทิงจะสามารถเปิดให้บริการตามปกติ แต่บางร้านยังคงประสบปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการสถานบันเทิงบางส่วนจึงมีการลดค่าแรงและจำนวนพนักงาน เช่น ลดเงินเดือน ลง 20%- 60% ของค่าจ้างที่ได้รับในช่วงปกติ ลดค่าจ้างพนักงานรายวันจากเดิมวันละ 350 ลดเหลือวันละ 200 ลดพนักงานประจำจ้างพนักงานแบบพาร์ทไทม์ (Part-time) และลดเวลาการทำงานของพนักงาน

3. ลดปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง ผู้ประกอบการสถานบันเทิงบางส่วนลดการสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง บางรายสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเป็นรายวันแทน บางส่วนมีการสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์เพียงวันละ 2 ลังเท่านั้น เพื่อลดต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้า

4. หาแหล่งทุนเพื่อทำการเปิดให้บริการและนำมาใช้จ่ายภายในร้าน จากมาตรการปิดสถานบันเทิง ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดรายได้ อีกทั้งต้องชำระค่าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ค่าน้ำ ค่าไฟ รวมถึงค่าเช่า เมื่อผู้ประกอบการประสบปัญหาไม่มีเงินหมุนเวียน ทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องหาแหล่งทุนใหม่ เช่น กู้เงินกับธนาคาร ใช้เงินทุนจากเงินเก็บ เพื่อนำเงินมาเป็นทุนใช้จ่ายหมุนเวียนภายในร้านให้อยู่รอด

5. เน้นจำหน่ายอาหารมากขึ้น สถานบันเทิงบางร้านได้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารมากยิ่งขึ้น เนื่องจากลูกค้าใช้บริการน้อยลง บางร้านมีฐานลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ ทำให้ผู้ประกอบการจึงเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ประกอบการมีวิธีจัดการ ได้แก่ บางร้านนำเอาอาหารไทยและอาหารอีสานเข้ามาแทนการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อดึงดูดลูกค้าชาวไทยให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น บางร้านเปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ แต่มีการเพิ่มอาหารเข้ามา เช่น แฮมเบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟรายส์ บางร้านมีบริการส่งอาหารผ่าน Grab food เพื่อหารายได้เพิ่มเติมจากการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6. จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยการ ขยายกติกาลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์ยี่ห้อใดก็ได้ 4 ขวด 350 บาท ลดราคาเหลือ 300 บาท นอกจากนี้ยังมีโปรโมชั่นอื่น ๆ เช่น การจับของขวัญให้ลูกค้าในช่วงเทศกาล โปรโมชั่นลดแลก แจกแถม ซื้อม 1 แลก 1 และโปรโมชั่นลดราคาเครื่องดื่ม 10%

7. ปิดให้บริการ จากมาตรการอนุญาตให้สถานบันเทิงเปิดได้ตามปกติ สถานบันเทิงจำนวนหนึ่งทำการปิดให้บริการ เพื่อรอให้สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคดีขึ้น อย่างไรก็ตามบางร้านทำการประกาศขายกิจการ เนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในช่วงปิดสถานบันเทิงได้



ตารางที่ 23 อิมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มสถาบันบันเทิง แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด

<p>ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563)</p> <p>1. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน “...ควบคุมค่าใช้จ่าย คงไว้ในส่วนพนักงานที่ เฝ้าร้าน 1 คน พนักงานที่เหลือแยกย้ายและ รอนกว่าจะได้เปิดขายอีกครั้ง ระหว่างที่ให้ พนักงานหยุด ไม่ได้มีการจ่ายค่าจ้างชดเชย ให้พนักงาน...”</p>	<p>ช่วงที่ 2 ช่วงซื้อกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ. 2563)</p> <p>1. เปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ “...เปิดร้านขาย ให้ซื้อกลับไปกินที่บ้าน ลูกค้า ก็มาซื้อที่ร้าน ในส่วนของอาหารก็ยังทำขาย แบบ delivery โพลิตายอาหารและมีบริการ Delivery ในแพจ ทำให้ไปลิ้มเมนูอาหารไปวาง ไว้ตามโรงแรม เรียกว่าพนักงานบางคนมาทำงาน ปुरुบรูกร้าน (เทฟีน) และเจ้าของที่ยังไม่เก็บ ค่าเช่า...”</p>	<p>ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. ปิดให้บริการต่อเนื่อง “...ปิดร้าน งดจ้างพนักงานเพื่อลดต้นทุน ค่าใช้จ่าย ทิ้งปิดร้านอยู่เพราะคิดว่า เปิดไปก็คงไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ เพราะส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ ...”</p>	<p>ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถาบันบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. กลับมาให้บริการตามปกติ “...เปิดร้าน ต้องปิดร้านให้เร็วขึ้น ค่าเช่าที่จ่ายเต็ม พนักงานจ้างมาจ่ายเต็ม มาตราการโควิดเชิงทางเดียว วัดอุณหภูมิ เจลล้างมือ จัดโต๊ะให้ห่างกัน...”</p>
<p>2. ปรับเปลี่ยนสินค้าภายในร้าน “...ปิดร้าน งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจ้าของร้านไปขายอาหารแบบออนไลน์ แต่ ยังคงจ้างพนักงานเฝ้าร้าน และอนุญาตให้ ลูกจ้างประกอบอาชีพเสริมเพื่อหารายได้ เลี้ยงชีพ...”</p>	<p>2. จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย “...รีบจัดโปรโมชั่นเพื่อที่จะขายของออกจาก ร้านให้เยอะที่สุด...”</p>	<p>2. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน “...กลับมาเปิดร้านตามปกติ จากมีดนตรี สดทุกคืนก็งดเหลือ ดุ๊ก-เสาร์ เพื่อลด รายจ่ายค่าจ้างของนักดนตรีลง ส่วน พนักงานภายในจะได้รายวันปกติวันละ 300 ไม่รวมทิป ลดเหลือวันละ 250 แทน เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านค่าแรง พนักงาน...”</p>	<p>2. ลดค่าใช้จ่ายทางด้านพนักงานลง “...เปิดร้าน จ้างนายสุรตามปกติ โดยให้ลูกจ้างเดิม กลับมาทำงาน โดยจ่ายค่าจ้างครึ่งหนึ่งของรายได้ ประมาณ 6000 บาท...”</p>
<p>3. เปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ “...เปลี่ยนเป็นร้านอาหาร ลดพนักงานลง เปิดกลางวันขายอาหารแบบเดลิเวอรี่ งดขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ งดสั่งเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เข้าร้าน...”</p>	<p>3. ลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน “...ปิดร้าน งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หยุด จ้างพนักงาน เพราะส่วนใหญ่ลูกค้าเป็น ชาวต่างชาติ...”</p>	<p>3. เปลี่ยนจากสถาบันบันเทิงเป็น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม “...เปิดร้านตามปกติแต่ยังคงขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เปลี่ยนมาขายอาหาร แทน ขายอาหารพวกผัดไท หอยทอด อาหารตามสั่ง เพื่อให้ลูกค้าข้างมีรายได้ เปิด- ปิด ร้านช่วงปกติ 16.00 น.-24.00 น. เปลี่ยน เวลาเป็น 11.00-20.00น...”</p>	<p>3. ลดปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง “...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ... ขาย ราคาตามปกติที่เคยขายในช่วงที่โรคไม่มีระบาด แต่ ลดต้นทุนในการสั่งซื้อ เหล้าเบียร์แทน”</p>



ตารางที่ 23 อิมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มสถานบันเทิง แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด (ต่อ)

<p>ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563)</p> <p>4. ช่วยเหลือพนักงาน “...ปิดร้าน ให้พนักงานหยุดงานไปก่อน ทำเรื่องประกันสังคมมาตรา 33 ทำให้พนักงานในร้านมีพนักงาน 12 คน ได้รับความช่วยเหลือ 3 คน ช่วยเหลือพนักงาน 5,000 ต่อคน (บริษัทเครื่องดื่มมาช่วยเปลี่ยนสินค้าให้) ...”</p>	<p>ช่วงที่ 2 ช่วงช็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ. 2563)</p> <p>4. คิดเมนูใหม่และปรับปรุงทัศนียภาพของร้าน “...ปิดร้าน 3 เดือน พนักงานก็ยังให้เงินเดือนตามเดิมเหมือนช่วงปกติ ช่วงปิดก็พยายามคิดเมนูใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้าเวลากลับมาเปิดร้าน...”</p>	<p>ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)</p> <p>4. ปรับเปลี่ยนวิธีการขายและจัดโปรโมชัน “...จ่ายพนักงานเต็มราคาทุกคน เครดิตกลับมาสั่งเท่าเดิม ไม่ขายออนไลน์ในร้าน โปรโมชันโฆษณากับลูกค้า โปรโมชัน ลดแลก แจก แถม...”</p>	<p>ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)</p> <p>4. หาแหล่งทุนเพื่อทำการเปิดให้บริการและนำมาใช้จ่ายภายในร้าน “...กลับมาเปิดขายแอลกอฮอล์ตามปกติ เจ้าของกิจการได้เรียกลูกค้ากลุ่มเดิมเข้าทำงานและให้ค่าจ้างในราคาเต็ม 8000-9000 โดยใช้เงินที่กู้จากธนาคารมาใช้จ่ายในการบริหารร้าน...”</p>
<p>5. ไม่มีการจัดการ “...ปิดร้าน เจ้าของที่ลดค่าเช่าให้ 50% ไม่มีการสั่งของเข้าร้าน และพนักงานพนักงาน...”</p>	<p>5. พักงานพนักงานชั่วคราว “...ปิดร้าน พักงานพนักงาน ให้เงินชดเชยแก่พนักงาน คนละ 5,000 บาท...”</p>	<p>5. เปิดให้บริการตามปกติ และได้ทำตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐ “...นั่งเว้นระยะห่าง มีการจัดโต๊ะใหม่ ห่างกัน 1 เมตร มีเจลแอลกอฮอล์ ใส่น้ำจากอนามัย วัสดุใช้ ทำสะอาดบ่อยๆ...”</p>	<p>5. เน้นจำหน่ายอาหารมากขึ้น “...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ มีการเพิ่มอาหารเช้ามา คือพวกแฮมเบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟราย แล้วผูกบริการ Grab Food เพื่อหารายได้เพิ่มเติมจากการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เวลา เปิด-ปิดร้านเหมือนช่วงปกติ คือ เปิด-ปิด ร้าน 16.00-24.00น.ปิดทุกวันอาทิตย์...”</p>
			<p>6. จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า “...เปิดปกติ แต่ลูกค้าน้อยมาก พยายามจัดโปรโมชั่น จาก 4 ขวดลด 350 บาท ลดราคาเหลือ 300 บาท และช่วงเทศกาลจับของขวัญให้ลูกค้า...”</p>
			<p>7. ปิดให้บริการ “...ปิดร้านยาว 4 เดือน ได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล...”</p>



สรุปวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการ กลุ่มร้านขายส่ง

ผู้ประกอบการสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มร้านขายส่ง ให้ข้อมูลเรื่องการปรับตัวในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **ปิดให้บริการ** เนื่องจากร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าหลักของร้าน เมื่อรัฐออกมาตรการงดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้านเหล่านี้ไม่สามารถประกอบกิจการได้ตามปกติ ทำให้ขาดรายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นสินค้าหลักของร้าน ส่วนหนึ่งจึงทำการปิดให้บริการเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ บางร้านเมื่อทราบประกาศมาตรการล่วงหน้า จึงระบายสินค้าออกบางส่วน โดยเฉพาะเบียร์สด ทำให้ทางร้านขาดทุน เนื่องจากมีการขายแบบลดราคา

2. **ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน** โดยการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการสต็อกสินค้า และค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงาน เช่น การเลิกจ้างพนักงาน ลดจำนวนพนักงานลง บางร้านทำการลดเวลาการทำงานของพนักงานลง และสลับกันทำงานวันละ 5 ชั่วโมง บางร้านมีการปรับเวลาเปิดให้บริการร้าน จากเดิม 08.30 น. - 18.30 น. เปลี่ยนเป็น 11.00 น. - 17.00 น.

3. **เน้นขายสินค้าประเภทอื่นแทน** ร้านขายส่งบางร้านทำการเน้นขายสินค้าประเภทอื่นแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เครื่องปรุงรส กาแฟ น้ำอัดลม น้ำดื่ม เครื่องดื่มชูกำลัง และสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อให้ร้านยังคงอยู่ต่อไปได้ ผู้ประกอบการบางรายหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน เช่น ทำการเกษตร ทำอาหารขายออนไลน์ (Facebook) เพื่อหารายได้เพิ่ม และนำมาจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า แต่ก็ไม่ได้กำไรเท่าที่ควร

ช่วงที่ 2 ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **เปลี่ยนรูปแบบการจำหน่าย** ทางด้านผู้ประกอบการร้านขายส่งบางร้านมีการเปลี่ยนวิธีการจำหน่าย โดยมีการจัดส่งแบบ delivery โดยทางร้านเอง และมีการจัดโปรโมชั่นส่งฟรีในระยะทาง 2-3 กิโลเมตร บางร้านมีการเข้าร่วม Grab บางร้านทำการเปิดให้บริการแบบปิดหน้าร้าน โดยให้ลูกค้าสั่งของหน้าร้านเท่านั้น

2. **ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ** ร้านขายส่งบางร้านทำการเปิดปิดร้านเร็วขึ้น เนื่องจากไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น จากเดิมเปิดให้บริการ 8.30 น. - 18.30 น. เปลี่ยนเป็น 11.00 น. - 17.00 น. บางร้านทำการเพิ่มเวลาเปิดปิดร้านให้นานขึ้น เพื่อรอผู้ใช้บริการ และให้พนักงานได้เงินเพิ่ม เช่น จากเดิม 9.00 น. - 19.00 น. เป็น 9.00 น. - 19.30 น. เป็นต้น

3. **ลดค่าใช้จ่าย** เนื่องจากสถานการณ์ลูกค้าประจำของร้านขายส่งเป็นสถานประกอบการ และชาวต่างชาติ เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของโรค สถานบันเทิง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงร้านขายของชำบางร้านปิดให้บริการอย่างต่อเนื่องจากมาตรการห้ามจำหน่าย ทำให้กลุ่มเป้าหมายของร้านขายส่งลดลง ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงลดค่าใช้จ่ายภายในร้านลง โดยเฉพาะการลดปริมาณค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงาน โดยการลดเงินเดือนพนักงานลงครึ่งหนึ่ง เช่น จากเงินเดือนปกติ 10,000 บาทต่อเดือน ลดเหลือ 5,000 บาทต่อเดือน ส่วนทางด้าน การซื้อสินค้า และสต็อกสินค้า มีการลดจำนวนสินค้าลง โดยเปลี่ยนจากการซื้อทุก 2 วัน เป็น 4 - 5 วันแทน



4. **งดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** ผู้ประกอบการร้านขายส่งบางร้านเน้นขายสินค้าชนิดอื่นแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องปรุงรสต่าง ๆ กาแฟ เป็นต้น เพราะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายได้น้อยลงเนื่องจากลูกค้าไม่มีกำลังซื้อ

5. **ปิดให้บริการ** เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน ผู้ประกอบการบางรายปิดกิจการและไม่มีการจัดการธุรกิจใด ๆ ทั้งสิ้น บางรายกลับภูมิลำเนา บางรายหันไปประกอบอาชีพอื่น เช่น ขายอาหารออนไลน์ (Facebook) บางรายหันไปทำการเกษตร ฯลฯ

6. **เปิดให้บริการและทำตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐ** ผู้ประกอบการร้านขายส่งส่วนใหญ่เปิดให้บริการตามปกติ และมีการทำตามนโยบายรัฐบาลเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรค เช่น เพิ่มอุปกรณ์รักษาความสะอาด ก่อนเข้าร้านให้ลูกค้าล้างมือด้วยเจล สวมหน้ากากอนามัย ชำระเงินในแบบวางในตะกร้า

ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **ลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการจ้างพนักงาน** โดยร้านขายส่งบางร้านมีการลดจำนวนพนักงานลง แต่ให้เงินเดือนพนักงานตามปกติ ผู้ประกอบการบางรายให้พนักงานเป็นเดือน เช่น 10,000 บาทต่อเดือน บางรายให้เป็นรายวัน วันละ 300 บาท ส่วนบางร้านได้มีการลดเงินพนักงานลงครึ่งหนึ่งจากปกติ เช่น จาก 12000 บาท เหลือ 6000 บาทต่อเดือน

2. **ลดค่าใช้จ่ายในส่วน of เครื่องดื่มแอลกอฮอล์** ผู้ประกอบการร้านขายส่งบางส่วนได้มีการลดปริมาณการสั่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง เช่น บางร้านจากปกติสั่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 100 ลัง ลดลงเหลือเดือนละ 50 ลัง บางร้านไม่มีการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่ม เนื่องจากลูกค้าประจำส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มหรือสถานบันเทิง เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของโรค และมาตรการของรัฐ ทำให้ลูกค้าบางรายปิดกิจการ ผู้ประกอบการร้านขายส่งจึงไม่มีตลาดที่แน่นอน ดังนั้นจึงต้องทำการระบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตกค้างออกไปก่อนแล้วต้องหาดตลาดใหม่ เพื่อให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้

3. **หาแหล่งทุนเพื่อช่วยเหลือร้าน** ผู้ประกอบการร้านขายส่งบางรายได้จัดหาแหล่งทุนเพื่อมาใช้หมุนเวียนในร้าน โดยเฉพาะการกู้ยืมเงินจากธนาคาร เช่น ผู้ประกอบการบางรายกู้เงินจากธนาคารออมสินจำนวน 10000 บาท และธนาคารไทยพาณิชย์เป็นจำนวน 10000 บาท บางรายมีการนำรถยนต์ไปเข้าไฟแนนซ์ เพื่อนำเงินที่ได้มาลงทุนในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4. **เปิดให้บริการตามปกติ** โดยมีการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค โดยทางร้านขายส่งได้ทำความสะอาดเป็นประจำ มีการวัดอุณหภูมิ ลงทะเบียน จำกัดคนเข้าร้าน และบริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ รวมถึงให้ผู้ใช้บริการสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้ามาในร้าน บางร้านทำการเพิ่มเวลาให้บริการ เช่น เพิ่มเวลาให้บริการครึ่งชั่วโมง จากเดิม 09.00 น. - 19.00 น. เป็น 09.00 น. - 19.30 น. ส่วนบางร้านมีการลดเวลาลง เช่น จากเดิมให้บริการ 8.30 น. - 18.30 น. เปลี่ยนเป็น 11.00 น. - 17.00 น.

ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ผู้ประกอบการมีการปรับตัวดังต่อไปนี้

1. **เปิดให้บริการตามปกติ** มีการเปิดให้บริการตามเวลาช่วงปกติ แต่บางร้านยังคงเปลี่ยนเวลาเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าจ้างพนักงาน เช่น มีการเปลี่ยนจากเดิมให้บริการ 8.30-18.30 น. เป็น 11.00-17.00 น. ทั้งนี้ร้านขายส่งที่เปิดให้บริการมีการปฏิบัติตามมาตรการในเรื่องของการป้องกันการแพร่ระบาด เช่น การวัดอุณหภูมิ ลงทะเบียนเข้าร้าน บริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ และสวมหน้ากากอนามัยก่อนเข้ามาในร้าน เป็นต้น



“...ขายตามปกติ ไม่มีมาตรการพิเศษ...”

“...มีเจลล้างมือให้ลูกค้า ขอความร่วมมือกับลูกค้าให้ใส่หน้ากากอนามัยแต่ลูกค้าก็ไม่ค่อยเยอะ...”

“...ไม่มีโปรโมชั่น ขายตามราคาปกติ...”

“...เวลาการเปิด-ปิด ตามเวลาช่วงปกติ 09.00- น.19.00น...”

“...ไม่ได้เพิ่มเวลาเปิด-ปิด ครึ่งชั่วโมง กลับมาเปิด-ปิด ร้านตามปกติ 9.00-19.00 น.เพราะไม่ได้ลดเงินเดือนพนักงานแล้ว...”

“...จากเดิม เปิด-ปิด8.30-18.30น. เปลี่ยนเป็น 11.00-17.00 น. (บางวันแล้วแต่อารมณ์ของเจ้าของร้าน) เพราะคิดว่ายังไงก็ขายไม่ได้ ไม่มีลูกค้า...”

2. ลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน ได้แก่ ลดค่าใช้จ่ายในส่วนเครื่องดีมแอลกอฮอล์ ผู้ประกอบการร้านขายส่งบางส่วนได้มีการลดปริมาณการสั่งซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์ลง เพื่อทำการระบายเครื่องดีมแอลกอฮอล์ตกค้าง บางร้านได้มีการลดจำนวนการสั่งซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์ลงกว่า 50% บางร้านได้เปลี่ยนความถี่ในการสั่งซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์จากทุก 2 วัน เป็น ทุก 4-5 วัน โดยเน้นขายปลีกมากกว่าขายเป็นลัง เพื่อให้ร้านได้กำไรที่มากกว่า ทางด้านการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการจ้างพนักงาน ผู้ประกอบการบางรายให้พนักงานเป็นรายวัน บางส่วนมีการจ่ายเงินเดือนพนักงานตามปกติ

“...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดีมแอลกอฮอล์ตามปกติ โดยเจ้าของกิจการยังคงลดจำนวนการสั่งซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์กว่าช่วงโควิด 50% เพราะไม่มีลูกค้าตามเดิมและยังคงนำเครื่องดีมแอลกอฮอล์ที่คงค้างในช่วงที่งดจำหน่ายออกมาจำหน่าย เพื่อประหยัดต้นทุนตามเดิม...”

“...เปิดร้านตามปกติ จ้างพนักงานเป็นรายวัน วันละ 300 บาท ลดการสั่งซื้อเหล่าเปียร์ จาก 2วันซื้อ เปลี่ยนเป็น 4-5 วันซื้อ ...”

“...เปิดร้านตามปกติ พนักงานกลับมาได้เงินเดือนตามปกติ 10,000 บาทต่อเดือน ลดการสั่งซื้อเหล่าเปียร์ จากสั่งซื้อทุกวันเปลี่ยนเป็น 3 วันซื้อที่ ...”

“...เปิดร้านตามปกติ ลดการสั่งซื้อเหล่าเปียร์ลง จากเดิมสั่ง 100 ลังต่อเดือน ลดการสั่งเป็น 50 ลังต่อเดือน เพื่อลดค่าใช้จ่าย ลดเงินพนักงานลงจาก 12000บาท เหลือ 6000บาทต่อเดือน เพื่อลดค่าใช้จ่าย ต้นทุนการสั่งซื้อเหล่าเปียร์และค่าจ้างพนักงานจากขายส่งเป็นลัง ๆ เปลี่ยนมาขายเป็นขวด เพื่อให้ร้านอยู่รอด...”

3. หาแหล่งทุนเพื่อช่วยเหลือร้าน โดยผู้ประกอบการร้านขายส่งบางรายได้จัดหาแหล่งทุนเพื่อมาใช้หมุนเวียนในร้าน เช่น การกู้ยืมเงินจากธนาคาร นำรถยนต์ไปเช่าไฟแนนซ์ บางรายใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัว เพื่อนำเงินที่ได้มาลงทุนในการซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์ และใช้จ่ายภายในร้าน เช่น ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเช่า

“...เจ้าของกิจการเปิดร้านตามปกติ และยังคงนำเครื่องดีมแอลกอฮอล์ที่คงค้างมาจำหน่ายในช่วงที่ห้ามขายออกมาจำหน่าย เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์เข้ามาจำหน่ายเพิ่ม เจ้าของกิจการยังคงจ้างลูกจ้าง 1คน โดยค่าจ้าง 9,000 บาทตามเดิม และได้นำเงินที่ได้จากการนำรถไปเช่าไฟแนนซ์ เพื่อนำเงินมาหมุนเวียนบริหารจัดการร้านตามเดิม...”

“...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดีมแอลกอฮอล์ตามปกติ โดยเจ้าของกิจการยังคงซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์ เข้ามาจำหน่ายภายในร้านในปริมาณเท่าเดิม โดยใช้เงินลงทุนที่มาจากเงินกู้...”

“...ร้านเปิดบริการขายแอลกอฮอล์ตามเดิม และเจ้าของกิจการได้จ่ายค่าจ้างให้ลูกจ้างชุดใหม่ในอัตรา 70% ของค่าจ้างที่ได้รับในช่วงปกติ และยังใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัวมาหมุนเวียนซื้อเครื่องดีมแอลกอฮอล์เข้าร้าน และเพื่อจ่ายค่าจ้าง ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเช่า...”



ตารางที่ 24 อีเอ็มและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหารเครื่องดื่มตามมาตรการควบคุมการระบาด

<p>ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน – 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563)</p> <p>1. ปิดให้บริการ</p> <p>“...ปิดร้าน เพราะงดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถ้าขายก็จะผิดกฎหมาย เมื่อมีประกาศออกมาแล้วหน้า 1-2 วัน ทางร้านได้จัดการเอาเบียร์สต็อกออกมาขาย ยอมขาดทุน และมีประกาศในเพจว่าลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับกินที่ร้าน ถ้าซื้อก็ลดราคาลงไปอีก และหลังจากปิดร้านก็ได้เลิกจ้างพนักงาน...”</p>	<p>ช่วงที่ 2 ช่วงช็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม – 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)</p> <p>1. เปลี่ยนรูปแบบการจำหน่าย</p> <p>“...ย้ายตู้จากในร้านไว้ข้างนอก ทำเป็นโซนสำหรับช็อกกลับบ้าน มีบริการจัดส่งโดยเดลิเวอรี่ไปไม่ทล้นค่าน้ำทางเพจ แล้วทางร้านจะแจ้งทาง Grab ไปส่งลูกค้า ลูกค้าจ่ายค่า Grab เอง ช่วงที่ช็อกกลับบ้านก็ลดราคาเท่ากับช่วงห้ามขาย จ่ายเงินเดือนให้พนักงานครึ่งหนึ่งอยู่แล้ว...”</p>	<p>ช่วงที่ 3 ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. ลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการจ้างพนักงาน</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ เรียกพนักงานกลับมาทำงานตามเดิม จ้างพนักงานเป็นรายวัน วันละ 300 บาท ลดการสั่งซื้อเหล้าเบียร์ จาก 2 วันซื้อ เปลี่ยนเป็น 4-5 วันซื้อ เวลาการเปิด-ปิดตามเวลาช่วงปกติ 09.00น.-19.00น....”</p>	<p>ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)</p> <p>1. เปิดให้บริการตามปกติ</p> <p>“...ไม่ได้พิมพ์เวลาเปิด-ปิด ครึ่งชั่วโมง กลับมาเปิด-ปิด ร้านตามปกติ 9.00-19.00 น.เพราะไม่ได้ลดเงินเดือนพนักงานแล้ว...”</p>
<p>2. ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลดเวลาการทำงานพนักงาน ลง เปลี่ยนเวรกันเข้าแทน จากเดิมทำ ตั้งแต่ 06.00 น. - 03.00 น. เป็นเวรกัน คนละ 5 ชม. ต่อวันเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านค่าจ้างพนักงานลง...”</p>	<p>2. ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ</p> <p>“...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ... จากเดิมร้าน เปิด-ปิด 8.30-18.30 น. เปลี่ยนเป็น 11.00-17.00 น. (บางวันแล้วแต่อารมณ์ของเจ้าของร้าน) เพราะคิดว่ายังเสี่ยงไม่ได้ ไม่มีลูกค้า...”</p>	<p>2. ลดค่าใช้จ่ายในส่วนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ เพราะเป็นร้านขายส่ง ไม่มีการนั่งดื่ม แต่ลดการสั่งเหล้า-เบียร์ลง จากเดิมสั่ง 100 ลังต่อเดือน ลดการสั่งเป็น 50 ลังต่อเดือน เพื่อลดค่าใช้จ่าย... จากขายเป็นลังๆ เปลี่ยนมาขายเป็นขวดแทนเพื่อให้ร้านอยู่รอด...”</p>	<p>2. ลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ จ้างพนักงานเป็นรายวัน วันละ 300 บาท ลดการสั่งซื้อเหล้าเบียร์ จาก 2 วันซื้อ เปลี่ยนเป็น 4-5 วันซื้อ ...”</p>
<p>3. เน้นขายสินค้าประเภทอื่นแทน</p> <p>“...ขายสินค้าตัวอื่นแทน และนำสินค้าที่ไม่เคยขายมาขายแทน เช่น เครื่องปรุงรสต่างๆ กาแฟ 3 in 1 และงดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์...”</p>	<p>3. ลดค่าใช้จ่าย</p> <p>“...เปิดร้านตามปกติ จ้างพนักงาน 3 คนที่เหลือ พนักงานได้ลดเงินเดือนจากปกติ 10,000บาทต่อเดือน ลดเหลือ 5,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มเวลาการทำงานของพนักงานมาครึ่งชั่วโมงจากเดิม 9.00 น. -19.00น. เป็น 9.00น.-19.30 น. เพื่อให้พนักงานได้เงินเพิ่ม</p>	<p>3. หาแหล่งทุนเพื่อช่วยเหลือร้าน</p> <p>“...และทั้งนี้เจ้าของกิจการได้นำรถยนต์ไปเข้าไฟแนนซ์ เพื่อนำเงินมาหมุนเวียน บริหารจัดการร้าน</p>	<p>3. หาแหล่งทุนเพื่อช่วยเหลือร้าน</p> <p>“...เปิดร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปกติ โดยเจ้าของกิจการยังคงซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เข้ามาจำหน่ายภายในร้านในปริมาณเท่าเดิม โดยใช้เงินลงทุนที่มาจากเงินกู้...”</p>



ตารางที่ 24 รีมและตัวอย่างการปรับตัวของผู้ประกอบการกลุ่มรายขายส่ง แยกตามช่วงมาตรการควบคุมการระบาด (ต่อ)

ช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่าย (12 เมษายน - 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563)	ช่วงที่ 2 ช่วงช็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม - 14 มิถุนายน พ.ศ.2563)	ช่วงที่ 3 ช่วงงัดมือขาในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)	ช่วงที่ 4 ช่วงเปิดสถานบันเทิง (1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา)
	50 บาท ลดการสั่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากที่ตั้งช็อกทุกวัน เปลี่ยนเป็น 3 วันซื้อที่เพิ่ม เวลาการเปิด-ปิด ...”		
	4. งดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ “...งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์...”	4. เปิดให้บริการตามปกติ “...จัดร้านใหม่ ลดจำนวนโต๊ะลง มีเครื่องดื่ม อุดมหมึมห้านร้าน ลงทะเบียนจำกัดคนเข้าร้าน พยายามทำให้ไม่มีปัญหาที่รัฐ แจ้งให้ทราบ ทางเพจว่าเราเปิดให้บริการแล้ว ลูกค้าก็ทยอย มาเข้า ไม่มีไปรษณีย์ ขายตามราคาปกติ...”	
	5. ปิดให้บริการ “...ปิดร้าน งดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุก ชนิด ตามมาตรการรัฐ เจ้าของกิจการเดินทางไป กลับภูมิลำเนาที่ อำเภอเชียงดาว หนีไปทำการเกษตร เพื่อหารายได้เสริมช่วงที่ปิดร้าน และนำรายได้เหล่านั้น กับเงินออม มาใช้จ่าย ค่าไฟ ค่าน้ำ...”		
	6. เปิดให้บริการและทำตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐ “...เปิดร้านขาย ก็ขายไม่ดี เพราะลูกค้าไม่มี เงินซื้อ ลูกค้าที่ร้านส่วนใหญ่เป็นร้านที่เปิดขาย กลางคืน ลูกค้ามาสั่งของลดลง ลูกค้าบางเจ้าก็ เปลี่ยนอาชีพไป ลูกค้าก็ลดลง ก่อนเข้าร้านให้ ลูกค้าล้างมือด้วยเจล สวมหน้ากากอนามัย ชำระเงินในแบบวางในตะกร้า...”		



ผลการวิจัยส่วนที่สาม ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสุขภาพ จิตใจ ครอบครัว ชุมชน และสังคมและเศรษฐกิจ ในกลุ่มประชากรนักดื่มปัจจุบัน

รายละเอียดของข้อมูลกลุ่มนักดื่ม มีดังนี้

สัมภาษณ์เชิงลึกนักดื่ม จำนวน 24 ราย เพศชาย 22 ราย ร้อยละ 91.7 เพศหญิง 2 ราย ร้อยละ 8.3 อายุ 25-44 ปี 9 ราย ร้อยละ 37.5 20-24 ปี 8 ราย ร้อยละ 33.3 อายุ 45 ปีขึ้นไป 4 ราย ร้อยละ 16.7 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 12.5 อาชีพนักศึกษา 9 ราย ร้อยละ 37.5 รับจ้าง ค้าขายอิสระ 6 ราย ร้อยละ 25.0 พนักงานบริษัท 6 ราย ร้อยละ 25.0 และข้าราชการ 3 ราย ร้อยละ 12.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี 15 ราย ร้อยละ 62.5 ปวส. 4 ราย ร้อยละ 16.7 มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า 5 ราย ร้อยละ 20.8

พฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ทุกรายเป็นผู้ดื่มหนักโดยเป็นผู้ที่ดื่มสัปดาห์ละครั้ง 8 ราย ร้อยละ 33.3 ดื่มน้อยกว่าเดือนละครั้ง 8 ราย ร้อยละ 33.3 และดื่มหนักทุกวัน หรือเกือบทุกวัน 5 ราย ร้อยละ 20.8

นักดื่มส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มทั้งได้รับโดยตรงและผลกระทบต่อการสูญเสียโอกาส 20 ราย ร้อยละ 83.3 ไม่เคยได้รับผลกระทบเลย 4 ราย ร้อยละ 16.7

ผลกระทบที่ได้รับจากการดื่มโดยไม่สามารถหยุดดื่มได้หากได้เริ่มดื่มไปแล้ว 12 ราย ร้อยละ 50.0 ไม่ได้ทำสิ่งที่ควรจะทำตามปกติ เพราะมัวแต่ไปดื่มสุรา 11 ราย ร้อยละ 45.8 ต้องรีบดื่มสุราทันทีในตอนเช้าเพื่อจะได้ดำเนินชีวิตตามปกติหรือลดอาการเมาค้างจากการดื่มหนักในคืนที่ผ่านมา 3 ราย ร้อยละ 12.5 รู้สึกไม่ดี โกรธหรือเสียใจเนื่องจากได้ทำบางสิ่งบางอย่างลงไปขณะที่ดื่มสุราเข้าไป 9 ราย ร้อยละ 37.5 ไม่สามารถจำได้ว่าเกิดอะไรขึ้นในคืนที่ผ่านมา เพราะว่าได้ดื่มสุราเข้าไป 10 ราย ร้อยละ 41.7 ตัวเองหรือคนอื่นเคยได้รับบาดเจ็บซึ่งเป็นผลจากการดื่มสุรา 8 ราย ร้อยละ 33.3 เคยมีแพทย์ หรือบุคลากรทางการแพทย์หรือเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้องแสดงความเป็นห่วงเป็นใยต่อการดื่มสุรา 17 ราย ร้อยละ 70.8

ผลจากการดื่มสุราที่ส่งผลต่อการสูญเสียโอกาส

- เคยขาดเรียน 1 ครั้ง
- ไปเรียนสาย บางครั้งก็ขาดเรียน
- ปวดหัวตอนเช้า มีนหัวบ้างในตอนเช้า
- ป่วย ไปทำงานไม่ไหว
- ไม่ได้ไปแต่งหน้าลูกค้าตามนัด
- ป่วย ต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล
- อุบัติเหตุชนตอมอ ประกันจ่ายถ้าคิดเป็นเงินที่ต้องจ่ายเองประมาณ 100,000 บาทรถพัง เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลด้วยอาการชัก
- ถูกเจ้านายทำโทษจำคุกทหาร 1-5 เดือน มีอาการชัก เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล



ผลกระทบจากการดื่มสุราในช่วงการแพร่ระบาดเชื้อโควิด-19

- แอปไปซื้อร้านขายของชำ และเกิดอุบัติเหตุจากการมีเมา (ชาย 23 ปี พนักงานบริษัท)
- บ่นอยากดื่มจนกรรยาตา โดนตำในช่วงนั้น ทะเลาะกับภรรยา มีปากเสียงกัน (ชาย 44 ปี รับจ้าง)
- ในช่วงที่สถานการณ์โควิดสถานบันเทิงปิด แต่พอเปิดไปดื่มบ่อยจนโดนครอบครัวบ่น แลงงดค่าขนมไป 2 สัปดาห์ (ชาย 23 ปี นักศึกษา)
- ถูกขอหาเมาแล้วขับ 1 คดีความ (ชาย 49 ปี รับราชการครู)
- เครียดกับงาน อยากดื่มไม่ได้ดื่ม ถ้ามเพื่อนคนไหนยังมี Alc อยู่กับตัว จึงขอซื้อต่อ (ชาย 23 ปี รับจ้างทั่วไป)

รายได้เฉลี่ยต่อสัปดาห์ จะพบว่ากลุ่มนักดื่มที่ได้รับผลกระทบมีรายจ่ายในส่วนของค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบ นอกจากนั้นแล้ว ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (เช่น รักษาพยาบาล อุบัติเหตุ ทรัพย์สินชำรุด เป็นต้น) ยังปรากฏว่ามีมากกว่าอีกด้วย ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 25 รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของนักดื่ม

นักดื่มทั้งหมด (บาทต่อสัปดาห์) n=24	Mean	95%CI	min-max
รวมรายได้	4,077.19	2,836.84-5,317.54	175-11,550
รวมค่าใช้จ่าย	2,698.91	285.34-5,112.49	120-26,500
ค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	822.17	324.86-1,319.49	120-4,500
ค่าอาหาร	646.09	325.62-966.56	0-2,500
ค่าเดินทาง	229.78	66.33-393.23	0-1,400
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (เช่น รักษาพยาบาล อุบัติเหตุ ทรัพย์สินชำรุด เป็นต้น)	1,000.87	-800.97-2,802.71	0-20,000

ตารางที่ 26 รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ

กลุ่มที่ได้รับผลกระทบ (บาทต่อสัปดาห์) n= 20	Mean	95%CI	min-max
รวมรายได้	3,676.45	2,404.51-4,948.38	175-11,550
รวมค่าใช้จ่าย	3,140.26	213.21-6,067.32	120-26,500
ค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	916.32	314.52-1,518.12	120-4,500
ค่าอาหาร	745.26	368.81-1,121.72	0-2,500
ค่าเดินทาง	267.11	70.74-463.47	0-1,400
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (เช่น รักษาพยาบาล อุบัติเหตุ ทรัพย์สินชำรุด เป็นต้น)	1,211.58	-994.55-3,417.71	0-20,000



ตารางที่ 27 รายได้ รายจ่ายเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของกลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบ

กลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบ (บาทต่อสัปดาห์) n= 4	Mean	95%CI	min-max
รวมรายได้	6,250.00	-246.14-1,2746.14	1,250-11,250
รวมค่าใช้จ่าย	602.50	177.24-1,027.76	330-900
ค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	375.00	136.32-613.68	200-500
ค่าอาหาร	175.00	22.65-327.35	100-300
ค่าเดินทาง	52.50	-0.07-105.07	30-100
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (เช่น รักษาพยาบาล อุบัติเหตุ ทรัพย์สินชำรุด เป็นต้น)			



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พนักงานที่ทำงานในสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม และนักดื่มปัจจุบันอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เชียงใหม่ สงขลา และขอนแก่น

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 640 ราย จำแนกเป็นผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม 362 ราย ร้อยละ 56.6 ไม่มีที่นั่งดื่ม 278 ราย ร้อยละ 43.4

ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบมีที่นั่งดื่ม

ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม 259 ราย เพศหญิง 131 ราย ร้อยละ 50.6 เพศชาย 128 ราย ร้อยละ 49.4 มีสถานะเป็นเจ้าของร้าน 175 ราย ร้อยละ 67.6 ผู้จัดการร้าน 59 ราย ร้อยละ 22.8 ส่วนใหญ่อายุ 25-44 ปี 176 ราย ร้อยละ 68.0 รองมาอายุ 45 ปีขึ้นไป 71 ราย ร้อยละ 27.4 ขนาดกิจการขนาดเล็ก 96 ราย ร้อยละ 37.1

ประเภทสถานบันเทิง 103 ราย เพศหญิง 60 ราย ร้อยละ 58.3 เพศชาย 43 ราย ร้อยละ 41.7 มีสถานะเป็นเจ้าของร้าน 53 ราย ร้อยละ 51.5 ผู้จัดการร้าน 40 ราย ร้อยละ 38.8 ส่วนใหญ่อายุ 25-44 ปี 68 ราย ร้อยละ 66.0 รองมาอายุ 45 ปีขึ้นไป 29 ราย ร้อยละ 28.2 ส่วนใหญ่ขนาดกิจการขนาดเล็ก 49 ราย ร้อยละ 47.6

ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่มีที่นั่งดื่ม

ประเภทร้านขายของชำ 255 ราย เพศชาย 172 ราย ร้อยละ 67.5 เพศหญิง 83 ราย ร้อยละ 32.5 มีสถานะเป็นเจ้าของร้าน 244 ราย ร้อยละ 95.7 ผู้จัดการร้าน 6 ราย ร้อยละ 2.4 ส่วนใหญ่อายุ 45 ปีขึ้นไป 180 ราย ร้อยละ 70.6 รองมาอายุ 25-44 ปี 69 ราย ร้อยละ 27.1 ขนาดกิจการขนาดเล็ก 200 ราย ร้อยละ 78.4

ประเภทร้านขายส่ง 23 ราย เพศชาย 12 ราย ร้อยละ 52.2 เพศหญิง 11 ราย ร้อยละ 47.8 สถานะเป็นเจ้าของร้าน 20 ราย ร้อยละ 87.0 ส่วนใหญ่อายุ 45 ปีขึ้นไป 12 ราย ร้อยละ 52.2 รองมาอายุ 25-44 ปี 10 ราย ร้อยละ 43.5 ขนาดกิจการขนาดเล็ก 8 ราย ร้อยละ 34.8

ผลกระทบจากนโยบายหรือมาตรการของรัฐในช่วงการแพร่ระบาดเชื้อโควิด-19 ที่มีต่อการทำงาน/ธุรกิจ

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบในช่วงมาตรการการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน 2563 ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 69.4 โดยกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 95.1 กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 80.3 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายส่งส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 69.6 กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายของชำส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ร้อยละ 47.8



สถานการณ์ของการแพร่ระบาดที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพและการทำงาน

จากสถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 มาตรการของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานและผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ มาตรการช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ เนื่องจากเป็นมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสถานประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม และสถานบันเทิงทำการปิดให้บริการชั่วคราว ส่งผลให้ผู้ประกอบการและพนักงานเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สถานบันเทิง ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก เกิดการขาดรายได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เช่น ลดการซื้อวัตถุดิบ และเลิกจ้างพนักงาน ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ต้องหยุดงานและหางานใหม่ นอกจากนี้ผู้ประกอบการและพนักงานไม่ทราบระยะเวลาของมาตรการจากทางรัฐ ทำให้ไม่สามารถวางแผนรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

สัดส่วนรายได้ รายจ่าย ลูกค้า

ช่วงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ วันที่ 12 เมษายน 2563 พบว่า จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทมีรายได้ลดลงร้อยละ 97.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 75.8 ± 29.0 (Mean \pm SD) สถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมมากที่สุดร้อยละ 90.9 ± 22.0 (Mean \pm SD) รองมา คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 87.8 ± 23.6 (Mean \pm SD) ร้านขายส่งมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 81.7 ± 29.3 (Mean \pm SD) ร้านขายของชำมีรายได้เฉลี่ยลดลงจากเดิมร้อยละ 56.6 ± 26.1 (Mean \pm SD)

รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาด (ผู้ประกอบการ)

จากสถานการณ์แพร่ระบาดความต้องการบริโภคลดลง ส่วนความต้องการขายกลับเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยรูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการแพร่ระบาดของผู้ประกอบการ แบ่งตามระยะเวลาการแพร่ระบาดได้ดังนี้ รูปแบบการตลาดและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงห้ามจำหน่าย ช่วงซ็อกกลับ และช่วงผ่อนคลายเป็นรายละเอียดดังนี้

ช่วงห้ามจำหน่าย (1 เมษายน - 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2563) ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงผู้ประกอบการร้านขายของชำที่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลัก ได้เปลี่ยนสินค้าอื่นแทน

ช่วงซ็อกกลับบ้าน (3 พฤษภาคม - 6 มิถุนายน พ.ศ. 2563) วิธีการขายอาหารจากรับประทานที่ร้านเป็นแบบ take-away และมีบริการจัดส่งแบบ delivery พร้อมกับโปรโมชั่นจัดส่งฟรีในระยะกิโลเมตรที่กำหนด นอกจากนี้มีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ application เช่น Grab, Food panda และ Line man นอกจากนี้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook เพจ โดยการโพสต์รูปภาพและข้อความต่าง ๆ ผ่านทางเพจ การเล่นเกมตอบคำถามผ่านทางเพจ เพื่อให้เพจมีการอัปเดตอยู่เสมอและผู้ติดตามหรือลูกค้าเพจจะสามารถรับทราบข่าวสารต่าง ๆ จากทางเพจได้

ช่วงนั่งดื่มในร้าน (15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา) ทางผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้จัดโปรโมชั่นลดราคาอาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย ได้แก่ ลดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงเครื่องดื่มอื่น ๆ ลง 10% จากราคาปกติ การจัดโปรโมชั่นเบียร์ 3 ขวด ราคา 199 บาท เมื่อมาใช้บริการที่



ร้านก่อนเวลา 21.00 น. การลดราคาเบียร์จากปกติราคาขวดละ 120 บาท เหลือเพียงขวดละ 100 บาท โปรโมชัน ซื่อ 1 ขวด แถม 1 ขวด ซื่อ 3 ขวด แถม 1 ขวด โปรโมชันวันเกิด หรือโปรโมชันตามช่วงสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น รับพรีเมียมเซอร์สำหรับผสมเครื่องดื่มเมื่อลูกค้าแต่งตัวตามหัวข้อ (Theme) ที่ร้านกำหนด นอกจากนี้มีการจัดโปรเบียร์ Voucher ส่วนลดค่าอาหาร แถม/แจกเครื่องดื่ม

วิธีการจัดการกับงาน/ธุรกิจในภาพรวมในแต่ละช่วงเวลา

พบว่า ส่วนใหญ่แล้วในภาพรวมของทุกช่วงเวลาจะมีวิธีการจัดการ ดังต่อไปนี้

- เปิดให้บริการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19
- ลดค่าใช้จ่ายทางด้านพนักงาน
- เน้นจำหน่ายอาหารมากขึ้น
- มีการจัดโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้า
- บางร้านมีการเพิ่มธุรกิจอย่างอื่นเพื่อหารายได้เสริม เช่น

นโยบายหรือมาตรการของภาครัฐในช่วงการแพร่ระบาดที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพและการทำงานมากที่สุด

มาตรการของทางภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานและผู้ประกอบการมากที่สุดคือ มาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ เนื่องจากสถานบันเทิง รวมถึงร้านอาหารและเครื่องดื่มปิดให้บริการตามที่รัฐกำหนดเป็นระยะเวลาหลายเดือน ทำให้พนักงานและผู้ประกอบการขาดรายได้อย่างมหาศาล จากผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง โดยเฉพาะพนักงาน ซึ่งส่วนใหญ่พนักงานชั่วคราว ถูกเลิกจ้าง กลายเป็นคนตกงาน ทำได้เพียงรอรับการเยียวยาจากรัฐ ส่วนผู้ประกอบการต้องปรับตัวและควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อประคับประคองร้าน บางรายต้องปิดกิจการถาวร แม้ภายหลังมีการผ่อนปรน เช่น ช่วงนโยบายหรือมาตรการช่วงเคอร์ฟิว แม้ร้านค้าสถานบันเทิงสามารถทำการได้ตามปกติ แต่ทางมาตรการมีการกำหนดเวลาเปิดปิดการให้บริการที่น้อยลง และมีการจำกัดปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการ อีกทั้งการเดินทางทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นไปอย่างยากลำบาก ทำให้ลูกค้าลดลงจากช่วงปกติ

ข้อเสนอแนะหรือความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐ

ข้อเสนอแนะหรือความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐ ตามความเห็นของผู้ประกอบการและพนักงาน โดยข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ ข้อเสนอแนะต่อการจัดการของรัฐ และข้อเสนอแนะต่อมาตรการการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาด

ประการแรก ข้อเสนอแนะของพนักงานและผู้ประกอบการต่อการจัดการของรัฐ ส่วนใหญ่เห็นว่ารัฐควรกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว หาวิธีการป้องกันที่รัดกุมและได้ผลต่อสถานการณ์โควิด-19 โดยไม่มีการสั่งปิดร้านอาหารและเครื่องดื่ม หรือสถานบันเทิง และรัฐต้องกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อให้คนออกมาจับจ่ายซื้อของ เช่น รัฐควรเข้ามาดูแลเรื่องระบบสาธารณสุขภาคขั้นพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ การส่งเสริม การสนับสนุนการขายเพิ่มวันหยุดเพื่อให้ลูกค้ามาเที่ยวในช่วงวันหยุด การขยายเวลาเปิดปิดให้บริการ และต้องการให้ทางรัฐมีโครงการที่สร้างรายได้หลังจากสถานการณ์ทุเลาลง เช่น โครงการคนละครึ่ง

ประการที่สอง ข้อเสนอแนะต่อมาตรการการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาด บางรายต้องการให้มีการ



ตรวจคัดกรองคนเข้าประเทศให้เข้มงวดและรัดกุมมากกว่าเดิม แต่ผู้บางรายต้องการให้ทางรัฐลดจำนวนวันกักตัวเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวจาก 14 วัน เป็น 7 วัน แทน เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ นอกจากนี้ทางรัฐไม่ควรใช้มาตรการสั่งปิดสถานบริการ เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้าง ทั้งต่อผู้ประกอบการและพนักงาน อย่างไรก็ตามรัฐควรแจ้งข้อมูลให้ผู้ประกอบการล่วงหน้า โดยให้ข้อมูลที่ชัดเจนรายละเอียดของมาตรการต่าง ๆ ให้ชัดเจนก่อนประกาศล่วงหน้า 1-2 เดือน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะวางแผนและปรับตัวได้

ทางด้านความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐ ในส่วนของการให้ความช่วยเหลือพนักงาน ส่วนใหญ่ต้องการให้ทางภาครัฐช่วยเหลือเยียวยาให้แก่ผู้ได้รับผลกระทบให้ทั่วถึง เช่น ผู้ว่างงาน ตกงาน โดยให้ทีมงานรองรับแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบโควิด เพิ่มเงินเยียวยาตามความเหมาะสมกับรายจ่ายของแต่ละคน หรือให้เงินเยียวยาวันละ 500 จากค่าแรงปกติ เพื่อชดเชยรายได้ที่ขาดไป มีการพักชำระหนี้และให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ส่วนผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยน้อย เพื่อนำมาฟื้นฟูธุรกิจ การพักชำระหนี้จากทางธนาคาร ช่วยเหลือค่าเช่า ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ภายในร้าน การลดภาษีรายได้และภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพิ่มเงินดูแลพนักงานในช่วงวิกฤต 9,000 - 10,000 บาท และชดเชยรายได้ที่ขาดทุนในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ให้กับร้านที่ไม่สามารถขายได้หรือมีรายได้ลดลง นอกจากนี้รัฐควรช่วยเหลือสนับสนุนและเยียวยาผู้ประกอบการ เช่น เพิ่มเงินเยียวยาอีก 3 เดือน เดือนละ 3,000 - 5,000 บาท อีกทั้งพนักงานและผู้ประกอบการบางรายต้องการให้รัฐบาลทำการยุบสภา เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศ

ผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสุขภาพ จิตใจ ครอบครัว ชุมชน และสังคมและเศรษฐกิจในกลุ่มประชากรนักดื่มปัจจุบัน

พฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พบว่า ทุกรายเป็นผู้ดื่มหนักโดยเป็นผู้ที่ดื่มสัปดาห์ละครั้ง 8 ราย ร้อยละ 33.3 ดื่มน้อยกว่าเดือนละครั้ง 8 ราย ร้อยละ 33.3 และดื่มหนักทุกวัน หรือเกือบทุกวัน 5 ราย ร้อยละ 20.8

นักดื่มส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการดื่มทั้งได้รับโดยตรงและผลกระทบต่อการใช้โอกาส 20 ราย ร้อยละ 83.3 ไม่เคยได้รับผลกระทบเลย 4 ราย ร้อยละ 16.7

ผลกระทบที่ได้รับจากการดื่มโดยไม่สามารถหยุดดื่มได้หากได้เริ่มดื่มไปแล้ว 12 ราย ร้อยละ 50.0 ไม่ได้ทำสิ่งที่ควรจะทำตามปกติ เพราะมัวแต่ไปดื่มสุรา 11 ราย ร้อยละ 45.8 ต้องรีบดื่มสุราทันทีในตอนเช้าเพื่อจะได้ดำเนินชีวิตตามปกติหรือลดอาการเมาค้างจากการดื่มหนักในคืนที่ผ่านมา 3 ราย ร้อยละ 12.5 รู้สึกไม่ดี โกรธหรือเสียใจเนื่องจากได้ทำบางสิ่งบางอย่างลงไปขณะที่ดื่มสุราเข้าไป 9 ราย ร้อยละ 37.5 ไม่สามารถจำได้ว่าเกิดอะไรขึ้นในคืนที่ผ่านมา เพราะว่าได้ดื่มสุราเข้าไป 10 ราย ร้อยละ 41.7 ตัวเองหรือคนอื่นเคยได้รับบาดเจ็บซึ่งเป็นผลจากการดื่มสุรา 8 ราย ร้อยละ 33.3 เคยมีแพทย์ หรือบุคลากรทางการแพทย์หรือเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้องแสดงความห่วงใยต่อการดื่มสุรา 17 ราย ร้อยละ 70.8

ผลจากการดื่มสุราที่ส่งผลต่อการสูญเสียโอกาส เช่น การขาดเรียน การไปเรียนสาย มีนหัวหรือปวดหัวในตอนเช้าหลังจากตื่นนอน ป่วยไม่สามารถไปทำงานได้ ไม่สามารถไปทำงานตามที่นัดไว้กับลูกค้า ป่วย (มีอาการซัก) ต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล อุบัติเหตุทางถนนต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล รถพัง ถูกเจ้านายลงโทษ (จำคุกทหาร 1-5 เดือน) เป็นต้น การสูญเสียดังกล่าวส่งผลต่อโอกาสในการเรียน การทำมาหากิน และตำแหน่งหน้าที่การทำงาน

นอกจากผลกระทบที่ได้รับจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 แล้วยังได้รับผลกระทบจากการดื่มสุรา เช่น การ



แอบไปซื้อเครื่องตีแอลกอฮอล์จากร้านขายของชำแล้วเกิดอุบัติเหตุจากความมีเมมา บ่นอยากตีเครื่องตีแอลกอฮอล์กับภรรยาจนมีปากเสียงกับภรรยา ถูกจับกุมคดีเมมาแล้วขับ ความเครียดจากการทำงานผนวกกับความเครียดที่ไม่สามารถหาซื้อดื่มได้ถึงต้องถามเพื่อนและขอซื้อต่อจากเพื่อน ในช่วงที่สถานการณ์โควิดสถานบันเทิงปิดไม่ได้ดื่มพอสถานบันเทิงเปิดตีหนักและตีทุกวันจนคนในครอบครัวบ่นและโดนตัดเงินประจำเดือน เป็นต้น

สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อสัปดาห์ จะพบว่ากลุ่มนักดื่มที่ได้รับผลกระทบมีรายได้ในส่วนของค่าเครื่องตีแอลกอฮอล์มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบ นอกจากนั้นแล้ว ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (เช่น รักษาพยาบาล อุบัติเหตุ ทรัพย์สินขำรุค เป็นต้น) ยังปรากฏว่ามีมากกว่าอีกด้วย

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องตีแอลกอฮอล์ในสังคมไทย” มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาเพื่อศึกษาผลกระทบของการระบาดโควิดต่อผู้ประกอบการเครื่องตีแอลกอฮอล์ทั้งด้านอุปสงค์ อุปทาน เศรษฐกิจ และสังคม มีประเด็นอภิปรายตามวัตถุประสงค์การศึกษาในเรื่อง “ผลกระทบของการระบาดโควิดต่อผู้ประกอบการเครื่องตีแอลกอฮอล์” ดังนี้

ข้อมูลจากผลการศึกษาพบว่า จากสถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 มาตรการของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อพนักงานและผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ มาตรการช่วงที่ 1 ช่วงห้ามจำหน่ายเครื่องตีแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ เนื่องจากเป็นมาตรการห้ามจำหน่ายเครื่องตีแอลกอฮอล์ และสถานประกอบการร้านอาหารและเครื่องตี และสถานบันเทิงทำการปิดให้บริการชั่วคราว ส่งผลให้ผู้ประกอบการและพนักงานเกี่ยวกับเครื่องตีแอลกอฮอล์ เช่น สถานบันเทิง ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องตี ผู้ประกอบการร้านเครื่องตีแอลกอฮอล์ รวมไปถึงผู้ประกอบการร้านขายของชำที่ได้มีการขายเครื่องตีแอลกอฮอล์เป็นหลัก เกิดการขาดรายได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เช่น ลดการซื้อวัตถุดิบ และเลิกจ้างพนักงาน ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ต้องหยุดงานและหางานใหม่ นอกจากนี้ผู้ประกอบการและพนักงานไม่ทราบระยะเวลาของมาตรการจากทางรัฐ ทำให้ไม่สามารถวางแผนรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

หากใช้วิธีการเปรียบเทียบวิธีการจัดการกับงานหรือธุรกิจในภาพรวมของแต่ละช่วงเวลาของธุรกิจแต่ละประเภทเฉพาะที่ระบุว่าได้รับผลกระทบมาก จะได้รายละเอียดดังข้อมูลในตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 28 เปรียบเทียบวิธีการจัดการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมาก

ประเภทธุรกิจ	ห้ามจำหน่าย วันที่ 12 เม.ย. 63	ผ่อนปรนระยะที่ 1 วันที่ 3 พ.ค. 63	ผ่อนปรนระยะที่ 4 วันที่ 15 มิ.ย. 63	ผ่อนปรนระยะที่ 5 วันที่ 1 ก.ค. 63
กลุ่มร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดโปรโมชั่นอาหาร ● เปลี่ยนรูปแบบการขาย ● ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ ● ปิดร้านเปลี่ยนรูปแบบสินค้า ขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม non-alcohol ● แอบจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ● ลดค่าใช้จ่ายในร้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดโปรโมชั่นอาหาร ● เปลี่ยนรูปแบบการขาย ● ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ ● ปิดร้าน ● ประกอบอาชีพเสริม 	<ul style="list-style-type: none"> ● เปลี่ยนรูปแบบการขาย ● ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ ● ปิดร้าน ● เน้นขายอาหารเป็นหลัก ● จัดโปรโมชั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ● บริหารจัดการร้านโดยใช้เงินเยียวยาจากภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> ● จัดโปรโมชั่นอาหาร ● ปรับเปลี่ยนเวลาให้บริการ ● ปิดร้าน ● จัดโปรโมชั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะทางออนไลน์ ● ลดค่าจ้างและปริมาณพนักงาน ● หาแหล่งทุนเพิ่ม
กลุ่มสถานบันเทิง	<ul style="list-style-type: none"> ● ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน ● เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ ● ปิดร้านแต่ยังคงให้ความช่วยเหลือพนักงาน ● ปรับเปลี่ยนสินค้าในร้าน ● ปิดร้านและไม่ทำอะไรเลย 	<ul style="list-style-type: none"> ● ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน ● ปิดร้านแต่ยังคงให้ความช่วยเหลือพนักงาน ● ขายสินค้าออนไลน์ ● จัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย ● ปรับปรุงร้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน ● ปิดร้านและไม่ทำอะไรเลย ● จัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย ● ขายอาหารมากขึ้น ● เปิดให้บริการตามปกติ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ควบคุมค่าใช้จ่ายภายในร้าน ● ปิดร้านและไม่ทำอะไรเลย ● จัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย ● ขายอาหารมากขึ้น ลดค่าใช้จ่ายเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ● เปิดให้บริการตามปกติ โดยทำตามมาตรการภาครัฐ ● หาแหล่งทุนเพิ่ม



ตารางที่ 28 เปรียบเทียบวิธีการจัดการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมาก (ต่อ)

ประเภทธุรกิจ	ห้ามจำหน่าย วันที่ 12 เม.ย. 63	ผ่อนปรนระยะที่ 1 วันที่ 3 พ.ค. 63	ผ่อนปรนระยะที่ 4 วันที่ 15 มิ.ย. 63	ผ่อนปรนระยะที่ 5 วันที่ 1 ก.ค. 63
กลุ่มร้านขายของ ชำ	<ul style="list-style-type: none"> ● เปลี่ยนรูปแบบการ ขาย ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● ขายสินค้าตามปกติ งดเว้นเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ● ขายสินค้าอื่นเพิ่มเติม ● ปิดร้าน ● ปิดร้านประกอบอาชีพ เสริม ● ทำโปรโมชั่นและให้ สินเชื่ ● แอบขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● เปลี่ยนรูปแบบ การขาย ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● ขายสินค้า ตามปกติ งดเว้น เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ● ขายสินค้าอื่น เพิ่มเติม ● จัดโปรโมชั่น เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ● บริหารการเงิน ภายในร้าน/ใช้เงิน เก็บส่วนตัว 	<ul style="list-style-type: none"> ● เปลี่ยนรูปแบบ การขาย ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● ขายสินค้า ตามปกติ งดเว้น เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ● ขายสินค้าอื่น เพิ่มเติม ● ปิดร้าน ● หาแหล่งทุน บริหารร้าน ● จัดโปรโมชั่น เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ● บริหารการเงิน ภายในร้าน/ใช้เงิน เก็บส่วนตัว 	<ul style="list-style-type: none"> ● หาแหล่งทุนบริหาร ร้าน ● เปลี่ยนรูปแบบการ ขาย/delivery
กลุ่มร้านขายส่ง	<ul style="list-style-type: none"> ● ปิดให้บริการ ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● ขายสินค้าอื่นแทน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ปิดให้บริการ ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● ขายสินค้าอื่นแทน ● เปลี่ยนรูปแบบ การจำหน่าย ● ปรับเวลาการ ให้บริการ ● จัดโปรโมชั่น ● หาแหล่งทุนเพิ่ม ● เปิดให้บริการโดย ทำตามมาตรการ ของภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ปิดให้บริการ ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● หาแหล่งทุนเพิ่ม ● เปิดให้บริการโดย ทำตามมาตรการ ของภาครัฐ ● ลดสินค้าจำพวก เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ปิดให้บริการ ● ควบคุมค่าใช้จ่าย ภายในร้าน ● หาแหล่งทุนเพิ่ม ● เปิดให้บริการโดยทำ ตามมาตรการของ ภาครัฐ



หากเปรียบเทียบวิธีการจัดการกับงานหรือธุรกิจในภาพรวมของแต่ละช่วงเวลาของธุรกิจแต่ละประเภท จะพบความเหมือนในวิธีการจัดการและผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ การปิดร้านค้า โดยการปิดร้านนั้นจะมีทั้งปิดร้านไปเลยและปิดร้านโดยยังคงมีมาตรการช่วยเหลือพนักงาน หรือวิธีการลดค่าใช้จ่ายภายในร้าน ด้วยการลดจำนวนพนักงานหรือลดปริมาณการตุนสินค้าภายในร้านลง

วิธีการจัดการในข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากการระบาดของโควิดอย่างชัดเจน ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนี้กระทบต่อสภาพคล่องของผู้ประกอบการ และอาจส่งผลกระทบต่อความไม่สามารถชำระหนี้ได้ เกิดความถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยเฉพาะกับกลุ่มธุรกิจที่เลือก “ปิดร้าน” ทั้งนี้ ผลกระทบนี้จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในลักษณะของลูกค้าต่อเนื่องมายังพนักงานหรือลูกจ้างในร้านค้าอีกด้วย เนื่องจากการลดการจ้างงาน การได้รับรายได้ที่ลดน้อยลง และการตกงาน

นอกเหนือจากผลกระทบในทางเศรษฐกิจแล้วนั้น ผลกระทบในทางสังคมและสุขภาพจิตยังอาจเกิดขึ้นได้ เช่น ความกังวลใจ ความเครียด จากการตกงานหรือว่างงาน หรือการสูญเสียรายได้ที่ต่อเนื่องมาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ ซึ่งผลกระทบนี้หากเทียบเคียงกับแนวคิดเรื่องผลกระทบ (สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย, 2562) แล้วจะพบว่า เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในช่วงระยะเวลายสั้น คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นในช่วงการระบาดของโควิด และผลกระทบที่เกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ดังจะเห็นได้จากตัวเลขของการว่างงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่แสดงให้เห็นว่าอัตราการว่างงานค่อย ๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในไตรมาสต่าง ๆ ของปี พ.ศ. 2563 ในตารางข้างล่างนี้ รวมถึงผลกระทบในระยะยาว เช่น ความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการสูญเสียงานหรือรายได้

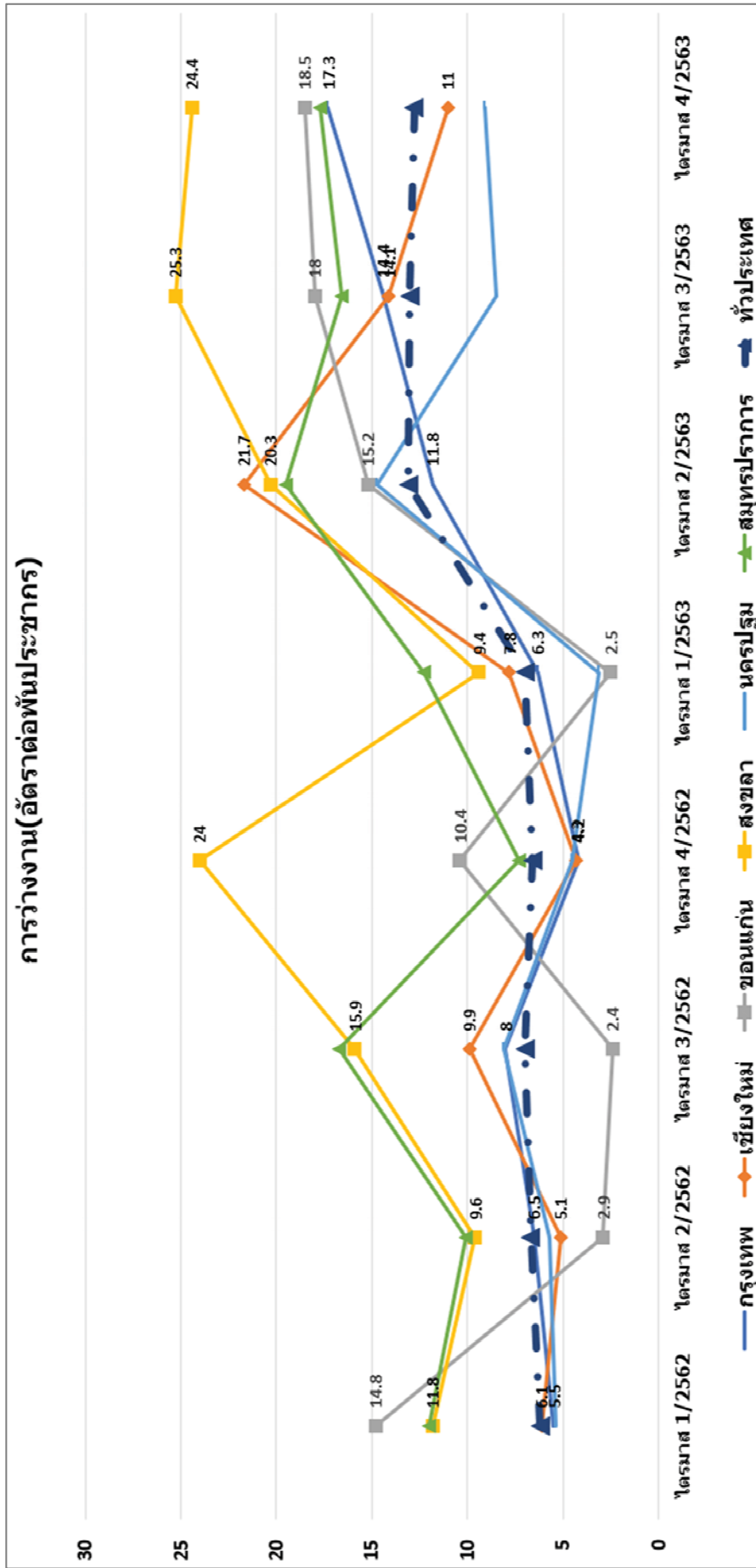
ตารางที่ 29 การว่างงาน (อัตราต่อพันประชากร)

การว่างงาน (อัตราต่อพันประชากร)	กรุงเทพ	เชียงใหม่	ขอนแก่น	สงขลา	นครปฐม	สมุทรปราการ	ทั่วประเทศ
ไตรมาส 1/2563	5.5	6.1	14.8	11.8	5.4	12.0	6.2
ไตรมาส 2/2563	6.5	5.1	2.9	9.6	5.7	10.1	6.7
ไตรมาส 3/2563	8.0	9.9	2.4	15.9	8.1	16.7	7.0
ไตรมาส 4/2563	4.2	4.3	10.4	24.0	4.5	7.3	6.6
ไตรมาส 1/2564	6.3	7.8	2.5	9.4	3.1	12.3	7.0
ไตรมาส 2/2564	11.8	21.7	15.2	20.3	14.7	19.5	13.1
ไตรมาส 3/2564	14.4	14.1	18.0	25.3	8.5	16.6	13.0
ไตรมาส 4/2564	17.3	11.0	18.5	24.4	9.1	17.7	12.8

แหล่งข้อมูล: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563)



กราฟที่ 1 อัตราการว่างงาน





ข้อที่น่าสังเกตประการสำคัญ คือ วิธีการจัดการของกลุ่มธุรกิจด้วยการแอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายแอลกอฮอล์และการทำการตลาดออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายแบบออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มร้านค้า ผับ บาร์ และสถานบันเทิง ดังนั้น แม้ว่าข้อมูลในช่วงการระบาดโควิดประชาชนจะดื่มแอลกอฮอล์ลดลง แต่ในระยะยาว การจัดโปรโมชั่นและการทำการตลาดออนไลน์จะทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ในระยะยาวจะมีปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนประเด็นผลกระทบของการระบาดโควิดต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1. รัฐบาลควรกำหนดมาตรการและนโยบายที่ชัดเจนต่อกลุ่มธุรกิจและผู้ประกอบการกลุ่มร้านอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มร้านขายของชำ กลุ่มสถานบันเทิง และกลุ่มร้านขายส่ง เช่น มาตรการจำกัดเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการเฝ้าระวังตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และบทลงโทษที่ชัดเจนต่อผู้ฝ่าฝืน อีกทั้งมาตรการการเยียวยาช่วยเหลือต่อกลุ่มธุรกิจและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบมาก ทั้งการเยียวยาด้วยตัวเงินและการเยียวยาด้วยการเพิ่มศักยภาพเพื่อให้เกิดทักษะขั้นสูงและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปรับเปลี่ยนวิธีการขายหรือรูปแบบการขายเพื่อทดแทนการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. รัฐบาลควรบังคับใช้กฎหมายตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพ.ร.บ. ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอินเทอร์เน็ตอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะการใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มธุรกิจและผู้ประกอบการ เนื่องจาก วิธีการส่งเสริมการขายออนไลน์นี้จะทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ หากมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ภาวะความเครียดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอาจส่งผลให้เกิดแนวโน้มการใช้ความรุนแรงในครอบครัวและการอาชญากรรมมากยิ่งขึ้นในอนาคต เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาความรุนแรงและอาชญากรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาและเฝ้าระวัง (monitoring) การตลาดและการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มธุรกิจและผู้ประกอบการ

2. การจัดทำฐานข้อมูลมาตรการและนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่ามาตรการและนโยบายใดที่ได้ผล เพื่อนำมาสู่การกำหนดมาตรการและนโยบายที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต



เอกสารอ้างอิง

- การดื่มสุรา: แนวปฏิบัติสำหรับสถานพยาบาลปฐมภูมิ = AUDIT (ปริทรรศน์ ศิลปะกิจ & พันธันภา กิตติรัตน์ไพบลีย์, Trans.). นนทบุรี: แผนงานการพัฒนาระบบ รูปแบบและวิธีการรักษาผู้มีปัญหาการบริโภคสุรา. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). DBD DataWarehouse. Retrieved from <https://datawarehouse.dbd.go.th>. Retrieved 24/06/2563, from กระทรวงพาณิชย์ <https://datawarehouse.dbd.go.th>
- ข่าวไทยพีบีเอส. (2563). สถานบันเทิงย่านอีแวนดอนเกินกาศให้ผู้ป่วย COVID-19 เพิ่ม 94 คน. ข่าวไทยพีบีเอส. Retrieved from <https://news.thaipbs.or.th/content/292331>
- วุฒิชัย มุระดา. (2556). ผลกระทบที่มีต่อประชาชนจากการขยายตัวของคอนโดมิเนียมเพื่อการพักอาศัยในเขตพื้นที่ชุมชนบางแสนบน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมศักดิ์ แต้มบุญเลิศชัย. (2562). เศรษฐศาสตร์ทางด้านอุปทาน (Supply-side Economics). Retrieved from <http://www.setthasarn.econ.tu.ac.th/blog/detail/21/>
- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.). (2562). รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนของกระทรวงคมนาคม พ.ศ. 2561. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). โครงสร้างของการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) (TSIC NSO Revised Version 2009). Retrieved from http://statstd.nso.go.th/classification/structure.aspx?id=17&tree=56101&fbclid=IwAR3aoUQW8a_lh0cdhqG4Z2ABnFqsXUbVjiek-dCYO97e-86qCeFqLUUMvwt4. from สำนักงานสถิติแห่งชาติ http://statstd.nso.go.th/classification/structure.aspx?id=17&tree=56101&fbclid=IwAR3aoUQW8a_lh0cdhqG4Z2ABnFqsXUbVjiek-dCYO97e-86qCeFqLUUMvwt4
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมไทย. (2563). ภาวะสังคมไทยไตรมาสหนึ่ง ปี 2563. 18 (2). Retrieved from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5491&filename=socialoutlook_report
- อรทัย วลีวงศ์ และคณะ. (2558). การศึกษาผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อบุคคลรอบข้างผู้ดื่มในประเทศไทย (ระยะที่ 1). นนทบุรี: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- อุดมศักดิ์ แซ่โจ้ว. (2563). 7 วันอันตรายยุคห้ามขายเหล้า อุบัติเหตุจากสุราลดลง 5.5 เท่า มูลค่าความสูญเสียลดลงถึง 84%. Retrieved from <https://www.hfocus.org/content/2020/05/19322>
- Daniel, W. W. (1995). Biostatistics: a foundation of analysis in the health sciences. . New York: John Wiley&Sons.
- Marketingoops. (2563). เครือ WPP เผย 10 พฤติกรรมคนไทยช่วง “COVID-19” ที่กำลังจะกลายเป็น “New Normal”. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/wpp-group-social-distancing-covid-19-change-consumer-behavior-to-new-normal/>



Ngamjarus, C., & Chongsuvivatwong, V. (2014). n4Studies: Sample size and power calculations for iOS. (The Royal Golden Jubilee Ph.D. Program - The Thailand Research Fund). Prince of Songkla University, Songkla.

Wichaidit, W., & Assanangkornchai, S. (2020). Binge-drinking and household role's associations with prevalence of domestic violence: findings from the Thailand smoking and drinking behaviour survey 2017. *Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy*, 15 (1), 34. doi:10.1186/s13011-020-00278-2

World Health Organization. (2017). Violence against women [Internet]. Retrieved from <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violenceagainst-women>.

**การศึกษาผลกระทบ
ของการระบาดโควิด
ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย**