



โครงการวิจัยผลกระทบของสถานสุรากระแสใหม่ต่อการผังเมือง
และการเปลี่ยนแปลงเมือง กรณีศึกษาซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

Hipster bars, gentrification, and urban planning:

A case study of Soi Nana, Pom Prap Sattru Phai District

โดย

ผศ. ดร. นพงศ์ รักขพันธ์

วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ได้รับทุนสนับสนุนจาก

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ปี พ.ศ.2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาปรากฏการณ์สถานประกอบการสุราบาร์กระแสใหม่ ในพื้นที่ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1. การเกิดขึ้นและอัตลักษณ์ของบาร์กระแสใหม่ 2. การเปลี่ยนแปลงย่านและเมือง และ 3. ข้อพิพาททางสังคมที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเมือง โดยงานวิจัยนี้เลือกพื้นที่ซอยนานา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่รู้จักกันดีในผู้ผู้บริโภคในเมืองรุ่นใหม่ ในฐานะที่เป็นย่านสุราบาร์กระแสใหม่ที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศและระดับนานาชาติ งานวิจัยใช้การเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อมูลหลากหลายชุด เช่น การวิเคราะห์เอกสาร การวิเคราะห์ผังเมือง และโครงสร้างสถาปัตยกรรม การวิเคราะห์การสร้างสรรค์ของร้านคือ การทำสนทนากลุ่ม (focus group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาพบว่า การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์สถานประกอบการสุราบาร์กระแสใหม่เป็นผลมาจากการใช้ประโยชน์ที่ดินของเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเปลี่ยนจากย่านพาณิชย์กรรมเป็นย่านท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ

การเปลี่ยนแปลงของย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครซึ่งในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นจากระบบขนส่งมวลชนแบบราง นอกจากนี้พฤติกรรมการบริโภคสุราของคนรุ่นใหม่กลุ่มหนึ่งเปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของสุราในการหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ตลอดจนการผนวกร้านสุราเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว นำมาสู่การปรับปรุงพื้นที่พวย่านและกระตุ้นเศรษฐกิจเมืองในที่สุด อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของย่านนำมาซึ่งผลกระทบในหลาย ๆ เรื่อง เช่น มลพิษเสียง ขยะ เป็นต้น

บทสรุปผู้บริหาร

1. สถานสุราบาร์กระแสใหม่เป็นรูปแบบของสถานประกอบการสุราที่แตกต่างจากกิจการประเภทก่อนมีการใช้การตกแต่งมาเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อสร้างความแตกต่าง โดดเด่น และสร้างแบรนด์ให้แก่ร้าน โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบในทุกมิติ (สถาปัตยกรรมภายนอก สถาปัตยกรรมภายใน เฟอร์นิเจอร์ ดนตรี เครื่องตกแต่ง เมนูอาหารและเครื่องดื่ม) และเน้นการสร้างเรื่องราว (storytelling) แก่สินค้าและบริการ และมีราคาค่อนข้างสูง เน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคในเมืองที่มีการศึกษาและรายได้ระดับหนึ่ง
2. สถานสุราบาร์กระแสใหม่เหล่านี้ให้ความสำคัญแก่บริบทเมืองและย่านโดยรอบ (urban context) โดยมักเลือกที่ตั้งในบริเวณย่านเมืองเก่าที่มืองค์ประกอบเมืองและสถาปัตยกรรมที่แปลกตา แตกต่างไปจากบรรยากาศแวดล้อมของเมืองสมัยใหม่ ดังนั้น ที่ตั้ง (location) จึงมีความสำคัญไม่ใช่เพียงในแง่ของการเข้าถึงพื้นที่ และยังรวมไปถึงการส่งเสริมเอกลักษณ์ขอร้านด้วย สถานสุราบาร์กระแสใหม่เหล่านี้จะเน้นความเป็น ‘บาร์ลับ’ กล่าวคือ รู้จักในหมู่นักกลุ่มน้อย ดังนั้นบรรยากาศเมืองเก่าช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์นี้เป็นอย่างดี
3. กลุ่มลูกค้าของบาร์เหล่านี้คือ ผู้บริโภคยุคใหม่ในเมืองที่มีพฤติกรรมและทัศนคติต่อการดื่มสุราที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมองว่าสุราเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการเข้าสังคมและเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ มีความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับเรื่องราวของสุราและเครื่องดื่มแปลกใหม่ และยินดีจะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่สูงขึ้น โดยคนกลุ่มนี้อยู่ในช่วงอายุ 20-35 ปี มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป
4. เขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร (เขตพระนคร เขตสัมพันธวงศ์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย และเขตบางรัก) เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ 2000 เป็นสาเหตุมาจากโครงการก่อสร้างขนส่งมวลชนแบบราง ที่ทำให้เข้าถึงพื้นที่ได้ง่ายขึ้น จึงทำให้ที่ดินบริเวณนี้กลับมาเป็นที่สนใจในหมู่ภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยว บันเทิง และนันทนาการ นอกจากนี้โครงการต่าง ๆ ของภาครัฐก็ช่วยส่งเสริมให้พื้นที่บริเวณนี้กลายเป็นพื้นที่อนุรักษ์เชิงท่องเที่ยว กล่าวคือการอนุรักษ์เมืองเพื่อสร้างผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เห็นได้จากโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในเกาะรัตนโกสินทร์ การย้ายที่ตั้งของ TCDC เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงของย่านเมืองเก่านี้เอง เป็นบริบทให้เกิดการเข้ามาของบาร์กระแสใหม่

5. ข้อบังคับทางผังเมืองและอาคารในปัจจุบันยังเป็นเพียงการกำหนดกรอบกว้างๆ (เช่น พื้นที่พาณิชย์กรรม พื้นที่อยู่อาศัย) ซึ่งยังไม่มีข้อกำหนดลักษณะเฉพาะของย่าน (character) จึงทำให้ไม่สามารถชี้แนะการพัฒนาพื้นที่ได้ดีนัก ตัวอย่าง เช่น ร้านค้า โรงแรม ร้านสุรา ถูกจัดอยู่ในหมวดหมู่พาณิชย์กรรมเหมือนกัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว กิจกรรมเหล่านี้แตกต่างกันมาก และมีนัยยะที่แตกต่างกันมากในเชิงผลกระทบต่อพื้นที่ย่านและพื้นที่เมือง เช่น กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน การใช้ปริมาณทรัพยากรที่ต่างต่างกัน (เช่น น้ำ ไฟฟ้า) ตลอดจนปริมาณขณะ เป็นต้น
6. นอกจากนี้การดัดแปลงอาคารที่ผิดไปจากวัตถุประสงค์ดั้งเดิมอยากสร้างผลกระทบแก่ผู้ใช้หรือชุมชนรอบข้าง เช่น ปริมาณเสียง ขยะ ระบบระบายของเสีย ซึ่งเกิดมาจากความเข้มข้นของการใช้ประโยชน์ที่ดิน (land use intensity) ที่เพิ่มขึ้นอย่างฉับพลัน ความแตกต่างทางการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารนี้เอง นำมาสู่อุปาทานเชิงพื้นที่ระหว่างผู้คนและชุมชนใกล้เคียง

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อ | A |
| บทสรุปผู้บริหาร | B |
| สารบัญตาราง | D |
| สารบัญภาพ | E |
| สารบัญแผนภูมิ | F |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 หลักการและเหตุผล/ที่มาและความสำคัญของปัญหาการศึกษา | 1 |
| 1.1.1 การเปลี่ยนแปลงของร้านขายสุรา | 1 |
| 1.1.2 การบริโภคสุราของคนเมืองรุ่นใหม่ | 1 |
| 1.1.3 การเปลี่ยนแปลงของย่านเก่า | 2 |
| 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา | 2 |
| 1.3 ขอบเขตการศึกษา | 3 |
| 1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย | 3 |
| 1.3.2 พื้นที่ดำเนินการ | 3 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 4 |
| 1.5 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 4 |
| 1.6 กรอบแนวคิด | 10 |
| 1.6.1 สุนทรียศาสตร์ พื้นที่ และการสร้างแบรนด์ของบาร์กระแสใหม่ | 10 |

| | | |
|---------|---|----|
| 1.6.2 | การเปลี่ยนแปลงเมืองและบทบาทของกฎหมายผังเมืองและอาคาร | 10 |
| 1.6.3 | ข้อขัดแย้งเชิงพื้นที่-สังคม | 11 |
| 1.7 | ตัวแปรที่ศึกษา/นิยามคำศัพท์ | 11 |
| 1.8 | รูปแบบการศึกษา | 12 |
| 1.9 | พื้นที่ ประชากร จำนวนขนาดตัวอย่าง และการเลือกตัวอย่าง | 12 |
| 1.10 | เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล | 12 |
| 1.11 | การเก็บรวบรวมข้อมูล | 13 |
| บทที่ 2 | ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพื้นที่วิจัย | 15 |
| 2.1 | รายชื่อสถานที่ประกอบการสุรากระแสใหม่ ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | 15 |
| 2.2 | ที่ตั้งกิจการ | 20 |
| 2.2.1 | กิจการประเภทสถานสุรากระแสใหม่ | 20 |
| 2.2.2 | กิจการประเภทร้านกาแฟและคาเฟ่ | 21 |
| บทที่ 3 | การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของสถานประกอบการสุราในซอยนานา | 22 |
| 3.1 | รายการกิจการที่ศึกษา | 23 |
| 3.1.1 | Wallflowers Upstairs (วอลฟลาวเวอร์ อัฟสแตร์) | 23 |
| 3.1.2 | El Chiringuito (เอล ชิริงกูยโต) | 23 |
| 3.1.3 | Ba Hao (ปาเฮ่า) | 24 |
| 3.1.4 | เทพบาร์ | 25 |
| 3.1.5 | Teens of Thailand (ทีนออฟไทยแลนด์) | 26 |
| 3.1.6 | Pijiu Bar (พีจีวบาร์) | 27 |
| 3.1.7 | 23 Bar & Gallery (ทเว็นตี-ทรี บาร์แอนด์แกลลอรี่) | 28 |
| 3.1.8 | Asia Today Bar (เอเชียทูเดย์บาร์) | 29 |
| 3.1.9 | Biscuit bar and cafe (บิสกิตบาร์แอนด์คาเฟ่) | 29 |

| | |
|--|----|
| 3.2 การอภิปรายผล | 30 |
| บทที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่มีต่อสถานประกอบสุรากระแสใหม่ | 32 |
| 4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว | 32 |
| 4.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัย | 37 |
| 4.3 การอภิปรายผล | 43 |
| บทที่ 5 ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงเมืองและข้อพิพาทเชิงพื้นที่ | 46 |
| 5.1 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ | 46 |
| 5.1.1 รายได้ที่เพิ่มขึ้น | 46 |
| 5.1.2 ความปลอดภัย | 47 |
| 5.1.3 การปรับปรุงพื้นที่กายภาพ | 47 |
| 5.1.4 ความมีชีวิตชีวา | 47 |
| 5.2 บริบททางผังเมืองและสถาปัตยกรรม | 47 |
| 5.2.1 บริบทการควบคุมทางผังเมือง | 48 |
| 5.2.2 บริบทรูปแบบสถาปัตยกรรมอาคารและการใช้ประโยชน์ที่เปลี่ยนแปลงไป | 50 |
| 5.3 ข้อพิพาทเชิงพื้นที่ | 51 |
| 5.4 การอภิปราย: การเปลี่ยนแปลงเมืองและความขัดแย้งเชิงพื้นที่ | 54 |
| บทที่ 6 บทสรุป | 58 |
| บทที่ 7 ข้อเสนอแนะทางนโยบาย | 62 |

| | |
|---------------|----|
| รายการอ้างอิง | 64 |
| ภาคผนวก | 68 |
| ภาคผนวก ก | 69 |
| ภาคผนวก ข | 82 |
| ภาคผนวก ค | 84 |
| ภาคผนวก ง | 85 |
| ภาคผนวก จ | 91 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 13 |
| ตารางที่ 2 รายชื่อสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | 15 |
| ตารางที่ 3 ตารางสรุปประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินที่ห้ามและอนุญาตในแต่ละพื้นที่ | 49 |

สารบัญภาพ

| รูปภาพที่ | หน้า |
|--------------|------|
| รูปภาพที่ 1 | 20 |
| รูปภาพที่ 2 | 21 |
| รูปภาพที่ 3 | 23 |
| รูปภาพที่ 4 | 24 |
| รูปภาพที่ 5 | 25 |
| รูปภาพที่ 6 | 26 |
| รูปภาพที่ 7 | 27 |
| รูปภาพที่ 8 | 28 |
| รูปภาพที่ 9 | 28 |
| รูปภาพที่ 10 | 29 |
| รูปภาพที่ 11 | 30 |
| รูปภาพที่ 12 | 49 |
| รูปภาพที่ 13 | 50 |
| รูปภาพที่ 14 | 51 |

สารบัญแผนภูมิ

| แผนภูมิที่ | หน้า |
|--|------|
| แผนภูมिवงกลมที่ 1 เรื่องการเข้าใจบริการกิจการย่านชอยนানা | 33 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 2 เรื่องเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม | 33 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 3 เรื่องสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม | 34 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 4 เรื่องการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม | 34 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 5 เรื่องอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | 35 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 6 เรื่องกลุ่มวงการอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม | 35 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 7 เรื่องรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม | 36 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 8 เรื่องจำนวนผู้อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม | 36 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 9 เรื่องจำนวนครั้งใช้บริการบาร์ย่านชอยนানাของผู้ตอบแบบสอบถาม | 37 |
| แผนภูมิแท่งที่ 1 เรื่องบาร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการ | 37 |
| แผนภูมิแท่งที่ 2 เรื่องปัจจัยต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม | 38 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 10 เรื่องการรับรู้เกี่ยวกับกิจการบาร์ในย่านชอยนানা | 38 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 11 เรื่องการส่งเครื่องดื่มผู้ตอบแบบสอบถาม | 39 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 12 เรื่องการส่งเครื่องดื่มผู้ตอบแบบสอบถาม | 39 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 13 เรื่องการใช้จ่ายเรื่องการส่งเครื่องดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม | 40 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 14 เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม | 40 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 15 เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม | 41 |
| แผนภูมिवงกลมที่ 16 เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม | 41 |
| แผนภูมิแท่งที่ 3 เรื่องการเผยแพร่ประสบการณ์ภายในร้านผ่าน- สื่อสังคมออนไลน์เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม | 42 |
| แผนภูมิแท่งที่ 4 เรื่องการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม | 42 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล/ที่มาและความสำคัญของปัญหาการศึกษา

1.1.1 การเปลี่ยนแปลงของร้านขายสุรา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาสังคมเมืองได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของร้านสุรา โดยเปลี่ยนจากสถานให้บริการที่เน้นขายสุราเป็นหลักกลายเป็นสถานขายสุราที่เน้นขายบรรยากาศ ประสบการณ์ และสุนทรียศาสตร์ โดยบาร์กระแสใหม่ลงทุนจำนวนมากใน 2 ส่วนคือ (1) การออกแบบภายนอกและภายใน และ (2) การออกแบบอาหารและสุรา โดยการออกแบบทั้งสองนี้พยายามตอบสนองความโหยหาอดีต (nostalgia) ของชนชั้นกลางที่มีการศึกษา สังเกตได้จากการออกแบบร้านที่พยายามรี้อฟื้นบรรยากาศเมืองเก่า (เช่น อิฐ สีจาง สีลอก ปูนเปลือย หลอดไฟนีออน เฟอร์นิเจอร์เก่า) และสร้างสรรค์เมนูอาหารและสุราที่มีเรื่องราวลึกลับซึ่ง มีที่มาจาก (เช่น ยาดอง คราฟเบียร์ เป็นต้น) การออกแบบเหล่านี้เป็นนำเสนอตัวเองของร้านสุราว่ามีได้เป็นเพียงสถานขายสุราอย่างเดียว แต่เป็นสถาบันทางวัฒนธรรม (cultural institution) ประเภทหนึ่งที่ส่งเสริมบรรยากาศทางการทดลองและการใฝ่รู้ (intellectual curiosity) ของคนสมัยใหม่ ซึ่งการนำเสนอตัวตนในลักษณะนี้ได้รับการสนับสนุนจากพื้นที่/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative space, creative economies) ทั้งจากภาครัฐและภาควิชาชีพ เห็นได้จากการที่องค์กรของรัฐที่ทำงานด้านการสร้างสรรค์ (เช่น TCDC) มีการส่งเสริมการประกอบการเหล่านี้ โดยมองว่าเป็นการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจใหม่ ๆ

1.1.2 การบริโภคสุราของคนเมืองรุ่นใหม่

พฤติกรรมการบริโภคสุราของคนเมืองรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงไป และแตกต่างไปมโนทัศน์ (และอคติ) ดั้งเดิมที่มีต่อคนดื่มเหล้า (เช่น ‘เครียด จน กินเหล้า’ หรือ ‘ผิดศีลข้อที่ 5’) โดยผู้บริโภครุ่นใหม่เหล่านี้มีรายได้ การศึกษา ทักษะคติ และรสนิยมที่เปิดกว้าง อยากรู้ อยากลองสิ่งใหม่ ๆ และไม่ได้มองเรื่องการดื่มสุราเป็นปัญหาสารเสพติด หรือปัญหาสุขภาพ แต่กลับมองว่าเป็นเรื่องของรสนิยมที่ดี (taste) กล่าวคือคนกลุ่มนี้มีได้ต้องการแค่ความเมา แต่ต้องการความจรรโลงใจทางสุนทรียศาสตร์จากการมีส่วนร่วมในร้าน ดังนั้น การดื่มสุราเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการการเข้าสังคม (socialization) ที่เกิดขึ้นทั้งในพื้นที่จริงและโลกออนไลน์ (เช่น การแชร์รูปภาพและสถานที่ตั้งของร้านผ่านทาง social media ต่าง ๆ) ความอยากรู้อยากลองนี้เองทำให้นักดื่มเหล่านี้มักแสวงหา

สถานที่ที่มีลักษณะ ‘เท่ ๆ’ ‘คูล ๆ’ ที่มักซ่อนเร้นอยู่ตามย่านเมืองเก่า (เช่น เกาะรัตนโกสินทร์, ถนนเจริญกรุง) มีไชน่าสควร์ที่เป็นที่นิยมในคนหนุ่มมาก (เช่น อาร์ซีเอ รัชดา, ทองหล่อเอกมัย)

1.1.3 การเปลี่ยนแปลงของย่านเก่า

การพยายามแสวงหาบรรยากาศใหม่ ๆ ของชาวฮิปสเตอร์นี้เอง นำไปสู่การเปลี่ยนของย่านเก่า (neighborhood change) โดยการใช้ประโยชน์ที่ดินเปลี่ยนไปจากการอยู่อาศัยและพาณิชย์กรรม ขนาดชุมชน และกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากชาวชุมชนละแวกบ้าน กลายเป็นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ ที่เข้ามาใช้พื้นที่ ความย้อนแย้งของบาร์เหล่านี้ประการหนึ่งว่า ถึงแม้จะอ้างความดั้งเดิม (เช่น การตกแต่งและการเลือกเครื่องดื่มดำรับเก่า ๆ) แต่กลุ่มเป้าหมายกลับไม่ใช่คนท้องถิ่นดั้งเดิม การเปลี่ยนแปลงของย่านนี้ไม่ใช่แค่การเปลี่ยนแปลงทางกลไกราคา (เช่น ค่าเช่า ค่าที่ดิน) แต่รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางความสัมพันธ์สังคม ในกรณีที่ผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมก็เสี่ยงถูกไล่ที่ หรือการกำจัดคนไร้บ้าน คนใช้แรงงาน ที่อาจจะมีลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ในสายตาของผู้ประกอบการ ให้ออกจากบริเวณสถานประกอบการของตน ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการตีมูลค่าในสถานประกอบการมีใช้ประเด็นระดับสุขภาพของปัจเจกหรือประเด็นสาธารณสุขเท่านั้น แต่ยังเป็นประเด็นว่าด้วย การพัฒนาเมืองและความสัมพันธ์กับกลุ่มคนกับพื้นที่

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหัวข้อต่อไปนี้

วัตถุประสงค์หลักข้อที่ 1: ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานประกอบการบาร์กระแสใหม่ในวัตถุประสงค์ย่อย

1. สสำรวจข้อมูลพื้นฐาน (baseline) ว่าด้วย (1) จำนวน (2) ประเภท (3) ขนาดของสถานประกอบการบาร์กระแสใหม่ในพื้นที่ดำเนินการ
2. วิเคราะห์ปรากฏการณ์และให้คำนิยามบาร์กระแสใหม่ ว่ามีความเหมือนหรือต่างจากสถานสุราที่มีมาในอดีตอย่างไร

วัตถุประสงค์หลักข้อที่ 2: ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสถานประกอบการบาร์กระแสใหม่ ในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์

1. มุมมองนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economies) ในยุคปัจจุบันซึ่งมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสถานประกอบการบาร์กระแสใหม่

2. ศึกษากระบวนการสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของบาร์กระแสใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการถือเอา (appropriate) ลักษณะดั้งเดิมของพื้นที่เมือง (urban space) เพื่อมาสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์และอัตลักษณ์ และสร้างจุดเด่น จุดขาย และความแตกต่างของตน
3. ศึกษาลักษณะกลุ่มผู้ใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการ ว่าเป็นคนกลุ่มใด (เช่น อาชีพ อายุ รายได้ การศึกษา รสนิยมทางวัฒนธรรม) และวัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการ (เช่น มาเพื่อทดลองสุรารสชาติใหม่ สังสรรค์ หรือหาเครือข่ายทางสังคม)

วัตถุประสงค์หลักข้อที่ 3: ศึกษาข้อพิพาททางสังคมที่เกิดจากพื้นที่เมืองที่เปลี่ยนแปลงไป

1. ศึกษาว่าสถานประกอบการบาร์กระแสใหม่มีการปะทะสังสรรค์กับพื้นที่โดยรอบอย่างไร โดยให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน (land use change) เช่น การขึ้นค่าเช่า การไล่ที่ การพัฒนาและสร้างใหม่ การขับไล่บุคคลที่ไม่พึงประสงค์ (เช่น คนไร้บ้าน)

1.3 ขอบเขตการศึกษา (ระบุขอบเขตความครอบคลุมในเชิงประเด็นที่ศึกษา ประชากร และพื้นที่)

1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้ประกอบการ (จำนวน 10 ราย)
2. กลุ่มนักนโยบายและนักวิชาชีพด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ (จำนวน 10 ราย)
3. หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบให้การควบคุมกำกับดูแล (จำนวน 10 ราย) ได้แก่ สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ สถานีตำรวจพลับพลายไชย 2
4. ผู้ใช้บริการ (จำนวน 10 ราย)
5. ผู้อยู่อาศัย ชุมชน ผู้ใช้พื้นที่รอบข้าง โดยเฉพาะกลุ่มที่ไร้อำนาจ (จำนวน 10 ราย)

1.3.2 พื้นที่ดำเนินการ

ซอยนานา ป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร¹

¹ ข้อเสนอโครงการในขั้นต้นได้เสนอว่า จะมีการศึกษา 2 พื้นที่ ได้แก่ ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย และบริเวณถนนเจริญกรุง-บางรัก เขตสัมพันธวงศ์และเขตบางรัก แต่เนื่องด้วยสถานการณ์โควิดในช่วงปี 2563-2564 ทำให้ไม่สามารถทำการศึกษาในพื้นที่ 2 ได้ เนื่องจากมาตรการ lockdown ของภาครัฐที่จำกัดการเปิดกิจการประเภทสุรา

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ที่มีลักษณะเปลี่ยนไป โดยมีการผสมผสานการออกแบบ ศิลปะ สุนทรียภาพ และวัฒนธรรมร่วมสมัยเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับร้านของตน
2. เข้าใจรสนิยม จุดมุ่งหมายและแรงจูงใจของผู้บริโภคสุราที่เปลี่ยนไป โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องการ เพียงเสพสุรา แต่ต้องการเสพประสบการณ์ บรรยากาศ และความแปลกใหม่
3. เข้าใจทรศนะที่หลากหลายของคนหลายกลุ่มที่มีต่อสุราที่มีใช้แค่ต่อต้าน แต่ยังมีบางกลุ่ม ที่ให้การสนับสนุนสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ในฐานะที่เป็นแหล่งพื้นที่สร้างสรรค์ ภายใต้วาทกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุคเสรีนิยมใหม่ในปัจจุบัน
4. เข้าใจผลกระทบของสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของย่าน (neighborhood change) โดยเปิดพรมแดนความรู้ใหม่ว่า สถานประกอบการสุราไม่ใช่แค่ ปัญหาสุขภาพระดับบุคคลหรือระดับสาธารณสุขตามที่เคยเข้าใจ แต่เป็นปัญหาเชิงพื้นที่เมือง ความยุติธรรมเชิงพื้นที่ และความเหนียวแน่นของสังคมเมือง
5. ผลักดันมาตรการและนโยบายการจัดการเชิงพื้นที่ในการควบคุมและจัดการ สถานประกอบการสุรากระแสใหม่ ตลอดจนการธำรงไว้ซึ่งความเป็นอยู่ที่ดีของย่านเมือง และสิทธิการเข้าถึงพื้นที่เมืองของกลุ่มคนที่หลากหลาย

1.5 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยสุราจำนวนหนึ่งวิเคราะห์สุราใน 2 มุมมองหลัก คือ ปัญหาสุขภาพและปัญหาสังคม ในมุมมองสุขภาพศาสตร์ สุราถูกวิเคราะห์ในแง่มุมมองของผลกระทบของสุราที่มีต่อสุขภาพและพยาธิสภาพ ต่าง ๆ ของผู้ดื่ม ส่วนในทางสังคมศาสตร์ สุราถูกจัดเป็นต้นตอของปัญหาสังคมต่าง ๆ เช่น ปัญหาครอบครัว อาชญากรรม ตลอดจนความวุ่นวายต่าง ๆ กอปรกับบริบททางศาสนาพุทธ ของสังคมไทยที่กล่าวว่าสุราเป็นสิ่งมัวเมา ผิดศีลธรรม ปัจจัยทั้งด้านสุขภาพ สังคม และศีลธรรม เหล่านี้ก่อให้เกิดวาทกรรมว่าเป็นปัญหาสังคมที่ควรแก้ไข และการดื่มสุราถูกมองว่าเป็นสิ่งต้องห้าม อันที่จริงแล้วสุราเป็นส่วนหนึ่งของสังคมมนุษย์มาหลายพันปี ในมุมมองทางสังคมวิทยา การดื่มสุราถือเป็น กระบวนการทางสังคม และการดื่มสุราอาจจะไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการเมาเสมอไป ดังนั้นจึงเห็นได้ ว่าสุราเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ประเพณี ระบบความเชื่อ และแบบแผนปฏิบัติต่าง ๆ ตั้งแต่เกิด จนตายของทุกสังคมมนุษย์ในทุกช่วงเวลาในทุกทวีป ในปัจจุบันมีความสนใจทางวิชาการที่จะขยาย มุมมองของงานวิจัยสุราให้กว้างกว่ามุมมองเชิงสุขภาพและชีวการแพทย์ งานวิจัยนี้จัดอยู่ในสาขา

ภูมิศาสตร์เมือง (urban geography) ที่มีนักวิจัยสนใจความสัมพันธ์ระหว่างสุราและพื้นที่เมืองในหลากหลายบทบาท เช่น การควบคุมสุราในพื้นที่สาธารณะ การจัดการคนเมา การจำกัดพื้นที่การขายสุรา ประเภทของที่ขายสุราในเมือง เป็นต้น (Jayne et al, 2006) มุมมองภูมิศาสตร์เมืองช่วยให้เห็นว่าสุราเป็นปรากฏการณ์เชิงพื้นที่ ที่ผูกโยงไปกับการจัดการความประพฤติของคนในสังคม โดยเฉพาะสังคมเมือง การทบทวนวรรณกรรมด้านล่างนี้แบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้ (1) การควบคุมการดื่มสุราของชนชั้นกรรมมาชีพในเมืองในสมัยปฏิวัติอุตสาหกรรม (2) การเปลี่ยนแปลงพื้นที่เมืองและการพัฒนาเมืองหลังยุคทุนนิยมอุตสาหกรรม และ (3) บทบาทของร้านสุราสมัยกระแสใหม่ในบริบทของการพัฒนาเมืองยุคใหม่

ความพยายามควบคุมการดื่มสุราเกิดขึ้นพร้อมกับสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ที่มีจัดการการทำงานและการแบ่งเขตชัดเจนระหว่างพื้นที่งานและพื้นที่พักผ่อน (work and leisure) ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่ต่างจากสังคมก่อนอุตสาหกรรมที่ไม่มีการแบ่งขอบเขตระหว่างบ้านและที่ทำงาน การแบ่งพื้นที่ที่ชัดเจนนี้เป็นผลเกี่ยวเนื่องมาจากการเข้ามาของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ความต้องการแรงงานป้อนระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมนี้เองทำให้ชนชั้นนายทุนต้องการควบคุมการดื่มสุราของชนชั้นกรรมมาชีพ เพราะต้องการให้พวกเขาตื่นมาทำงานได้ (Thompson, 1967; Malcolmson, 1973) ตัวอย่างที่ดีคือการพัฒนาเมืองใจกลางเมืองสมัยใหม่ในยุคอุตสาหกรรมปลายศตวรรษที่ 18 ถึงต้นศตวรรษที่ 19 ในยุโรป ที่แสดงให้เห็นถึงความพยายามของชนชั้นกรรมมาชีพที่จัดสรรเขตเมืองให้ชนชั้นกรรมมาชีพอยู่ในเขต ๆ หนึ่ง และควบคุมการดื่มสุราในเขตนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น การตัดถนนใหญ่ ๆ ในกรุงปารีสสมัย Napoleon 3rd ที่ต้องการเปิดมุมมองแหล่งที่อยู่ของคนจนเพื่อป้องกันการชงสุมและการรวมตัวกันต่อรองกับนายทุน นอกจากนี้ยังมีการออกกฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ โดยเพ็งเล็งไปที่วัฒนธรรมชนชั้นแรงงานที่ถูกมองว่า นอกจากจะเป็นเรื่องขัดต่อศีลธรรมอันดีงามในยุควิโตเรีย การดื่มเหล้ายังเป็นขัดขวางผลิตภาพในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมอีกด้วย (Cunningham, 1980) ความย้อนแย้งก็คือในขณะที่วัฒนธรรมการดื่มเหล้าของชนชั้นแรงงานถูกมองว่าเรื่องเป็นน่าละอาย แต่การดื่มของชนชั้นสูงถูกมองว่าเป็นเรื่องของรสนิยมและศิลปะ

ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 เมืองเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยที่ศูนย์การผลิตทางอุตสาหกรรมไม่ตั้งอยู่กลางเมืองอีกต่อไป และศูนย์กลางเมืองถูกจากพื้นที่การผลิต (site of production) ไปเป็นพื้นที่การบริโภค (site of consumption) ซึ่งสะท้อนบริบทของเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา ที่เริ่มเปลี่ยนผ่านจากระบบ Fordism มาเป็น Post-Fordism คือเปลี่ยนจากระบบผลิตสินค้าอุตสาหกรรม สายพานขนาดใหญ่ มาเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจที่หลากหลาย ทั้งในแง่ของขนาดการ

ผลิต ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ประเภทสินค้า ประเภทลูกค้า การใช้เทคโนโลยีในการผลิต ก่อให้เกิดกิจกรรมเศรษฐกิจและอาชีพใหม่ ๆ เช่น กิจกรรมภาคบริการ ท่องเที่ยว วัฒนธรรมการบริโภค (consumer/consumerist culture) เป็นต้น ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา รัฐบาลประเทศต่าง ๆ เริ่มให้ความสนใจกับรูปแบบเศรษฐกิจใหม่ ๆ มากขึ้น จะเห็นได้จากนโยบาย กฎหมาย ข้อระเบียบต่าง ๆ ที่ออกมาเพื่อส่งเสริมความหลากหลายของภาคการผลิต (sector diversification) เช่น การลดกฎระเบียบ การเปิดการค้าเสรี การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ เขตส่งเสริมการส่งออก และอื่น ๆ

สำหรับในภาคเมือง (urban sector) (โดยเฉพาะเมืองหลวงและเมืองใหญ่) รัฐบาลท้องถิ่นและนักธุรกิจระดับ ท้องถิ่นเริ่มให้คุณค่า กับพื้นที่เมือง (urban spaces) โดยมองพื้นที่เมืองว่าเป็น 'growth machine' หรือเครื่องจักร ที่สร้างความเติบโต สร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ประกอบการ และกลุ่มทุน (Molotch, 1976; Logan and Molotch, 2007) รัฐบาลท้องถิ่นเข้ามาส่งเสริมการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย สังเกตได้ว่ารัฐมีการเปลี่ยนบทบาทของตนเอง จากที่เคยรับผิดชอบเพียงประเด็นพื้นฐาน (เช่น การบังคับกฎหมาย การจัดเก็บขยะ การปรับปรุงถนน งานโครงสร้างพื้นฐาน การทะเบียนราษฎร์ และเรื่องปากท้องอื่น ๆ) มาสู่นโยบายรัฐที่ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจเมือง กล่าวคือ เริ่มรัฐปรับหน้าที่จากการบริหารจัดการ (managerialism) มาเป็นการส่งเสริมการประกอบการ (entrepreneurialism) (Harvey, 1989) หรือเปลี่ยนจากหน้าที่ผู้กำกับบังคับตลาด (regulator) มาเป็นตัวแทน (agent) ของตลาดเสียเอง (Smith, 2002) ในหลายเมืองและหลายประเทศ 'วัฒนธรรม' ถูกดึงมาเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจเมือง ในการนี้ 'วัฒนธรรม' ถูกแปลงจากความหมายในแง่กว้าง (เช่น วิถีชีวิตของกลุ่มชนหนึ่ง ๆ) มาสู่งาน และนโยบายวัฒนธรรม (cultural policy) ที่พยายามแปลงวัฒนธรรม ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพ หรือผลผลิตอื่น ๆ ที่ซื้อขายได้ ปรากฏการณ์การการแปลงวัฒนธรรม ให้การพาณิชย์นี้ (commercialization/commodification) มีอย่างแพร่หลายในหลายๆเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองหลังยุคอุตสาหกรรม (post-industrial cities) ในทวีปอเมริกาเหนือและยุโรปตะวันตก เช่น Vancouver, Pittsburg, Manchester, Liverpool, Rotterdam, Barcelona, Glasgow เป็นต้น เนื่องจากอุตสาหกรรมหนักหลาย ๆ ประเภท เช่น เหล็ก รถยนต์ เสื้อผ้า ได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศกำลังพัฒนา เมืองหลังยุคอุตสาหกรรมเหล่านี้จึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวออกจากการผลิต ภาคปฐมภูมิ และทุติยภูมิ (primary and secondary sectors) มาสู่ภาคตติยภูมิ (tertiary sector) ที่เน้นการค้า การบริการ การท่องเที่ยว และกิจกรรมขั้นสูงอื่น ๆ ตลอดช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา จึงมีชุดวาทกรรมเมือง (discourse) จำนวนหนึ่ง ที่พยายามสะท้อนความ

ปรารถนาที่จะเปลี่ยนพื้นที่เมือง ชุมชนเมือง และวัฒนธรรมเมือง ให้เป็นต้นทุนทาง เศรษฐกิจ เช่น Global City (Sassen, 2001) หรือ ‘creative class’ (Florida, 2002; 2003) ที่ว่าด้วยการฟื้นฟูเมือง ที่นำโดย ‘ชนชั้นสร้างสรรค์’ เช่น ศิลปิน นักออกแบบ นักดนตรี นักวิชาชีพ ด้านองค์ความรู้อื่น ทำให้เกิดแนวความคิดการฟื้นฟูเมือง โดยใช้วัฒนธรรมเป็นตัวนำ (culture-led urban regeneration) มี ได้รับความนิยมน้อยอย่างแพร่หลาย จนบางครั้งก่อให้เกิดลักษณะที่ เมืองแข่งขันกัน (inter-city competition) ในลักษณะ ‘place war’ หรือสงครามพื้นที่ (Silk, 2002) ตัวอย่างเช่น การสถาปนา ‘เมืองหลวงวัฒนธรรม’ ในหลาย ๆ เมืองของทวีปยุโรป (Bianchini, 1993; Colomb, 2002; Richard and Wilson, 2004; Zukin, 1987; 1989; 1998) ตัวอย่างของการเปลี่ยนพื้นที่เมือง เป็นพื้นที่ทุนทางวัฒนธรรม เช่น ย่านประวัติศาสตร์ (historic district) (Chang, 1999; Rugkhan, 2015; Yeoh and Huang, 1996; Yeoh and Kong, 1995); ย่านวัฒนธรรม (Mould and Comunian, 2015); หมู่บ้านเมือง (urban village) (Barnes et al, 2006); การพัฒนาพื้นที่ริมน้ำ (Cook and Ward, 2012); การนำสถาปนิกชื่อดังมาสร้างสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น (iconic architecture and starchitecture) (Sklair, 2015) รวมไปถึงพื้นที่วัฒนธรรมแบบอื่น ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ แกลเลอรีศิลปะ ศูนย์ประชุมนานาชาติ หรือกลุ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ (creative clusters) ต่าง ๆ โดยพื้นที่เหล่านี้เป็นยุทธศาสตร์ ‘ครัวซองต์และโอเปร่า’ (Ley, 1996 อ้างอิงใน Yeoh, 2005, หน้า 946) ที่เน้นความสวยงามทางสุนทรียศาสตร์เพื่อดึงดูด ชนชั้นสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยว และกลุ่มลงทุน

อุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอล์ในประเทศไทยนั้นเริ่มต้นจากการที่รัฐเป็นผู้ผูกขาดการผลิต และการจำหน่ายสุรา และขึ้นอยู่กับกรมสรรพสามิตเพียงหน่วยงานเดียว ต่อมาในปี พ.ศ. 2502 ประเทศไทยได้เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาดำเนินการผลิตและมีการประมูลสิทธิดำเนินการโรงงานสุราได้ หลังจากนั้นได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอล์ ซึ่งการผลิตและการจำหน่ายเครื่องตี้ออลกอฮอล์เพิ่มขึ้นตั้งแต่ได้รับอนุมัตินโยบายระดับชาติว่าด้วยการเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 รวมทั้งประกาศนโยบายการบริหารเครื่องตี้ออลกอฮอล์ในปี พ.ศ. 2542 นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา รัฐบาลได้ยกเลิกการผูกขาดการผลิตในอดีต และด้วยเหตุนี้ ปริมาณแอลกอฮอล์ในตลาดจึงมีเพิ่มขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีสถานประกอบการผลิตแอลกอฮอล์ที่ตั้งอยู่ทั่วประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการปลูกพืชผลทางการเกษตรต่าง ๆ ที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องตี้ออลกอฮอล์

การผลิตและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เพียงเพิ่มขึ้นเท่านั้น การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้คนก็เพิ่มขึ้นด้วย ข้อมูลจากระบบข้อมูลสถิติขององค์การอนามัยโลก (WHO) แสดงให้เห็นว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อหัว (per capita) ของประชากรไทยที่มีอายุมากกว่า 15 ปีค่อย ๆ เพิ่มขึ้นจาก 3 ลิตรต่อปี ในปี พ.ศ. 2528 เป็น 7.7 ลิตรในปี พ.ศ. 2541 และเพิ่มขึ้นเป็น 8.5 ลิตร ในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 40 ในสถิติโลกด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อหัวในปี พ.ศ. 2544 อีกด้วย ในช่วงเกือบ 20 ปีที่ผ่านมาหลังจากการเปลี่ยนแปลงนั้น ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์ของประชาชนเฉลี่ยอยู่ที่ 8.3 ลิตรต่อปี และในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 1 ในสถิติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดในประชาคมอาเซียน (ASEAN)

ในประเทศไทย ความสนใจและงานเกี่ยวกับแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นอย่างมากในทศวรรษที่ผ่านมา ประชาชนทั่วไปมีความเข้าใจและยอมรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์มากขึ้นในแง่ของความจำเป็นในการทำความเข้าใจ การป้องกัน และควบคุมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน ภาวะเบียดและกฎหมายหลายฉบับที่ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การเพิ่มการเก็บภาษีสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางประเภท (คำสั่งคณะรัฐมนตรี พ.ศ. 2548) การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การจำกัดเวลาการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณสถานศึกษาและสถานที่ทางศาสนา (กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551) และข้อจำกัดการจำหน่ายสุราแต่ละประเภท และค่าทำเนียมการจำหน่ายสุราอีกด้วย (พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560)

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นั้นถูกบังคับใช้เพื่อควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ของคนในประเทศ เพื่อลดโอกาสการเข้าถึงสุราของประชาชน เพื่อสุขภาพ และสร้างความตระหนักถึงผลเสียของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการทบทวนข้อกฎหมายนี้ ผลสัมฤทธิ์ของการบังคับใช้กฎหมายมีมาตราที่ส่งผลดีและมีการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ข้อบัญญัตินี้ไม่มีความชัดเจนและยากต่อการปฏิบัติจริงเนื่องจากการจำกัดความที่ไม่ครอบคลุม ซึ่งทำให้เกิดช่องโหว่ของกฎหมาย ในส่วนของหัวข้อวิจัยนี้ได้ทบทวนประเด็นหลัก ๆ ในเรื่องของผลสัมฤทธิ์ของข้อกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย เรื่องหนึ่งคือการจำหน่ายสุรา ข้อคลุมเครือของบทลงโทษ และคำจำกัดความความหมายที่อาจจะส่งผลต่อการบังคับใช้กฎหมาย

หมวด 4 การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ มาตรา 24 ถึง 32 มีการบัญญัติถึงข้อบังคับควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งมาตรา 27 นั้นได้มีการกล่าวถึงสถานที่หรือบริเวณที่ห้ามขายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และมาตรา 31 นั้นห้ามไม่ให้มีการบริโภคเครื่องตี้มในสถานที่หรือบริเวณเดียวกันกับมาตรา 27 ซึ่งสถานที่เหล่านั้นรวมไปถึงวัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา สถานที่ราชการ หอพัก สถานศึกษา สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสวนสาธารณะ แต่การห้ามของมาตรา 27 และ 31 นั้น ไม่ได้กล่าวถึงว่าสถานสุราต้องอยู่ห่างจากสถานที่ต้องห้ามทั้งหมดกี่เมตรหรือกิโลเมตร เพราะฉะนั้นการควบคุมจุดจำหน่ายแอลกอฮอล์ในพระราชบัญญัติฉบับนี้โดยเฉพาะในเรื่องการจัดระเบียบโซนนิ่ง (zoning) ของสถานที่หรือบริเวณที่มีการห้ามขายและห้ามบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อย่างที่กล่าวตามมาตรา 27 และ 31 นั้นไม่มีความชัดเจน ในส่วนของมาตรา 28 ได้ระบุบุคคลต้องห้ามขายสุราให้ ซึ่งรวมไปถึงบุคคลที่มีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์ และบุคคลที่มีอาการเมามจนครองสติไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อบัญญัติมาตรานี้ รวมถึงมาตราอื่น ๆ ไม่ได้มีการระบุไว้เกี่ยวกับข้อบังคับการตรวจสอบอายุหรือวิธีประเมินอาการเมามา เมื่อไม่ได้มีแนวทางปฏิบัติจึงส่งผลให้ข้อกฎหมายนี้อ่อนลงอย่างชัดเจน

หมวด 7 บทกำหนดโทษ จริงอยู่ที่หมวด 7 บทกำหนดโทษนั้น ได้มีการระบุการระวางโทษจำคุกและการปรับไว้ครอบคลุมตั้งแต่มาตราที่ 26 ถึง 45 แต่ช่องโหว่ของข้อกฎหมายที่มีอยู่อย่างคลุมเครือนี้ อาจส่งผลให้การปฏิบัติตามแนวข้อบังคับเป็นไปอย่างไม่ชัดเจน ซึ่งผู้ประกอบการสถานสุราหรือผู้จำหน่ายสุราอาจจะนำความคลุมเครือเหล่านี้มาสร้างผลประโยชน์ที่เอื้อต่อตนเอง สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ทางผู้บังคับใช้กฎหมายควรพิจารณาในการปรับใช้โดยละเอียดรอบคอบมากกว่านี้ และเนื่องจากข้อบัญญัติสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ในบทกำหนดโทษนั้นได้ถูกเขียนขึ้นโดยใช้ภาษาที่กว้างและมีการชี้แนะการปฏิบัติอย่างกำกวม คำว่าพนักงานเจ้าหน้าที่นั้นได้มีการให้ความหมายไว้ในมาตรา 3 กล่าวไว้ว่า ‘พนักงานเจ้าหน้าที่’ หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งการแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่ได้มีการระบุอย่างชัดเจนว่าใคร หรือหน่วยงานไหนของแต่ละพื้นที่เป็นผู้บังคับใช้กฎหมายหลัก การจำกัดความความหมายที่มีอยู่เพียงหนึ่งบรรทัดนั้นดูเหมือนจะรวมถึงทุก ๆ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้กฎหมาย การที่ไม่มีการแต่งตั้งหน่วยงานหรือผู้บังคับใช้กฎหมายหลักอย่างชัดเจนอาจส่งผลให้ไม่มีการผลักดันการบังคับใช้เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นไม่ทราบถึงการมีอยู่ของมาตราต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในบทบัญญัตินี้ และอาจไม่นำออกมาดำเนินการอย่างจริงจังในบางพื้นที่ ทำให้การปฏิบัติใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ถูกให้ความสำคัญน้อยลงและอาจจะไม่สัมฤทธิ์ผลกับความตั้งใจในบทลงโทษก็เป็นได้

1.6 กรอบแนวคิด

1.6.1 สุนทรียศาสตร์ พื้นที่ และการสร้างแบรนด์ของบาร์กระแสใหม่

งานวิจัยนี้สนใจการสร้างตัวตน (identity) ของบาร์กระแสใหม่ที่มีให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ การตกแต่ง การออกแบบ สถาปัตยกรรม และพื้นที่เมือง มาเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างแบรนด์ตนเองให้เป็นที่รู้จักในหมู่กว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โดยการถือเอา (appropriate) ลักษณะดั้งเดิมขององค์ประกอบเหล่านั้นมาสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์และอัตลักษณ์ เพื่อสร้างจุดเด่น จุดขาย และความแตกต่างของตน โดยที่กลุ่มผู้ใช้บริการมักเป็นความรุ่นใหม่ที่มีฐานะ มีความรู้ และมีความโหยหาความจรรโลงใจทางสุนทรียศาสตร์ และอาจจะมีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการที่หลากหลาย (เช่น มาเพื่อทดลองสุรารสชาติใหม่ สักสรรค์ หรือหาเครือข่ายทางสังคม) นอกจากนี้ ร้านสุราเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องของธุรกิจหรือเรื่องของปัจเจก แต่ยังเป็นประเด็นทางการบริหารรัฐกิจ เนื่องจากในยุคปัจจุบันรัฐบาลพยายามผลักดันนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economies) ที่พยายามเปลี่ยนต้นทุนทางศิลปวัฒนธรรมมาเป็นต้นทุนทางธุรกิจ ซึ่งบาร์เหล่านี้ก็ถูกจัดอยู่ในประเภทกิจการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และได้รับการนำเสนอในภาพลักษณ์ที่ดีในภาควิชาชีพเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.6.2 การเปลี่ยนแปลงเมืองและบทบาทของกฎหมายผังเมืองและกฎหมายอาคาร

ปรากฏการณ์บาร์กระแสใหม่ไม่ใช่เพียงประเด็นทางธุรกิจหรือสาธารณสุขเพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นหัวใจของการผังเมืองและพัฒนาเมืองในยุคปัจจุบัน บาร์เหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศทางพื้นที่ แต่ตั้งมั่นอยู่ยังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งของเมือง เช่น ย่านไคย่านหนึ่ง ถนนใดถนนหนึ่ง และนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของลักษณะย่านนั้น ๆ (neighborhood change) เช่น จากย่านอยู่อาศัยเป็นย่านพาณิชยกรรม การขึ้นค่าเช่า เป็นต้น)

การเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ที่ดินเหล่านี้มีใช่แค่การตัดสินใจของเจ้าของกิจการเท่านั้น แต่ยังต้องผ่านกระบวนการให้อนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น งานวิจัยนี้จึงสนใจว่า สถานประกอบการเหล่านี้ผ่านกระบวนการควบคุมทางผังเมืองและกฎหมายอาคารอย่างไร โดยปกติแล้วการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารใด ๆ ต้องขออนุญาตหน่วยงานรับที่ผิดชอบ (ในกรณีของกรุงเทพมหานครคือ ฝ่ายโยธา สำนักงานเขต) และข้อบัญญัติการใช้ประโยชน์ที่ดินจะจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน (เช่น ที่ดินแบบพาณิชยกรรม ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย) และยังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่อนุญาตหรือไม่อนุญาตในบริเวณนั้น ๆ ดังนั้น จึงมีกรณีที่น่าสนใจสองกรณีเกี่ยวกับที่ตั้งของสถานบริการสุราในเมือง

คือ ในกรณีที่มีการเปิดสถานบริการในบริเวณที่ขัดกับกฎหมายผังเมืองและกฎหมายอาคาร สถานประกอบการเหล่านี้ได้ผ่านระบบการขออนุญาตมาได้อย่างไร (เช่น ขอบใบอนุญาตไม่ตรงกับประเภทกิจการ) และถึงแม้สถานบริการจะเปิดบริการถูกต้อง แต่อาจจะใช้ช่องว่างทางกฎหมาย (เช่น การอนุญาตใช้ที่ดินประเภทรอง) และทำให้ขัดกับภาพรวมของพื้นที่ (เช่น ร้านสุราในย่าน การอุตสาหกรรม) กรณีดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นว่า กฎหมายผังเมืองและกฎหมายอาคารมีการควบคุม ในกรอบกว้าง ๆ และอาจจะไม่ลงลึกระดับรายละเอียดปึกย่อย เช่น อาจกำหนดเพียงพื้นที่ พาณิชยกรรมแต่ไม่ได้กำหนดประเภทอาคาร ซึ่งต่างจากต่างประเทศหลาย ๆ ประเทศที่มีข้อกำหนด อย่างเข้มข้นเพื่อชี้นำทิศทางการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นไปตามความประสงค์ของชุมชน ดังนั้นจึงได้เห็น ว่า สถานที่ตั้งของร้านสุรามีได้เป็นเพียงแค่ประเด็นทางธุรกิจหรือสาธารณสุข แต่ยังเป็นเรื่องของผังเมือง อีกด้วย

1.6.3 ข้อขัดแย้งเชิงพื้นที่-สังคม

การเปลี่ยนแปลงระดับย่านนี้เองอาจสร้างข้อขัดแย้ง (conflict) ภายในพื้นที่ที่เกิดมาจากการใช้ ประโยชน์ที่ดินที่เปลี่ยนแปลงไปและอาจจะขัดกับลักษณะพื้นที่เดิม โดยข้อขัดแย้งนี้สามารถเกิดได้ หลายระดับ ทั้งระดับที่รุนแรงและกะทันหัน เช่น การไล่รื้อ การไล่ที่ การทุบทิ้งแล้วสร้างใหม่ (demolish and redevelop) หรือระดับที่ค่อยเป็นค่อยไป เช่น การขึ้นค่าเช่า หรือ การสร้างความ รำคาญ (nuisance) หรือกระทบกระทั่งพื้นที่ชีวิตประจำวัน (everyday space) ของคนในชุมชน

1.7 ตัวแปรที่ศึกษา/นิยามคำศัพท์ (ควรสอดคล้องกับตัวแปรในกรอบแนวคิด)

งานวิจัยนี้ให้นิยามศัพท์ความคิดสำคัญ (concept) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

‘การสร้างแบรนด์ของบาร์กระแสใหม่’ หมายถึง การสร้างตัวตน (identity) ของกิจการผ่าน การออกแบบในทุกลักษณะ เช่น ลักษณะสถาปัตยกรรมในภายนอกและภายใน การตกแต่งร้าน การออกแบบบรรยากาศ อาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการนำเอาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ของพื้นที่ ตำราอาหาร ส่วนประกอบต่าง ๆ มาสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ของตน

‘การเปลี่ยนแปลงเมือง’ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินหรืออาคารจากกิจกรรมหนึ่ง ไปยังอีกกิจกรรมหนึ่ง โดยการเปลี่ยนแปลงนี้มักจะเกิดขึ้นได้โดยผ่านการอนุญาตจากภาครัฐ (เช่น การขออนุญาตก่อสร้าง การขออนุญาตการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน)

‘ข้อขัดแย้ง’ หมายถึง การพิพาท ถกเถียง ต่อรอง ปะทะกัน ระหว่างกลุ่มคน ในกรณีหมายถึง ข้อขัดแย้งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยข้อขัดแย้งนี้สามารถเกิดได้หลายระดับ ทั้งระดับที่รุนแรงและกะทันหัน เช่น การไล่รื้อ การไล่ที่ การทุบทิ้งแล้วสร้างใหม่ (demolish and redevelop) หรือระดับที่ค่อยเป็นค่อยไป เช่น การขึ้นค่าเช่า หรือ การสร้างความรำคาญ (nuisance) หรือกระทบกระทั่งพื้นที่ชีวิตประจำวัน (everyday space) ของคนในชุมชน

1.8 รูปแบบการศึกษา

การวิจัยนี้มีรูปแบบการศึกษาคือกรณีศึกษา (case study) ที่ต้องการอธิบายปรากฏการณ์ให้ภาพกว้างของบริบท ตัวแสดง และกระบวนการ โดยศึกษาจากข้อมูลหลายชุด เช่น เอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกต (ดูข้อ 1.11)

1.9 พื้นที่ ประชากร จำนวนขนาดตัวอย่าง และการเลือกตัวอย่าง

ดูข้อ 1.3

1.10 เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล

ดูข้อ 1.11

1.11 การเก็บรวบรวมข้อมูล

| เครื่องมือการเก็บข้อมูล | การวิเคราะห์ข้อมูล |
|--|---|
| 1. การศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ (<i>Historical research</i>) | ศึกษาการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์บาร์กระแสน้ำใหม่ โดยวิเคราะห์จากแนวโน้มจากการจดทะเบียนและประเภทการจดทะเบียนในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา |
| 2. การวิเคราะห์เนื้อหา (<i>Content analysis</i>) | วิเคราะห์เนื้อหาเอกสารที่เกี่ยวข้องสถานบริการสุรากระแสน้ำใหม่ ประกอบไปด้วย: 1. นโยบายพื้นที่/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภาครัฐและภาควิชาชีพ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างสถานสุรา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการเปลี่ยนแปลงเมือง 2. ข้อมูลที่สถานประกอบการจัดทำขึ้นเอง เพื่อการสร้างแบรนด์ (เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ โฆษณา และ สื่อดิจิทัลต่าง ๆ) 3. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของผังเมืองและสถานสุรา (เช่น กฎหมายผังเมืองรวม กฎหมายอาคาร) ทั้งในและต่างประเทศ |
| 3. การสัมภาษณ์ (<i>Interview</i>) | <u>1. กลุ่มผู้ประกอบการ</u> <ul style="list-style-type: none"> • แรงจูงใจในการก่อตั้งสถานประกอบการ • การออกแบบ การสร้างแบรนด์และการสร้างความแตกต่าง • กลุ่มลูกค้าหลักที่มุ่งหมาย <u>2. กลุ่มนักวิชาชีพด้านพื้นที่/เศรษฐกิจสร้างสรรค์</u> <ul style="list-style-type: none"> • บทบาทของสถานบริโภคนในการสร้างพื้นที่/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ • บทบาทของสถานประกอบการบาร์กระแสน้ำใหม่ • ทรรศนะที่มีต่อสถานประกอบการบาร์กระแสน้ำใหม่ <u>3. หน่วยงานของรัฐ</u> <ul style="list-style-type: none"> • หน้าที่ บทบาท ความรับผิดชอบในการควบคุมกำกับดูแลสถานประกอบการที่ขายสุราในพื้นที่รับผิดชอบ |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • การขยายตัวของสถานประกอบการที่ขายสุราในพื้นที่ รับผิดชอบ • ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการและชุมชนรอบข้าง <p><u>4. ผู้ใช้บริการ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • เหตุผลหลักและรองในการใช้บริการ • บทบาทของสุราที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ • บทบาทของปัจจัยอื่นที่มีใช้สุราที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการ <p><u>5. ผู้อยู่อาศัย ชุมชน ผู้ใช้พื้นที่รอบข้าง</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ทรรศนะที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของย่าน • ผลกระทบและข้อพิพาทที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง |
| <p>4. การมีสังเกตอย่างมี ส่วนร่วม (<i>Ethnographic observation</i>)</p> | <p>งานวิจัยนี้อาศัยวิธีมานุษยวิทยาที่ศึกษาปรากฏการณ์เชิงลึก ผ่านการศึกษาประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> • การออกแบบ การตกแต่ง สุนทรียภาพ บรรยากาศ และการสร้างเอกลักษณ์ของสถานประกอบการ • บริบทของสภาพชุมชนโดยรอบที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการ • พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทั้งในสถานบริการ การปฏิสัมพันธ์ กับชุมชน และพื้นที่โดยรอบ |

บทที่ 2

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพื้นที่วิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาปรากฏการณ์สถานสุรากระแสใหม่ ที่ตั้งอยู่ในซอยนานา แขวงป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร โดยในปัจจุบันจัดเป็นพื้นที่พหุภาคีทั้งหมด ประกอบไปด้วย กิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลาย ดังนี้

1. สถานประกอบการสุรากระแสใหม่
2. ร้านกาแฟ
3. โรงแรมและโฮสเทล
4. ร้านอาหารทั่วไป
5. กิจกรรมพาณิชยกรรมดั้งเดิม เช่น ร้านขายยาจีน การค้าส่ง สำนักงาน

โดยงานวิจัยนี้จะเลือกศึกษาประเภทกิจการสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ โดยมีรายชื่อดังนี้

2.1 รายชื่อสถานที่ประกอบการสุรากระแสใหม่ ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

| | ชื่อสถานที่ประกอบการ | เวลาทำการ | ที่ตั้ง | สร้างปี | ประเภทกิจการ | การสร้างแบรนด์ของแต่ละร้าน |
|---|----------------------|---------------------------|---|------------------|------------------------------------|--|
| 1 | Wallflowers upstairs | ทุกวัน 18.00-24.00 นาฬิกา | ชั้นดาดฟ้า Oneday Wallflowers 31-33 ซอยนานา | มีนาคม พ.ศ. 2561 | อาหารและเครื่องดื่ม (คาเฟ่และบาร์) | <ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งรวมตัวแรกของซอยนานา-เยาวราช 2. บริการทั้งเครื่องดื่มและอาหาร เช่น เบียร์ ไวน์ ค็อกเทลและอาหาร 3. การตกแต่งแนวสวนดอกไม้ ช่วยเสริมบรรยากาศ เหมาะกับการมารวมตัว รับลมสบาย ๆ และถ่ายรูป 4. ออกแบบบาร์เป็นพื้นที่ 2 โซน-สวนสไตล์ชนบทเก่า |

| | | | | | | |
|---|----------------|---|-----------------|-----------|---|--|
| | | | | | | และผังวิวัฒนาการของย่าน เยาวราช 5. มีดนตรีสด |
| 2 | El Chiringuito | พฤหัสบดี- อาทิตย์ 18.00-00.30 นาฬิกา | 221 ซอย นานา | พ.ศ. 2556 | อาหาร และ เครื่องดื่ม/ ห้องพัก อาศัย | 1. ทาปาสบาร์ (บาร์แนวสเปน) 2. บริเวณชั้น 2 เป็นที่พักส่วนตัว 3. แนวคิดแบบบาร์ลับ 4. กึ่งบาร์กึ่งร้านอาหาร แต่งเป็น แนวย้อนยุค (Retro) ใช้เฟอร์นิเจอร์เก่าแนววินเทจ และแต่งผนังด้วยอิฐมอญ 5. ไม่เปิดเพลง เหมาะกับการนั่ง บาร์แบบไม่มีพิธีรีตอง |
| 3 | Ba Hao | ทุกวัน 11.30- 15.30 นาฬิกา, 17.30-24.00 นาฬิกา | 8 ซอยนานา | พ.ศ. 2560 | อาหาร และ เครื่องดื่ม/ ห้องพัก อาศัย | 1. แนวคิดแบบตึกแถวร่วมสมัย ใจกลางกรุงเทพ 2. บาร์สไตล์จีนและโฮสเทลที่ ปรับปรุงใหม่จากตึกเก่าแก่ อายุกว่า 70 ปี 3. บริเวณชั้นบนเป็นที่พัก ส่วนตัว (Ba Hao Residence) มีบริการอยู่ทั้งหมด 2 ห้อง 4. การตกแต่งร้านเป็นกลิ่นอาย ความเป็นจีน ของตกแต่งร้าน ล้วนเป็นข้าวของใน ชีวิตประจำวันของชาวจีน 5. อาหารเป็นสไตล์อาหารข้าง ทางประเทศจีน ผสมผสาน กับอาหารจีน-ไทย |

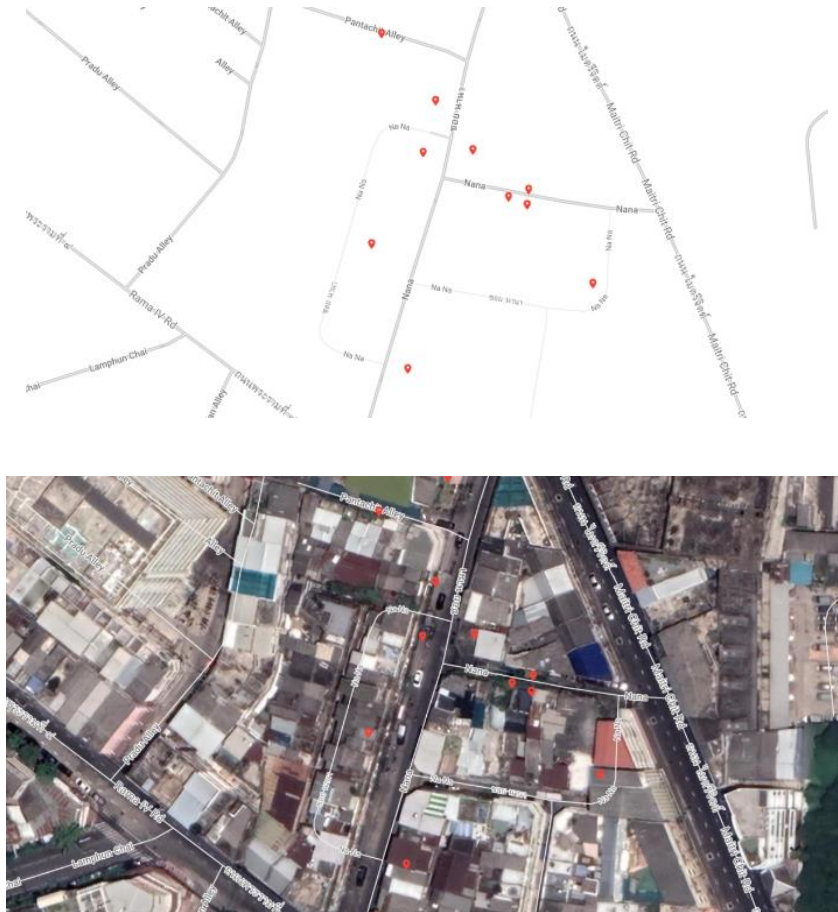
| | | | | | | |
|---|-------------------|---------------------------|------------|-----------|---------------------|---|
| 4 | เทพบาร์ | ทุกวัน 18.00-24.00 นาฬิกา | 67 ซอยนานา | พ.ศ. 2558 | ภัตตาคาร | <ol style="list-style-type: none"> 1. แนวคิดบาร์ที่ผู้วัฒนธรรมที่สัมผัสถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยในหลายรูปแบบทั้งอาหารและเครื่องดื่ม 2. ตึกโบราณที่ถูกนำมาปรับปรุงใหม่ อายุราว 80 ปี 3. การตกแต่งเป็นโต๊ะไม้ กลองยาว 4. มีการแสดงโหมโรงในวันศุกร์ ถึงอาทิตย์ เวลา 19.00 นาฬิกา 5. ค็อกเทลส่วนใหญ่ทำมาจากสมุนไพรที่นำมาดองกับสุราไทย แต่ละแก้วจะมีแนวคิดที่มาที่แตกต่างกัน |
| 5 | Teens of Thailand | ทุกวัน 18.00-24.00 นาฬิกา | 76 ซอยนานา | พ.ศ. 2558 | อาหารและเครื่องดื่ม | <ol style="list-style-type: none"> 1. แนวคิดที่ตั้งใจฉีกแนวบรรยากาศของร้านดื่มในปัจจุบัน ให้เป็นแบบเรียบง่าย 2. เน้นบริการเฉพาะเครื่องดื่ม โดยเน้นเงินเป็นส่วนประกอบหลักในเครื่องดื่ม (บาร์เหล้าเงินแห่งแรกของประเทศไทย) 3. เดือนกันยายน พ.ศ.2563 ทางร้านกำลังปรับปรุงร้านจากร้านแนวคิดวินเทจ ถูกเปลี่ยนเป็นร้านที่มีสไตล์ที่ชัดเจนมากขึ้น มีการตกแต่งกำแพงด้วยสีที่มีลวดลายที่ดูเป็นนามธรรม |

| | | | | | | |
|---|------------------|---|------------|-----------|-------------------------|--|
| 6 | Pijiu Bar | หยุดทุกวัน จันทร์ 18.00- 24.00 นาฬิกา | 16 ซอยนานา | พ.ศ. 2560 | อาหารและ เครื่องดื่ม | <ol style="list-style-type: none"> 1. แนวคิดบาร์เปียร์ในเมืองเก่า 2. ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ไม้ และป้ายนีออนแบบวินเทจ (คล้ายกับล็อบบี้โรงแรมสมัย พ.ศ.2500) 3. มีเปียร์ฝีมือที่หมุนเวียน มากกว่า 30 ชนิด 4. ที่ร้านไม่มีอาหาร จำหน่าย เฉพาะอาหารเนื้อตัดเย็นแบบ จีน |
| 7 | 23 Bar & Gallery | หยุดทุกวัน อาทิตย์และ จันทร์ 20.00-01.00 นาฬิกา | 92 ซอยนานา | พ.ศ. 2558 | อาหารและ เครื่องดื่ม | <ol style="list-style-type: none"> 1. บาร์ที่เปิดควบคู่กับแกลลอรี่ งานศิลปะ เต็มไปด้วย บรรยากาศแบบช่อนเร้น/เป็น ความลับ ไม่มีพิธีรีตอง 2. ตกแต่งร้านเป็นเอกลักษณ์ แนวคิดจีนสไตล์ว่องกาไว 3. ร้านถูกจัดวางแบบตามใจฉัน แทบจะไม่มีอะไรเข้ากัน 4. ผนังเต็มไปด้วยรูปภาพศิลปะ ของศิลปินแบบหมุนเวียน 5. เปิดเพลงร็อคช่วงปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นไป |
| 8 | Asia Today Bar | ทุกวัน 18.00- 24.00 นาฬิกา | 35 ซอยนานา | พ.ศ. 2561 | อาหารและ เครื่องดื่ม | <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นร้านที่เจ้าของร้าน Teens of Thailand คิดสูตร ค็อกเทลให้และเป็นผู้ร่วม ลงทุน 2. ‘บาร์ลับแบบใหม่’ ที่มี จิตสำนึกต่อชุมชนและเป็น แก่นในการดำเนินการ |

| | | | | | | |
|---|----------------------|--------------------------------------|-----------------|-----------|-------------------------|--|
| | | | | | | <ol style="list-style-type: none"> 3. แนวคิดใช้วัตถุดิบพื้นถิ่นไทย มาเป็นกรอบกำหนดตัวตน และสินค้า 4. เครื่องดื่มเน้นเหล้ารัมและ สมนุไพรไทยเป็นส่วนประกอบหลัก 5. ‘จากธรรมชาติสู่บาร์’ |
| 9 | Biscuit bar and cafe | พฤษ-อาทิตย์ 16.00-24.00 นาฬิกา | 110 ซอย นานา | พ.ศ. 2562 | อาหารและ เครื่องดื่ม | <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นช่องว่างสำหรับผู้ที่กำลังมองหาสถานที่ที่มีเครื่องดื่มสดชื่น อาหารสบาย ๆ และเพลงประกอบที่คัดสรรมาอย่างดีโดยเจ้าของ 2. เป็นบาร์ที่มีการเปิดเพลงจากแผ่นเสียง เพลงส่วนใหญ่เป็นเพลงแจ๊สและทำนองบรรเลง 3. Biscuit ในที่นี้มีความหมายที่ใช้เรียกวัสตุทำแผ่นไวโอลก่อนที่จะถูกประกอบเป็นแผ่นเสียง 4. เป็นจุดนัดพบสำหรับสายไวโอลเพลงแจ๊ส และนักตระเวนบาร์ 5. ที่นี่จะมีภัณฑารักษ์เพลง มาเปิดรายการเพลง โดยหมุนเวียนไปทุกเดือน |

2.2 ที่ตั้งกิจการ

2.2.1 กิจการประเภทสถานสุรากระแสดใหม่



แผนที่ตั้งกิจการประเภทสถานสุรากระแสดใหม่ ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

2.2.2 กิจการประเภทร้านอาหารและคาเฟ่



แผนที่ตั้งกิจการประเภทร้านอาหารและคาเฟ่ ซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

บทที่ 3

การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของสถานประกอบการสุราในชอยนานา

บทนี้เป็นการวิเคราะห์การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของสถานประกอบการสุราที่ต่าง ๆ ในชอยนานา เพื่อทำความเข้าใจว่า กิจการเหล่านี้ใช้เครื่องมือออกแบบ (design) มาสร้างแบรนด์และสร้างตัวตน เพื่อให้กิจการของตนมีเอกลักษณ์และสร้างความแตกต่างจากกิจการอื่นในบริเวณใกล้เคียงกันอย่างไร โดยงานวิจัยนี้สนใจบทบาทของการออกแบบในทุกด้าน (เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ดนตรี การตกแต่งภายใน การตกแต่งหน้าร้าน การออกแบบโต๊ะอาหาร) เพื่อศึกษาองค์ประกอบกายภาพที่มีผลต่อประสบการณ์องค์รวมของการขายสินค้าและบริการภายในร้าน โดยการวิเคราะห์ในบทนี้จะช่วยปูความเข้าใจไปยังบทถัดไป (บทที่ 4 *ทัศนคติของผู้บริโภคสมัยใหม่*) โดยมีกรอบการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบ: กิจการนี้ใช้องค์ประกอบทางการออกแบบและสถาปัตยกรรมอะไรมาช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับกิจการ (เช่น สี วัสดุ เฟอร์นิเจอร์ การจัดวาง และการตกแต่งอื่น ๆ)
2. อาหารและเครื่องดื่ม: กิจการนี้ออกแบบเมนูเครื่องดื่มและอาหารอย่างไร สร้างเอกลักษณ์อย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านใกล้เคียง หรือร้านที่ตั้งอื่น เพื่อดึงดูดลูกค้า
3. Instagram-ready: ร้านนี้ใส่ใจกับการออกแบบเพื่อให้มีองค์ประกอบ (composition) ที่เอื้อต่อการถ่ายรูปเพื่อแชร์ต่อในสื่อสังคมออนไลน์ (social media) อย่างไร (เช่น หน้าร้าน Wallflower upstairs มีการจัดฉากม้านั่งเพื่อให้ถ่ายรูปสวย หรือเมนูของร้าน Ba Hao เป็นตัวอย่างของถ่ายรูปเครื่องดื่มในร้าน)
4. Storytelling for branding: กิจการนี้ใช้ ‘การเล่าเรื่อง’ มาสร้างเรื่องราวของตัวเองอย่างไร (เช่น การเล่าเรื่องการสร้างความโดดเด่น ที่มาของร้าน ประวัติของที่ตั้ง ที่มาของวัตถุดิบ) ที่ถูกเรียงร้อยออกมาเป็นบทเล่าเฉพาะของร้าน (narrative)
5. Local culture and history: กิจการนี้หยิบอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม/ศาสตร์ท้องถิ่น (ของเขาวราชและ/หรือกรุงเทพ) มาเป็นส่วนหนึ่งของเอกลักษณ์ร้านอย่างไร (เช่น Ba Hao พยายามสร้างความเป็นเงินแผ่นดินใหญ่ เช่น การใช้สีแดง การตกแต่งด้วยโคมไฟ โดยอ้างว่าให้เข้ากับเขาวราช ทั้งที่ความเป็นจริงแล้ว ประวัติสถาปัตยกรรมยุคโมเดิร์นของเขาวราชจะคล้ายคลึงกับเซี่ยงไฮ้หรือฮ่องกงมากกว่า)

3.1 รายการกิจการที่ศึกษา

มีรายการกิจการที่ศึกษา 9 แห่ง ดังต่อไปนี้

3.1.1 Wallflowers Upstairs (วอลฟลาวเวอร์ อัฟสแตร์)

กิจการ Wallflowers Upstairs เป็นร้านอาหารและบาร์ที่อยู่ชั้นบนของกิจการ Oneday Wallflowers ซึ่งเป็นร้านคาเฟ่และร้านดอกไม้ ตัวพื้นที่ของบาร์เป็นการออกแบบต่อยอดมาจากคาเฟ่ทางกิจการได้ใช้การตกแต่งแนวสวนดอกไม้ในรูปแบบรัสติก (rustic) โดยวัสดุที่ใช้ในการออกแบบกิจการมีความเป็นธรรมชาติ ไร้การสังเคราะห์และแต่งเติม เพื่อให้เกิดผิวสัมผัสที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลา มากไปกว่านั้น ทางเจ้าของกิจการได้เพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อความร่มรื่นบนชั้นดาดฟ้าของตึกเก่าสามชั้น เพื่อเพิ่มบรรยากาศร่มเย็นพร้อมกับวิวย่านวัฒนธรรมจีน (Chinatown) เอกลักษณ์ของร้าน Wallflowers Upstairs คือความใส่ใจขององค์ประกอบที่เอื้อต่อการถ่ายรูป โดยที่บริการอาหารและเครื่องดื่มถูกจัดมาพร้อมสำหรับการถ่ายภาพผ่านการนำเสนอในรูปแบบการประดับด้วยดอกไม้สดเพื่อเพิ่มสีสันให้กับเมนูที่มีการผสมผสานระหว่างตะวันตกและตะวันออก มากไปกว่านั้น ด้วยการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ตามที่กล่าวไปข้างต้น ผู้ใช้บริการสามารถถ่ายอาหารและบรรยากาศร้านได้ในทุก ๆ จุด กิจการนี้ดึงดูดลูกค้าที่ต้องการชมวิวและเสพบรรยากาศเมืองเก่าย่านวัฒนธรรมจีนไปพร้อมกับกลุ่มเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน พุดคุยและเปลี่ยนเรื่องราวไปพร้อมกับพื้นที่สีเขียวและเสียงดนตรีสด และลูกค้าที่ต้องการถ่ายรูปเพื่อลงสื่อ social media ทั้งรูปอาหารและเครื่องดื่ม รูปบรรยากาศร้าน และเมืองยามค่ำคืน หรือรูปถ่ายบุคคล



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน Wallflowers Upstairs (วอลฟลาวเวอร์ อัฟสแตร์)

3.1.2 El Chiringuito (เอล ชริงกุกุโยโต)

ทาปาส (Tapas) แปลว่าของว่าง หรือ อาหารจำพวกใช้มือหยิบทานในคำเดียว มีต้นกำเนิดมาจากประเทศสเปน กิจการ El Chiringuito ได้นำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่กล่าวข้างต้นมาเป็นแนวคิด

ในการดำเนินกิจการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งทางกิจการนั้นได้ถ่ายทอดเอกลักษณ์ของบาร์แนวสเปนได้เป็นอย่างดีผ่านอาหาร เครื่องดื่ม และบรรยากาศที่เป็นกันเองไม่มีพิธีรีตอง ในส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่มนั้น ได้ถูกจัดเตรียมจากเจ้าของร้านที่เป็นชาวสเปนและภรรยาที่มีโอกาสอาศัยอยู่ที่ประเทศสเปนเป็นระยะเวลาหนึ่ง ทำให้ไม่ว่าจะเป็นประเภทของเครื่องดื่มสุรา หรือของว่างเป็นไปในแบบฉบับสเปนโดยแท้จริง ไม่เหมือนกับอีกหลาย ๆ กิจการในพื้นที่เดียวกันที่มีการผสมผสานระหว่างตะวันตกและตะวันออกไว้ด้วยกัน ทำให้ทาง El Chiringuito มีความแตกต่างอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทางกิจการจะรังสรรค์เมนูแบบสเปนแท้ ๆ หรือการสร้างบรรยากาศที่คล้ายกับบาร์ในประเทศสเปนที่ไม่มีพิธีรีตองนั้น แต่การตกแต่งกลับเป็นแนวย้อนยุคของจีนผสมกับความเป็นตึกเก่าของไทย เครื่องเรือนทั้งตู้ เก้าอี้ โต๊ะ ผั่งที่ถูกแต่งด้วยอิฐมอญ หรือแม้แต่ของตกแต่งผั่งให้ความรู้สึกย้อนยุคไปในบ้านเรือนในไทยสมัยก่อนที่มีผู้อยู่อาศัยเป็นชาวจีน ซึ่งย้อนแย้งกับแนวคิดร้าน แต่จากการออกแบบนั้น ทำให้กิจการนี้กลมกลืนไปกับตึกเก่าในพื้นที่และกิจการอื่น ๆ โดยไม่โดดเด่นออกมามากนัก El Chiringuito เป็นกิจการหนึ่งค้นหา และค่อนข้างมืด ไม่เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการถ่ายรูป แต่จะดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเสพบรรยากาศบาร์แบบสเปนในพื้นที่เมืองเก่าที่ยังคงอัตลักษณ์ความเป็นย่านวัฒนธรรมจีนไว้



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน El Chiringuito (เอล ชิงกวยโต)

3.1.3 Ba Hao (ปาเฮ่า)

Ba Hao หมายถึงเลขแปดในภาษาจีน ถือได้ว่าเป็นเลขมงคล กิจการนี้เป็นบาร์จีนและโฮสเทลที่ปรับปรุงมาจากตึกเก่าที่มีอายุมากกว่าเจ็ดสิบปี เนื่องด้วยเป็นตึกหุ้มมและทางเจ้าของกิจการได้นำกระจกมาติดตั้งรอบตัวร้านแทนที่กำแพงทึบ ทำให้ผู้ที่ลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เดินผ่านไปมาได้มองเห็นภายในร้าน และช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายนั้นให้เข้ามาเป็นลูกค้าได้เป็นอย่างดี การออกแบบกิจการนั้น แม้ว่าทางร้านจะอ้างถึงความต้องการที่จะคงไว้ตามอัตลักษณ์ย่านเก่า แต่การออกแบบร้านกลับให้ความรู้สึกเหมือนประเทศจีนมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นม้านั่ง ป้ายไฟนีออนสีแดง และ

เครื่องเรือนของตกแต่งที่เป็นข้าวของในชีวิตประจำวันของชาวจีน นอกจากนี้อาหารและเครื่องดื่มนั้น ถูกดัดแปลงเป็นการนำความเป็นจีนผสมกับชาติตะวันออก ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนจากเครื่องดื่มนั้นผสมระหว่างเหล้าจีนเข้ากับเหล้าตะวันตกโดยใช้สมุนไพรจีน เช่นสมุนไพรพะโล้เพื่อชูความเป็นจีนมากขึ้น หรือคราฟเบียร์ที่นำเข้ามาจากประเทศศรีลังกาและฮ่องกง เพราะฉะนั้นอาจจะไม่ถูกต้องนักถ้าจะบอกว่ากิจการเป็นรูปแบบบาร์จีนหรือชูความเป็นย่านเก่า จะมองว่าเป็นบาร์ตะวันออกที่มีการตกแต่งแนวฮ่องกงมากกว่า Ba Hao เป็นกิจการเดียวในพื้นที่ที่บริการอาหารเต็มรูปแบบ มีช่วงเวลากลางวันที่ไม่สามารถจำหน่ายสุราได้ด้วย และในขณะเดียวกันนั้น การออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่มมีความเอื้อต่อการถ่ายภาพสูง การจัดจานและองค์ประกอบของร้านช่วยทำให้ภาพที่ถ่ายออกมาสวยขึ้น กลุ่มลูกค้าของกิจการนี้จะแบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือผู้ที่แสวงหาอาหารจีนที่ถูกปากคนไทยและชื่นชอบการถ่ายภาพ จะมาใช้บริการในช่วงกลางวัน ส่วนบริการบาร์และอาหารในตอนกลางคืนนั้น จะดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพื้นที่ในการพูดคุยและเสพบรรยากาศมากกว่า เนื่องจากร้านค่อนข้างมืดและเปิดไฟสีแดง อาจจะไม่เหมาะกับการถ่ายรูป



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน Ba Hao (ป่าเฮ่า)

3.1.4 เทพบาร์

กิจการนี้ได้หยิบอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมาสีบทอดต่อและเผยแพร่ให้คนรุ่นหลังได้เข้าใจบริบทความสามารถของคนไทยสมัยก่อนผ่านอาหาร เครื่องดื่ม การออกแบบและดนตรี ซึ่งเจ้าของกิจการบัญญัติว่าเป็น ‘บาร์ชิววัฒนธรรม’ (cultural bar) ซึ่งเทพบาร์ประสบความสำเร็จในการเล่าเรื่องของที่มาได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ทางเทพบาร์ไม่ได้นำความเป็นไทยยุคก่อนมาเล่าเรื่องโดยตรง แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบให้มีความทันสมัย และเข้าใจง่ายขึ้น เพราะฉะนั้นอาจจะพูดไม่ได้เต็มที่ว่าต้องการชิววัฒนธรรม แต่เป็นการนำวัฒนธรรมไทยมาเล่าเรื่องให้กิจการมีความโดดเด่นมากกว่าซึ่งเราสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนผ่านการตกแต่งกิจการ เช่นกลางร้านมีพื้นที่สำหรับเครื่องดนตรีโหมโรง ผับงปุ่นปิดด้วยทองคำเปลว หรือโต๊ะตัวเตี้ยนั่งกับพื้นและหมอนขิด และเครื่องดื่ม

ที่บริการในชั้นลอยไทยหรืออาหารที่รองมาด้วยใบตอง มากไปกว่านั้น ทางกิจการยังมีการเล่นดนตรี โหมโรงเพลงไทยเดิมอีกด้วย การออกแบบองค์ประกอบนี้ช่วยส่งเสริมการเล่าเรื่องได้อย่างดี อาหารและเครื่องดื่มของกิจการนี้ ได้มีการหยิบภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ เช่นยาตอง และการนำเสนอ ค็อกเทลที่ทำมาจากสมุนไพรที่นำมาดองกับสุราไทย สิ่งที่น่าสนใจคือการเล่าเรื่องผ่านเครื่องดื่ม แต่ละเมนูจะมีใจความสำคัญที่แตกต่างกันไป เช่นค็อกเทล ‘นวล’ เป็นการนำเสนอที่ผ่านเรื่องราวของ ข้าวและวิถีชีวิตคนไทย ด้วยดึกแก่มีอายุมากกว่าหนึ่งร้อยปีรวมเข้าด้วยการออกแบบภายในและ องค์ประกอบ ช่วยส่งเสริมให้เทปบาร์ดึงดูดลูกค้าที่ต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ กับการเล่าเรื่อง จากจุดเด่นของวิถีชาวบ้าน พร้อมกับเสพบรรยากาศผ่านเสียงดนตรีโหมโรงและพื้นที่ภายในที่มีแสง สว่างเหมาะกับการถ่ายภาพ



รูปถ่ายบรรยากาศร้านเทปบาร์

3.1.5 Teens of Thailand (ทีนออฟไทยแลนด์)

ด้วยความที่เป็นกิจการหน้าห้องเดียวและมีพื้นที่ไม่มากนัก ทำให้บาร์แห่งนี้เลือกที่จะชูในเรื่อง ของสูตรสุราที่ถูกออกแบบขึ้นมาโดยเฉพาะสำหรับร้าน แนวคิดของเจ้าของกิจการตั้งใจที่จะลบภาพจำ บรรยากาศของสถานสุราในปัจจุบันที่จะมีดนตรีเสียงดัง ผู้ใช้บริการแน่นเนื่อง หรือบาร์ที่มีพิธีรีตอง ซึ่งตรงกันข้ามกับแนวคิดกิจการนี้ที่ต้องการคงความเรียบง่ายและชูเอกลักษณ์ผ่านสุรา เป็นหลัก ประวัติศาสตร์ของเหล้าจิน (Gin) นั้นน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เหล้าจินมีทั้งยุครุ่งเรืองที่คนชั้นสูง ของอังกฤษดื่มกันและช่วงที่ราคาต่อโพน (หนึ่งโพนเท่ากับสี่ร้อยเจ็ดสิบสามมิลลิเมตร) ถูกกว่าราคา เปียร์ ประกอบกับชอยนานามีความสำคัญในการค้าขายส่งเป็นอย่างมากในช่วงหนึ่ง และมีขาลง เช่นกันเมื่อการค้าส่งในย่านวัฒนธรรมจีนซบเซาลง มากไปกว่านั้น ในพื้นที่นี้มีกลิ่นของเครื่องสมุนไพร จากร้านขายยาจีนและการค้าส่งสมุนไพร ทางเจ้าของกิจการจึงนำเรื่องราวในข้างต้นประกอบกันเป็น เอกลักษณ์ของร้าน โดยการชูวัตถุดิบหลักอย่างเหล้าจินที่มีกลิ่นของสมุนไพรให้เข้ากับพื้นที่ ๆ ร้านตั้งอยู่ กลุ่มลูกค้าที่สำคัญของ Teens of Thailand จะเป็นผู้ที่สนใจในประวัติความเป็นมาของ สุราแต่ละแก้วและพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิด เพราะเจ้าของกิจการมีความรู้เฉพาะในศาสตร์นี้

อย่างมาก หรือเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่จากเหล้าจีนไปพร้อมกับความเรียบง่ายของร้านที่ให้ความรู้สึกเหมือนไปร้านอาหารหรือบ้านเพื่อนมากกว่าสถานสุรา



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน Teens of Thailand (ทีนออฟไทยแลนด์)

3.1.6 Pijiu Bar (ผิจิวบาร์)

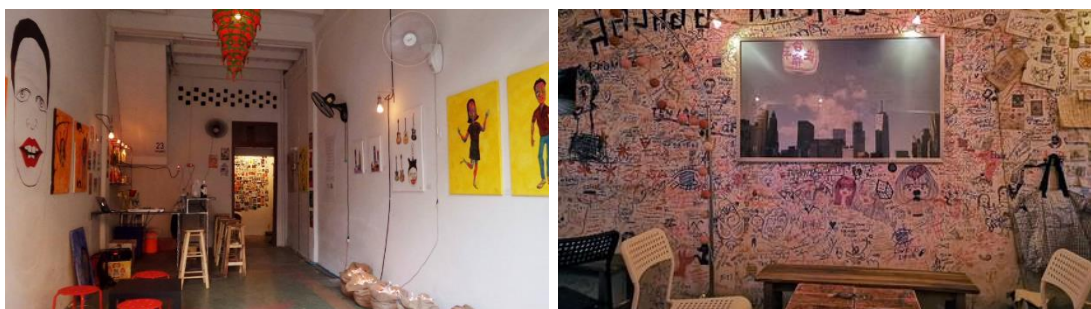
‘ผิจิว’ แปลว่าเบียร์ในภาษาจีน เจ้าของกิจการต้องการให้บาร์นี้คงความเป็นย่านวัฒนธรรมจีนไว้ เพราะไม่อยากให้ฉีกไปจากสิ่งที่ย่านและตึกเก่าเป็นอยู่ จึงใช้การตกแต่งแบบบ้านอากงในเยาวราช เอกลักษณ์ของร้านคือการเล่าเรื่องราวผ่านคราฟเบียร์ (craft beer) เป็นแนวทางการขายประสบการณ์การชิมเบียร์นอกกระแส ซึ่งแตกต่างกับเบียร์ในกระแสอย่างช้าง ลีโอ สิ่งการขายประสบการณ์แนวนี้ช่วยให้ลูกค้าได้เจอกับเบียร์รสชาติที่ตรงกับความชอบ เรียกได้ว่าเป็นการ serve experience อย่างเต็มรูปแบบ โดยตัวแท๊ปจะหมุนเวียนหลากหลายชนิดจากทั่วทุกมุมโลก ไม่ได้เน้นประเทศใดหรือหมักจากวัตถุดิบใดเป็นหลัก เช่นเบียร์จากเม็กซิโก เยอรมัน หรือเบลเยียม ในส่วนของอาหารนั้นมีเพียงการบริการอาหารเนื้อตัดเย็นแบบจีน (Chinese cold cut) อย่างไรก็ตาม การตกแต่งองค์ประกอบของร้านด้วยเครื่องเรือนไม้ ป้ายไฟนีออนแบบยุคเก่า กระจกหน้าร้านบานใหญ่ บาร์ไม้หรือของตกแต่งผนังที่มีความเป็นโรงเตี๊ยมจีนนั้น ไม่ได้สื่อถึง หรือไปในทิศทางทางเดียวกันกับเครื่องดื่มและแนวคิดนำเสนอที่มีความหัวใหม่และใส่ใจที่มาของเบียร์เท่าไรนัก แต่ในเชิงของความกลมกลืนไปกับพื้นที่ผ่านการออกแบบถือว่าทำออกมาได้อย่างดี ร้านนี้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเปิดประสบการณ์เบียร์ที่เกิดจากผู้ผลิตรายเล็ก และต้องการค้นหารสชาติการหมักของเบียร์ที่ถูกลืม หรือลูกค้าที่ต้องการพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องเบียร์ และวัฒนธรรมกับเจ้าของกิจการ เนื่องด้วยร้านคูหาเดียว อาจจะไม่เหมาะกับการเข้าใช้บริการพร้อมกันจำนวนมาก ที่นี่ให้บรรยากาศแบบเรียบง่ายพูดคุยมากกว่า



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน Pijiu Bar (ผิงจิวบาร์)

3.1.7 23 Bar & Gallery (ทเว็นที-ทรี บาร์แอนด์แกลลอรี่)

จุดเด่นของบาร์นี้ไม่ได้อยู่ที่การตกแต่งหรือเครื่องดื่มที่มีเรื่องเล่าอย่างชัดเจนเหมือนกับ Teens of Thailand หรือเทพบาร์ แต่เอกลักษณ์ของกิจการนี้คือพื้นที่แสดงผลงานศิลปะที่เปิดควบคู่ไปกับบาร์ ภายในร้านหนึ่งคู่หานี้เต็มไปด้วยผลงานศิลปะบนผนังที่ถูกตกแต่งอย่างไม่เป็นแบบแผน และมีการหมุนเวียนกันไปเรื่อยเดือนทั้งชั้นล่างที่เป็นพื้นที่จำหน่ายสุรา และชั้นบนที่เปิดเป็นแกลลอรี่ที่ให้ขึ้นไปชมผลงาน ซึ่งคำว่า ‘ผลงานศิลปะ’ นี้ไม่อ้างอิงมาจากภาพถ่ายหรือภาพเขียนบนกระดาษเท่านั้น แต่รวมไปถึงงานปั้น ภาพยนตร์ และดนตรี ซึ่งงานที่ถูกหมุนเวียนในกิจการนี้นั้นมาจากทั้งศิลปินไทยและต่างประเทศ หรือแม้แต่กระทั่งศิลปินอิสระที่ต้องการให้งานของตนเป็นที่จดจำก็สามารถนำมาจัดแสดงที่บาร์แห่งนี้ได้ด้วย กิจการนี้เน้นบริการเครื่องดื่มอย่างเดียว เช่นค็อกเทลและเบียร์ สุราที่นำมาจำหน่ายนั้นไม่ได้มีความโดดเด่นชัดเจน ภายในร้านเปิดเพลงร็อคช่วงเก้าศูนย์ เนื่องจากบรรยากาศที่ให้ความรู้สึกเหมือนมาเจอคนรู้จัก สามารถพูดคุยกันเสียงดังได้นั้น ทำให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการพื้นที่ผ่อนคลายหลังเลิกงานหรือสถานที่สังสรรค์แต่ไม่ต้องการเจอคนจำนวนมากเหมือนสถานสุราหลาย ๆ แห่ง และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีใจรักงานศิลป์และต้องการพื้นที่พบปะกับคนที่มีความชอบคล้ายคลึงกันอีกด้วย



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน 23 Bar & Gallery (ทเว็นที-ทรี บาร์แอนด์แกลลอรี่)

3.1.8 Asia Today Bar (เอเชีย투데이บาร์)

Asia Today Bar เป็นบาร์ลับแบบใหม่ซึ่งนำการมีจิตสำนึกต่อชุมชนมาเป็นแก่นของการดำเนินการ โดยเกิดจากการที่เจ้าของกิจการได้มีโอกาสค้นหาวัตถุติบในประเทศไทยมารังสรรค์ออกมาเป็นเมนูสุรา สืบเนื่องจากการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างประเทศมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคเช่น สุราต่างประเทศ ทำให้คนส่วนมากลืมนึกว่าวัตถุติบพื้นบ้านในไทยมีดีอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่หันกลับมาใส่ใจกับภูมิปัญญาไทยที่ถูกลืมนึกไปเนื่องจากโลกาภิวัตน์ ‘จากธรรมชาติสู่บาร์’ คือแนวคิดที่ทางกิจการต้องการนำเสนอออกไปผ่านเครื่องดื่ม Asia Today Bar นำเสนาวัตถุติบพื้นบ้านแปลก ๆ เช่นเมนูอย่าง Wild Honey Daiquiri ซึ่งนำน้ำผึ้งป่ามาใช้ หรือเมนู Tiger Ear ที่วัตถุติบหลักคือสมุนไพรใบหูช้างจากทางเหนือมาผสมกับสุราจากต่างประเทศ ซึ่งจุดสำคัญของสุราในกิจการนี้คือนำเหล้ารัม (rum) มาเป็นส่วนหนึ่งของสุราหลัก และมีการผสมผสานกับทั้งสมุนไพรไทยและวัตถุติบจากธรรมชาติ นอกเหนือจากการแสดงออกผ่านเครื่องดื่มนั้น ทางบาร์ยังให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการจัดการขยะและอาหารเหลือ (food waste) ภายในร้านเพื่อไปใช้ประโยชน์ต่อไปด้วย ซึ่งถือว่าเป็นการตอบโจทย์แก่นของการดำเนินการเป็นอย่างดี กิจการนี้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่ของสุราและเรื่องเล่าของแหล่งที่มาหรือลูกค้าที่ต้องการถ่ายรูป เพราะว่ามีมีการตกแต่งด้วยโมเดลปลาฉลามที่แขวนอยู่บนเพดาน มีไฟนีออนสีชมพู และการแต่งเคาน์เตอร์บาร์อย่างน่าดึงดูดให้ถ่ายรูป



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน Asia Today Bar (เอเชีย투데이บาร์)

3.1.9 Biscuit bar and cafe (บิสกิตบาร์แอนด์คาเฟ่)

Biscuit (บิสกิต) ที่กิจการนี้อ้างถึงนั้นคือแผ่นไวนิลหรือแผ่นเสียง ซึ่งตรงกับแนวคิดของการเป็น ‘Listening bar’ ทางกิจการต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นศูนย์รวมของคนรักเสียงดนตรี โดยเฉพาะเพลงแจ๊ส (jazz music) ไว้ด้วยกันกับผู้ที่ต้องการฟังเพลงในสถานที่ ๆ ไม่แออัดพร้อมกับเครื่องดื่มและอาหารพร้อมบริการ ทางกิจการให้ความสำคัญกับคุณภาพเสียงและดนตรี โดนการนำเสนอผ่าน

อุปกรณ์ระบบเสียงอนาล็อก (analog audio equipment) และมีภัณฑาลักษณ์เพลง (music curator) เป็นผู้เลือกสรรดนตรีหมุนเวียนไปในแต่ละเดือนอีกด้วย นอกเหนือจากนั้น ทางร้านยังคงความเป็นตึกเก่าอายุกว่าแปดสิบปีไว้ด้วยการปรับปรุงและเสริมความแข็งแรง มีการเปลี่ยนผนังเก่าในบางจุด และมีการวางองค์ประกอบอย่างแผ่นไวนิล อัลบั้ม โปสเตอร์ ไว้แต่ละมุม เนื่องจากการแสดงเอกลักษณ์กิจการนี้อยู่ที่การออกแบบภายในและองค์ประกอบผ่านการตกแต่งและเสียงดนตรีเป็นหลัก การบริการเครื่องดื่มจึงไม่ได้มีเอกลักษณ์ชัดเจนเท่ากับกิจการอื่น ๆ ในพื้นที่ แต่มีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิง เนื่องด้วยผู้ที่มาใช้บริการจะเป็นผู้ที่มิไจรักเสียงเพลงและมาเพื่อเสพบรรยากาศภายในร้านนั้น อาจจะไม่ได้อาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับความเป็นย่านเมืองเก่าเท่าไหร่นัก



รูปถ่ายบรรยากาศร้าน Biscuit bar and cafe (บิสกิตบาร์แอนด์คาเฟ่)

3.2 การอภิปรายผล

3.2.1 จากการวิเคราะห์พบว่า แต่ละกิจการใช้องค์ประกอบการออกแบบ (design) เพื่อสร้างเรื่องราวเฉพาะตัวของร้าน โดยแต่ละที่จะเลือกการใช้องค์ประกอบแตกต่างกันไป แบ่งออกได้เป็น

1. เครื่องดื่มและอาหาร เช่น Ba Hao, Teens of Thailand, Asia Today Bar, El Chiringuito, เทพบาร์
2. การออกแบบภายใน เช่น Ba Hao, Wallflower upstairs, เทพบาร์
3. ประสบการณ์ (service experience) เช่น Pijiu bar, Teens of Thailand, Asia Today Bar
4. บรรยากาศภายในร้านที่ไม่เกี่ยวกับพื้นที่ เช่น 23 Bar & Gallery, Biscuit bar and cafe

- 3.2.2 การใช้องค์ประกอบการออกแบบด้านต่าง ๆ เหล่านี้ มีขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ตั้งแต่ นักศึกษาที่ต้องการถ่ายรูปเผยแพร่ใน Social media วิทยากรที่ต้องการหาที่พ่อนคลายที่ไม่ใช่สถานสุรากระแสหลัก และผู้ที่มีความสนใจชัดเจนในเรื่องบางประเภท โดยที่แต่ละร้านนั้นตั้งอยู่ใกล้กันและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป จึงก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคแบบใหม่ที่ผู้ใช้บริการเปลี่ยนร้านไปเรื่อย ๆ อย่างสะดวก (bar hopping) การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของสถานประกอบการสุราในระแวกนี้ ชี้ให้เห็นชัดว่า เน้นการสร้างประสบการณ์องค์รวมมากกว่าการขายเครื่องดื่มสุราเพียงอย่างเดียว เหมาะกับผู้ที่ไม่ต้องการจะมาเพื่อเมาแต่มาเพื่อผ่อนคลาย และเปิดประสบการณ์มากกว่า (ดูเพิ่มในบทที่ 4)

บทที่ 4

ทัศนคติของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่มีต่อสถานประกอบการสุราสมัยใหม่

จากข้อมูลในบทที่ 3 พบว่า การออกแบบมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์ของสถานประกอบการสุราสมัยใหม่ ในบริเวณชอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย โดยเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับการออกแบบตกแต่งภายในร้าน ภายนอกร้าน การออกแบบเมนูอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจน เครื่องแต่งกายและดนตรี และรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า กิจการประเภทนี้เน้นการขายประสบการณ์การเข้าใช้บริการโดยรวม มิใช่เพียงแค่ขายสุราเพียงอย่างเดียว นอกจากการศึกษาการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์ในมุมมองของผู้ผลิตแล้ว (producer/supply-side) งานวิจัยนี้ยังได้การวิจัยในกลุ่มผู้บริโภค (consumer/demand-side) ผ่านเครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจการเข้าใช้บริการในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ อายุต่ำกว่า 35 ปี โดยมีประเด็นที่สนใจ 2 ส่วนดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการ ได้แก่
 1. เพศ
 2. อายุ
 3. การศึกษา
 4. อาชีพและรายได้
2. ประสบการณ์การเข้าใช้บริการ ได้แก่
 1. ชื่อกิจการ
 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
 3. ช่องทางการรับข่าวสาร
 4. การเดินทางเข้าถึงพื้นที่

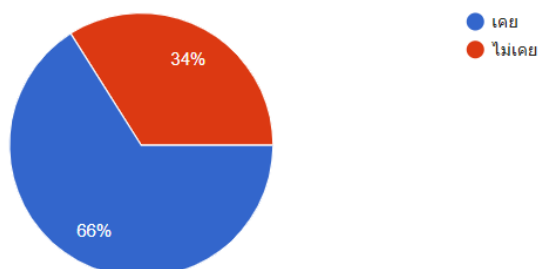
โดยมีผลการตอบแบบสอบถามอย่างละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. จากแบบสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจการเข้าบริการบาร์กระแสรุ่นใหม่ย่านชอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายนั้น มีผู้ร่วมตอบแบบสำรวจทั้งหมด 50 คน 66% กล่าวว่าเคยเข้าใช้บริการกิจการคาเฟ่ บาร์ หรือร้านอาหารในย่านชอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ท่านเคยเข้าใช้บริการกิจการในย่านชอชนานาหรือไม่ (คาเฟ่, บาร์, ร้านอาหาร)

50 responses

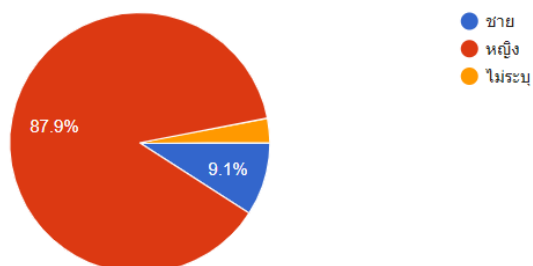


แผนภูมิวงกลมที่ 1 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องการเข้าใช้บริการกิจการย่านชอชนานา

2. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 97% ของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจุบันมีอายุ 18 ถึง 25 ปี และอีก 3% ปัจจุบันมีอายุ 26-35 ปี เป็นเพศหญิงทั้งหมด 87.9%, เพศชาย 9.1% และไม่ระบุ 3%

เพศ

33 responses

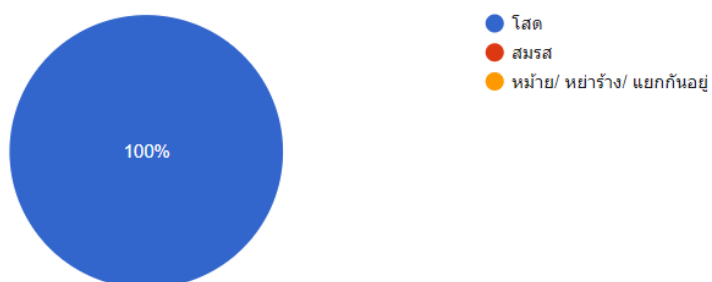


แผนภูมิวงกลมที่ 2 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีสถานภาพโสด

สถานภาพ

33 responses

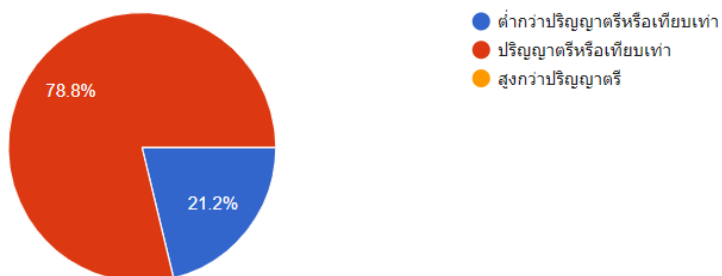


แผนภูมิวงกลมที่ 3 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่คิดเป็นสัดส่วนที่ 78.8% อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และ 21.2% ต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

การศึกษา

33 responses

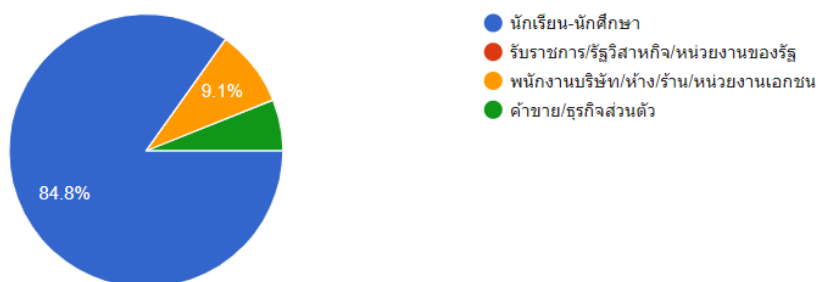


แผนภูมิวงกลมที่ 4 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

5. จากแบบสำรวจ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัทหรือหน่วยงานเอกชน และมีธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นสัดส่วนที่ 84.8, 9.1 และ 6.1 ตามลำดับ

ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ

33 responses

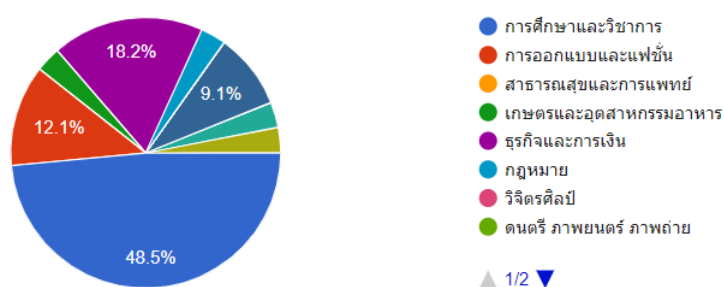


แผนภูมิวงกลมที่ 5 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

6. อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดอยู่ในวงการการศึกษาและวิชาการมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็น 48.5% ตามด้วย ธุรกิจและการเงิน (18.2%), การออกแบบและแฟชั่น (12.1%), ภาคประชาสังคม (9.1%), บริหารธุรกิจ (6.1%), เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (3%) และกฎหมาย (3%) ตามลำดับ

อาชีพของท่านอยู่ในกลุ่มวงการ

33 responses

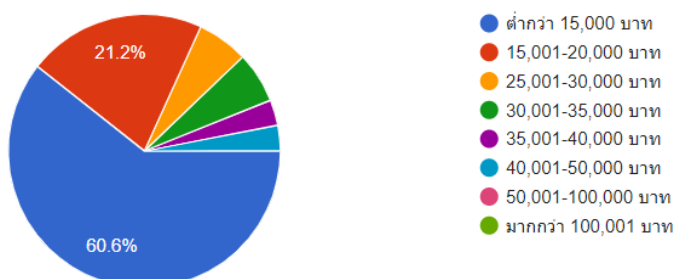


แผนภูมิวงกลมที่ 6 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องกลุ่มวงการอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีตั้งแต่ต่ำกว่า 15,000 บาท (60.6%), 15,001 ถึง 20,000 บาท (21.2%), 25,001 ถึง 30,000 บาท (6.1%), 30,001 ถึง 35,000 บาท (6.1%), 35,001 ถึง 40,000 บาท (3%) และ 40,001-50,000 บาท (3%) ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

33 responses

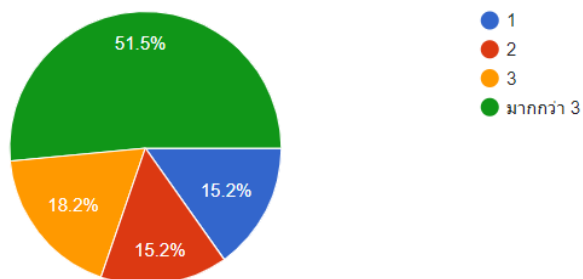


แผนภูมิวงกลมที่ 7 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

8. มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม (51.5%) นั้นเมื่อรวมตัวผู้ตอบแบบสอบถามแล้วนั้น ปัจจุบันอาศัยอยู่ร่วมกับผู้อื่นมากกว่า 3 คน, 18.2% อาศัยอยู่กับ 3 คน, 15.2% อาศัยอยู่กับ 2 คน และ 15.2% อาศัยอยู่คนเดียว

จำนวนผู้อยู่อาศัยร่วมกับท่าน (รวมตัวท่าน)

33 responses

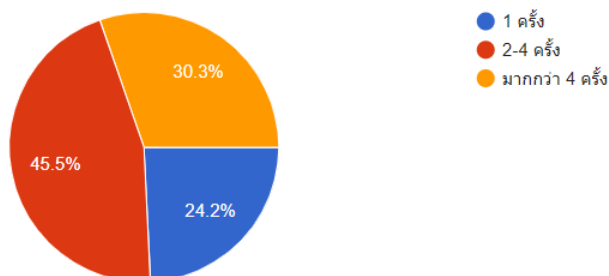


แผนภูมิวงกลมที่ 8 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องจำนวนผู้อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

9. ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2564) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45.5% ได้ใช้บริการบาร์ในย่านชอชอนานาทั้งหมด 2 ถึง 4 ครั้ง, 30.3% ได้ใช้บริการไปมากกว่า 4 ครั้ง และ 24.2% เคยใช้บริการทั้งหมด 1 ครั้ง

ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ท่านใช้บริการบาร์ในย่านชอยนานาทั้งหมดกี่ครั้ง (พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2564)

33 responses



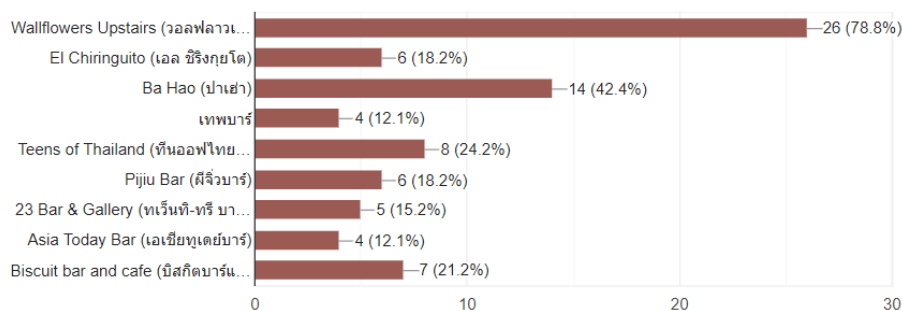
แผนภูมิวงกลมที่ 9 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 เรื่องจำนวนครั้งใช้บริการบาร์ย่านชอยนานาของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัจจัย

1. 78.8% ของผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการบาร์ Wallflowers Upstairs, 42.4% เคยใช้บริการ Ba Hao, 24.2% เคยใช้บริการ Teens of Thailand, 21.2% เคยใช้บริการ Biscuit bar and cafe, 18.2% Pijiu Bar เคยใช้บริการ Pijiu Bar, 15.2% เคยใช้บริการ 23 Bar & และ 12.1% เคยใช้บริการ เทพบาร์และเอเชียทูเดย์บาร์

ท่านเคยใช้บริการบาร์ใดในย่านนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

33 responses



แผนภูมิแท่งที่ 1 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องบาร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการ

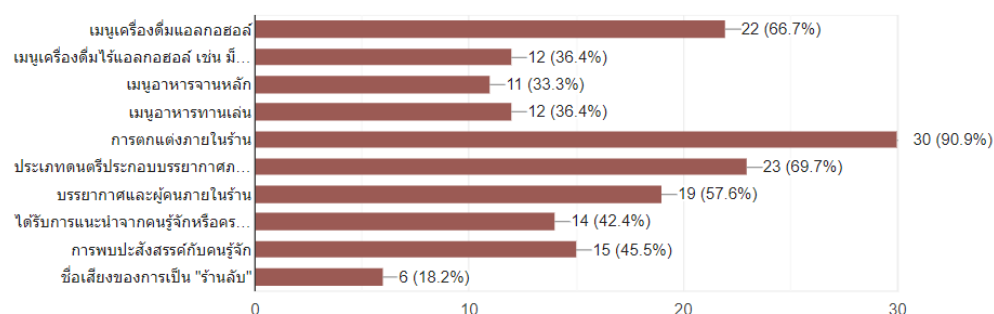
2. 90.9% ของผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือก การตกแต่งภายในร้านเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเข้าใช้บริการบาร์กระแสใหม่ย่านชอยนานามากเป็นอันดับหนึ่ง

3. ตามมาด้วยประเภทดนตรีที่ประกอบบรรยากาศ (69.7%), เมนูเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (66.7%), บรรยากาศและผู้คนภายในร้าน (57.6%), การพบปะสังสรรค์กับคนรู้จัก (45.5%), ได้รับการแนะนำ

จากคนรู้จักหรือคนในครอบครัว (42.4%), เมนูอาหารทานเล่นเมนูเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ (36.4%), เมนูอาหารจานหลัก (33.3%) และชื่อเสียงของการเป็น 'ร้านลับ' (18.2%)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมาร์กเสแสดใหม่ย่านซอยนานา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

33 responses

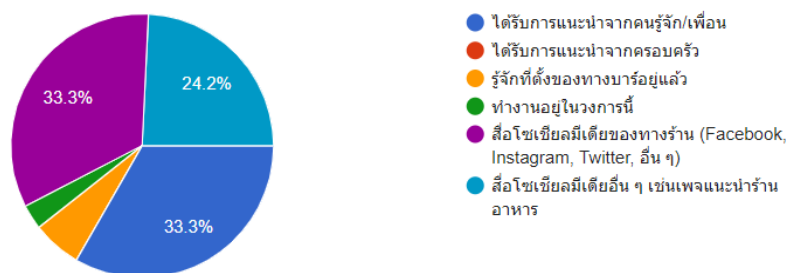


แผนภูมิแท่งที่ 2 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องปัจจัยต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกิจการบาร์ในย่านซอยนานาจากการแนะนำจากครอบครัวและสื่อสังคมออนไลน์ของทางร้าน เช่น Facebook, Instagram และ Twitter มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งร่วมกัน คิดเป็นสัดส่วนที่ 33.3% ตามด้วยสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่นเพจแนะนำร้านอาหาร (24.2%), รู้จักที่ตั้งของทางบาร์อยู่แล้ว (6.1%) และทำงานอยู่ในวงการนี้ (3%)

ท่านรู้จักกิจการบาร์ในย่านซอยนานาได้อย่างไร

33 responses



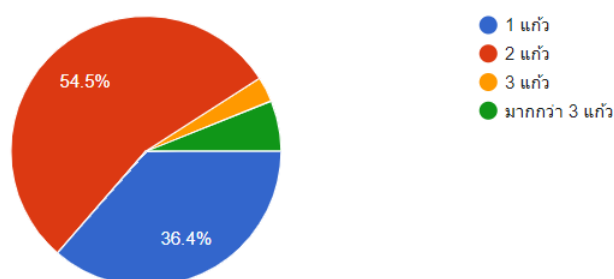
แผนภูมิกกลมที่ 10 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการรับรู้เกี่ยวกับกิจการบาร์ในย่านซอยนานา

5. 54.5% ของผู้ตอบแบบสอบถามสั่งเครื่องดื่มเฉลี่ย 2 แก้ว ต่อหนึ่งการเข้าใช้บริการร้านบาร์ย่านชอยนานา

6. 36.4% ของผู้ตอบแบบสอบถามสั่งเครื่องดื่มเฉลี่ย 1 แก้ว ต่อหนึ่งการเข้าใช้บริการร้านบาร์ย่านชอยนานา ตามด้วย 6.1% ที่สั่งมากกว่า 3 แก้ว และ 3% 1 แก้วต่อการเข้าใช้บริการ

ท่านสั่งเครื่องดื่มกี่แก้วต่อหนึ่งการเข้าใช้บริการร้านบาร์ย่านชอยนานา

33 responses

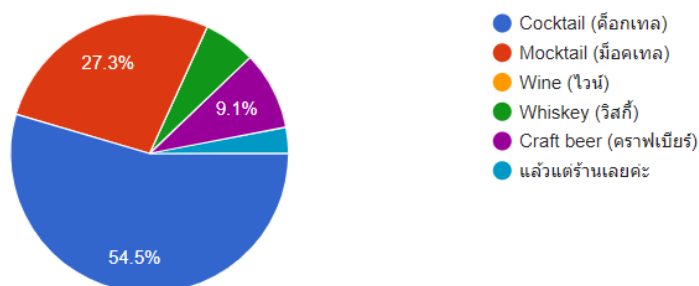


แผนภูมิวงกลมที่ 11 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการสั่งเครื่องดื่มผู้ตอบแบบสอบถาม

7. เครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมที่สุดจากผู้ตอบแบบสอบถามคือ Cocktail (ค็อกเทล) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่ 54.5% ตามมาด้วย Mocktail (มีอคเทล) 27.3%, Craft beer (คราฟเบียร์) 9.1%, Whiskey (วิสกี) 6.1% และอื่น ๆ อีก 3%

เมื่อเข้าใช้บริการร้านบาร์ย่านชอยนานา ท่านสั่งเครื่องดื่มชนิดใดเป็นส่วนมาก

33 responses



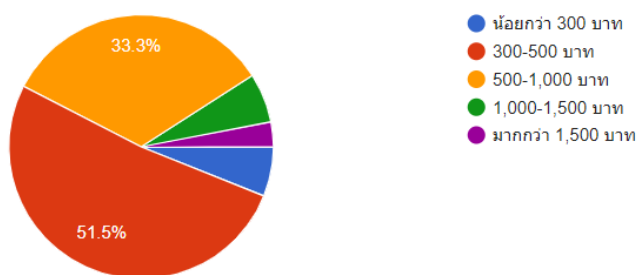
แผนภูมิวงกลมที่ 12 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการสั่งเครื่องดื่มผู้ตอบแบบสอบถาม

8. มากกว่าครึ่งหนึ่ง (51.5%) ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายครั้งละ 300 ถึง 500 บาท เมื่อเข้าใช้บริการร้านบาร์ย่านชอยนานา, 33.3% ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายครั้งละ 500 ถึง 1,000 บาท,

6.1% ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายครั้งละ 1,000 ถึง 1,500 บาท และน้อยกว่า 300 บาท ในสัดส่วนค่าตอบที่เท่ากัน และสุดท้าย 3% ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายครั้งละมากกว่า 1,500 บาท

ท่านใช้จ่ายครั้งละเท่าไรเมื่อเข้าใช้บริการร้านมรยานชอยนานา

33 responses



แผนภูมิวงกลมที่ 13 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการใช้จ่ายเรื่องการสั่งซื้อเครื่องดื่มของผู้ตอบแบบสอบถาม

9. 39.4% ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับปานกลาง

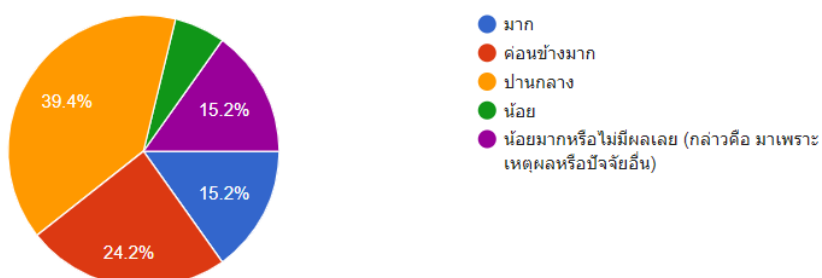
10. 24.2% ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับค่อนข้างมาก

11. 15.2% ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับมากและน้อยมากหรือไม่มีผลเลย (กล่าวคือ มาเพราะเหตุผลหรือปัจจัยอื่น) ในสัดส่วนค่าตอบที่เท่ากัน

12. และ 6.1% ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับน้อย

ตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านของท่านมากน้อยเพียงใด

33 responses



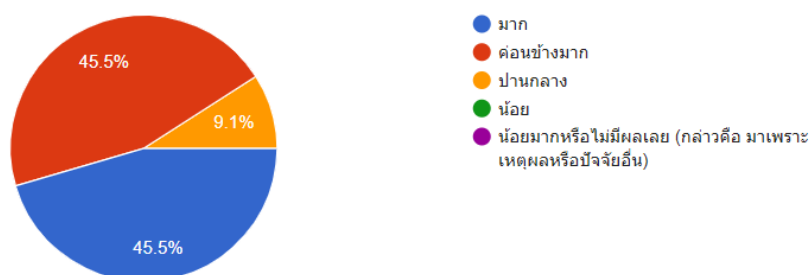
แผนภูมิวงกลมที่ 14 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม

13. 45.5% ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับมาก และในสัดส่วนที่เท่ากัน (45.5%) ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับค่อนข้างมาก

14. 9.1% ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับปานกลาง

การออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านของท่านมากน้อยเพียงใด

33 responses

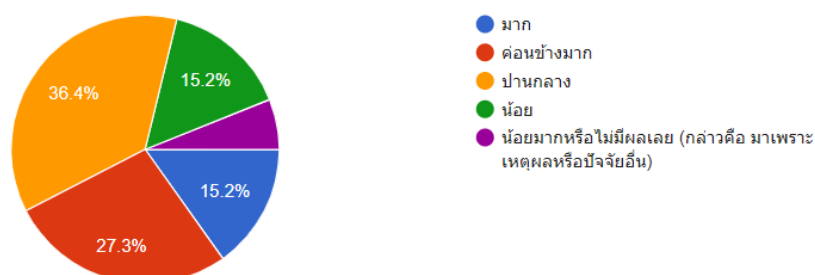


แผนภูมิวงกลมที่ 15 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม

15. ในส่วนของเมนูอาหารนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านในระดับปานกลางมาเป็นอันดับที่หนึ่ง (36.4%), ตามด้วยค่อนข้างมาก (27.3%), มาก (15.2%), น้อย (15.2%), และน้อยมากหรือไม่มีผลเลย กล่าวคือ มาเพราะเหตุผลหรือปัจจัยอื่น (6.1%)

เมนูอาหารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านของท่านมากน้อยเพียงใด

33 responses

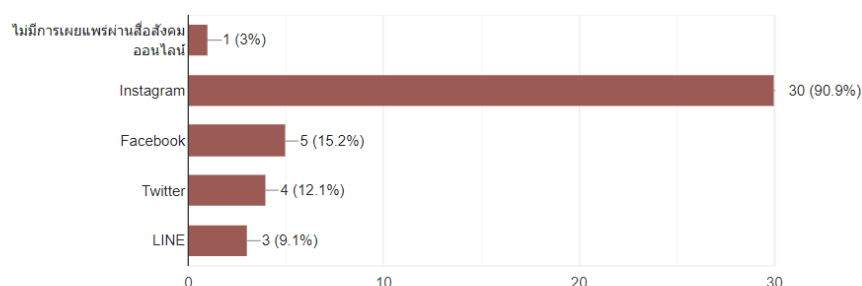


แผนภูมิวงกลมที่ 16 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม

16. สื่อออนไลน์ (Social media) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเผยแพร่ประสบการณ์ในร้านมากเป็นอันดับหนึ่งได้แก่อินสตาแกรม (Instagram) ที่ 90.9% ตามด้วย เฟสบุ๊ก (Facebook) ที่ 15.2%, ทวิตเตอร์ (Twitter) ที่ 12.1%, ไลน์ (LINE) ที่ 9.1% และไม่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ 3%

ท่านเผยแพร่ประสบการณ์ภายในร้านผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (social media) หรือไม่ ทางช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

33 responses



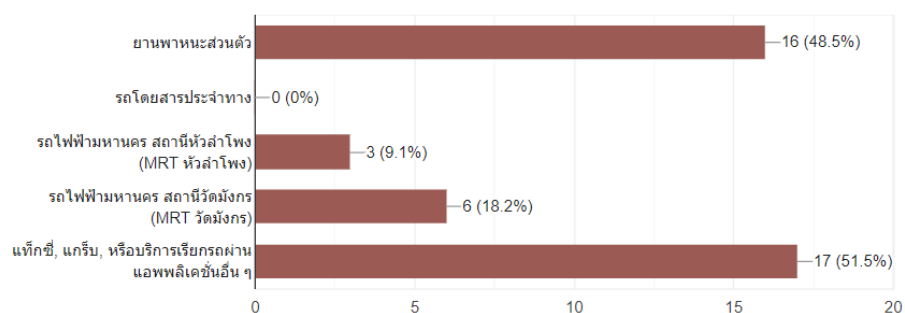
แผนภูมิแท่งที่ 3 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2

เรื่องการเผยแพร่ประสบการณ์ภายในร้านผ่านสื่อสังคมออนไลน์เรื่องการตัดสินใจใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถาม

17. ในส่วนของการเดินทางนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาที่นี่โดยแท็กซี่, แกร็บ, หรือบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันอื่น ๆ เป็นอันดับหนึ่ง (51.5%) ตามด้วยยานพาหนะส่วนตัว (48.5%), รถไฟฟ้ามหานครสถานีวัดมังกร (18.2%) และรถไฟฟ้ามหานครสถานีหัวลำโพง (9.1%)

ท่านเดินทางมาที่นี่อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

33 responses



แผนภูมิแท่งที่ 4 แสดงคำตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เรื่องการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 การอภิปรายผล

1. จากผลการเก็บข้อมูลแบบสอบถามพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการเป็นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ (อายุต่ำกว่า 35 ปี) ที่ยังไม่มีครอบครัว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ปานกลาง เป็นชนชั้นกลางที่มีการศึกษา อยู่อาศัยในเมือง ซึ่งประชากรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสถานประกอบการสุราในชอยนานา

2. การออกแบบตกแต่งภายในร้าน เป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่ง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ (90.9%) ตามมาด้วยประเภทดนตรี (69.7%) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นวัตถุประสงค์ของการเข้าใช้บริการ เช่น บรรยากาศภายในร้าน พบปะสังสรรค์กับคนรู้จัก เป็นต้น (ข้อ 3) โดยที่ปัจจัยด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความสำคัญระดับรองลงมา เมื่อสอบถามถึงลำดับความสำคัญ (priority) ของตัวเลือกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้าน มีเพียง 15.2% ที่ตอบว่ามีผลระดับมากและ 24.2% ที่ตอบว่ามีผลค่อนข้างมาก (ข้อ 9-12) ซึ่งต่างประเด็นเรื่องการออกแบบตกแต่งภายในร้าน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ามีผลต่อการตัดสินใจในระดับที่มาก (45.5%) และค่อนข้างมาก (45.5%) กล่าวคือ มีผู้ตอบแบบสอบถามถึง 91% ให้ความสำคัญประเด็นเรื่องการออกแบบตกแต่งภายในร้าน ในฐานะปัจจัยสำคัญ (ข้อ 13-14)

3. นอกจากนี้ ประเภทและปริมาณของเครื่องดื่ม ยังสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยที่เครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูง (54.5%) สุดคือ Cocktail แต่ที่น่าสนใจไปกว่านั้นคือ ประเภทเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับสอง (27.3%) คือ Mocktail หรือเครื่องดื่ม Cocktail ที่ไม่ใส่แอลกอฮอล์ ซึ่งเครื่องดื่มทั้งสองประเภทนี้เป็นจุดเด่นของสถานสุราในเขตนี้ (ดูบทที่ 3) ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ ในการออกแบบเมนูเพื่อดึงดูดผู้บริโภครุ่นใหม่ อีกข้อมูลที่สนับสนุน คือ ปริมาณจำนวนเครื่องดื่มที่ส่วนใหญ่ผู้เข้าใช้บริการสั่งในแต่ละครั้ง จะอยู่ที่ปริมาณ 2 แก้ว (54.5%) และมีผู้ตอบแบบสอบถาม 36.6% ที่ดื่มเพียง 1 แก้ว ต่อการไปหนึ่งครั้ง

4. นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามแทบทุกรายจะใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ประสบการณ์ของตนไปยังกลุ่มคนรู้จัก และเก็บประเด็นนี้ไว้เป็นความทรงจำ

5. ข้อมูลจากแบบสอบถามในข้างต้น ในรับการสนับสนุนและขยายความเพิ่มเติมในการทำ focus group ที่ผู้เข้าร่วมสะท้อนว่า การดื่มแอลกอฮอล์สถานสุรากระแสใหม่เหล่านี้ มีลักษณะที่แตกต่างจากการดื่มสุราบริบทอื่น ๆ เช่น การดื่มสังสรรค์ที่บ้านตนเองคนรู้จัก การดื่มสังสรรค์เวลาไป

เที่ยวต่างจังหวัด รวมไปถึงการไปตี๋มที่ย่านบันเทิงที่อื่นในกรุงเทพมหานคร โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรม ยกตัวอย่าง เขตทองหล่อ เอกมัย อาร์ซีเอ และถนนข้าวสาร โดยเห็นพ้องต้องกันว่า ตนเองตระหนักรู้ (conscious) ถึงกาลเทศะของพฤติกรรมของตนในทุกด้าน เช่น ปริมาณ/ประเภทเครื่องดื่ม วัตถุประสงค์ของการตี๋ม ระยะเวลาที่ใช้ ตลอดจนการประพฤติตน การแต่งกาย โดยกล่าวว่า การไปย่านสุราในกลุ่มแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อ ‘ไปปลดปล่อย’ ผ่อนคลาย ดังนั้นประเภทและปริมาณ เครื่องดื่มจึงไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ในทางกลับกัน การเข้าใช้บริการสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ อยู่ภายในเงื่อนไขของกาลเทศะที่แตกต่างไป โดยผู้ตี๋มมีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการที่แตกต่างอย่างชัดเจน คือไปเพื่อเป็นวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในสังคม (socialization) เช่น การพูดคุย การผ่อนคลาย การพบปะสังสรรค์ หรือเป็นการแสวงหาความแปลกใหม่ ในรูปแบบของการตกแต่งร้าน การออกแบบเมนูเครื่องดื่มและอาหาร และการฟังดนตรี ตามผลสำรวจในข้างต้น อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าใช้บริการมิได้ปฏิเสธบทบาทของแอลกอฮอล์ โดยเน้นย้ำว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีบทบาทสำคัญต่อการเข้าใช้บริการ ผู้วิจัยถามเพิ่มถามว่า ถ้าสถานสุรากระแสใหม่เหล่านี้ไม่มีการเสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ยังคงองค์ประกอบเดิมไว้ทุกอย่าง (เช่น การตกแต่ง ดนตรี) ผู้เข้าร่วมประชุมจะยังสนใจเข้าใช้บริการหรือไม่ ในกรณีนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นตรงกันว่า อาจจะไม่เลือกเข้าใช้บริการ หรือเปลี่ยนไปสถานที่อื่นหรือกิจกรรมอื่นแทน บางท่านกล่าวว่า อาจจะไปใช้บริการเวลากลางวันแทน เช่น การเข้าร้านสุราที่ขายกาแฟ เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการเข้าใช้บริการในสถานสุรากระแสใหม่เป็นพฤติกรรมการบริโภคของคนเมืองรุ่นใหม่ ที่ไม่ได้เน้นบริโภคสุราเพียงอย่างเดียว ดังนั้นสุราจึงมีอาจตัดขาดจากองค์ประกอบอื่นส่งเสริมประสบการณ์ของผู้บริโภคคนนอกจากบริบทของประกอบภายในร้าน บริบทของเมืองและย่านโดยรอบยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการของกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ จากการสัมภาษณ์และการทำ focus group พบว่า พฤติกรรมการเข้าร้านสุรากระแสใหม่จะถูกจัดเป็นหนึ่งในกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวในวัน (day out) ของผู้อยู่อาศัยในเมืองที่มัก ‘จัดตาราง’ (itinerary) ช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ไปยังสถานที่ที่ใกล้อยู่ใกล้เคียงกันของย่านต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในย่านเมืองเก่า เช่น เกาะรัตนโกสินทร์ ข้าวสาร บางลำพู สำเพ็ง เยาวราช และเจริญกรุง เนื่องด้วยการขนส่งมวลชนที่สะดวกขึ้น (รถไฟฟ้า MRT) ทำให้การเข้าถึงพื้นที่ดังกล่าวเป็นไปได้โดยง่าย และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โดยรอบสถานี เช่น พื้นที่ชุมชนในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก ที่เปลี่ยนแปลงพื้นที่ชุมชนอยู่อาศัยหรือชุมชนพาณิชย์กรรมทั่วไปไปเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ แกลลอรี่ศิลปะ

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ และพื้นที่โดยรอบศูนย์ความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ (TCDC) เขตบางรัก ดังนั้นผู้สัญจรและนักท่องเที่ยวจึงนิยมจัดสถานที่ต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลาของวัน เช่น วัด ตลาด ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้า เป็นต้น โดยจัดให้จุดหมายต่าง ๆ (destination) อยู่ในเส้นทางเยี่ยมชมเดียวกันตลอดวัน จากข้อมูล focus group พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลายท่านมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เช่น เยี่ยมชมย่านเจริญกรุงในเวลากลางวัน และมาชอยนานาในเวลากลางคืน หรือรับประทานอาหารที่ถนนเยาวราชตอนเย็น และเดินเท้ามายังชอยนานา เป็นต้น จากข้อมูลข้างต้นพบว่า การเข้าใช้บริการสถานสุรากระแสใหม่เป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนกว่าแค่ การบริโภคสุรา แต่กลับยังยึดโยงไปกับประเด็นด้านอื่น ๆ เช่น การเข้าสังคม การสังสรรค์ การแสวงหาความรู้ความแปลกใหม่ การเพิ่มพูนต้นทุนวัฒนธรรมของปัจเจก (cultural capital ในความหมายของ Bourdieu) ตลอดจนการพัฒนาพื้นที่ของชุมชนเมืองจนก่อให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ดังนั้นมีอาจสรุปได้ว่า คนเข้าร้านสุราเพียงเพราะต้องการดื่มสุราเพียงเหตุผลเดียว

บทที่ 5

ผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงเมืองและข้อพิพาทเชิงพื้นที่

ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาชอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่ายได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากย่านค้าส่ง และพาณิชย์กรรมทั่วไป กลายเป็นย่านท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งย่านบันเทิงในเวลากลางคืน ด้วยองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและการออกแบบที่กล่าวไป (บทที่ 3 และบทที่ 4) จะเห็นได้ว่าการพยายามแสวงหาบรรยากาศใหม่ ๆ ของกลุ่มผู้ประกอบการ-ผู้บริโภครุ่นใหม่ นำไปสู่การเปลี่ยนของย่านเก่า (neighborhood change) โดยการใช้ประโยชน์ที่ดินเปลี่ยนไปจากการอยู่อาศัยและพาณิชย์กรรมขนาดชุมชน และกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากชาวชุมชนละแวกบ้าน กลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่เข้ามาใช้พื้นที่ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการตีมูลค่าในสถานประกอบการมิใช่ประเด็นระดับสุขภาพของปัจเจกหรือประเด็นสาธารณสุขเท่านั้น แต่ยังเป็นประเด็นว่าด้วย การพัฒนาเมืองและความสัมพันธ์ของกลุ่มคนกับพื้นที่ เนื่องจากสถานประกอบการเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศทางพื้นที่ แต่ตั้งมั่นอยู่ยังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งของเมือง เช่น ย่านไต่ย่านหนึ่ง ถนนใดถนนหนึ่ง ดังนั้นจึงนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของลักษณะย่านนั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

5.1 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ

งานวิจัยพบว่า การเข้ามาของสถานสุรากระแสใหม่ทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อภาคเศรษฐกิจท้องถิ่น จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายราย ทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่ (เช่น เจ้าของกิจการสถานสุรากระแสใหม่) ผู้ประกอบการรายย่อย (เช่น ร้านค้ารถเข็น แผงลอย) และผู้อยู่อาศัยและทำงานในพื้นที่ ต่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงของย่าน โดยผู้ประกอบการท่านหนึ่งเล่าว่า การเข้ามาของบาร์และร้านค้าใหม่ ๆ ทำให้เกิดแรงผลักดันให้ร้านค้าอื่น ๆ ปรับปรุงร้านให้ไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ร้านราดหน้า มีการเปลี่ยนแปลงผนัง และทาสีใหม่ให้เข้ากับร้านในชอยนานา ผลกระทบในด้านดี ทำให้ปลอดภัย เพิ่มมูลค่าให้กับสถานที่ โดยสามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

5.1.1 รายได้ที่เพิ่มขึ้น

จากการที่ชอยนานาได้ผันตัวจากพื้นที่พาณิชย์เชิงขนส่งและค้าส่ง มาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและบริการ ทำให้รายได้ของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ผ่านไปผ่านมา เช่น เจ้าของร้านขายอาหารตามสั่งร้านหนึ่งกล่าวว่า เนื่องด้วยจำนวนลูกค้าที่มากขึ้น ทำให้เขาสามารถขยายพื้นที่ร้านค้าจากห้องแถว 1 ห้อง มายังห้องหัวมุมถนน นอกจากนี้ กิจการประเภทอื่น เช่น หาบเร่ รถเข็น

อาหาร ก็ได้รับผลประโยชน์จากการที่ย่านเปลี่ยนแปลงไป โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักคือลูกค้างานบริการสุรา และร้านอาหารแพ ที่ต้องการอาหารและเครื่องดื่มในราคาถูก

5.1.2 ความปลอดภัย

อีกหนึ่งผลกระทบเชิงบวกที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของย่านคือ ความปลอดภัย โดยผู้ให้ข้อมูลทุกคนต่างเห็นเป็นเสียงเดียวกันว่า ในช่วงระยะเวลา 10-15 ปีที่ผ่านมา บรรยากาศโดยรวมของซอยนานา ดูปลอดภัยมากขึ้น โดยเฉพาะเวลากลางคืน มีลักษณะที่ไม่เปลี่ยว มีแสงไฟส่องสว่าง และมีผู้คนสัญจรไปมา ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่าและอื่น ๆ อย่างไรก็ตามก็ดี จากการสืบค้นข้อมูลเอกสารของสถานีตำรวจผู้รับผิดชอบ บรรยากาศต่างจากในอดีต ที่มีอาชญากรรมเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การวิ่งราว การขโมย และอื่น ๆ (สถานีตำรวจพลับพลาย 2) พบว่าสถิติอาชญากรรมในบริเวณดังกล่าวมีน้อยมากถึงไม่มีเลย ในบางวัน ประเด็นนี้ทำให้น่าคิดว่า ความกลัวเป็นลักษณะของความรู้สึกถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้น (perceived threat) อาจจะมีไซ่อันตรายที่เกิดขึ้นจริง

5.1.3 การปรับปรุงพื้นที่กายภาพ

ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า การเข้ามาของสถานให้บริการสุราและร้านอาหารแพก่อให้เกิดการปรับปรุงพื้นที่กายภาพในบริเวณซอยนานา ทำให้ภูมิทัศน์และบรรยากาศดูสวยงาม น่าดึงดูดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การตกแต่งหน้าร้าน ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและให้ความสนใจมาเยี่ยมชมมากขึ้น (อย่างไรก็ดี การศึกษาพบว่า การปรับปรุงพื้นที่กายภาพเป็นดาบสองคม เนื่องจาก สถานประกอบการเหล่านี้สร้างปัญหาใหม่ เช่น มลภาวะทางเสียง และขยะ ดังที่จะนำเสนอข้างล่าง)

5.1.4 ความมีชีวิตชีวา

ผลกระทบเชิงบวกทั้งสามประการที่กล่าวมา ก่อให้เกิดภาพรวมของความมีชีวิตชีวาโดยรวมพื้นที่ กล่าวคือ สถานให้บริการสุราและร้านอาหารแพเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจของพื้นที่ ก่อให้เกิดการสัญจรของผู้ใช้บริการและผู้ผ่านไปผ่านมา (traffic) ซึ่งนำมาสู่บรรยากาศที่แลดูปลอดภัยมากขึ้นและมีชีวิตชีวา

5.2 บริบททางผังเมืองและสถาปัตยกรรม

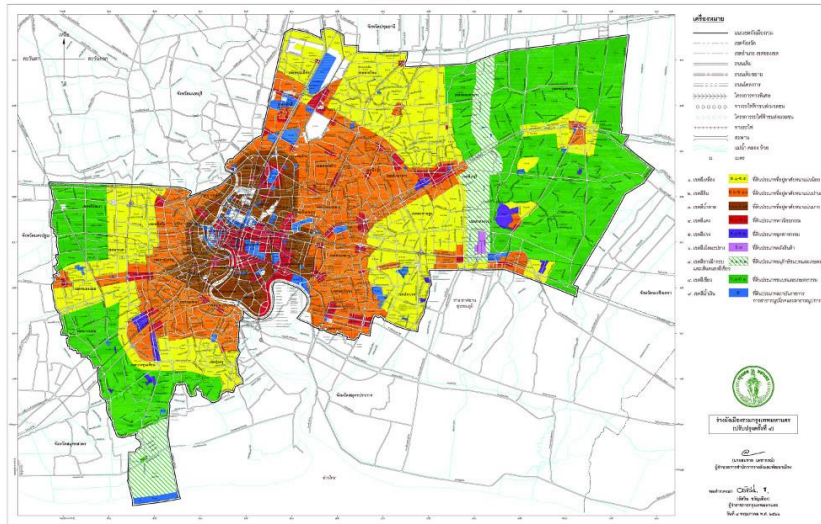
อย่างไรก็ดี ผู้ศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงผลดีผลเสียของการเปลี่ยนแปลงย่านขึ้นอยู่กับตำแหน่งแห่งที่ (positionality) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่ามีบทบาทอะไรในซอยนานา กล่าวคือ ผู้ค้าขาย เจ้าของกิจการ หรือพนักงาน อาจมองถึงข้อดีตามที่ได้เสนอในข้างต้น อย่างไรก็ตาม ในสังคมที่หลากหลาย ณ ปัจจุบัน

ที่ประกอบไปด้วย ผู้คนต่างอาชีพ ต่างวิถีชีวิต เป็นเรื่องปกติที่สมาชิกชุมชน จะได้รับผลกระทบที่แตกต่างหลากหลายและไม่เท่ากัน การเปลี่ยนแปลงระดับย่านนี้เองอาจสร้างข้อขัดแย้ง (conflict) ภายในพื้นที่ที่เกิดมาจากการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เปลี่ยนแปลงไปและอาจจะขัดกับลักษณะพื้นที่เดิม เช่น การสร้างความรำคาญ (nuisance) หรือกระทบกระทั่งพื้นที่ชีวิตประจำวัน (everyday space) ของคนในชุมชน จากการวิจัยพบว่าบริบททางผังเมืองและสถาปัตยกรรมเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สร้างให้เกิดข้อพิพาทเชิงพื้นที่ ในบริบทของเมืองใหญ่ที่สิ่งปลูกสร้างถูกสร้างใกล้กันอย่างหนาแน่น ทำให้เกิดการกระทบกระทั่งของกิจการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยการกระทบกระทั่งนี้จะเป็นปัญหาอย่างมากในกรณีที่ใช้ประโยชน์ที่ดิน/อาคารไม่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยบทวิเคราะห์ด้านล่างจะอธิบายถึงโครงสร้างทางผังเมืองและสถาปัตยกรรมในชอยนานา ที่นำมาสู่ข้อพิพาทเชิงพื้นที่ระหว่างการใช้งานแบบดั้งเดิมและแบบใหม่

5.2.1 บริบทการควบคุมทางผังเมือง

ถ้าย้อนดูประวัติแห่งการผังเมืองสมัยใหม่ จะพบว่าการควบคุมทางผังเมืองเกิดขึ้นเพื่อลดความรำคาญ (nuisance) ที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ที่ดินที่แตกต่างกัน (incompatible land use) เช่น กรณีของเมือง Euclid มลรัฐ Ohio ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่เป็นหนึ่งในต้นกำเนิดของระบบควบคุมทางผังเมือง ที่ต้องแยกโซนพื้นที่อุตสาหกรรมออกจากโซนพื้นที่อยู่อาศัย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทบกระทั่งกันของการใช้ที่ดินหรืออาคารที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็ น เสียง กลิ่น หรือความเข้มข้นของการใช้ที่ดิน การจัดพื้นที่ดังกล่าวเป็นประเด็นพื้นฐานของระบบการควบคุมทางผังเมืองและอาคารทั่วโลกในยุคปัจจุบันอย่างไรก็ดี ในกรณีกรุงเทพมหานคร การควบคุมทางผังเมืองใช้ระบบจำแนกประเภท (เช่น ประเภทเกษตรกรรม ประเภทพาณิชยกรรม ประเภทอยู่อาศัย) โดยแต่ละประเภทยังถูกแบ่งย่อยไปตามลำดับศักดิ์ของขนาดใหญ่เล็ก (เช่น พื้นที่พาณิชยกรรม พ.1 พ.2 พ.3 พ.4 พ.5) ตามขนาดพื้นที่ให้บริการโดยรอบ โดย พื้นที่ พ.1 จะเป็นพื้นที่พาณิชยกรรมขนาดเล็กสำหรับเขตชานเมือง และพื้นที่ พ.4 เป็นพื้นที่พาณิชยกรรมขนาดศูนย์กลางเมือง เป็นต้น โดยในแต่ละลำดับศักดิ์ของพื้นที่ จะมีข้อกำหนดควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารที่แตกต่างลดหลั่นกันไปตามขนาดของพื้นที่ เช่น อาคารขนาดพื้นที่ 50,000 ตารางเมตร สามารถสร้างได้เฉพาะในเขต พ.3 พ.4 พ.5 เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ชัดว่าเจตนารมณ์ของระบบผังเมืองคือต้องการควบคุมความเข้มข้นของการพัฒนา (development intensity) ของแต่ละบริเวณให้เหมาะสมกับศักยภาพ ในกรณีของชอยนานาซึ่งตั้งอยู่ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายนั้นได้จำแนกให้เป็นพื้นที่พ.3 หรือพื้นที่พาณิชยกรรมขนาดใหญ่ทั่วไป จัดว่าเป็นพื้นที่ให้บริการพาณิชยกรรมและการค้าระดับเมือง ดังนั้นในพื้นที่นี้อนุญาตให้ก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ได้ นอกจากนี้พื้นที่บริเวณ 500 เมตรจากสถานีขนส่งมวลชน สามารถขออนุญาตสร้างโครงการพัฒนาขนาด 50,000 ตารางเมตรได้

แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ดินจำแนกประเภทของกรุงเทพมหานคร
ใช้บังคับเมื่อมีผลใช้บังคับกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๕๖

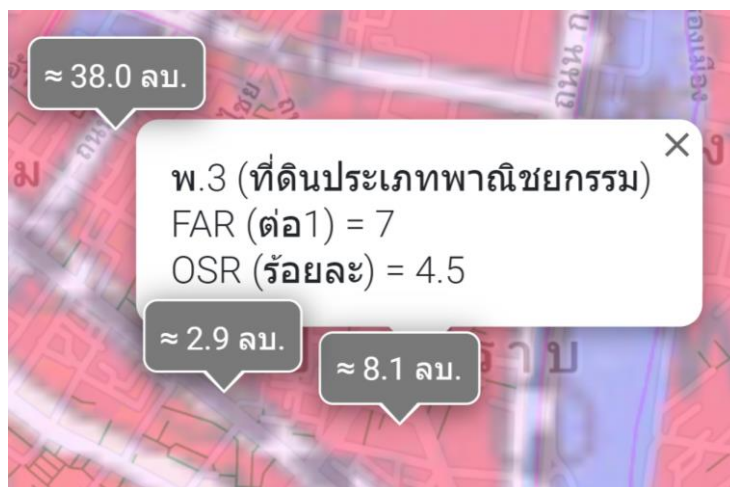


แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินจำแนกประเภท สำนักงานผังเมือง กรุงเทพมหานคร

สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงที่ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

| การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | R9 | R10 | M1 | M2 | M3 | M4 | M5 | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 | C6 | C7 | C8 | C9 | C10 | C11 | C12 | |
|---|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|----|-----|----|----|----|-----|-----|-----|--|
| ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ | x | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทหอพัก | x | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดเดี่ยว ชั้นไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร | x | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดเดี่ยว ชั้นไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร | x | x | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดเดี่ยว ชั้นไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร | x | x | 3 | 1* | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดเดี่ยว ชั้นไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร | x | x | 3 | 1* | | | | | | | x | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | |
| ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดเดี่ยว ชั้นไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | 3 | 3 | 3 | | | | x | 3 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทห้องแถว ตึกแถว | x | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร | x | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร | x | 3 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร | x | x | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร | x | x | x | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | |
| พาณิชย์ประเภทพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | x | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | x | 3 | 3 | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานประเภทห้องแถว ตึกแถว | x | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร | x | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร | x | x | 2 | 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร | x | x | x | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | 3 | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | x | 2 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | x | 2 | 3 | | | | 2 | 2 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | |
| สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร | x | x | x | x | x | x | x | 2 | 1 | 1 | x | 3 | 3 | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| โรงแรมไม่เกิน 50 ห้อง | x | 2 | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| โรงแรมไม่เกิน 50 ห้อง | x | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| โรงแรมเกิน 50 ห้อง | x | x | x | x | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| อัตราส่วนที่ใช้งานอาคารแห่งที่ดิน - FAR (ข้อ 1) | 1 | 15 | 25 | 3 | 4 | 45 | 5 | 6 | 7 | 8 | 5 | 4 | 7 | 8 | 10 | 2 | 15 | 1 | 05 | 1 | 05 | 1 | 1 | 3 | 4 | | | |
| อัตราส่วนที่ใช้งานพื้นที่อาคารรวม - OSA (ข้อ 2) | 40 | 20 | 125 | 10 | 75 | 65 | 6 | 5 | 45 | 4 | 5 | 5 | 45 | 4 | 3 | 15 | 20 | 40 | 100 | 40 | 100 | 40 | 40 | 30 | 75 | | | |

ตารางสรุปประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินที่ห้ามและอนุญาตในแต่ละพื้นที่

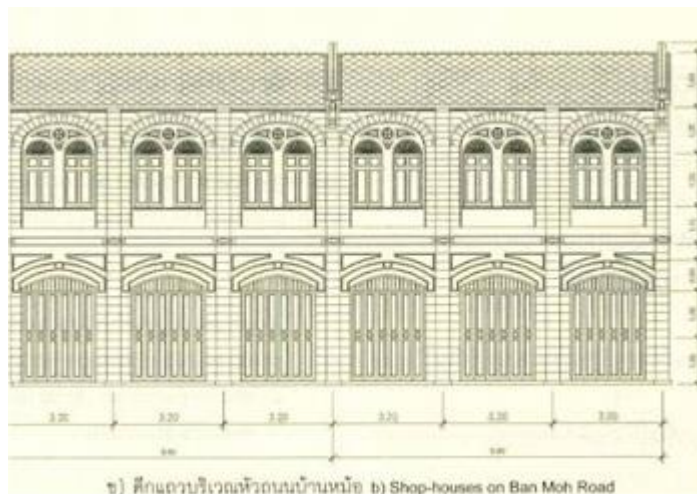


ที่ดินในพื้นที่ชอยนนานา ตั้งอยู่ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ถูกจัดเป็นพื้นที่ประเภท พ.3 หรือ พาณิชยกรรมระดับใหญ่

5.2.2 บริบทรูปแบบสถาปัตยกรรมอาคารและการใช้ประโยชน์ที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากบริบททางการผังเมืองที่สามารถแบ่งแยกการใช้ประโยชน์ที่ดินได้อย่างเหมาะสมในทางปฏิบัติแล้ว รูปแบบของสถาปัตยกรรมเมือง (urban architecture) ก็สามารก่อให้เกิดความรำคาญระหว่างพื้นที่ชุมชนเมืองได้เช่นกัน โดยที่สถาปัตยกรรมของชอยนนานาจะเหมือนกับสถาปัตยกรรมพื้นที่ศูนย์กลางเมืองอื่น ๆ กล่าวคือเป็นสถาปัตยกรรมแบบตึกแถว ซึ่งมีความสูงประมาณสองถึงสามชั้น โดยถือว่าตึกแถวชุดนี้ ถือว่ามีการใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างสมัยใหม่ ซึ่งเป็นลักษณะของโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก (reinforced concrete) ดังนั้น จึงมีขนาดที่สูงกว่าแล้วก็กว้างกว่าตึกแถวในยุคเก่า โดยที่ในชอยนนานาจะมีตึกแถวทั้งหมดทั้งสองยุค ยุคแรกก็คือเป็นยุคลักษณะที่ว่าเพื่อกำแพงรับน้ำหนัก ในตึกแถวยุคนี้จะไม่มีการเสริม จะไม่มีลักษณะคอนกรีตเสริมเหล็ก คือลักษณะของคอนกรีตยุคนี้จะมี ความสูงที่ต่ำกว่าประมาณหนึ่งถึงสองชั้น แล้วก็มีความกว้างที่แคบกว่า แต่ในขณะที่ตึกแถวยุคที่สองนั้นเป็นลักษณะของคอนกรีตเสริมเหล็ก ดังนั้นจะมีขนาดที่ใหญ่กว่าแล้วก็สูงกว่าโดยจะมีความสูงประมาณหนึ่งถึงสามชั้น แล้วก็มีความกว้างที่กว้างกว่า โดยที่ในชอยนนานาจะมีตึกแถวทั้งหมดสองยุค อย่างที่กล่าวไป โดยที่ยุคแรกจะเป็นตึกแถวของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งจะอยู่ด้านในของชอยนนานา โดยที่เราจะสังเกตได้จากสีของตึกแถว จะเป็นพื้นเหลืองอ่อนแล้วก็มีกรอบประตูกรอบหน้าต่างสีเขียวเป็นต้น ในส่วนของตึกแถวด้านนอกที่อยู่ริมถนน อยู่ริมชอยจะเป็นตึกแถวขนาดใหญ่ที่เป็นลักษณะของคอนกรีตเสริมเหล็ก ซึ่งแต่ก่อนตั้งแต่ก่อสร้างตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ยี่สิบเป็นต้นมา ตึกแถวเหล่านี้ถูกใช้เป็นโกดังเก็บสินค้าและร้านค้าพื้นที่พาณิชยกรรม เช่นการขายยาจีนเป็นต้น เนื่องจากชอยนนานาตั้งอยู่จุดศูนย์กลางระหว่างหัวลำโพงและเยาวราช ดังนั้น พ่อค้าแม่ค้าสมัยก่อนจึงใช้ชอยนนานาเป็นพื้นที่เก็บสินค้าหรือพื้นที่พาณิชยกรรมต่าง ๆ เป็นต้น แต่ในช่วงสิบถึงยี่สิบปีที่ผ่านมา ได้มีการเปลี่ยนแปลง

ระบบการค้ามากขึ้นโดยที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจย้ายออกไปอยู่นอกเมืองมากขึ้น รวมทั้งมีระบบการขนส่งที่ดีขึ้น ดังนั้นลักษณะพื้นที่ของชอยนานาก็จะเริ่มคับแคบลง ทำให้ผู้ค้าขายเริ่มที่จะขยับขยายออกไปนอกเมือง



ตัวอย่างรูปแบบสถาปัตยกรรมเมืองแบบตึกแถว

5.3 ข้อพิพาทเชิงพื้นที่

ตึกแถวในชอยนานามากกว่าครึ่งได้ถูกปล่อยให้รกร้างว่างเปล่า ไม่มีผู้เช่า จนกระทั่งตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นมาเริ่มมีผู้เช่าใหม่เข้ามายังพื้นที่ โดยที่กลุ่มแรกที่เข้ามาคือจะเป็นกลุ่มศิลปินต่างประเทศ ซึ่งมองเห็นถึงเสน่ห์ ความสวยงามของตึกแถวเหล่านี้ จึงเข้ามาเช่าตึกแถวเหล่านี้ไว้เป็นพื้นที่แสดงงานศิลปะ ในนามของ CHOWHY แล้วก็ใช้เป็นพื้นที่อยู่อาศัยหรือเป็นพื้นที่สตูดิโอแสดงผลงานของตน เป็นต้น หลังจากนั้นเป็นต้นมา ก็เริ่มมีการสถานสุราต่างและบาร์กระแสนิยมต่าง ๆ เริ่มขยับมาอยู่ในบริเวณนี้มากขึ้น โดยเริ่มต้นจากร้านเทปบาร์และสถานประกอบการอื่น ๆ จึงตามมาตามลำดับ ตลอดจนกิจการประเภทอื่นที่ไม่ใช่ร้านสุรา เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร โรงแรม โฮเทล ก็เข้ามาเปิดกิจการ เนื่องจากได้อานิสงส์จากชื่อเสียงของย่าน จนกระทั่งชอยนานากลายเป็นชอยที่มีชื่อเสียงในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ในเมือง ว่าเป็นย่านของสถานประกอบการสุรากระแสนิยม (independent) ที่แตกต่างจากที่อื่น การเข้ามาของธุรกิจแบบนี้ ทำให้เกิดเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินจากอาคารพาณิชย์ทั่วไป เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการบันเทิง อย่างเช่น ร้านสุรา ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เป็นต้น ประเด็นปัญหาที่สำคัญคือความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างสถาปัตยกรรมแบบเก่าและการใช้ประโยชน์ที่ดินสมัยใหม่ เดิมทีอาคารเหล่านี้ถูกออกแบบมาเพื่อสำหรับพาณิชย์กรรมทั่วไปหรือเป็นโกดังเก็บสินค้าเท่านั้น อาจจะมีการอยู่อาศัยบ้างเล็กน้อยมาก ดังนั้น ผู้ใช้งานจะเป็นประชากรช่วงกลางวัน (day-time population) แต่ในปัจจุบันการใช้ประโยชน์กลับไปเป็นเพื่อกิจการกลางคืน เช่น ร้านสุรา

ดังนั้น มลภาวะทางเสียงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นปัญหาก็จะพบมากขึ้น เนื่องจากตึกแถวในยุคสมัยนี้ไม่มีกำแพงเก็บเสียง เป็นลักษณะกำแพงที่ค่อนข้างบาง เนื่องจากจากวัตถุประสงค์การใช้อาคารในสมัยก่อนคือโกดังเก็บสินค้า เรื่องเสียงจึงไม่ใช่ปัญหาสำคัญแต่ปัจจุบันการใช้อาคารเปลี่ยนแปลงไป จึงมีปัญหาเรื่องมลภาวะทางเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสียงคนและเสียงดนตรี เป็นต้น

นอกจากนี้ ตึกแถวเหล่านี้มักจะก่อสร้างเป็นลักษณะของยูนิต กล่าวคือในหนึ่งชุดนั้นอาจจะมีหลายห้องผูกเข้าด้วยกัน การที่ตึกแถวตั้งอยู่ติด ๆ กันทำให้เสียงจากยูนิตหนึ่งส่งผ่านไปอีกยูนิตอย่างง่ายดาย ดังนั้นจึงก่อให้เกิดความรำคาญ (nuisance) ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะพบมากในชอยนานา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสุดสัปดาห์ก่อนโควิด ที่เสียงดนตรีจากร้านเหล้า ก่อให้เกิดความรำคาญต่อผู้อยู่อาศัยเดิม และอีกประเด็นที่เกี่ยวข้องเนื่องจากเรื่องเสียง คือ เรื่องของสุขาภิบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องท่อระบายน้ำและสิ่งปฏิกูล จากอย่างที่เสนอไปข้างต้น ตึกแถวเหล่านี้ก่อสร้างเป็นตึกแถวชุดเดียวกันในระบบเก่า ดังนั้นท่อระบายน้ำเป็นระบบที่ทุกยูนิตอยู่ในท่อเดียวกันทั้งหมด ซึ่งแตกต่างจากอาคารพาณิชย์สมัยใหม่ที่มีระบายน้ำของแต่ละยูนิต ดังนั้นแปลว่า เมื่อมีการใช้งานที่มากขึ้น อย่างเช่นการขับถ่าย การปัสสาวะ อุจจาระ หรือการทิ้งของเสียลงท่อระบายน้ำ ก็จะไหลลงไปในระบบเดียวกัน ปัญหาที่ตามมาก็คือ ถ้าห้องใดห้องหนึ่งหรือยูนิตใดยูนิตหนึ่ง มีการใช้งานที่มากเกินไป ก็จะทำให้ของเสียเอ่อล้นไปยังยูนิตที่อื่นได้ ซึ่งต่างจากระบบใหม่ซึ่งเป็นของระบบใครระบบมัน พิจารณาจากประวัติศาสตร์จะพบว่า ตึกแถวเหล่านี้ถูกออกมาเพื่อรองรับการใช้ในครอบครัวเล็ก ๆ เท่านั้น ซึ่งอาจจะมีส่วนในครอบครัว เพียงแต่ไม่ถึงห้าคน แต่การที่การใช้ประโยชน์อาคารเปลี่ยนแปลงไปจากโกดังเก็บสินค้ามาสู่การเป็นร้านอาหาร หรือร้านสุรา หรือสถานบริการ ทำให้มีจำนวนผู้ใช้บริการมากขึ้น มีความต้องการการใช้ห้องน้ำ ห้องครัวหรือว่าระบบระบายน้ำมากขึ้น ดังนั้นที่โครงสร้างพื้นฐานของระบบเก่าไม่สามารถรองรับการใช้สมัยใหม่ได้ จึงทำให้เกิดปัญหาสำหรับเพื่อนบ้านในกรณีที่มีการระบายน้ำจากห้องหนึ่ง หรือว่าการขับถ่ายจากห้องหนึ่ง จะทำให้อีกห้องหนึ่งเอ่อล้นขึ้นมา จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลพบว่ามีตัวอย่างของผู้อยู่อาศัยคนหนึ่งประสบปัญหานี้จากการที่อาคารข้างเคียงมีการปล่อยของเสียมากเกินไป วิธีที่เขาใช้แก้ปัญหาก็คือว่าเขาต้องเทคอนกรีตกลบโถส้วมในบ้านของเขาเพื่อที่ว่าเป็นการแก้ปัญหาปิดตายอย่างถาวร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างสถาปัตยกรรมและการใช้ประโยชน์อาคารก่อให้เกิดทั้งข้อดีและข้อเสียอย่างที่เรียนไปในข้างต้น ข้อดีอาจจะเป็นไปได้ว่าด้วยโครงสร้างตึกสมัยใหม่ที่ก่อสร้างในช่วงต้นศตวรรษที่ยี่สิบอาจจะมีขนาดใหญ่ขึ้นดังนั้นจึงเหมาะสมแก่การเป็นสถานสุรา ร้านอาหารหรือแกลลอรี่ศิลปะ แต่ในขณะเดียวกันข้อเสียก็คือว่าด้วยความที่ยูนิตเหล่านี้ตั้งบริเวณใกล้ ๆ กันติดกัน เป็นลักษณะของตึกแถว และมีโครงสร้างสุขาภิบาลและโครงสร้างพื้นฐานซึ่งต่อเนื่องกัน ต่อเชื่อมกันระหว่างภายในอาคาร ดังนั้นจะทำให้มลภาวะไม่ว่าจะเป็นทางเสียงก็ดี หรือว่าทางสุขาภิบาลก็ดี ส่งผลกระทบต่อในวงกว้างไปยังอีกทุกยูนิตในบริเวณเดียวกัน ในกรณี

เรื่องเสียง มีประเด็นที่เกิดขึ้นก็คือมีสถานสุราซึ่งเปิดใหม่ ภายในปีถึงสองปีมีการทำพื้นที่ดาดฟ้าด้านบน เปลี่ยนพื้นที่ดาดฟ้าด้านบนให้เป็นลานดนตรี แสดงดนตรีสดในเวลากลางคืน ซึ่งเสียงค่อนข้างมีปัญหาต่อเพื่อนบ้านเพราะว่าเพื่อนบ้านในบริบทของชุมชนเมืองจะอยู่ใกล้ชิดกันมากแตกต่างจากบริบทชุมชนชานเมืองหรือชนบท ซึ่งมีพื้นที่ระหว่างบ้าน ทำให้เสียงดนตรีจากสถานบริการสุราเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อเพื่อนบ้าน

นอกจากประเด็นที่หนึ่งเรื่องเสียง ประเด็นที่สองเรื่องสุขภาพ ประเด็นที่สามที่เป็นปัญหาอย่างมากที่เป็นผลกระทบ เนื่องมาจากการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เปลี่ยนแปลงไป คือปัญหาเรื่องการจัดการขยะ จากที่เรียนไปข้างต้นจะพบว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินสมัยก่อน ลักษณะของโกดังสินค้าก็ดี ร้านขายยาจีนก็ดี หรือการอยู่อาศัยของชุมชนขนาดเล็กก็ดี มักไม่ก่อให้เกิดปริมาณขยะอินทรีย์ในจำนวนมาก เนื่องจากมีประชาชนที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนน้อย ดังนั้นการจัดการขยะของท้องถิ่นยังอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมได้ แต่ในปัจจุบัน เนื่องจากการใช้ประโยชน์ที่ดินซึ่งเปลี่ยนแปลงไป มีผู้ใช้จำนวนมากขึ้น เช่น ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารหรือสถานสุรา ดังนั้น กิจการเหล่านี้ก่อให้เกิดขยะมูลฝอยประเภทขยะอินทรีย์เป็นจำนวนมาก เช่น เศษอาหารที่เกิดจากการปรุงอาหาร หรือการเตรียมเครื่องดื่ม เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยในบริเวณซอยนานาพบว่า หลังจากที่ย่านนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปทำให้ย่านนี้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการจัดการขยะเป็นจำนวนมากและก่อให้เกิดความขัดแย้งเล็ก ๆ น้อย ๆ (micro-conflict) ระหว่างผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมและกิจการสมัยใหม่ กล่าวคือ เนื่องจากกิจการสถานสุรา และร้านอาหารเหล่านี้เปิดกิจการในเวลากลางคืน ดังนั้นหลังจากปิดบริการแล้วกิจการเหล่านี้ จะดำเนินการจัดการขยะ คือเอาขยะมากองไว้บริเวณริมถนน แล้วรอให้รถเก็บขยะของสำนักเขตมาเก็บในเวลาเช้า ดังนั้นในห้วงเวลาหลายชั่วโมงตั้งแต่ตอนกลางคืนจนถึงเวลาเช้า จะทำให้อุณหภูมิร้อนอบอ้าวส่งผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียง จากการเก็บข้อมูลพบว่าการกล่าวโทษกันเอง (finger pointing) ระหว่างผู้อยู่อาศัยและสถานสุราเหล่านี้ โดยผู้อยู่อาศัยท่านหนึ่งกล่าวว่า สำหรับเขาแล้วมันเป็นเรื่องปกติและยอมรับได้ที่สถานสุราเหล่านี้จะเข้ามาเปิดกิจการ แล้วก็เข้าใจได้ว่า ในเมื่อมีการค้าขายมากขึ้นก็ต้องทำอาหารมากขึ้น ดังนั้นปริมาณขยะมากขึ้นตามมา แต่ผู้อยู่อาศัยผู้นี้ไม่พอใจที่ว่าร้านค้าเหล่านี้นำขยะมาวางตามฟุตบาทในเวลากลางคืน ซึ่งก่อให้เกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์เป็นอย่างมากในตอนเช้า แต่ในขณะเดียวกัน สถานประกอบการสุราก็ได้แย้งว่าไม่ใช่หน้าที่ความรับผิดชอบของเขาที่จัดการขยะให้ได้ทุกคน และกล่าวเพิ่มเติมว่าผู้อยู่อาศัยเหล่านี้ก็สร้างให้เกิดมลภาวะจากขยะเช่นกัน โดยเสริมว่าถึงแม้ว่าขยะจากสถานสุราจะมีมากกว่า แต่ไม่ใช่หน้าที่ ๆ เขาต้องจัดการขยะจากทางชุมชนด้วย อย่างไรก็ตาม สถานสุราบางแห่งยอมรับว่ากิจการนั้นเป็นตัวการให้เกิดปัญหาขยะในตอนเช้า เนื่องจากสถานสุราเหล่านี้จะปิดบริการในเวลาเที่ยงคืนถึงตีหนึ่ง ซึ่งหลังจากนั้นพนักงานจะจัดเก็บขยะออกมาวางไว้

ภายนอก และต้องรอการจัดการขยะจากสำนักเขตในเวลาเช้า และยอมรับอีกว่าพวกเขานั้นไม่มีการจัดการแยกขยะจากต้นตอ (waste sorting) อย่างเหมาะสมมากนัก สถานสุราแห่งนี้ยังเน้นย้ำว่าพวกเขาพยายามเต็มที่ในการแยกขยะ เช่นขยะที่นำไปรีไซเคิลได้อย่างกระป๋องเบียร์จะจัดเก็บไว้เพื่อให้ซาเล้งมาเก็บในตอนเช้า แต่ในส่วนองขยะอินทรีย์ เช่น เศษอาหาร ผัก ดอกไม้ ที่ใช้ตกแต่งสินค้า ตกแต่งจานหรือเครื่องตีม้นั้น สถานสุรายังคงประสบปัญหาในการจัดการที่เหมาะสม พร้อมยังเน้นย้ำว่าสถานสุรานี้ได้สร้างเศรษฐกิจที่ดีต่อชุมชน โดยกล่าวว่าประชาชนในบริเวณใกล้เคียงอาจจะไม่พอใจกับสถานสุรา แต่พวกเขาก็ไม่สามารถปฏิเสธว่าสถานสุราและบาร์เหล่านี้สร้างรายได้ให้กับชุมชน เนื่องจากพวกเขาเป็นบาร์กระแสนิยม ซึ่งปัจจุบันนี้เป็นที่รู้จักในวงกว้างในฐานะที่เป็นสถานสุราซึ่งขายสินค้าและบริการอย่างเช่นเครื่องดื่มสุราซึ่งมีเรื่องราวต่าง ๆ ดังนั้นพวกเขาจำเป็นต้องใช้การประดับตกแต่งเครื่องดื่ม มาจัดดอกไม้ ใบไม้หรือสิ่งประกอบอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้กลายเป็นขยะในเวลาต่อมา นอกจากนี้ยังกล่าวต่อไป ว่าคนที่ควรมีความรับผิดชอบก็คือผู้ค้าหาบเร่แผงลอยและคนจรจัดคนไร้บ้าน เนื่องจากผู้ค้าเหล่านี้มีนำการทิ้งไขมันและคราบขยะต่าง ๆ ลงไปยังท่อระบายน้ำของสาธารณะซึ่งทำให้เกิดกลิ่นเหม็น และกล่าวว่าคนจรจัดคนไร้บ้านก็อาจจะมีอาการป่วยซึ่งก่อให้เกิดกลิ่นในบริเวณนั้น งานวิจัยยังพบว่า จุดที่ทิ้งขยะยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการของผู้คนในชุมชนเนื่องจากที่ตั้งอยู่ห่างไกล ดังนั้นเวลาที่ต้องการทิ้งขยะจึงต้องหิวๆเดินเดินข้ามถนนไปยังพื้นที่ทิ้งขยะในอีกฝั่งหนึ่ง ดังนั้นโดยมุมมองจากของภาคธุรกิจจะพบว่าการกระทำดังกล่าวอาจจะไม่สะดวกนัก เนื่องจากมีปริมาณขยะจำนวนมากและไม่สะดวกที่จะแบกถุงขยะเข้าไปอีกฝั่ง จึงจำเป็นต้องวางทิ้งไว้บนฟุตบาทเพื่อรอให้รถกำจัดขยะของสำนักงานเขตมาเก็บต่อไป

5.4 การอภิปราย: การเปลี่ยนแปลงเมืองและความขัดแย้งเชิงพื้นที่

งานวิจัยตั้งข้อเสนอมองว่ามีความขัดแย้งเชิงพื้นที่ชุมชนเกิดขึ้นใน 2 ระดับ ระดับที่ 1 ความขัดแย้งของการใช้ประโยชน์ที่ดินที่แตกต่างกัน ระหว่างการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบที่อยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบสถานที่บันเทิง ตามที่ได้กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยต้องการความสงบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลากลางคืนเพื่อการพักผ่อน แต่ในขณะเดียวกันการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบสถานบันเทิงจะเริ่มเปิดกิจการหลังเวลา 18:00 น หรือ 19:00 น เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเวลาทั้ง 2 เวลาดังกล่าวขัดกันอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปยังความขัดแย้งระดับที่ 2 คือความขัดแย้งระดับการปักปันเขตแดนของระบบที่ดินสมัยใหม่และระบบนิเวศและระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมเมือง การปักปันเขตที่ดินในระบบที่ดินสมัยใหม่จะมีความชัดเจน เป็นเส้นตรงเลขาคณิตเพื่อแสดงความชัดเจนของระบบกรรมสิทธิ์และระบบเขตการปกครอง จะเห็นได้จากแผนที่กรรมสิทธิ์

แผนที่ที่ดิน เส้นทางถนน เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันในบริบทของชุมชนเมืองนั้น ชุมชนเมืองมีลักษณะการใช้ชีวิตที่ค่อนข้างลื่นไหล (fluid) เห็นได้จากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งเคลื่อนที่อย่างองอาจอิสระ อย่างเช่นเสียง กลิ่น อากาศ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทางสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เคลื่อนที่ (flow) โดยไม่รับรู้ต่อการปักปันเขตแดนของมนุษย์ เช่น เสียงเดินทางทะลุกำแพง เสียงเป็นสิ่งไม่มีชีวิต ดังนั้นจึงไม่สามารถ 'เคารพ' เขตแดน ไม่สามารถไม่รับรู้ที่ที่ดินใดเป็นของใคร เช่นเดียวกันกับกลิ่น มนุษย์ไม่สามารถควบคุมกลิ่นได้ ดังนั้นจึงสามารถเดินทางข้ามเขตแดนที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างเช่นกัน กรรมสิทธิ์ที่ดินเช่นเดียวกับการเดินทางของน้ำและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ซึ่งเมื่อไหลสู่ระบบแล้ว สิ่งไม่มีชีวิตเหล่านี้ไม่สามารถรับรู้ได้เลยว่ากำลังเดินทางไปยังที่ใด และกระทบสร้างผลกระทบผลเสียให้กับชุมชนใดบ้าง

ดังนั้นดังนั้นผลกระทบเชิงพื้นที่ที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ที่ดินที่แตกต่างกันและการใช้ประโยชน์อาคารที่แตกต่างกัน จึงทำให้เราควรทบทวนวาทกรรมกระแสหลักว่าด้วยการฟื้นฟูเมือง คือว่าการปรับปรุงพื้นที่เมืองเพื่อการใช้ประโยชน์ (adaptive reuse) ตามที่เสนอในบทที่ 1 โดยวาทกรรมนี้เกิดขึ้นในบริบทของศูนย์กลางเมืองในยุคหลังอุตสาหกรรมในเขตประเทศยุโรปและเขตอเมริกาเหนือ ซึ่งในบริบทเหล่านั้นเกิดจากการที่พื้นที่ส่วนกลางเมืองแต่ก่อนใช้เป็นพื้นที่ตั้งโรงงาน แต่หลังจากที่การใช้ประโยชน์ที่ดินเปลี่ยนแปลงไป โรงงานได้ย้ายที่ตั้งออกไปยังเขตนอกเมืองหรือในต่างประเทศมากขึ้น จึงทำให้ศูนย์กลางเมืองเกิดความรกร้างว่างเปล่าเป็นที่แหล่งซ่องสุมของอาชญากรรมและชุมชนยากจนต่าง ๆ ดังนั้นนักนโยบายเมืองและนักผังเมืองในกลุ่มประเทศเหล่านี้ จึงมีความสนใจที่จะเปลี่ยนการใช้อาคารจากอาคารเก่าในแหล่งอุตสาหกรรมมาเป็นเพื่อการใช้ประโยชน์ใหม่ ในลักษณะของพื้นที่ที่เอื้อต่อการบริโภคของชุมชนเมือง เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านสุรา พิพิธภัณฑ์ art gallery เป็นต้น ซึ่งเป็นการให้คุณค่ากับการสร้างธุรกิจใหม่และเศรษฐกิจใหม่ให้กับชุมชนเมืองโดยใช้ต้นทุนทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมของชุมชนเมืองเก่า จึงเกิดกลายการใช้ประโยชน์ที่ดินที่สูงสุด และให้คุณค่าต่อชุมชนและบริเวณใกล้เคียงอย่างไรก็ดี จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย ซึ่งยังไม่มีกลไกทางผังเมืองที่เข้มแข็งมากนัก การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างกะทันหัน จากพื้นที่ภายในอาคารทั่วไป มาอย่างเป็นพื้นที่บริการ นั้นนำมาสู่ความขัดแย้งระหว่างชุมชน ซึ่งไม่สามารถปรับตัวได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเสนอว่าระบบผังเมืองในปัจจุบันว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างสถานสุราและชุมชน ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมอย่างน้อยใน 2 มิติ มิติที่ 1 คือการสร้างข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินที่มีความละเอียดมากขึ้น โดยปัจจุบันการจำแนกการใช้ประโยชน์ที่ดินถูกแบ่งเป็นเพียงการใช้หรือประโยชน์ เช่น ที่ดินพาณิชยกรรม ที่ดินประเภทเกษตรกรรม ที่ดินประเภทอยู่อาศัย เป็นต้น และในแต่ละประเภทถูกแบ่งเป็นเพียงตามลักษณะความใหญ่เล็กของที่ดิน อย่างเช่น พาณิชยกรรมระดับ 1

พาณิชย์กรรมระดับ 2 ระดับ 3 เป็นต้น ดังนั้นในการแบ่งในลักษณะนี้ ไม่เพียงพต่อการแยกแยะและจำแนกความแตกต่างของการใช้ประโยชน์ที่ดิน กล่าวคือตัวอย่างเช่นการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทอยู่อาศัยและแบบสถานที่บริการสุราแบบชอยนานา จะเห็นได้ว่าถูกจัดอยู่ในประเภทพาณิชย์กรรม ซึ่งในมุมมองของผังเมืองแล้ว ไม่มองว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินหรือการอยู่ร่วมกันของสิ่งนี้เป็นปัญหา นอกจากนี้ ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายอื่น ๆ นอกจากกฎหมายผังเมือง เช่น พระราชบัญญัติสุรา พระราชบัญญัติสาธารณสุข หรือการจดทะเบียนเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทสุรา แต่กฎหมายเหล่านี้ไม่ได้มีมุมมองเชิงของพิพาทเชิงพื้นที่ (spatial conflict) ที่เพียงพอต่อการใกล้เคียงปัญหาข้อพิพาทที่เกิดมาจากปัญหาสืบเนื่องที่ไม่ใช่ปัญหาสุราใดโดยตรง เช่น ปัญหาการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เปลี่ยนแปลงไป หรือการกระทบกระทั่งในลักษณะของเพื่อนบ้านอย่างที่ได้อธิบายไปในกรณีของชอยนานานี้ กลไกระดับที่ 2 คือกลไกที่นำมาซึ่งการใกล้เคียงข้อพิพาท ในปัจจุบันระบบการผังเมืองหรือการพัฒนาเมืองในกรุงเทพฯหรือในที่สุดในประเทศไทย ยังไม่มีกลไกใกล้เคียงข้อพิพาทอย่างเป็นทางการ ดังนั้นในเวลาในกรณีที่เกิดการกระทบกระทั่งระหว่างเพื่อนบ้าน การเจรจาใกล้เคียงนั้นจึงเกิดขึ้นระหว่างปัจเจกโดยที่รัฐไม่มีส่วนร่วมหรือส่วนรับรู้มากนัก จึงหลุดพ้นจากภาวะการเป็นตัวกลางในการใกล้เคียงนี้ (ทั้งที่จริงแล้ว รัฐเป็นผู้สร้างเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดความเป็นไปได้ของความขัดแย้ง) ซ้ำแล้วในระบบการใช้ประโยชน์ที่ดินปัจจุบันซึ่งให้เอกสิทธิ์แก่ผู้ถือโฉนดที่ดิน จะเห็นได้ว่าผู้ถือโฉนดที่ดินหรือเจ้าของที่ดินจะมีสิทธิ์ขาดในการตัดสินใจการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอาคารของตน โดยที่อาจจะไม่ต้องสนใจว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินในเอกสิทธิ์ของตนนั้นมีผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร กรณีนี้จะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินในหลาย ๆ ที่ในกรุงเทพมหานคร เช่น การเปลี่ยนแปลงจากบ้านอยู่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรเป็นร้านค้าขายอาหาร เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินนี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในระบบผังเมืองในต่างประเทศ เนื่องจากจะมีการมองว่าการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินหรืออาคารดังกล่าวไม่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของพื้นที่อยู่อาศัยการเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ที่ดินเหล่านี้มิใช่แค่การตัดสินใจของเจ้าของกิจการเท่านั้น แต่ยังต้องผ่านกระบวนการให้อนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น งานวิจัยนี้จึงเสนอว่า การเปลี่ยนใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารใด ๆ ต้องขออนุญาตหน่วยงานรับที่ผิดชอบ (ในกรณีของกรุงเทพมหานครคือ ฝ่ายโยธา สำนักงานเขต) และข้อบัญญัติการใช้ประโยชน์ที่ดินจะจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน (เช่น ที่ดินแบบพาณิชย์กรรมที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย) ควรกำหนดการใช้ประโยชน์ที่อนุญาตหรือไม่อนุญาตในบริเวณนั้น ๆ ดังนั้นจึงมีกรณีที่น่าสนใจ 2 กรณีเกี่ยวกับที่ตั้งของสถานบริการสุราในเมือง คือ (1) ในกรณีที่มีการเปิดสถานบริการในบริเวณที่ขัดกับกฎหมายผังเมืองและกฎหมายอาคาร สถานประกอบการเหล่านี้ได้ผ่านระบบการขออนุญาตมาได้อย่างไร (เช่น ขอบอนุญาตไม่ตรงกับประเภทกิจการ) (2) ถึงแม้สถานบริการจะเปิดบริการถูกต้อง แต่อาจจะใช้ช่องว่างทางกฎหมาย (เช่น การอนุญาตใช้ที่ดินประเภทรอง) และทำให้ดูขัดกับ

ภาพรวมของพื้นที่ (เช่น ร้านสุราในย่านการอุตสาหกรรม) กรณีดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นว่า กฎหมายผังเมืองและกฎหมายอาคารมีการควบคุมในกรอบกว้าง ๆ และอาจจะไม่ลงลึกในระดับรายละเอียด ปึกย่อย เช่น อาจกำหนดเพียงพื้นที่พาณิชย์กรรมแต่ไม่ได้กำหนดประเภทอาคาร ซึ่งต่างจากต่างประเทศ หลาย ๆ ประเทศที่มีข้อกำหนดอย่างเข้มข้นเพื่อชี้นำทิศทางการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นไปตามความประสงค์ ของชุมชน ดังนั้นจึงได้เห็นว่า สถานที่ตั้งของร้านสุรามีได้เป็นเพียงแค่ประเด็นทางธุรกิจหรือสาธารณสุข แต่ยังเป็นเรื่องของผังเมืองอีกด้วย

บทที่ 6

บทสรุป

ปรากฏการณ์ของบาร์กระแสใหม่และการพัฒนาเมือง

งานวิจัยนี้เสนอว่า ปรากฏการณ์ของบาร์กระแสใหม่นั้นแตกต่างไปจากสถานสุราแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง มิใช่เพียงเรื่องขนาดเล็กกว่าหรือประเภทของสุราที่แตกต่าง แต่เป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม รสนิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่ เป็นอันชัดเจนว่าบาร์กระแสใหม่เหล่านี้มิได้มุ่งขายเพียงอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น แต่ยังขายประสบการณ์การเข้าถึงและความจริงใจทางสุนทรียศาสตร์จากการมีส่วนร่วมในร้าน จะเห็นได้จากการตกแต่งร้าน การออกแบบเครื่องดื่ม การออกแบบเมนูอาหาร ซึ่งสะท้อนได้ว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการออกแบบ มิใช่เพียงการเสนอสุราเป็นหลัก นอกจากนี้ ผู้บริโภครุ่นใหม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคไปอย่างชัดเจน จากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภครุ่นใหม่เหล่านี้มีรายได้ การศึกษา ทักษะคิด รสนิยมที่เปิดกว้าง และใช้บริการบาร์กระแสใหม่อย่างมีจุดประสงค์เฉพาะ และจุดประสงค์นั้นไม่ได้เป็นไปเพื่อความรื่นเริงอย่างเดียว จะเห็นได้จากพฤติกรรมที่ต่างกับตอนที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไปสถานสุราในย่านอื่น ๆ เช่น ทองหล่อ-เอกมัย หรือข้าวสาร เมื่อผู้บริโภคกลุ่มนี้ใช้บริการบาร์กระแสใหม่ ผู้บริโภคจะมีการตระหนักรู้ถึงประเด็นเรื่องกาลเทศะ กล่าวคือ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสังสรรค์หรือการผ่อนคลายซึ่งสะท้อนได้จากการสั่งเครื่องดื่ม ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะบริโภคสุราในปริมาณน้อย เฉลี่ยอยู่ที่ 2-3 แก้วต่อคน จะเห็นได้ถึงความแตกต่างจากสถานสุราอื่นตามที่กล่าวไปข้างต้น ผู้บริโภคทั้งยังให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในร้าน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ค่อนข้างชัดเจนของบาร์กระแสใหม่ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า นักวิชาการและหน่วยงานที่ปฏิบัติการบริโภคสุราต้องทำความเข้าใจกิจการประเภทนี้เพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำความเข้าใจทั้งผู้ประกอบการ (supply side) และกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ (demand side) งานวิจัยนี้พยายามขยายพรมแดนของการวิจัยปัญหาสุรา โดยชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการสุราและการพัฒนาเมือง/ย่าน ถึงแม้ในปัจจุบันวงการวิชาการจะเข้าใจปัญหาสุราในฐานะของปัญหาสาธารณสุข แต่อันที่จริงแล้ว บทบาทของสถานสุราเหล่านี้ในฐานะที่กิจการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเมือง เนื่องจากในมุมมองของการผังเมือง จะมองเรื่องการพัฒนาเมืองในมุมมองของโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ คอนโดมิเนียม ตลาด และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น โดยในเชิงนโยบายนั้น รัฐยังไม่ให้ความสำคัญกับบริการหรือกิจการรายย่อย ทั้ง ๆ ที่กิจการรายย่อยนั้นเป็นส่วนหนึ่งของผู้พัฒนาเมือง โดยเห็นได้จากกฎหมายว่าด้วยสุรา และข้อบัญญัติต่าง ๆ จะเห็นได้ชัดว่าเป็นไปในลักษณะของการควบคุมไม่ใช่ลักษณะของการส่งเสริม เช่น การออกใบอนุญาต การจำกัดเวลาประกอบกิจการ

ในการนี้ผู้วิจัยเห็นด้วยว่ามาตรการควบคุมเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อความเหมาะสม และเพื่อสวัสดิภาพความปลอดภัยของบุคคลและชุมชน แต่อย่างไรก็ดี งานวิจัยพบว่า สถานสุราที่มีปรากฏการณ์ระดับย่าน/เมือง ไม่ใช่แค่ระดับธุรกิจ กล่าวคือ เครือข่ายของกิจการเหล่านี้มิได้จำกัดภายในอาคาร แต่ยังส่งผลต่อภูมิทัศน์เมืองภายนอกอาคารเช่นกัน โดยบาร์กระแสนิวยอร์กย่านชอยนทานานั้น อาจจะมีต้นกำเนิดจากผู้ประกอบการหนึ่งเดียว แต่หลังจากนั้นได้เกิดการไหลเข้ามาของผู้ประกอบการสถานสุรารายอื่นในระยะเวลา จนเกิดกลายเป็นกลุ่มก้อน การเป็นกลุ่มก้อนของบาร์กระแสนิวยอร์กนี้มีลักษณะแบบเดียวกันกับย่านกิจการประเภทอื่น เช่น ย่านศิลปะ ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า Agglomeration economies ซึ่งเห็นได้ชัดว่าจะมีผลกระทบอย่างมากต่อลักษณะของย่าน (character) ปรากฏการณ์นี้ไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่ แต่ปรากฏขึ้นตลอดมาในประวัติศาสตร์ของสังคมมนุษย์ เมื่อกิจการที่คล้าย ๆ กันมาอยู่รวมกันของย่าน (district) เช่น ตลาด ห้างทองที่อยู่ถนนสายเดียวกัน ด้วยเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์เหล่านี้ พวกเราจึงความทำความเข้าใจให้เท่าทันพลวัตการพัฒนาของกิจการกระแสนิวยอร์ก โดยพึงเล็งบทบาทของกิจการที่มีผลต่อการพัฒนาย่าน/เมือง โดยตระหนักว่า การสั่งห้ามการบริโภคหรือเปิดกิจการสุราแทบจะเป็นไปไม่ได้ อันที่จริงแล้ว แนวความคิดความเข้าใจความเป็นย่านได้ปรากฏอยู่บ่อยครั้งในผังนโยบายตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา เช่น เห็นได้จากกฎหมายโซนนิ่งสถานสุรา เช่น การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา ในรัศมีสามร้อยเมตร ซึ่งสะท้อนว่า ภาครัฐได้เข้าใจเรื่องความเป็นย่านแล้ว เพียงแต่ ‘ความเข้าใจ’ ที่ว่านั้นในปัจจุบันนี้ยังอยู่ในลักษณะการห้าม แต่ยังไม่มีการชี้ชวนไปในลักษณะของการส่งเสริม เช่น การทำความเข้าใจของบทบาทของผู้ค้าหรือผู้ดื่ม หรือการพัฒนาย่านอย่างเหมาะสม

ผังเมืองเรื่องข้อขัดแย้ง

ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้จะพยายามทำความเข้าใจผู้บริโภคยุคใหม่ และทำความเข้าใจเจ้าของกิจการสถานสุรากระแสนิวยอร์ก เพื่อชี้ให้เห็นว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นแพร่หลายในหลายประเทศ แต่ในขณะเดียวกันนั้น งานวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นอีกว่าการเกิดขึ้นของสถานสุรากระแสนิวยอร์กไม่ได้เป็นข้อดีเสมอไป แน่หนอนว่าในแง่หนึ่งนั้น ปรากฏการณ์นี้ส่งผลดีต่อพื้นที่ท้องถิ่น ซึ่งกลับมาฟื้นฟู มีรายได้มากขึ้น ประชาชนผู้อยู่อาศัยทั่วไปยินดีและมองเห็นว่าเป็นข้อดีที่ร้านสถานสุราเข้ามา เพราะว่าทำให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น ร้านค้าปลีกย่อยอย่างร้านอาหารในชุมชน ซึ่งไม่เกี่ยวกับสถานสุราโดยตรงได้ขายดีไปโดยปริยายจากการที่ย่านนี้กลายเป็นย่านนักท่องเที่ยว แต่ผลกระทบนั้นไม่ได้มีเพียงเชิงบวกเท่านั้น จากการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลพบว่า ชอยนทานาเผชิญปัญหาค่อนข้างมากในลักษณะของข้อพิพาทเชิงพื้นที่ หรือข้อพิพาทเชิงสังคม ซึ่งเกิดมาจากการที่ที่ดินประเภทต่าง ๆ และการใช้ประโยชน์ที่ดินไม่สอดคล้องกัน สะท้อนกลับไปยังวัตถุประสงค์ดั้งเดิมของการผังเมืองที่มีอยู่เพื่อการแยกประเภทที่ดินให้ไปในทางเดียวกัน เช่น ที่ดินอยู่อาศัย ที่ดินพาณิชยกรรม ที่ดินอุตสาหกรรม เพื่อที่ไม่ให้เกิดการปะปนระหว่างมลพิษ มลภาวะ หรือสิ่งแวดล้อมที่

ไม่พึงประสงค์ เช่น เล้าหมูไม่ควรอยู่ในเขตที่อยู่อาศัยเพราะจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การวางผังเมืองของชอยนานานั้นเป็นพื้นที่การประกอบพาณิชยกรรม กล่าวคือทั้งสถานสุรา ที่อยู่อาศัยหนาแน่น ธุรกิจการค้าและการบริการ ได้ถูกจัดหมวดหมู่อยู่ในพื้นที่พาณิชยกรรมทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นปัญหาหลักของค่านิยามที่ครอบคลุมความหมายไว้กว้างมาก เพราะฉะนั้นการตีกรอบผังเมืองกว้าง ๆ เป็นการเปิดช่องว่างให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินที่อาจจะไม่เข้ากันมากนักมาอยู่รวมกัน ทำให้เกิดข้อผิดพลาดและเกิดความขัดแย้งทางพื้นที่

ประเด็นที่หนึ่งคือเรื่องมลภาวะทางเสียงในชอยนานา แน่นนอนว่าบาร์กระแสดังใหม่เป็นกิจการประเภทกลางคืน การใช้ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินที่มองเพียงเศรษฐกิจกลางวันว่าเป็นพื้นที่ทำมาค้าขายไม่มีการคำนึงถึงเศรษฐกิจกลางคืนทำให้เกิดช่องว่างในค่านิยาม จึงทำให้ที่ดินเหล่านี้สร้างมลภาวะทางเสียงให้กับชุมชนผู้อยู่อาศัย เพราะว่าในชอยนานายังมีพื้นที่ให้มีผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมอยู่จำนวนหนึ่ง และจากการเก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้อยู่อาศัยเดิมในเขตนั้นได้กล่าวว่า สถานสุราสร้างมลภาวะทางเสียงและก่อให้เกิดความรำคาญในยามค่ำคืนในส่วนของประเด็นที่สองนั้น ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจของชอยนานาก่อนการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 จะดีขึ้นทุกปีเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมากขึ้น ตัวบ่งชี้หนึ่งของปริมาณเศรษฐกิจที่มากขึ้นคือปริมาณขยะ เมื่อสถานที่ใดมีการเข้ามาของคนมากขึ้น หรือเศรษฐกิจดีขึ้น จะแปรผันตรงกับปริมาณขยะที่มากตามไปด้วย และในปัจจุบันสำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่ายยังไม่มีความพร้อมในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยที่ว่าสถานสุราเป็นกิจการกลางคืน เมื่อเปิดให้บริการในเวลากลางคืนนั้น ร้านต่าง ๆ จะนำขยะมาวางข้างนอกร้าน ซึ่งส่งผลให้เกิดมลภาวะทางกลิ่นในตอนเช้า ประชากรที่อยู่อาศัยในชอยนานาได้รับผลกระทบกับกลิ่นขยะอย่างเลี่ยงไม่ได้ในทุกเช้าเนื่องจากการใช้ประโยชน์ที่ดินซึ่งเปลี่ยนแปลงไปก่อให้เกิดประเด็นที่สามซึ่งมีผลกระทบทางลบเป็นอย่างมาก โดยโครงสร้างอาคารเก่าของตึกแถวชอยนานานั้นสื่อให้เห็นถึงความย้อนแย้ง (paradox) ของกิจการบาร์กระแสดังใหม่ ในขณะที่เจ้าของกิจการที่เข้ามาในย่านนี้ชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรม และรูปแบบสุนทรียศาสตร์ของตึกเก่า อย่างไรก็ตามก็ดีเจ้าของกิจการเหล่านี้ลืมนึกไปว่าตึกเก่านั้นมากับโครงสร้างเก่า และระบบสาธารณูปโภคแบบเก่า ซึ่งตึกในชอยนานามีท่อระบายน้ำที่เป็นระบบที่ทุกยูนิตใช้ท่อเดียวกันทั้งหมด ดังนั้นของเสียปฏิภูลจะลงท่อเดียวกัน เมื่อก่อนตึกแถวหนึ่งห้องอาจจะมีผู้อยู่อาศัยสามถึงสี่คน แต่ในปัจจุบันบาร์กระแสดังใหม่จะมีลูกค้าประมาณหนึ่งร้อยคนต่อคืน เพราะฉะนั้นเมื่อมีการใช้งานท่อที่มาก ของเสียปฏิภูลสามารถไปไหลที่อีกท่อหนึ่งของอีกตึกหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้หน้าตาลักษณะและลักษณะภายนอกของตึกจะดูคลาสสิกสวยงามเหมาะกับการประกอบกิจการบาร์กระแสดังใหม่ แต่ภายในแล้วกิจการประเภทนี้ประสบปัญหาต่าง ๆ มากมาย

ข้อเสนอแนะทางนโยบาย

ด้านสาธารณสุข

1. ในฐานะนักภูมิศาสตร์เมือง ผู้วิจัยขอเชิญชวนให้นักนโยบายปัญหาแอลกอฮอล์มองสถานประกอบสุรา เป็นปรากฏการณ์เชิงพื้นที่เมือง (urban phenomenon) และมองสถานสุราผ่านมุมมองด้านภูมิศาสตร์ (geography) และพื้นที่ (space) กล่าวคือสถานสุราและการบริโภคสุรามิใช่เป็นเพียงประเด็น ‘ภายใน’ (เช่น สุขภาพในร่างกายมนุษย์ ภายในอาคาร) แต่ยังเกี่ยวพันไปยังประเด็นด้านชุมชน ย่าน เคหะสถาน ค่าเช่า ราคาที่ดิน และภูมิทัศน์ ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์หลักของกิจการจะเกิดมาเพื่อธุรกิจการค้าสุรา แต่ที่ตั้งของร้านก็เกี่ยวกับการกระบวนการการเปลี่ยนแปลงย่านและเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น คำว่า ‘สุขภาพ’ หรือแม้แต่ ‘พื้นที่สุขภาพะ’ (healthy space) จึงควรได้รับการขยายความหมายให้กว้างกว่าสุขภาพ/สุขภาพะทางชีวการแพทย์ แต่รวมไปถึงประเด็นต่าง ๆ ของพื้นที่ เช่น ความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัย การกระทบกระทั่งของกลุ่มคนรอบข้างร้านสุรา
2. ทำความเข้าใจบาร์กระแสรูปแบบใหม่เหล่านี้ว่าเป็นกิจการและกิจกรรมการดื่มประเภทใหม่ (type) ดังนั้น ต้องอาศัยมาตรการกำกับควบคุมที่แตกต่างจากสถานประกอบการสุราประเภทอื่น
3. ทำความเข้าใจอกเข้าใจ (empathize) กับกลุ่มผู้บริโภคสุราหน้าใหม่ที่ เป็นกลุ่มลูกค้าของสถานประกอบการสุรากระแสรูปแบบใหม่ โดยทำความเข้าใจถึงแรงสูงใจที่นอกเหนือไปจากการดื่มสุรา แต่ขยายประเด็นไปยังหัวข้อใหม่ ๆ เช่น การเข้าถึงสังคม การศึกษาสิ่งแปลกใหม่ ความอยากรู้อยากเห็น การเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

ด้านการผังเมืองและอาคาร

1. ริเริ่มการทำข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารในระดับย่าน โดยผ่านการมองภาพรวมของย่านเป็นสำคัญ กล่าวคือ ลักษณะการตีกรอบขอบเขตแผนผังการใช้ประโยชน์ดินในปัจจุบันยังเป็นภาพกว้างระดับเขตหรือระดับกลุ่มพื้นที่ใหญ่ ดังนั้นอาจจะต้องเพิ่มมุมมอง urban design มาเข้าในการจัดทำข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน (zoning)
2. พิจารณาความเหมาะสมของการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ภายในอาคาร (building conversion) โดยดูความเหมาะสมระหว่างการใช้อาคารแบบใหม่ (building use) กับโครงสร้างอาคารเก่า (building structure)

3. พิจารณาความเหมาะสมของการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน (land use change) โดยดูความเหมาะสมระหว่างการใช้อาคารแบบใหม่ (building use) ในบริบทของย่านหรือพื้นที่รอบข้าง
4. พัฒนากลไกประชาพิจารณ์ (public review) เพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่ดินและอาคารที่ฉับพลันเกินไป ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อาคารจะให้กรรมสิทธิ์แก่เจ้าของอาคารเป็นหลัก

ด้านการพัฒนาเมือง เมืองสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. ทบทวนวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งในปัจจุบันมองแค่ผลบวกต่อการพัฒนาเมือง เช่น การปรับปรุงการใช้อาคาร (adaptive reuse) รายได้เพิ่มขึ้น เศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจเมือง เป็นต้น โดยต้องคำนึงถึงผลพวงอื่น ๆ ที่ตามมาจากการที่พื้นที่ของย่านและเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น มลพิษและมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ค่าเช่าที่เพิ่มขึ้น ข้อพิพาท ความมั่นคงทางเคหะสถานของคนรายได้น้อย การไล่ออไล่ที่ (eviction) เป็นต้น

รายการอ้างอิง

Barnes, K., Waitt, G., Gill, N., & Gibson, C. (2006). Community and nostalgia in urban revitalisation: A critique of urban village and creative class strategies as remedies for social 'problems'. *Australian Geographer*, 37(3), 335-354.

Bianchini, F. (1993). Remaking European cities: the role of cultural policies. *Cultural policy and urban regeneration: The West European experience*, 1-20.

Chang, T. C. (1999). Local uniqueness in the global village: Heritage tourism in Singapore. *The Professional Geographer*, 51(1), 91-103.

Colomb, C. (2012). Pushing the urban frontier: temporary uses of space, city marketing, and the creative city discourse in 2000s Berlin. *Journal of urban affairs*, 34(2), 131-152.

Cunningham, H. (1980). *Leisure and the Industrial Revolution c. 1780-1880*. New York: St.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class* (Vol. 9). New York: Basic books.

Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. Routledge.

Harvey, D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 71(1), 3-17.

Hussin, N. (2017). Charting the early history of Penang trading networks and its connections with the new ASEAN growth triangle (Malaysia-Indonesia-Thailand). *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space*, 3(1).

Gabriel, S. P. (2015). The meaning of race in Malaysia: Colonial, post-colonial and possible new conjunctures. *Ethnicities*, 15(6), 782-809.

Jayne, M., Holloway, S. L., & Valentine, G. (2006). Drunk and disorderly: alcohol, urban life and public space. *Progress in human geography*, 30(4), 451-468.

Jenkins, G. (2008). *Contested space: cultural heritage and identity reconstructions: conservation strategies within a developing Asian city* (Vol. 20). LIT Verlag Münster.

Khoo, S. N. (2010). The 'Street of Harmony' in the George Town World Heritage Site. F. Rüegg and A. Boscoboinik (eds).

Ley, D. (2003). Artists, aestheticisation and the field of gentrification. *Urban studies*, 40(12), 2527-2544.

Ley, D. (1996). *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford University Press.

Logan, J. R., & Molotch, H. L. (2007). *Urban fortunes: The political economy of place*. Univ of California Press.

Loo, Y. M. (2016). *Architecture and urban form in Kuala Lumpur: Race and Chinese spaces in a postcolonial city*. Routledge.

Malcolmson, R. W. (1979). *Popular recreations in English society 1700-1850*. CUP Archive.

Molotch, H. (1976). The city as a growth machine: Toward a political economy of place. *American journal of sociology*, 82(2), 309-332.

Mould, O., & Comunian, R. (2015). Hung, drawn and cultural quartered: rethinking cultural quarter development policy in the UK. *European Planning Studies*, 23(12), 2356-2369.

Peleggi, M. (1996). National heritage and global tourism in Thailand. *Annals of tourism research*, 23(2), 432-448.

Richards, G., & Wilson, J. (2007). Tourism development trajectories: From culture to creativity?. In *Tourism, creativity and development* (pp. 23-56). Routledge.

Sklair, L. (2005). The transnational capitalist class and contemporary architecture in globalizing cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(3), 485-500.

Smith, N. (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34(3), 427-450.

Sassen, S. (1991). *The global city*. New York.

Thompson, E. P. (1967). Time, work-discipline, and industrial capitalism. *Past & present*, (38), 56-97.

Visconti, Luca M., John F. Sherry Jr, Stefania Borghini, and Laurel Anderson. "Street art, sweet art? Reclaiming the "public" in public place." *Journal of consumer research* 37, no. 3 (2010): 511-529.

Watson, V. (2009). Seeing from the South: Refocusing urban planning on the globe's central urban issues. *Urban Studies*, 46(11), 2259-2275.

Yeoh, B. S. (2005). The global cultural city? Spatial imagineering and politics in the (multi) cultural marketplaces of South-east Asia. *Urban Studies*, 42(5-6), 945-958.

Yeoh, B. S., & Huang, S. (1996). The conservation-redevelopment dilemma in Singapore: The case of the Kampong Glam historic district. *Cities*, 13(6), 411-422.

Yeoh, B. S., & Kong, L. (1995). Portraits of places: History, community and identity in Singapore.

Yuk, L. M. (1900). Chinese names of streets in Penang. *Journal of the Straits Branch of the Royal Asiatic Society*, (33), 197-246.

Zukin, S. (1987). Gentrification: culture and capital in the urban core. *Annual review of sociology*, 13(1), 129-147.

Zukin, S. (1989). *Loft living: Culture and capital in urban change*. Rutgers University Press.

Zukin, S. (1998). Urban lifestyles: diversity and standardization in spaces of consumption. *Urban studies*, 35(5-6), 825-839.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ตารางผังเมืองเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2556

คำนิยาม

“การประกอบพาณิชย์กรรม” หมายความว่า การประกอบธุรกิจการค้าหรือการบริการ แต่ไม่
หมายความรวมถึงโรงแรม สถานบริการ สำนักงาน ตลาด สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
หรือก๊าซธรรมชาติ และการซื้อขายเศษวัสดุ

ที่ดินประเภท พ.3 เพื่อให้ใช้ประโยชน์เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมของเมือง เพื่อรองรับ
การประกอบกิจกรรมทางธุรกิจการค้าการบริการ และนันทนาการที่ให้บริการแก่ประชาชนโดยทั่วไป

ตารางการใช้ประโยชน์ที่ดิน เขตสีแดง ประเภทพาณิชย์กรรม พ. 3²

| การใช้ประโยชน์ที่ดิน | พ.3 | เงื่อนไข/ หมายเหตุ |
|--|-----|--------------------|
| ที่อยู่อาศัย | | |
| บ้านเดี่ยว | ✓ | |
| บ้านแฝด | ✓ | |
| บ้านแถว | ✓ | |
| ห้องแถว ตึกแถว | ✓ | |
| อาคารที่อยู่อาศัยรวม 0-1000 m ² | ✓ | |
| อาคารที่อยู่อาศัยรวม 1001-2000 m ² | ✓ | |

² <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1QJECfT60BOnCGAuHXtOlrLcAfVgzV48fNZVrPlz5wR4/edit?rm=minimal#gid=0>

| | | |
|---|---|---|
| อาคารที่อยู่อาศัยรวม 2001-5000 m ² | ✓ | |
| อาคารที่อยู่อาศัยรวม 5001-10000 m ² | x | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| อาคารที่อยู่อาศัยรวม ตั้งแต่ 10001 m ² ขึ้น ไป | x | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร ภายในระยะ 250 เมตรจากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| พานิชยกรรม | | |
| ห้องแถว | ✓ | |
| 0-5000 m ² | ✓ | |
| 5001-10000 m ² | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม |

| | | |
|-------------------------------------|---|--|
| | | หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| ตั้งแต่ 10001 m ² ขึ้นไป | x | |
| สำนักงาน | | |
| ห้องแถว ตึกแถว | ✓ | |
| 0-5000 m ² | ✓ | |
| 5001-10000 m ² | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| ตั้งแต่ 10001 m ² ขึ้นไป | x | |
| โรงแรม | | |
| 0-20 ห้อง | ✓ | |
| 21-50 ห้อง | ✓ | |
| 51-80 ห้อง | ✓ | |
| ตั้งแต่ 81 ห้องขึ้นไป | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร |

| | | |
|------------------------------------|---|--|
| | | หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| ตลาด | | |
| 0-1000 m ² | ✓ | |
| 1001-2500 m ² | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| 2501-5000 m ² | 3 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| ตั้งแต่ 5001 m ² ขึ้นไป | x | |

| | | |
|--|---|--|
| คลังน้ำมัน/ สถานที่ เก็บ/ จำหน่าย/ ขนส่งเชื้อเพลิง | | |
| คลังน้ำมัน/ คลังก๊าซ ธรรมชาติ/ คลังก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว | x | |
| สถานที่เก็บรักษา น้ำมัน ลักษณะที่สาม | x | |
| สถานที่บรรจุ ก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว | x | |
| สถานที่เก็บรักษาก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว ประเภทสถานที่ใช้ ลักษณะที่สาม | x | |
| สถานที่เก็บรักษาก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว ประเภทร้านจำหน่าย | 1 | |
| สถานที่เก็บรักษาก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว ประเภทโรงเก็บ ลักษณะที่สอง | x | |
| สถานที่เก็บรักษาก๊าซ ธรรมชาติ | x | |
| สถานีสบริการน้ำมัน ประเภท ก | 1 | ประเภท ก ได้แก่ สถานีสบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการแก่ ยานพาหนะทางบก ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ ที่ติดเขตทางหลวงถนน สาธารณะหรือถนนส่วนบุคคล ซึ่งมีขนาดความกว้างตามที่กรม |

| | | |
|--|----|--|
| | | <p>ธุรกิจพลังงานประกาศกำหนดและเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ใน ถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงใต้พื้นดิน (สถานีบริการติดถนนใหญ่)</p> <p>สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร</p> |
| <p>สถานีบริการน้ำมัน</p> <p>ประเภท ข</p> | 1* | <p>ประเภท ข ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงให้บริการแก่ยานพาหนะทางบก ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ติดเขตถนนสาธารณะหรือถนนส่วนบุคคลที่มีความกว้างตามที่กรมธุรกิจพลังงานประกาศกำหนด และเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงใต้พื้นดิน (สถานีบริการติดถนนซอย)</p> <p>สร้างได้แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 10 เมตร</p> |
| <p>สถานีบริการน้ำมัน</p> <p>ประเภท ค</p> | 1 | <p>ประเภท ค มี 2 ลักษณะดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ลักษณะที่ 1 ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการแก่ยานพาหนะทางบกที่มีการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟปานกลาง หรือชนิดไวไฟน้อยมีปริมาณไม่เกิน 10,000 ลิตร และเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเหนือพื้นดิน (ปั้มถังลอยริมถนนขนาดเล็ก) 2. ลักษณะที่ 2 ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการแก่ยานพาหนะทางบกที่มีการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟปานกลาง หรือชนิดไวไฟน้อย มีปริมาณเกิน 10,000 ลิตรขึ้นไป และเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเหนือพื้นดิน (ปั้มถังลอยริมถนนขนาดใหญ่) |

| | | |
|-----------------------------------|---|--|
| | | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร |
| สถานีบริการน้ำมัน ประเภท จ | x | ประเภท จ มี 2 ลักษณะ ดังนี้ 1. ลักษณะที่ 1 ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการแก่เรือที่มีปริมาณการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟปานกลางหรือชนิดไวไฟน้อย มีปริมาณไม่เกิน 10,000 ลิตร และเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเหนือพื้นดิน หรือถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงที่ติดตั้งภายในโปะเหล็ก (สถานีบริการทางน้ำขนาดเล็ก) 2. ลักษณะที่ 2 ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการแก่เรือที่มีปริมาณการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟปานกลางหรือชนิดไวไฟน้อย มีปริมาณเกิน 10,000 ลิตร ขึ้นไป และเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเหนือพื้นดินหรือถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงที่ติดตั้งภายในโปะเหล็ก หรือเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟมากชนิดไวไฟปานกลางหรือชนิดไวไฟน้อย ไว้ในถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงใต้พื้นดิน (สถานีบริการทางน้ำขนาดใหญ่) |
| สถานีบริการน้ำมัน ประเภท ฉ | x | สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการแก่อากาศยาน |
| สถานีบริการก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว | x | |
| สถานีบริการก๊าซ ธรรมชาติ | 1 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร |
| ระบบการขนส่ง น้ำมัน/ ก๊าซ | ✓ | |

| | | |
|--|---|--|
| ปิโตรเลียมเหลว/ ก๊าซ ธรรมชาติทางท่อ | | |
| อาคารสาธารณะ | | |
| ศูนย์ประชุม/ อาคาร แสดงสินค้า/ อาคาร แสดงนิทรรศการ | 3 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร ภายในระยะ 250 เมตรจากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| สถานบริการ | ✓ | |
| โรงทหรสพ | ✓ | |
| สวนสนุก | 3 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร ภายในระยะ 250 เมตรจากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| สนามแข่งรถ | x | |
| สนามแข่งม้า | x | |
| สนามยิงปืน | x | |

| | | |
|---|----|---|
| สวนสัตว์/ สถาน สงเคราะห์หรือรับ เลี้ยงสัตว์ | x | |
| โรงงาน | | |
| ห้องแถว ตึกแถว | 9 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงฯ |
| 0-500 m ² | 9 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงฯ |
| ตั้งแต่ 501 m ² ขึ้นไป | x | |
| หน่วยงานคอนกรีต ผสมเสร็จ (ชั่วคราว) | 10 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งชั่วคราวในหน่วยงานที่ก่อสร้างหรือ บริเวณใกล้เคียง |
| โรงฆ่าสัตว์/ โรงพัก สัตว์ | x | |
| ไซโลเก็บผลผลิตทาง การเกษตร | x | |
| การเลี้ยงสัตว์เพื่อ การค้า | x | |
| การเพาะเลี้ยงสัตว์ น้ำเค็ม/ น้ำกร่อย | x | |
| สถานีขนส่งผู้โดยสาร | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม |

| | | |
|--|---|---|
| | | หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| คลังเก็บสินค้า | x | |
| คลังขนส่งสินค้า/ คลังขนส่งสินค้า | | |
| 0-100 m ² | ✓ | |
| 101-500 m ² | 1 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร |
| 501-1000 m ² | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| 1001-5000 m ² | 3 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| ตั้งแต่ 5001 m ² ขึ้น ไป | x | |

| | | |
|--|---|---|
| สถานีขนส่งสัตว์และ หรือสิ่งของ | | |
| 0-1000 m ² | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| 1001-5000 m ² | 3 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร ภายในระยะ 250 เมตรจากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| ตั้งแต่ 5001 m ² ขึ้น ไป | x | |
| สถานที่บริการตู้สินค้า | x | |
| การซื้อขาย/ เกี่ย ขึ้นส่วนเครื่องจักรกล เก่า | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม |

| | | |
|--|---|--|
| | | หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| การซื้อขาย/ เก็บเศษวัสดุตั้งแต่ 100 m ² ขึ้นไป (อาคารปิด) | x | |
| การกำจัดสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย | x | |
| การกำจัดวัตถุอันตราย | x | |
| สุสาน/ ฌาปนสถาน | 7 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขทดแทนของเดิม |
| สถานศึกษา | | |
| สถานศึกษาต่ำกว่าอุดม/ อาชีวศึกษา | ✓ | |
| สถานศึกษาระดับอุดม/ อาชีวศึกษา | 2 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรืออยู่ในระยะ 650 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร หรืออยู่ในระยะ 800 เมตร จากสถานีร่วม หรือตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร ภายในระยะ 250 เมตร จากท่าเรือโดยสารสาธารณะ |
| สถานพยาบาล | | |
| สถานพยาบาล | ✓ | |

| | | |
|--|----|--|
| สถานสงเคราะห์หรือ รับเลี้ยงเด็ก | ✓ | |
| สถานสงเคราะห์หรือ รับเลี้ยงคนชรา | ✓ | |
| สถานสงเคราะห์หรือ รับเลี้ยงคนพิการ | ✓ | |
| ป้ายโฆษณา | 4 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขเรื่องที่ตั้ง |
| ที่พักอาศัยชั่วคราว สำหรับคนงาน | 10 | สร้างได้ แต่มีเงื่อนไขตั้งชั่วคราวในหน่วยงานที่ก่อสร้างหรือ บริเวณใกล้เคียง |
| อัตราส่วนพื้นที่อาคาร รวมต่อพื้นที่ดิน FAR (ก) (ต่อ 1) | 5 | FAR (Floor Area Ratio) “อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ ที่ดิน” หมายความว่า อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมทุกชั้นของอาคาร ทุกหลัง ต่อ พื้นที่ดินใช้เป็นที่ตั้งอาคาร |
| อัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อ พื้นที่อาคารรวม OSR (ข) (ร้อยละ) | 6 | OSR (Open Space Ratio) “อัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคาร รวม” หมายความว่า อัตราส่วนของที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุม ต่อ พื้นที่อาคารรวมทุกชั้น ของอาคารทุกหลัง |

ภาคผนวก ข
ค่าเสียงรบกวน

ประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 29 พ.ศ.2550 เรื่องค่าระดับเสียงรบกวน

นิยามและความหมาย

1. ระดับเสียงรบกวน หมายถึง ตัวเลขที่กำหนดเป็นค่ามาตรฐานตามประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 29 (พ.ศ.2550) เรื่อง ค่าระดับเสียงรบกวน ซึ่งได้กำหนดไว้เท่ากับ 10 เดซิเบลเอ
2. เสียงรบกวน หมายถึง ระดับเสียงจากแหล่งกำเนิดในขณะมีการรบกวนที่มีระดับเสียงสูงกว่าระดับเสียงพื้นฐาน โดยมีระดับการรบกวนเกินกว่าระดับเสียงรบกวนที่กำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 29(พ.ศ. 2550) เรื่อง ค่าระดับเสียงรบกวน หรืออีกนัยหนึ่งคือ มีระดับการรบกวนเกิน 10เดซิเบลเอ
3. ระดับการรบกวน หมายถึง ค่าความแตกต่างระหว่างระดับเสียงขณะมีการรบกวน กับระดับเสียงพื้นฐาน

การใช้เสียงในสถานบริการ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

นิยามและความหมาย

1. เจ้าของ หรือผู้ครอบครอง แหล่งกำเนิดมลพิษ ที่ปล่อยหรือก่อให้เกิดเสียงหรือความสั่นสะเทือนเกินกว่าระดับมาตรฐานที่กำหนด มีหน้าที่ต้องติดตั้ง หรือจัดให้มีระบบบำบัดอุปกรณ์หรือเครื่องมืออื่นใดสำหรับการควบคุมมลพิษ (พ.ร.บ.ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มาตรา 68 วรรค 2)
2. "มลพิษ" หมายความว่า ของเสีย วัตถุอันตราย และมลสารอื่น ๆ รวมทั้งกาก ตะกอนหรือสิ่งตกค้างจากสิ่งเหล่านั้น ที่ถูกปล่อยทิ้งจากแหล่งกำเนิดมลพิษ หรือที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อม หรือภาวะที่เป็นพิษภัย อันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนได้ และให้หมายความรวมถึง รังสี ความร้อน แสง เสียง กลิ่น ความสั่นสะเทือน หรือเหตุรำคาญอื่น ๆ ที่เกิดหรือถูกปล่อยออกจากแหล่งกำเนิดมลพิษด้วย

3. "เหตุรำคาญ" (พ.ร.บ.ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 มาตรา 4) หมายความว่า การกระทำใด ๆ อันเป็นเหตุให้เกิด กลิ่น แสง รังสี เสียง ความร้อน สิ่งมีพิษ ความสั่นสะเทือน ฝุ่นละออง เขม่า เถ้า หรือกรณีอื่นใด จนเป็นเหตุให้เสื่อมหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ
4. "เสียงรบกวน" หมายความว่า ระดับเสียงจากแหล่งกำเนิด ขณะมีการรบกวนที่มีระดับเสียงสูงกว่าระดับเสียงพื้นฐาน และมีระดับการรบกวนเกินกว่าค่าระดับเสียงรบกวนที่กำหนดไว้ **กำหนดค่าระดับเสียงรบกวนไว้ที่ 10 เดซิเบลเอ หากการรบกวนที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่าระดับเสียงรบกวน ให้ถือว่าเป็นเสียงรบกวน**
5. "ระดับเสียงโดยทั่วไป" หมายความว่า ระดับเสียงที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม กำหนดมาตรฐานระดับเสียงโดยทั่วไป คือ
 - 1) ค่าระดับเสียงสูงสุดไม่เกิน 115 เดซิเบลเอ
 - 2) ค่าระดับเสียงเฉลี่ย 24 ชั่วโมง ไม่เกิน 70 เดซิเบลเอ

ภาคผนวก ค

ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมบริการนรกกรรมใหม่ผ่านช่องทางาณา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ปัจจุบันท่านมีอายุ *

18-25 ปี

26-35 ปี

36-40 ปี

41-45 ปี

46-50 ปี

51 ปีขึ้นไป

เพศ *


ชาย

หญิง


ไม่ระบุ

ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมบริการนรกกรรมใหม่ผ่านช่องทางาณา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย


ท่านเคยใช้บริการนรกกรรมใดในย่านนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *




Wallflowers Upstairs (ร้านกาแฟร้านชาและเบเกอรี่)




El Chiringuito (บาร์ ผิงโกโย)




Ba Hao (ร้านชา)




เทพนาร์




Teens of Thailand (ผับอสังหาริมทรัพย์)




Piju Bar (ร้านบาร์)




23 Bar & Gallery (พื้นที่ศิลปะและแกลเลอรี)




Asia Today Bar (บาร์เอเชีย)




ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมบริการนรกกรรมใหม่ผ่านช่องทางาณา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *




เมนูเครื่องดื่มแอลกอฮอล์




เมนูเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ เช่น นีล, ชา, กาแฟ, ชา





เมนูอาหารจานเล็ก




เมนูอาหารจานเต็ม









ภาพตกแต่งภายในร้าน




บรรยากาศหรือกิจกรรมภายในร้าน




บรรยากาศและผู้คนภายในร้าน



ใต้ถุนร้านหรืออาคารที่ตกแต่งสวยงาม





ท่านเผยแพร่ประสบการณ์ภายในร้านผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (social media) หรือในทางช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

ไม่มีกรเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Instagram

Facebook

Twitter

LINE

Other: _____

ท่านเดินทางมาอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

ยานพาหนะส่วนตัว

รถโดยสารประจำทาง

รถไฟฟ้าหนานคร สถานีหัวลำโพง (MRT หัวลำโพง)

รถไฟฟ้าหนานคร สถานีวัดมังกร (MRT วัดมังกร)

แท็กซี่, แกร็บ, หรือบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันอื่น ๆ

ภาคผนวก ง
เกี่ยวกับโครงการและภาพกิจกรรม

ชื่อโครงการภาษาไทย: โครงการวิจัยผลกระทบของสถานสุราสระแสนใหม่ต่อการผังเมืองและการเปลี่ยนแปลงเมือง กรณีศึกษาซอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ: Hipster bars, gentrification, and urban planning: a case study of Soi Nana, Pom Prap Sattru Phai District

ชื่อหัวหน้าโครงการ: ผศ. ดร. นพงศ์ รักขพันธ์

เลขที่บัตรประชาชน: 1190900008218 หมุดอายุ 1 กรกฎาคม 2567

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้: 187/227 ซอยสรงประภา 24 ถนนสรงประภา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210 เบอร์โทรศัพท์ 0819481923 email: n.rugkhapan@sgs.tu.ac.th

สถานที่ทำงาน: วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 99 หมู่ 18 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี

งบประมาณที่ขอจากศวส 400,000 บาท

งบประมาณที่ได้รับสมทบจากแหล่งอื่น ไม่มี

รายการกิจกรรม (Index of activities)

1. การนำนักศึกษาปริญญาโทสำรวจพื้นที่ครั้งที่ 1 (วันที่ 11 ตุลาคม 2563)

ผู้วิจัยนำนักศึกษาปริญญาโท โครงการนวัตกรรมสังคมและความยั่งยืน วิทยาลัยโลกคดีศึกษา ลงพื้นที่สำรวจเบื้องต้น โดยมีหัวข้อสำรวจดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยแนะนำพื้นที่ ประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลง และปัญหา
2. ผู้วิจัยนำนักศึกษาเดินสำรวจพื้นที่โดยรอบ
3. นักศึกษาใช้ทักษะการสำรวจ (observation and documentation) เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นและตั้งโจทย์ศึกษาเบื้องต้น



2. การนำนักศึกษาปริญญาโทสำรวจพื้นที่ครั้งที่ 2 (วันที่ 18 ตุลาคม 2563)

ผู้วิจัยนำนักศึกษาปริญญาโท โครงการนวัตกรรมสังคมและความยั่งยืน วิทยาลัยโลกคดีศึกษา ลงพื้นที่สำรวจเบื้องต้น โดยมีหัวข้อสำรวจดังต่อไปนี้

1. เก็บข้อมูลเชิงพื้นที่เพิ่มเติม
2. สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ เช่น ประชาชนผู้อยู่อาศัย เจ้าของกิจการ นักท่องเที่ยว



3. การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (วันที่ 15 ธันวาคม 2563 ภาคเช้า)

ผู้วิจัยได้แลกเปลี่ยนความรู้ และรับฟังข้อคิดเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบการบาร์กระแสน้ำใหม่ โดยมีหัวข้อสนทนาต่อไปนี้

1. แนะนำคณะวิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของโครงการ จริยธรรมวิจัย และค่าตอบแทน
2. ดำเนินการสนทนาตามหัวข้อของคณะวิจัยในประเด็นการสร้างตัวตนของบาร์กระแสน้ำใหม่ และพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ในเมือง



4. การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (วันที่ 15 ธันวาคม 2563 ภาคบ่าย)

ผู้วิจัยได้แลกเปลี่ยนความรู้ และรับฟังข้อคิดเห็นจากกลุ่มหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทในพื้นที่ชอยนานาและใกล้เคียง โดยมีหัวข้อสนทนาต่อไปนี้

1. แนะนำคณะวิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของโครงการ จริยธรรมวิจัย และค่าตอบแทน

2. ดำเนินการสนทนาตามหัวข้อของคณะวิจัยในประเด็นการเปลี่ยนแปลงไปของ
แขวงป้อมปราบศัตรูพ่าย และมุมมองเรื่องบาร์กระแสนี้ใหม่จากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง



5. การนำนักศึกษาปริญญาตรีสำรวจพื้นที่ครั้งที่ 1 (วันที่ 2 มีนาคม 2564)

ผู้วิจัยนำนักศึกษาปริญญาตรี วิทยาลัยโลกคดีศึกษา ลงพื้นที่สำรวจเบื้องต้น โดยมีหัวข้อสำรวจ
ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยแนะนำพื้นที่ ประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลง และปัญหา
2. ผู้วิจัยนำนักศึกษาเดินสำรวจพื้นที่โดยรอบ
3. นักศึกษาใช้ทักษะการสำรวจ (Observation and documentation) เพื่อเก็บข้อมูล



6. การนำนักศึกษาปริญญาตรีสำรวจพื้นที่ครั้งที่ 2 (วันที่ 30 มีนาคม 2564)

ผู้วิจัยนำนักศึกษาปริญญาตรี วิทยาลัยโลกคดีศึกษา ลงพื้นที่สำรวจเบื้องต้น โดยมีหัวข้อสำรวจ
ดังต่อไปนี้

1. เก็บข้อมูลเพิ่มเติม
2. สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ เช่น ประชาชนผู้อยู่อาศัย เจ้าของกิจการ
นักท่องเที่ยว



7. การประชุมสนทนากลุ่มออนไลน์ (Focus Group) กลุ่มผู้บริโภครั้งที่ 1 (วันที่ 24 กรกฎาคม 2564)

ผู้วิจัยได้แลกเปลี่ยนความรู้ และรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เคยใช้บริการบาร์กระแสน้ำใหม่
ชอยนานา โดยมีหัวข้อสนทนาต่อไปนี้

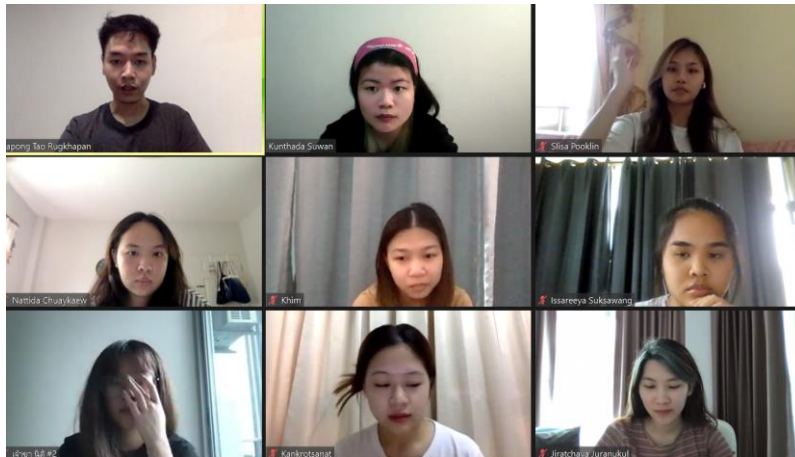
1. แนะนำคณะวิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของโครงการ จริยธรรมวิจัย และค่าตอบแทน
2. ดำเนินการสนทนาตามหัวข้อของคณะวิจัยในประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ในเมือง



8. การประชุมสนทนากลุ่มออนไลน์ (Focus Group) กลุ่มผู้บริโภครั้งที่ 2 (วันที่ 25 กรกฎาคม 2564)

ผู้วิจัยได้แลกเปลี่ยนความรู้ และรับฟังข้อคิดเห็นจากผู้บริโภครุ่นใหม่ที่เคยใช้บริการบาร์กระแสน้ำใหม่ ซอยนานา โดยมีหัวข้อสนทนาต่อไปนี้

1. แนะนำคณะวิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของโครงการ จริยธรรมวิจัย และค่าตอบแทน
2. ดำเนินการสนทนาตามหัวข้อของคณะวิจัยในประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ในเมือง



โครงการวิจัยเรื่องผลกระทบของสถานสุรากระแสใหม่ต่อการผังเมืองและการเปลี่ยนแปลงเมือง
กรณีศึกษาชอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ภายใต้การสนับสนุนของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ผศ. ดร. นพงศ์ รัถยพันธ์

วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โครงการวิจัยนี้มุ่งศึกษาสถานสุรากระแสใหม่ใน 3 ประเด็นหลัก คือ (1) การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ของสถานสุรากระแสเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ในเมือง (2) ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงย่านและเมือง (3) ข้อพิพาทเชิงพื้นที่ ในการนี้ได้เลือกชอยนานา เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมาบริเวณดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงจากย่านค้าส่งและพาณิชยกรรมทั่วไป ไปเป็นย่านท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานบันเทิงตอนกลางคืน ปัจจุบันชอยนานากลายเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการสุรากระแสใหม่ ที่มีชื่อเสียงในหมู่ผู้บริโภครุ่นใหม่ จนนำมาซึ่งการเปลี่ยนภูมิศาสตร์กายภาพและสังคมของชุมชนรอบข้าง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สถานสุรากระแสใหม่แตกต่างจากสถานสุราทั่วไป คือการให้ความสำคัญกับประเด็นการออกแบบในหลายด้าน (เช่น การตกแต่งภายใน การออกแบบสถาปัตยกรรม แสงไฟ ดนตรี เมนูอาหารและเครื่องดื่ม พื้นหลังเพื่อการถ่ายรูป) เพื่อสร้างประสบการณ์องค์รวมให้แก่ลูกค้าที่มากกว่าการดื่มสุราเพียงอย่างเดียว โดยประเด็นนี้ สอดคล้องกับ พฤติกรรมการบริโภคสุราของคนเมืองรุ่นใหม่ เปลี่ยนแปลงไป และแตกต่างจากมโนทัศน์ (และอคติ) ดั้งเดิมที่มีต่อคนดื่มเหล้า ผู้บริโภคยุคใหม่มองว่าเป็นเรื่องของรสนิยม กล่าวคือคนกลุ่มนี้ไม่ได้ต้องการเพียงความเมา แต่ต้องการความจรรโลงใจทางสุนทรียศาสตร์จากการมีส่วนร่วมในร้าน ดังนั้นจึงมองการดื่มสุราเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการการเข้าสังคม การแสวงหาบรรยากาศใหม่ ๆ การเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

2. การเข้ามาของสถานประกอบการสุรากระแสใหม่เหล่านี้ นำไปสู่การเปลี่ยนของย่านเก่า โดยการใช้ประโยชน์ที่ดินเปลี่ยนไปจากการอยู่อาศัยและพาณิชยกรรมขนาดชุมชน กลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่เข้ามาใช้พื้นที่ เมื่อกิจการที่คล้าย ๆ กันมาอยู่ร่วมกัน

จะก่อให้เกิดพัฒนาการทางเศรษฐกิจจากการอยู่เป็นกลุ่มก้อน เอกลักษณ์ของย่านจึงเด่นชัดขึ้น ปรากฏการณ์มีผลในการกระตุ้นเศรษฐกิจและรายได้ของย่าน ทำให้อาคารเก่าได้กลับมาใช้งานใหม่ ตลอดจนเกิดกิจการใหม่ ๆ ที่ไม่จำกัดแค่ร้านสุราเพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึง ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรมและโฮสเทล เป็นต้น

3. อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงของย่านก่อให้เกิดข้อพิพาทเชิงพื้นที่ ซึ่งเกิดมาการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลายและไม่สอดคล้องกัน การที่ข้อบัญญัติผังเมือง ตีกรอบกว้าง ๆ จึงสร้างเงื่อนไขให้การใช้ประโยชน์ที่ดินที่อาจจะไม่เข้ากันมาอยู่ใกล้กัน จนก่อให้เกิดข้อผิดพลาดและเกิดความขัดแย้งทางพื้นที่ งานวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นข้อพิพาทประเด็นต่าง ๆ เช่น เสียง ขยะ และสุขาภิบาล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาการใช้โครงสร้างสถาปัตยกรรมแบบเก่ามารองรับกิจการแบบใหม่

จากประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ งานวิจัยอยากจึงชี้ให้เห็นว่า ปรากฏการณ์ของบาร์กระแสใหม่เป็น ปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน ไม่สามารถลดทอนตัดสินผ่านมุมมองศีลธรรม (ว่าดีหรือไม่ดี) หรือมุมมองพยาธิวิทยา (ว่ามีประโยชน์หรือมีโทษต่อร่างกาย) ดังนั้นจึงไม่ควรตัดสินเพียงแค่ มาตรการควบคุมการให้อนุญาตดำเนินกิจการ ประเด็นที่สำคัญกว่า คือความเข้าใจในภาพกว้าง ว่า ตำแหน่งแห่งที่ของสถานสุราสมัยใหม่มีบทบาทใดของชีวิตผู้บริโภครุ่นใหม่ในเมือง และอยู่ในบริบท ใดของการพัฒนาเมืองและย่าน และสร้างผลกระทบทั้งบวกและลบให้ย่านและประชากรที่หลากหลาย ของย่านนั้นอย่างไร