

แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของไร่่องุ่นมอนซอนแวลลีย์ ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

GUIDELINE FOR SERVICE MODIFICATION AND DEVELOPMENT OF MONSOON VALLEY VINEYARD DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ระชานนท์ ทวีผล^{1*}, กนกพร ทิตะโพธิ์², กรกนก ชัยศิลป์เจริญ³, ณัฐธินิชา เบญจวานิช⁴

ณิชชภัทร ตั้งกุลธนาวุฒิ⁵ และ ศิริวรรณ หากลันดี⁶

Rachanon Taweephon^{1*}, Kanokporn Titapho², Kornkanok Chaisinjaroen³, Natthanicha Benjawanich⁴,
Nichapat Tangkunthanawut⁵ and Siriwan Haklindee⁶

^{1*,2,3,4,5,6} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

^{1*,2,3,4,5,6} Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

Received: November 30, 2020, Revised: January 8, 2021, Accepted: January 26, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาการศึกษากรณีเฉพาะ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ปัญหาและอุปสรรคในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (2) แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการ ในการรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของไร่่องุ่นมอนซอน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 13 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการที่เคยมาใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า (1) พบปัญหาและอุปสรรคที่ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดจากวัตถุดิบที่กลายเป็นของเสียในช่วงปิดกิจการชั่วคราว รวมทั้งจำนวนผู้รับบริการชาวต่างชาติลดลง และไม่สามารถส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศได้ (2) ต้องการปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบการบริการ ที่ผู้ประกอบการต้องระบุคุณลักษณะการบริการให้มีมาตรฐานที่ปลอดภัย พร้อมกับมีการวางแผนขั้นตอนรับมือการแพร่ระบาดที่อาจจะเกิดขึ้น จากกระบวนการให้บริการที่จะต้องสร้างความเชื่อมั่นทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มเติม คือ การสำรองบริการที่นิ่งผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป อาทิ โอนไลน์ ซึ่งยังสามารถใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้รับบริการรับทราบข่าวสารได้โดยตรง

คำสำคัญ : ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการ โควิด-19 ไร่่องุ่น

* Corresponding author. Tel.: 088 611 6969

E-mail address: rachanon@ms.su.ac.th

Abstract

This research is a qualitative research using Case Study Approach. It aimed to study problems and obstacles during the COVID-19 pandemic as well as the guideline to modify and develop services to cope with the COVID-19 virus outbreak of Monsoon valley vineyard. The data were collected by using in-depth interviews with 13 main respondents, consisted of a manager, service providers and former service recipients. The results found that problems and obstacles were caused by the costs of wasting raw materials during the temporary closure, the decreased numbers of foreign service recipients, and the inability to export products to foreign markets. Regarding Modification and development of service, the operators have to specify services with safety standard and plan the procedures to deal with possible pandemic that may occur. Moreover, the service process needs to enhance confidence of both service recipients and service providers. There were also some recommendations that the operator can add seat reservations via a program, such as Line application, which can be used as another channel for direct public relations to service recipients.

Keywords: Food and beverage business, Service, COVID-19, Vineyards

บทนำ

อุตสาหกรรมบริการเป็นกระบวนการรวบรวมกิจกรรมที่เกิดขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการ คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสำคัญ รวมถึงการพิจารณากระแสความนิยมที่เกี่ยวข้องภายในประเทศและสากล กลุ่มผู้ประกอบการต่างมุ่งหวังที่จะสร้างสิ่งจูงใจให้กับกลุ่มเป้าหมายในลักษณะการบริการส่วนบุคคล และการบริการสาธารณะ การให้บริการเหล่านี้อาจก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (ธนสิน จันทเดช, 2560) กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย การกำหนดจุดขายของผู้ประกอบการแต่ละแห่งต้องนำเสนอรูปแบบการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง การเชื่อมโยงกับการแสดงดนตรีสดที่เป็นกิจกรรมบันเทิงเข้ามาเป็นหนึ่งในกระบวนการบริการ หรือการตกแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพและภูมิสถาปัตย์ ให้สวยงามเหมาะสมแก่การถ่ายภาพ เช่นเดียวกับการนำรูปแบบของธุรกิจเกษตร ในลักษณะธุรกิจร้านอาหารที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเยี่ยมชมไร่และแปลงสาธิต อีกทั้งพืชผลทางการเกษตรยังนำไปแปรรูปเป็นสินค้าของฝาก และเป็นสินค้าส่งออกในระดับนานาชาติ (เออีซีพลัส บิสซิเนส แอดวิสโซรี, 2562) ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรมส่งเสริมการเกษตรให้ความสำคัญกับการระบุงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นที่มีการเพาะปลูกเพื่อนำมาผลิตไวน์เข้าไปด้วย อีกทั้งการส่งเสริมให้เป็นที่ยอมรับหลายมากยิ่งขึ้นจากอดีตที่ประเทศไทยมีเพียงการปลูกองุ่นเพื่อบริโภค รวมทั้งการศึกษาวินัยค้นคว้าวิทยาการยังถูกนำมาใช้ในการพัฒนาสายพันธุ์ที่สามารถเติบโตในพื้นที่เขตร้อนอย่างประเทศไทยได้ (เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต, 2553)

ไวน์ยังได้รับยกย่องว่าเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงสนิมของผู้ดื่มที่เพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่มีการนำเข้าจากทั่วมุมโลก และการเลือกไวน์เพื่อนำมาเสนอให้เข้ารายการอาหารแต่ละประเภท ต้องประเมินช่องการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทางธุรกิจ เป็นแนวทางช่วยธุรกิจบริการร้านอาหาร เป็นพื้นฐานสำหรับการวางแผนการตลาดไวน์ และยังช่วยให้ธุรกิจร้านอาหารได้พัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (กมลชนก เศรษฐบุตร, 2560) อุตสาหกรรมบริการได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง กระทั่งมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) จากประเทศจีน ที่มีการติดเชื้อจากคนสู่คนในช่วงต้นเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 จากจำนวนผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตเพิ่มสูงขึ้นมากกว่า 114 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกระดำเนินชีวิตวิถีใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ลดกิจกรรมการพบปะและการเดินทางไปสถานที่ที่มีผู้คนเป็นจำนวนมาก เป็นวิธีการป้องกันการแพร่

ระบาดไวรัสดังกล่าว จนกว่าจะมีการพัฒนาวัคซีนป้องกันเชื้อไวรัสได้สำเร็จ (กนกพรรณ อรรถนสกุล, รุจิรัตน์ โชติช่วงสภาพร และ สุธาสนี เลิศวัชรสารกุล, 2563) จากการวิเคราะห์ผลกระทบของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผ่านมุมมองของบิล เกตส์ อธิบายว่า ธุรกิจบริการประเภทโรงแรม ร้านอาหาร ห้องเที่ยว และอีเว้นท์ อาจได้รับผลกระทบด้านรายได้ที่ยาวนานกว่า 4 ปี จึงจะเข้าสู่ภาวะปกติ สำหรับธุรกิจร้านอาหารได้เริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการไปก่อนล่วงหน้าในลักษณะของคลาวด์คิทเชน (Cloud Kitchen) ที่มีเพียงครัวเป็นที่ประกอบอาหารเท่านั้น โดยผู้ประกอบการพึ่งพาตัวแทนคนกลางผ่านระบบโปรแกรมสำเร็จรูปบนมือถือเพื่อการกระจายอาหารและเครื่องดื่มตามคำสั่งซื้อในแต่ละครั้ง ในขณะที่หน่วยงานของรัฐผนึกกำลังออกมาตรการควบคุม และเฝ้าระวังความปลอดภัยทั้งในส่วนผู้รับบริการและผู้ให้บริการ เปิดโอกาสให้กลุ่มธุรกิจบริการได้กลับมาดำเนินกิจการอีกครั้งอย่างมีมาตรฐาน ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ยึดถือแนวทางการปฏิบัติตั้งแต่กระบวนการคัดกรองควบคุมกับการบันทึกประวัติของผู้รับบริการ การจำกัดจำนวนที่นั่ง และการขอความร่วมมือในกลุ่มผู้รับบริการสวมหน้ากากอนามัยตลอดระยะเวลาการเข้าใช้บริการ มีการตรวจประเมินความพร้อมในแต่ละกิจการ พร้อมกับการถ่ายทอดความรู้จากผู้ประกอบการไปสู่ผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้องตามเงื่อนไขของรัฐ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) สำหรับโรงแรมมอนซูน แวลลีย์นั้น ถูกก่อตั้งในปี พ.ศ. 2544 บนพื้นที่ขนาด 700 ไร่ กิจกรรมภายในไร่สำหรับกลุ่มผู้รับบริการมีหลากหลายรูปแบบ เริ่มจากการเปิดประสบการณ์ทัวร์ไร่ร้อน เรียนรู้วิถีชีวิตและสัมผัสต้นองุ่นชั้นเยี่ยม ผู้รับบริการสามารถเลือกการทัวร์ไร่ร้อนด้วยวิธีการที่ตนเองต้องการ อาทิ การปั่นจักรยานเลาะภูเขาในเส้นทางวิภาคระยะทางกว่า 3 กิโลเมตร ทางไร่มีร้านอาหารเป็นโรงครัวสำหรับให้บริการที่ต้องการทดลองชิมอาหารคู่กับไวน์เลิศรส หากผู้รับบริการต้องการซื้อของฝากติดมือกลับบ้านไป ทางไร่มีบริการให้ทดลองชิมไวน์องุ่นก่อนที่จะตัดสินใจ จุดเด่นของไร่ร้อนมอนซูน แวลลีย์ ที่มีความพิเศษกว่าไร่ร้อนเขตพื้นที่อื่น ๆ คือ การเป็นต้นกำเนิดของไวน์ละติจูดใหม่ของไทย ที่ได้รับรางวัลจากการแข่งขันไวน์นานาชาติมากมาย และวางจำหน่ายอยู่ในภัตตาคารไทยชั้นนำกว่า 15 ประเทศทั่วโลก (มอนซูน แวลลีย์, 2562) อย่างไรก็ตาม หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้กระจายจากกรุงเทพมหานครไปสู่ภูมิภาค ประกอบกับราชกิจจานุเบกษา มาตรการเร่งด่วนเพื่อรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยของประชาชน ทำให้เกิดการสูญหายของกลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติที่ไม่สามารถเข้าประเทศไทยได้ นำไปสู่การตัดสินใจหยุดการให้บริการเป็นระยะเวลา 3 เดือนหลังจากที่มีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรใน วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563

จากประเด็นที่กล่าวมา พบว่า ไร่ร้อนมอนซูน แวลลีย์ มีทรัพยากรทางการเกษตรที่สามารถสร้างมูลค่าด้วยเทคนิคการดึงดูดกลุ่มผู้รับบริการภายในประเทศ และกลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติที่กำลังจะมาถึงในอนาคต รวมทั้งยังมีโรงบ่มที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 30 ล้านลิตรต่อปี (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2563) อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ไร่ร้อนต้องเผชิญหน้ากับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ลดลง ส่งผลต่อรายได้ของทางไร่ ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการให้บริการ ให้สอดคล้องกับสภาวะวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผลการศึกษาจะช่วยยกระดับการบริการให้เกิดคุณภาพบริการ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการภายใต้การดำเนินชีวิตวิถีใหม่ หรือ New Normal ได้ในอนาคต

จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของไร่ร้อนมอนซูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการในการรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของไร่ร้อนมอนซูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ และก่อให้เกิดความพึงพอใจหลังการซื้อขาย หรือเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2545) ในขณะที่ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) อธิบายว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้ใช้บริการ สินค้านั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ในที่สุด สามารถแบ่งเป็นประเภทบริการต่าง ๆ ได้แก่ (1) บริการหลัก (Core Service) เป็นไปตามลักษณะของการจดทะเบียนทางธุรกิจ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สายการบิน โรงพยาบาล แหล่งท่องเที่ยว (2) บริการเสริม (Support Service) เป็นรูปแบบบริการเพิ่มเติมที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ และ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นเครื่องมืออุปกรณ์ที่ถูกจัดสรรไว้ในสถานที่ นอกจากนี้ การบริการ ยังหมายถึง การปฏิบัติที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความพอใจและสะดวกสบาย ซึ่งผู้รับบริการทุกคนมีความต้องการและความคาดหวังต่างกัน (ศิริพร ตันติพิบูลวินัย, 2538) สำหรับเครื่องมือที่จะนำมาใช้ประเมินทิศทางการยกระดับการบริการให้มีคุณภาพเกิดจากหลากหลายองค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นมาตรฐานที่ประกาศออกไปเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น (2) การรับประกัน (Assurance) เป็นเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ที่ยืนยันถึงศักยภาพของการให้บริการ (3) การตอบสนอง (Responsiveness) เป็นการกำหนดเวลาการบริการที่สั้นกระชับไม่ยาวนาน (4) ความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการแสดงทักษะของผู้ให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการแบบรายบุคคล (5) ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) เป็นการจัดระเบียบความพร้อมของสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ให้เป็นระเบียบ เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการ (ปริญญานา นาคปฐุม และระชานนท์ ทวีผล, 2561)

2. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อาหารและเครื่องดื่มเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์ต้องการสารอาหาร เพื่อการเจริญเติบโตที่สมบูรณ์และซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกาย อาหารยังให้พลังงานที่จำเป็นและมีประโยชน์ที่ทำให้มนุษย์สามารถประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้อย่างสมบูรณ์ (กุลดิษฐ์ ชีรนรวิชัย, 2553) การแบ่งประเภทของธุรกิจร้านอาหาร หรือธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ตามแนวคิดของ ดวงพร ทรวงวิเศษ (2559) พิจารณาจากรูปแบบการให้บริการจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ร้านอาหารที่มีการบริการแบบเต็มรูปแบบ (Fine Dining) ให้บริการเป็นมาตรฐานระดับสากลด้วยรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีเครื่องมือที่ใช้ในการรับประทานอาหารเป็นวัสดุที่แข็งแรง และมีจำนวนพนักงานให้บริการเป็นจำนวนมาก (2) ร้านอาหารที่มีการบริการแบบกึ่งเต็มรูปแบบ (Casual Dining) มีความพิเศษของรายการอาหารจะปรับเปลี่ยนให้มีความเป็นกันเองกับพนักงานผู้ให้บริการ อาทิ ร้านอาหาร ที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารประเภทคาเฟ่ (3) ร้านอาหารแบบบริการอย่างรวดเร็ว (Quick Service) มีการกำหนดวิธีการที่ผู้รับบริการต้องเดินไปสั่งอาหารเองที่เคาน์เตอร์ด้วยตนเอง และ (4) ร้านอาหารแบบเคลื่อนย้ายได้ (Mobile Restaurant) มีบริการอาหาร และเครื่องดื่มที่ไม่ยึดติดกับสิ่งปลูกสร้างถาวร ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถพับเก็บได้ อีกทั้งคุณลักษณะของร้านอาหารจะเป็นรูปแบบการเคลื่อนย้ายตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราว (Pop-up Restaurant)

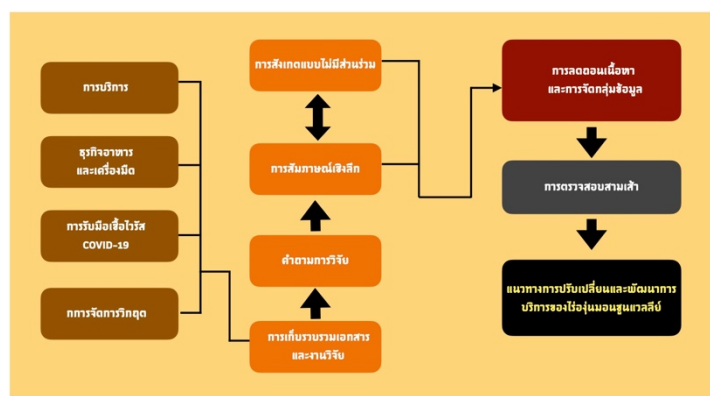
3. การรับมือเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยกระทรวงสาธารณสุข (2563) นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับมาตรการป้องกันควบคุมเชื้อไวรัส COVID-19 ในหลายพื้นที่ และการประเมินเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ โดยเฉพาะการควบคุมรูปแบบการให้บริการในลักษณะของการจำกัดระยะเวลาและจำนวนผู้รับบริการ หลักปฏิบัติของกลุ่มผู้ประกอบการต้องเตรียมอุปกรณ์และสถานที่ การทำความสะอาดสถานที่ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค สำหรับกรณีที่มีการใช้ชั้นสูง ไอ จาม จะยกเลิกการให้บริการทันที รวมทั้งมีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการสำรองบริการและการชำระเงิน พร้อมกับการเพิ่มมาตรการติดตามและประเมินผลด้วยแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า ไทยชนะ เพื่อบันทึกข้อมูลที่แสดงรายละเอียดของผู้รับบริการ สามารถนำกลับมาตรวจสอบย้อนหลังในกรณีเกิดเหตุวิกฤตฉุกเฉินที่เฝ้าระวังการแพร่ระบาด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ได้กำหนดมาตรการควบคุมวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ผนวกกับมาตรฐานการให้บริการของธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงจากเชื้อไวรัสในประเทศไทย ภายใต้ตราสัญลักษณ์ SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration)

ครอบคลุมธุรกิจบริการประเภทภัตตาคาร หรือร้านอาหาร ที่ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขแต่ละด้าน ได้แก่ (1) ด้านสุขลักษณะของอาคารและอุปกรณ์ที่ใช้ ด้วยการทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลางและเครื่องปรับอากาศ (2) การจัดอุปกรณ์ เพื่อป้องกันการแพร่กระจาย อาทิ จุดล้างมือ การจัดการขยะ (3) การป้องกันสำหรับผู้ให้บริการที่จะต้องเอาใจใส่ด้านสุขภาพของตนเองเป็นหลัก และการเฝ้าระวัง หรือสังเกตพฤติกรรมของผู้รับบริการ

4. การจัดการความเสี่ยง สภาวะวิกฤต (Crisis) หมายถึง สิ่งคุกคามที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคลและองค์กร ผ่านกระบวนการรับรู้ ในลักษณะของการสร้างผลกระทบต่อจิตใจ อารมณ์ การเข้าสังคม ภาพลักษณ์ นำไปสู่การเกิดความเครียด และการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตที่กำหนดไว้ อาจมีการรอคอยความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนจากผู้อื่นที่มีความรู้ความเข้าใจสาเหตุของสภาวะวิกฤตนั้น ๆ ในขณะที่การดำเนินธุรกิจยังคงต้องเผชิญกับข้อจำกัดและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้การดำเนินกิจการหยุดชะงักและขาดผลกำไร (อังสนันท์ อินทรกำแหง และทัศนยา ทองภักดี, 2553) ขณะที่ Davor, Andrijana & Julija (2018) นำเสนอการจัดการสภาวะวิกฤตที่ปรากฏในลักษณะของแผนการที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ จำเป็นต้องเข้าใจถึงสาเหตุการเกิด และผลกระทบต่อเนื่อง หากกิจการยังไม่สามารถจัดการได้สำเร็จ แผนการจัดการวิกฤตที่ดีต้องแก้ไขปัญหาได้ระหว่างและหลังวิกฤตสิ้นสุด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ใช้เป็นมาตรการการป้องกันลดผลกระทบด้วยหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การกำหนดกิจกรรมการป้องกันสาเหตุของการนำมาซึ่งวิกฤตในการดำเนินงาน (2) การประสานงานกับบุคลากรและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการเฝ้าระวังและการจัดการความเสี่ยง และ (3) การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับสภาวะวิกฤต

การทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การรับมือไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย และการจัดการความวิกฤต คณะผู้วิจัยสามารถนำเสนอออกมาเป็นกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนเพื่อแนวทางการศึกษาดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก การศึกษาครั้งนี้ คัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) จากคุณลักษณะเฉพาะล่วงหน้าแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากมุมมองของผู้ให้บริการและผู้รับบริการชาวไทย ภายในร้านจมนอนชุน แวลลีย์ ประกอบด้วย ผู้จัดการ 1 คน ที่ก่อตั้งและดำเนินการ ผู้บริหารระดับหัวหน้างาน 2 คน ได้รับคำสั่งควบคุมทรัพยากรภายในร้านไม่น้อยกว่า 3 ปี ได้รับมอบหมายให้ข้อมูลเชิงกลยุทธ์จากผู้ประกอบการ พนักงานบริการ 4 คน มีประสบการณ์การบริการในร้านอาหารและบริการภายในร้านไม่น้อยกว่า 1 ปี และผู้รับบริการ 6 คน ที่เดินทางมารับบริการไม่เกิน 6 เดือน รวมทั้งหมด 13 คน โดยอ้างอิงตามเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่าง 13-17 คน มีระดับค่าความคาดเคลื่อนลดลงอยู่ที่ 0.04 (Macmillan, 1971) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยข้อคำถามปลายเปิดที่ผ่านกระบวนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) ได้ทั้งสิ้น 2 ชุดละ 2 ข้อ ได้แก่

1.1 ชุดที่ 1 สำหรับผู้จัดการและผู้ให้บริการ

1.1 ทางไรพบปัญหาและอุปสรรคด้านใดบ้างในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.2 ทางไรมีแนวทางการปรับเปลี่ยนการบริการอย่างไรเพื่อสร้างมาตรการในการรับมือการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.2 ชุดที่ 2 สำหรับผู้รับบริการ

2.1 ทางไรควรยกระดับมาตรการในการรับมือการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างไร

ระหว่างการสัมภาษณ์คณะผู้วิจัยจะมีสมุดจดบันทึก ปากกา กล้องบันทึกภาพ และเทปบันทึกเสียง โดยใช้เวลามากกว่า 45 นาทีต่อคน ควบคู่กับการสังเกตปรากฏการณ์กระบวนการให้บริการหลักที่เป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งการบริการสนับสนุนอื่น ๆ ของทางไรในลักษณะของการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยในฐานะผู้สัมภาษณ์จะต้องคำนึงถึงการติดต่อขอความอนุเคราะห์จากผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน โดยมีการกำหนดช่วงวันและเวลา เพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์ พร้อมขออนุญาตบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และภาพถ่าย

2. วิธีวิทยาการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิทยาการศึกษาเฉพาะกรณี (Case study approach) เป็นแนวทางศึกษาตามประเด็นที่สนใจ มุ่งเน้นส่วนที่ต้องการศึกษา มีลักษณะเฉพาะเจาะจง และกำหนดขอบเขตการศึกษาที่ชัดเจน โดยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลวิเคราะห์เขียนสรุป และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) (ชาย โพธิ์สิตา, 2554) ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีการถอดเทปบันทึกเสียงมาเป็นรูปแบบของข้อความตัวอักษรตามลำดับข้อคำถาม ด้วยการค้นหาคำอธิบายจากการสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแต่ละข้อ ใช้การเทียบเคียงข้อมูลที่มีความซ้ำซ้อนกัน จัดเรียงด้วยการจับคู่ข้อมูล ร่วมกับการลดทอนเนื้อหาที่ไม่จำเป็นและไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Yin, 2008) ขอบเขตระยะเวลาของการวิจัยครั้งนี้ เริ่มต้นในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2563

3. วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล: ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า เป็นการพิสูจน์ข้อมูลเพื่อยืนยันข้อมูล (Confirmation) โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ดังนี้ (1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) เป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ พิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation Triangulate) เป็นการตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร โดยใช้ผู้วิจัยหลายคนในการรวบรวมข้อมูล ทั้งผู้สัมภาษณ์ หรือการสังเกต (3) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulate) เป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม จะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด เป็นวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ยากกว่าแบบอื่น ๆ (4) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) เป็นการใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูลเดียวกัน ในกรณีที่ไม่น่าเชื่อถือคุณภาพของข้อมูลควรกำหนดให้มีผู้วิจัยหลายคนในการรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน แต่รวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม พร้อมทั้งศึกษาเอกสารประกอบ เป็นต้น (บุษกร เชี่ยวจินดาภรณ์, 2561)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ปัญหาและอุปสรรคในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของไร่องุ่นมอนซูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ทางไรมีผู้รับบริการมีจำนวนลดน้อยลงโดยเฉพาะช่วงเดือน กุมภาพันธ์-เมษายน ของทุกปี จะเป็นที่ได้รับนิยามสูงสุด เนื่องจากเป็นช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวผลงุ่นสำหรับแปรรูป รวมทั้งยังไม่สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ของทางไรไปยังตลาดต่างประเทศได้ และสูญเสียรายได้จากสถานการณ์ปกติกว่าร้อยละ 50 ในขณะที่วัตถุดิบสำหรับใช้ประกอบอาหารจำนวนมาก ทั้งประเภทอาหารสด อาหารบรรจุกระป๋อง และเครื่องดื่มในบางรายการเริ่มทยอยหมดอายุในคลังจัดเก็บสินค้า เนื่องจากไม่สามารถนำไปประกอบอาหาร

หรือแปรรูปจำหน่ายได้ เช่นเดียวกับค่าตอบแทนพิเศษจากการบริการลดลงทั้งในห้องพักอาหารและกิจกรรมการนำชมแหล่งท่องเที่ยวภายในไร่ ในขณะที่เดียวกันการลงทุนเพื่อซื้ออุปกรณ์ในการคัดกรอง และเผื่อระวังการแพร่กระจายของเชื้อโรค กลายเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ประกอบการต้องจัดซื้อเข้ามาใช้ในระยะเวลานับวันเร่งด่วน อีกทั้งผู้ประกอบการกำหนดนโยบายช่วยเหลือพนักงานบริการภายในไร่ โดยไม่มีการสั่งปลดและลดอัตราเงินเดือนในทุกสายงาน ตลอดจนการค้นพบข้อจำกัดด้านทำเลที่ตั้ง ที่กลายเป็นปัญหาสืบเนื่องที่ยากลำบากต่อการเดินทางเข้าสู่ไร่แห่งนี้ โดยเฉพาะป้ายบอกทางไม่ชัดเจน และพื้นที่สำหรับใช้ลานจอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ การจัดที่นั่งตามมาตรการ Social Distancing ทำให้พื้นที่รองรับการให้บริการลดลงจำนวนลงช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ในเวลาประมาณ 11.00-14.00 น.

2. แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการบริการ เพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของไร่รุ่งน่มอนชูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผ่านการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่แตกต่างกันดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การจับคู่ความสอดคล้องของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตามหลักการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล

	การระบุ คุณลักษณะ การบริการ	การวางแผนขั้นตอน การรับมือ	การกำหนด แนวทาง การปฏิบัติ	การสร้างมิติ ต่อผู้รับบริการ	การสร้างความ น่าเชื่อถือ
ผู้จัดการ	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้บริการ		✓		✓	✓
ผู้รับบริการ	✓		✓	✓	✓

จากตารางที่ 1 แสดงการรายงานผลการศึกษาด้วยวิธีการจับคู่ประเด็นจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามหลักการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูลที่อยู่ภายใต้บริบทเดียวกัน สามารถนำเสนอแนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการบริการในการรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของไร่รุ่งน่มอนชูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

2.1 การระบุคุณลักษณะการบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับบริการ พบว่า ทางไร่เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายของผู้รับบริการจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย รวมทั้งกลุ่มสัมมนาและศึกษาดูงานนอกสถานที่เข้ามาทดแทน นับว่าเป็นจำนวนกลุ่มผู้รับบริการที่ยังคงมีน้อยลง และมีกำลังซื้อไม่สูงเมื่อเทียบกับก่อนการแพร่ระบาด เนื่องจากก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทางไร่รุ่งน่มเคยมีกลุ่มผู้รับบริการหลักเป็นชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว แต่เมื่อทางรัฐบาลประกาศปิดประเทศ (Lockdown Exit) ทำให้กิจการสูญเสียรายได้อย่างต่อเนื่องติดต่อกันเป็นระยะเวลาเกือบ 1 ปี อีกทั้งยังสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายควบคู่ไปกับสินค้า โดยการคัดเลือกรายการอาหารจานหลักคู่กับเครื่องดื่มในราคาประหยัดให้สอดคล้องกับสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในขณะนี้ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปมีรายได้ลดลง ประกอบกับค่าครองชีพที่ทะยานสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือการเกิดค่าใช้จ่ายบางรายการจะต้องมีความระมัดระวังอย่างรอบคอบ

2.2 การวางแผนขั้นตอนรับมือพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เริ่มคลี่คลายปรับตัวดีขึ้น ทางไร่กำหนดอัตราค่าบริการที่ลดลงในทุกรายการ เพื่อให้ได้ระดับราคาที่ยอมรับได้แก่ผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก นอกจากนี้ ยังคงให้ความสำคัญเรื่องสุขอนามัยจากมาตรการของรัฐบาลที่มีมาตรการรับตราสัญลักษณ์ SHA รวมทั้งให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดมากกว่าเดิม เนื่องจากความสะอาดกลายเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจที่ผู้รับบริการคำนึงถึงมากที่สุดเป็นอันดับแรก ทางไร่จึงจำเป็นต้องรักษาความสะอาดมากขึ้นตามมาตรฐานเพื่อดึงดูดผู้รับบริการ เริ่มด้วยการจัดให้มีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์สำหรับล้างมือในบริเวณทางเข้าร้านอาหาร การบริหารพื้นที่คอยการรับบริการที่ต้องมีระยะห่างของผู้รับบริการอย่างน้อย 1 เมตร การออกกระเป๋ายาทำความสะอาดโต๊ะอาหาร ภาชนะประเภทต่าง ๆ ด้วยน้ำยาอย่างน้อย 3 ครั้ง และสำหรับบริเวณผิวสัมผัสร่วมในทุก ๆ 2 ชั่วโมง และกำหนดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิในบริเวณจุดคัดกรองที่มีทางเข้า-ออกเพียงทางเดียวเท่านั้น พร้อมกับการดูแลและระบายอากาศภายในร้านให้หมุนเวียน

2.3 การกำหนดแนวทางการปฏิบัติของผู้ให้บริการ พบว่า ทางไร่มีการจัดการอบรมให้แก่บุคลากร เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการทุกคนต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของรัฐบาล ในช่วงที่รัฐบาลประกาศให้มีการ Lockdown Exit ผู้ประกอบการตัดสินใจยุติการบริการส่วนของร้านอาหารไประยะเวลาหนึ่ง ทำให้ทางไร่ต้องนัดหมายเพื่อพูดคุยรายละเอียดการปฏิบัติงานทุกวันอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสื่อสารและกระตุ้นให้ผู้ให้บริการมีเป้าหมายใน การทำงานในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการแก้ไขปัญหาปรับปรุงและพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น นอกจากนี้ ผู้ให้บริการปรับปรุงการทำงานด้วยการเพิ่มเติมความรู้เรื่องไวรัสโควิด-19 แก่ผู้รับบริการ เป็นแนวทางการปฏิบัติให้ถูกต้อง อีกทั้ง ยังมอบหมายผู้ให้บริการระดับผู้จัดการเพิ่มมาตรการควบคุมและตรวจสอบการทำงานของผู้ให้บริการทุก 15 นาที ทุกแผนกต้องดูแลรักษาน้ำลาย ให้สวมกระบังป้องกันน้ำลาย (Face Shield) ระหว่างการปรุงและเสิร์ฟอาหาร พร้อมสวมถุงมือในกรณีที่สัมผัสกับภาชนะแต่ละชนิดและเงินทอนจากผู้รับบริการทุกครั้ง ใช้ภาชนะครอบอาหารที่ปรุงสุกแล้ว เพื่อลดการปนเปื้อน รวมทั้งการปลูกฝังวินัยกลุ่มผู้ให้บริการทำความสะอาดมือทุกครั้ง เว้นระยะห่างระหว่างการบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร กรณีที่ผู้ให้บริการมีอาการไอสูง มีน้ำมูก หายใจติดขัดต้องแจ้งหัวหน้าแผนกที่ควบคุมการปฏิบัติงานทันที หากผู้ให้บริการไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้กล่าวมาทั้งหมดจะถูกตักเตือนด้วยวาจาจากหัวหน้าแผนกทันทีเมื่อพบเห็น และการออกเป็นหนังสือตักเตือน เมื่อมีการพบเห็น หรือได้รับการร้องเรียนเป็นครั้งที่ 2

2.4 การสร้างไมตรีต่อผู้รับบริการ พบว่า ทางไร่ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรที่สะท้อนถึงความเอาใจใส่ ใช้เวลาพูดคุยกับกลุ่มผู้รับบริการ รับรู้ประเด็นการรักษาความสะอาดภายในพื้นที่บริการในช่วงที่ยังมีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดูแลความปลอดภัยด้านสุขภาพของผู้รับบริการ ในขณะเดียวกัน การพูดคุยสื่อสารเกี่ยวกับปัญหาที่พบในระหว่างการปฏิบัติงานถือเป็นการค้นหาข้อบกพร่องและป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นซ้ำในการให้บริการครั้งต่อไป เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะรสชาติอาหาร เครื่องดื่ม และกระบวนการให้บริการ อีกทั้งเพิ่มช่องทางการให้บริการควบคู่กับการส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ที่จะช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ อาทิ การจำหน่ายสินค้าของทางไร่ผ่านระบบบัตรสมาชิก เพื่อรับสิทธิประโยชน์จากทางไร่ รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้รับบริการสามารถชำระสินค้าและบริการ ในรูปแบบระบบออนไลน์ หรือพร้อมเพย์ทดแทนการสัมผัสเงินสดโดยตรง ขณะที่การดูแลผู้รับบริการในช่วงการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายและการสวมหน้ากาก หรือหน้ากากอนามัยในระหว่างการให้บริการ ภายใต้เงื่อนไขระยะเวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง

2.5 การสร้างความน่าเชื่อถือ พบว่า ทางไร่ใช้มาตรฐานของ SHA จากกระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นเครื่องหมายยืนยันความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ มาจัดแสดงไว้หน้าร้านและเว็บไซต์ อีกทั้งมีการเฝ้าระวังและเคร่งครัดต่อการรักษาความสะอาดตามมาตรการที่รัฐบาลได้ขอความร่วมมือ เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสต่อผู้รับบริการ ร่วมกับการขอความร่วมมือจากผู้รับบริการในการรักษาความสะอาด ในขณะที่กลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลักในแผนกบริการ (Waiter) ให้ความเห็นว่า การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโควิด-19 ควรเริ่มต้นจากการบริหารงานของจังหวัด ที่ต้องระบุให้กลุ่มธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวกำหนดวิธีการทำงานที่เป็นลำดับขั้นตอน ทางผู้รับบริการจะเกิดความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัย และเดินทางเข้ามาบริการในจังหวัดมากขึ้น ทางไร่คาดว่าจะนำไปใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ การสร้างความน่าเชื่อถือยังสามารถอธิบายความสอดคล้องของแนวทางการปฏิบัติที่ปรากฏในบทบรรณกรรมเกี่ยวกับ SHA และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสอดคล้องของแหล่งวรรณกรรมและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลักการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านทฤษฎีและด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ประกอบการ	ผู้ให้บริการ	ผู้รับบริการ
1. การคัดกรอง	1. พนักงานดูแลรักษาสุขอนามัยด้วยการสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า	1. สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าระหว่างเข้ารับบริการ
1.1 มีทางเข้า-ออกเพียงทางเดียว		
1.2 ตรวจวัดอุณหภูมิผู้ให้บริการและผู้รับบริการ	2. การเว้นระยะห่างระหว่างการปฏิบัติ	2. ให้ความร่วมมือในการตรวจวัดอุณหภูมิและบันทึกประวัติการเข้าใช้บริการ
1.3 จำกัดจำนวนคนเข้าร้านลดจ้อยละ 50 จากที่นั่งเดิมทั้งหมด	หน้าที่ย่อยน้อย 1 เมตร	
2. การสร้างแนวทางปฏิบัติ	3. ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์	3. ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ก่อนและหลังรับบริการ
2.1 ความสะอาดอุปกรณ์และวัสดุสัมผัสอย่างน้อยวันละ 3 ครั้ง	ในช่วงที่มีการปรับเปลี่ยนกิจกรรม	
2.2 มีผ้าครอบภาชนะอาหาร	4. หากมีไข้ขึ้นสูงต้องยุติการปฏิบัติหน้าที่	
2.3 มีการปรับสภาพแวดล้อมให้มีการถ่ายเทอากาศ		
2.4 การใช้วิธีการชำระเงินแบบออนไลน์ลดการสัมผัสธนบัตร		
2.5 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่ออธิบายวิธีการปฏิบัติ		3. การรับบริการไม่เกิน 1 ชั่วโมง

อภิปรายผล

1. ปัญหาและอุปสรรคช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของร้านจุ่มมอนซูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์: ผลการศึกษาพบว่า ทางร้านประสบปัญหาผู้รับบริการมีจำนวนลดลง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากไม่สามารถเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยได้ รวมทั้งไม่สามารถส่งออกสินค้าประเภทไวน์และบริการอื่น ๆ ไปยังต่างประเทศได้ ทำให้มีโครงสร้างรายได้ลดลงมากกว่าร้อยละ 50 เห็นได้จากการกำหนดอัตราค่าบริการของทางร้านแต่ละประเภทมีราคาสูง อาทิ รายการอาหารและเครื่องดื่มไวน์ ที่เหมาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้รับบริการชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับปานกลาง 15,000 บาทขึ้นไป และชาวต่างชาติที่มีกำลังการซื้อสูงกว่ากลุ่มชาวไทย อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยตกต่ำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ธิดา ศิริภัทรโสภณ. (2563) ที่อธิบายว่า การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของนานาประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยอย่างรุนแรง คาดว่าทางผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการบริการที่เป็นนิยามใหม่ จากผลกระทบดังกล่าวทางร้านจึงคิดกลยุทธ์ต่าง ๆ นอกเหนือจากการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดแล้วผู้ประกอบการได้มีการออกนโยบาย เพื่อช่วยเหลือบุคลากร ไม่มีการลดอัตราของบุคลากร และยังคงจ่ายเงินเดือนตามปกติ ทางร้านคาดการณ์พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้รับบริการในด้านการเดินทางและด้านสุขอนามัย ซึ่งในปัจจุบันผู้รับบริการมีการเดินทางมาอย่างไร้รอยต่อส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้พบปัญหาการใช้รถโดยสารสาธารณะของทางร้านลดน้อยลงและปัญหาของเส้นทางที่เดินทาง ในขณะที่ทางผู้ประกอบการและผู้จัดการควรให้ความสำคัญกับการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน ขยายลานจอดรถ การสวมหน้ากากอนามัยระหว่างการให้บริการในร้าน แนวทางของทางร้านดังกล่าวสอดคล้องกับวิจัยของ วาสนา จรูญศรีโชติกำจร และคณะ (2560) ที่อธิบายว่า ธุรกิจบริการควรมีการพัฒนาสภาพเส้นทางจราจรให้ดีขึ้น การพัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และป้ายบอกทางให้ชัดเจน รวมถึงการพัฒนากระบวนการขนส่งมวลชนที่สามารถรองรับผู้รับบริการให้เพียงพอ

2. แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบการบริการในการรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของร้านจุ่มมอนซูน แวลลีย์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

2.1 การระบุคุณลักษณะการบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับบริการ: ผลการศึกษาพบว่า ทางร้านให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายของผู้รับบริการ ร่วมกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เพื่อทดแทนกลุ่มผู้รับบริการต่างประเทศที่ไม่สามารถเดินทางเข้ามาใช้บริการได้ และรักษารายได้ให้แก่ทางร้าน อีกทั้งการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับบริการ และสถานการณ์ปัจจุบัน มีการใช้ส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่มจากบัตรเข้าชมไร่ กระตุ้นความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการรายใหม่ที่อาจไม่คุ้นเคยกับสินค้าและบริการของทางร้านมาก่อน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุรเดช สุเมธวิวัฒน์ (2562) พบว่า การส่งเสริมการขาย

ด้วยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้านความรู้สึก และเร่งพฤติกรรมการซื้อขายสินค้า หรือบริการได้เร็วขึ้นกว่าปกติ ช่วยดึงดูดการเข้ามาใช้บริการของผู้รับบริการได้ดี ทางไรรยังนำเสนอวิธีการจำหน่ายอาหารพร้อมเครื่องดื่มในราคาถูกกว่าปกติ พร้อมทั้งยังซื้อไวน์ของทางไร่กลับบ้านในราคาถูกกว่าซื้อดื่มที่ร้าน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา เรืองเนตร และสุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชูชาติ (2562) ที่อธิบายว่า การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เป็นแนวทางการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการประเมินส่วนแบ่งตลาดที่มีความหลากหลายของพฤติกรรมผู้รับบริการ จากนั้นจึงเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ถูกต้องและเหมาะสมกับสินค้าของผู้ประกอบการ

2.2 การวางแผนขั้นตอนรับมือ ผลการศึกษาพบว่า ทางไร่ปรับอัตราค่าบริการถูกลงกว่าช่วงสถานการณ์ปกติ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันด้วยต้นทุนต่ำ เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราค่าจ้างของผู้รับบริการชาวไทยที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก และมีความถี่ในการกลับมาซื้อซ้ำต่ำกว่า นอกจากนี้ ยังเพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เข้มงวดมากขึ้นกว่าเดิม และยังพบว่ากลุ่มผู้รับบริการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ตระหนักถึงความสำคัญของสุขอนามัยและความปลอดภัยในชีวิตมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภพ อุดจรงค์ (2563) ที่อธิบายว่า ผู้ให้บริการควรตระหนักถึงการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ หากเป็นระดับราคาเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถซื้อได้ หรือตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง จะช่วยสนับสนุนกลยุทธ์การตลาดไปใช้ในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันผู้รับบริการมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อ ด้วยการหาข้อมูลสินค้าจากหลายแหล่งข้อมูลและเปรียบเทียบราคาสินค้า เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบริการควรคำนึงถึงจำนวนของผู้รับบริการให้เพียงพอต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

2.3 การกำหนดแนวทางการปฏิบัติของผู้ให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ทางไร่คำนึงถึงภาพลักษณ์และมาตรฐานของการให้บริการที่ได้รับจากผ่านการตรวจประเมิน การรับรองผลการปรับปรุงสถานประกอบการ ตามข้อบังคับของรัฐที่กำหนดในช่วงวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ผ่านการฝึกอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้แก่กลุ่มผู้ให้บริการทั้งแผนกครัวและบริการ ที่ต้องคำนึงถึงความสะอาดถูกหลักอนามัยและความปลอดภัยในกระบวนการให้บริการแต่ละขั้นตอน อาทิ มีการจัดบริการหน้ากอกอนามัยเจลแอลกอฮอล์ล้างมือสำหรับผู้รับบริการ การรักษาระยะห่างกับผู้รับบริการและมีภาชนะปิดอาหารที่ปรุงสุกแล้วในระหว่างการเคลื่อนย้ายจากแผนกครัวมาสู่พนักงานบริการ รวมทั้งแต่ละขั้นตอนการบริการมีการตรวจสอบโดยหัวหน้าแผนกอย่างใกล้ชิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำทิพย์ เจริญการ และนฤมล นันทรักษ์ (2558) ที่อธิบายว่า ธุรกิจร้านอาหารไม่ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรสชาติเพียงอย่างเดียวเท่านั้น สิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาควบคู่ไปด้วย คือ ความสะอาด และความปลอดภัยของอาหารแต่ละรายการ เนื่องจากในแต่ละวันขั้นตอนการให้บริการมีสิ่งทำให้เกิดเชื้อโรคหลายชนิดเข้าสู่ร่างกายของผู้รับบริการ และยังเป็น การให้ความร่วมมือกับมาตรการทางกฎหมายของหน่วยงานที่คอยกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง

2.4 การสร้างมิตรต่อผู้รับบริการ ผลการศึกษาพบว่า ทางไร่แสดงความเอาใจใส่ในการให้บริการมากขึ้นกว่าในช่วงสถานการณ์ปกติ โดยอาศัยวิธีการสอบถามความพึงพอใจที่ผู้รับบริการได้รับ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นเชิงลึกที่สามารถระบุได้ถึงมุมมองความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการอย่างแท้จริง พร้อมกับการบอกเล่าถึงความเป็นมาของไร่เอง และการแนะนำกิจกรรมที่น่าสนใจให้ผู้รับบริการ อาทิ การนำชมไร่ กิจกรรมให้อาหารช้าง ก็เช่นกันเป็นแนวทางการนำเสนอรูปแบบการบริการที่เป็นตัวเลือกเพิ่มเติมและยังเป็นโอกาสที่จะสร้างรายได้ และยังเป็นการแสดงออกถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรเสริญ สัตถาวร (2563) พบว่า คุณภาพการบริการด้วยการใช้อัตริยาศัยไมตรีจิตจากผู้ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มผู้รับบริการ ดังนั้น ทางไร่สามารถพัฒนาการบริการที่สร้างมิตรจิตต่อผู้รับบริการ โดยกำชับแนวทางการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มใจผ่านการสังเกตและวิเคราะห์สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการเพื่อสร้างความสุขในการทำงานอย่างแท้จริงแก่ผู้ให้บริการ

2.5 การสร้างความน่าเชื่อถือ ผลการศึกษาพบว่า ทางไร่ใช้เทคนิคการดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้รับบริการให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง จำเป็นต้องมีสิ่งยืนยันความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการด้วยมาตรฐานความสะอาดที่ได้รับการตรวจประเมินจากกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พร้อมกับการนำเสนอข้อมูลที่เป็นแนวทางการปฏิบัติระหว่างการรับบริการด้วยป้ายประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับไวรัสโควิด-19 รวมทั้งเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานที่ได้รับการรับรองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการอธิบายกฎระเบียบ หรือเงื่อนไขที่ส่งเสริมความปลอดภัยให้แก่ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัย

ของ ธรรมชาติ แสงประเสริฐ (2558) ที่อธิบายว่า ความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อกลุ่มผู้รับบริการ อาจเกิดมาจากเอกสารรับรองความสะอาดเรียบร้อยในการปฏิบัติงาน การดูแลรักษาอุปกรณ์ และคุณภาพในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการคำนึงถึงความรู้ ความเข้าใจในการให้ความร่วมมือกับมาตรการที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้ต่อไปในระยะยาวจนกว่าวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดทั่วโลกจะสิ้นสุดลง

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษา แนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการของร้านอาหารภายใต้วิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ และกลุ่มผู้ให้บริการ จำเป็นต้องเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับบริบทของ New Normal พร้อมปรับปรุงการบริการให้ได้คุณภาพทั้งด้านโครงสร้างทางกายภาพ ทักษะบุคลากร และการใช้เครื่องมืออุปกรณ์เข้ามาอำนวยความสะดวก รวมถึงการกำหนดเป้าหมาย เพื่อเข้าตรวจประเมินตามมาตรฐาน SHA จากหน่วยงานของรัฐ ให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นและรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยจากสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1.1 จากการศึกษาพบว่า แม้ชื่อเสียงของทางร้านจะเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ผู้คนจำนวนมากมาใช้บริการที่ร้าน แต่เนื่องด้วยเส้นทางที่ยากลำบาก หากไม่ใช้คนพื้นที่อาจไม่สามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้ เนื่องจากป้ายบอกทางไม่ชัดเจน และมีจำนวนน้อย อีกทั้ง เส้นทางที่ใช้ในการสัญจรไปยังร้านไม่ได้รับการซ่อมบำรุง ถึงแม้จะเป็นปัจจัยภายนอกที่ทางร้านไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น ทางร้านควรมีการประสานงานกับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องระดับจังหวัด เพื่อเสนอพิจารณาดำเนินการซ่อมบำรุงเส้นทางสัญจรให้มีคุณภาพ และเพิ่มจำนวนป้ายบอกทาง

1.2 จากการศึกษาพบว่า บรรยากาศและการตกแต่งของทางร้านสร้างความรู้สึกประทับใจแก่ผู้รับบริการ มีพื้นที่ให้ถ่ายภาพและทำกิจกรรมมากมาย แต่มีเพียงแค่จุดเดียวเท่านั้นที่ผู้รับบริการสามารถขึ้นชมทัศนียภาพโดยรอบได้ นอกจากส่วนของภัตตาคารแล้วไม่มีบริเวณอื่นอีก ทางร้านควรเพิ่มจุดบริการชมทัศนียภาพ และการปรับภูมิทัศน์ให้สวยงามเอาไว้รองรับ พร้อมกับการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานส่วนท้องถิ่น และธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกับทางร้าน เพื่อขอความอนุเคราะห์ หรือการทาสัญญาเช่าที่จอดรถยนต์โดยสารในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ที่มีปริมาณผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก

1.3 จากการศึกษาพบว่า ทางร้านได้รับรางวัลและคำชื่นชมจากผู้รับบริการมากมาย จากการให้บริการที่ดีเยี่ยม นอกจากนี้ ผู้ให้บริการยังสามารถดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการเป็นอย่างดี อาทิ การแนะนำเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่เข้าคู่กัน การบอกถึงองค์ประกอบของอาหารได้อย่างถูกต้อง การบอกเล่าถึงความเป็นมาของร้าน แต่ในทางกลับกัน การติดต่อทางร้านเพื่อสำรองที่นั่งกลับอย่างยากลำบาก เนื่องจากไม่มีการตอบรับของผู้ให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการต้องพยายามติดต่อหลายครั้ง ดังนั้น ทางร้านควรมีผู้ให้บริการตอบรับการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ประจำอยู่เสมอ หรือการเพิ่มช่องทางการติดต่อทาง Line Application เพื่ออำนวยความสะดวกในการสำรองที่นั่ง หรือเข้าใช้บริการ และยังเป็นช่องทางสำหรับการจัดส่งกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ผู้รับบริการ และแนวทางการเข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการภายในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายทดแทนในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากไวรัสโควิด-19

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถนำข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เป็นแนวทางประยุกต์ใช้เรื่องแนวทางการพัฒนาบริการของร้านอาหารในเขตพื้นที่อื่น ๆ อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำไปประยุกต์ศึกษาในกลุ่มของธุรกิจประเภทอื่น เช่น ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคาเฟ่ สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ พร้อมเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการชาวไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรมโดยใช้ตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด แรงจูงใจ การบริการที่เป็นเลิศ ความต้องการ องค์ประกอบของธุรกิจร้านอาหาร คุณภาพบริการ

2.2 การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเข้าใช้บริการ และวิธีการแก้ไขปัญหาร้านอาหารในช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพ หรือการกำหนด

โครงสร้างเชิงนโยบายการขับเคลื่อนของธุรกิจร้านอาหารประเภทโรตังต่อไป เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่เท่านั้น การขยายขอบเขตการศึกษาควรมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันนโยบายทางธุรกิจ เช่น สมาคมร้านอาหารแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข อีกทั้ง การวิจัยในลักษณะนี้ยังสามารถใช้เป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนศึกษาในกรณีที่เกิดการแพร่ระบาดรอบใหม่ หรือแม้กระทั่งการอุบัติของโรคระบาดชนิดอื่น ๆ รวมทั้งยังเป็นการนำไปใช้วิเคราะห์แก้ไขปัญหาระดับมหภาคที่เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคการดำเนินกิจการ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม

การนำไปใช้ประโยชน์ในการทำวิจัย

1. ผลการศึกษาทำให้ทราบสาเหตุของการเกิดปัญหา ข้อจำกัดที่อาจเกิดจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ภายใต้ขอบเขตพื้นที่การศึกษาที่กำลังเผชิญหน้ากับการแก้ไขการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จากมุมมองของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ เพื่อนำไปใช้เป็นทิศทางใช้สนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคงหลังการแพร่ระบาดสิ้นสุดลง รวมทั้งยังสามารถนำไปใช้วางแผนการจัดสรรงบประมาณแก่ผู้ประกอบการ ภายใต้เงื่อนไขที่หน่วยงานของรัฐกำหนด

2. ผลการศึกษายังสามารถนำไปใช้ปรับปรุงธุรกิจให้เหมาะกับยุคสมัยปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ รวมทั้งยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ข้อค้นพบสามารถนำไปใช้เป็นมาตรการเตรียมความพร้อมแก้ไขคุณลักษณะของสินค้า และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการต่อไป โดยมุ่งเน้นรักษาความสะอาดและปลอดภัยแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจร้านอาหาร

การอ้างอิง

- กนกพรรณ อรรถันสกุล, รุจิรัตน์ โชติช่วงสถาพร และสุธาสินี เลิศวัชรสารกุล. (2563). **คู่มือเอาตัวรอดจากไวรัสฉบับกะทัดรัด**. กรุงเทพฯ: อະเคย์.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). **คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรนกิจการและกิจกรรมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 สำหรับประเภทกิจการและกิจกรรม กลุ่มที่ 1**. กรุงเทพฯ: อักษรกราฟฟิกแอนดส์ดีไซน์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). **แผนการดำเนินงานโครงการแนวทางการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย**. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายสินค้าการท่องเที่ยว ด้านสินค้าและธุรกิจการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลดิษฐ์ ชีรนาวนิชัย. (2553). **กลยุทธ์การประกอบการและปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านอาหาร บริเวณชุมชนสวนอ้อย เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร** (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ฉบับไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- ดวงพร ทรงวิเศษ. (2559). **71415 การจัดการบริการอาหารในสถาบัน**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2563). **ภารกิจยิ่งใหญ่ของ “เฉลิม อยู่วัฒนา” ปันโฉมไทยโด่งดังทั่วโลกเทียบเรดบูล**. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/1783583>.
- ธนสิน จันทเดช. (2560). **แนวทางการพัฒนาโปรแกรมการผลิตบุคลากรกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแผนกบริการส่วนหน้า เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียน**. วารสารวิจัยและพัฒนาโดยองค์กร ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(2), 89-102.
- ธรรมพฤษ แสงประเสริฐ. (2558). **การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของ ผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท เทตติ้ง อินสทูลเมนต์ จำกัด**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจปริญญาโทมหาบัณฑิต ฉบับไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

น้ำทิพย์ เติร์ยมีการ และนฤมล นันทรักษ์. (2558). การวิจัยและพัฒนาร้านอาหารให้ได้มาตรฐาน อาหารสะอาด รสชาติอร่อย.

วารสารบัณฑิตวิทยาลัย, 11(3), 153-161.

บุษกร เชี่ยวจินดาภานต์. (2561). เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์, 13 (25), 103-118.

ปริญญานาคปทุม และระชนานท์ ทวีผล. (2561). การพัฒนาคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุ. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 12(1), 254-269.

เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต. (2553). คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่น (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต

ฉบับไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.

มอนซูน แวลลีย์. (2562). ของขวัญสู่คนรุ่นหลัง. สืบค้นจาก <https://www.monsoonvalley.com/th/our-story>.

วาสนา จรูญศรีโชติกำจร, สุภาภรณ์ หมั่นหา, การันต์ เจริญสุวรรณ, กนิษฐา ศรีภิรมย์, วราจ งามบุตร และชลธิชา แสงงาม.

(2560). ประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร. วารสารวิทยาการจัดการ

สมัยใหม่. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 10(2), 213-229.

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2563). โรคระบาดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19): ผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมของไทยและกลยุทธ์ในการฟื้นฟูกิจการ. วารสารสมาคมนักวิจัย, 25(2), 10-30.

ศิริพร ต้นติพุลวินัย. (2538). การพัฒนาตน พัฒนาคุณภาพงาน. ชลบุรี: งามาธิดีพยาบาลสาร.

สมภาพ อุดจรงค์. (2563). กลยุทธ์การตลาดสินค้าออนไลน์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 12(1), 384-39.

สรเสรี สัตถาวร. (2563). อิทธิพลของคุณภาพการบริการ ความคุ้มค่า และอรรถประโยชน์ที่มีต่อความพึง

พอใจในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 17(1), 179-197.

สุรเดช สุขธนาวัฒน์. (2562). กลยุทธ์ส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภคในยุค Digital Marketing, 5(1), 172-177.

อาทิตยา เรืองเนตร และสุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชาติ. (2562). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย, 11(3), 1711-1722.

อังศนันท์ อินทรกำแหง และทัศนากา ทองภักดี. (2553). ผลการใช้วิธีการจัดการภาวะวิกฤตชีวิตด้วยตนเองตามแนว

ตะวันออกที่มีต่อ ภาวะวิกฤตชีวิต และความพึงพอใจของสตรีไทยสมรสวัยกลางคนในกรุงเทพมหานคร.

กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เออีซีพลัส บิสซิเนส แอดวิสโอรี่. (2562). อนาคตเกษตรในไทยแลนด์ 4.0. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/>

7375.

Davor, L., Andrijana, P. & Julija, P. (2018, April). Evolving Crisis Management-Current Jobs and Required Employee's Skills & Characteristics Analysis. In **6th International OFEL Conference on Governance**. Management and Entrepreneurship New Business Models and Institutional Entrepreneurs: Leading Disruptive Change, Dubrovnik.

Macmillan, T. (1971). **The Delphi Technique**, Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development. Monterey: California.

Yin, R. K. (2008). **Case Study Research: Design and Methods** Thousand Oaks. CA: Sage Publications.