



งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8

วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2564



BUSINESS

CONFERENCE 2021

The 8th
Business transition to the new normal

สารบัญ		หน้า
12.	กลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กเพจในจังหวัดพิษณุโลก :กนกนาถ ลิขิตไพรวัลย์	153
13.	การเปรียบเทียบผลการใช้งานต้นแบบระบบสารสนเทศทางการเงินและการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม กรณีศึกษากองทุนหมู่บ้านพระธาตุเจดีย์ อ.สันทราย จ. เชียงใหม่ :ปณณวัฒน์ วังอนุสรณ์ นนท ปิ่นเงิน และ ประภาพร กิจดำรงธรรม	174
14.	การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การยุควิถีใหม่ :กัญจน์นิษฐ์ กำเนิดเพชร	190
15.	การจัดวางสินค้าภายในร้านมีผลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อที่ใช้บริการร้าน B2S จังหวัดเชียงใหม่ :สุจิตตรา นันตา และ พีรยา สมศักดิ์	206
16.	การดำรงอยู่ของธุรกิจมาเช่าขายหาดหัวหินอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ :ปิยาพัชร พรหมมันฐ ปณิตา แอกประโคน สิริมา เจริญวัย ณิชพล พาลี และ มนต์สินี บุญมีศรีสง่า	223
17.	การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยการใช้สินค้าทดแทนในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร :สิริวิทย์ จันทร์เอียง ไพลิน บุญญะกรรจ์ บุญญิสรา ภาวโร เวธกา เมืองคลี สุจิรา ทองแท้ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์	238
18.	การปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ :ศลิษา รกรากทอง ธนายุต วรรณชัย ปณิสรา กลั้ววิหค พิษณุณี สุปันตี และ พิทักษ์ ศิริวงศ์	252
19.	การปรับตัวของผู้ประกอบการหญิงจากการระบาดของ โควิด-19 ในธุรกิจบริการขนาดเล็ก :แสงดาว แก้วสว่าง สุชาดา ทรัพย์สาร ศุภวัชร พงษ์วัชรวัชร์ และ เตชชี สันสี	266
20.	การปรับตัวของผู้ประกอบการหอพักเอกชนและนักศึกษา เพื่อรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี :พัชรีดา ชัยนติ พิทักษ์ ศิริวงศ์ นิรุชา รสภิรมย์ บุญสิตา บุญนาค และ ยศศิริ โคตรวงษ์	286
21.	การปรับรูปแบบการให้บริการของธุรกิจสนามกอล์ฟหลวงหัวหินภายใต้สถานการณ์ COVID-19 :พชรภมร ก้อนแก้ว พิทักษ์ ศิริวงศ์ จินห์นิภา แซ่ไหหล นฤมล จิตอาษากิจ และ สิริรัตน์ นิลวัฒน์	297
22.	การพัฒนาเว็บไซต์ขายสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนเห็ดพอเพียงนครศรีธรรมราช :อุทุมพร ศรีโยม และ พรศิลป์ บัวงาม	313
23.	การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงเรียนประทีปศาสน์พณิชยการ :พรศิลป์ บัวงาม อุทุมพร ศรีโยม วรวิมล แววันจิตร อภิลิทธิ์ ลักษณสุรางค์ และ นาบีล ประเสริฐดำ	324
24.	การพัฒนาช่องทางตลาดออนไลน์บนเพจของผลิตภัณฑ์กระดาษกาบกล้วยเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม :ปณณวิช บุรณกิจเจริญ และ อีระวัฒน์ จันทิก	336

การปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ศลิษา รกรากทอง^{1*} ธนายุทธ วรรณชัย² ปณิสสา กลั้ววิหค³ พิษณุภาณี สุปันตี⁴ พัทธ์ศ ศิริวงษ์⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1 สภาพทั่วไปและปัญหาการประกอบธุรกิจ 2 การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้วิธีศึกษาปรากฏการณ์วิทยาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้เชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องทางการจัดการบริหารโดยตรงของธุรกิจคาเฟ่ และพนักงานที่ได้รับมอบหมายงานในส่วนบริการ จำนวน 6 คน ผลการศึกษาพบว่าในช่วงสถานการณ์ลือคดวาม สภาพทั่วไปและปัญหาการประกอบธุรกิจมีดังนี้ 1 ลูกค้า 2 รายได้ 3 ผลลัพธ์ 4 กระบวนการให้บริการ 5 บุคลากร และการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ พบว่า 1 มีการลดต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรโดย 1.1 ลดต้นทุนในด้านวัตถุดิบในการประกอบอาหาร 1.2 ปรับลดรายการอาหาร 1.3 วางแผนการจัดการขนมที่ร้านผลิต 2 เพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยของพนักงาน และลูกค้าภายในร้านตามที่รัฐบาลกำหนด ช่วงหลังสถานการณ์คลายลือคดวามพบว่า สภาพทั่วไปและปัญหาการประกอบธุรกิจมีดังนี้ 1 กระบวนการให้บริการ 2 บุคลากร และการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ พบว่า 1 เพิ่มจำนวนพนักงาน 2 ขยายพื้นที่รองรับลูกค้า 3 แบ่งหน้าที่พนักงานอย่างชัดเจน 4 รักษาระยะห่างทางสังคม 5 ใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ 6 มีอุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิและแอลกอฮอล์ 7 จัดคิวในการให้บริการ และผู้ประกอบการมีการเพิ่มช่องทางในการโฆษณา

คำสำคัญ : การปรับตัว ผู้ประกอบการ โควิด-19 ธุรกิจ, หัวหิน

^{1*}, ², ³, ⁴ นักศึกษาสาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 094-456-2474, E-mail: rokrakthong_s@su.ac.th

⁵ รองศาสตราจารย์ ดร. , อาจารย์สาขาวิชาการจัดการการตลาด, มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Business Adaptation in Dealing with COVID-19 Situation of 111 Social Club Cafe in Huahin District Prachuap Khiri Khan Province

Salisa Rokrakthong^{1*} Tanayut Vorrmanuchai² Panisa klabwihok³

Pichayanee⁴ Supantee Phitak Siriwong⁵

Abstract

This qualitative research aims to study; 1. the general conditions and problems in running the business and 2. the entrepreneur adaptation during COVID-19 Situation of 111 Social Club Cafe in Huahin District Prachuap Khiri Khan Province. In this research, main samples are the professional relating to the business administration 111 Social Club Cafe and six employees who are responsible for a service section by using Phenomenological method with an in-depth interview. The result found that, during Lockdown situation, the general conditions and problems in running the business are 1. customers, 2. incomes, 3. products, 4. service process and 5. personnel and staff. For the entrepreneur adaptation, the result shown that, firstly, there is the diminishment in fixed and variable costs; 1. to reduce raw material costs in cooking, 2. to lower menu's lists, and 3. to manage the food and snacks of the cafe. Also, the cafe increases measures for employees and customers' safety as the government's order. After lifting the lockdown, the general conditions and problems in running the business are 1. the service process and 2. personnel and staff. In term of the entrepreneur adaptation, the cafe continues to; 1. increase number of employees, 2. expand wider spaces for supporting customers, 3. clearly assign duties to each employee, 4. keep social distancing, 5. use Thaichana application, 6. arrange Infrared thermometers and alcohol, and 7. line up the queue in servicing and add more advertising channels.

Keywords : Adaptation, The entrepreneur, COVID-19, Business, Hua-Hin

^{1*, 2, 3, 4} Are student within Faculty of Management Science, Silpakorn University, 094-456-2474, E-mail: rokrakthong_s@su.ac.th

⁵ Associate Professor Dr. ,Is Corresponding Author, Silpakorn University

บทนำ

ปัจจุบันเกิดภาวะการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 กระจายไปยังทั่วโลก โดยมีจุดกำเนิดมาจากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ต่อมาได้พบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศทั่วโลก เช่น ฮองกง มาเก๊า ไต้หวัน เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เป็นต้น จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และพบอัตราการเสียชีวิตจากโรคระบาดประมาณร้อยละ 2 ซึ่งร้อยละ 26.4 ของผู้เสียชีวิตเป็นผู้สูงอายุ และผู้ที่มีโรคประจำตัวมีโอกาสเสี่ยงที่จะเสียชีวิตเพิ่มขึ้น โดยผู้ที่เป็นโรคหัวใจมีอัตราการเสียชีวิตมากที่สุดร้อยละ 10.5 รองลงมาคือโรคเบาหวาน (ร้อยละ 7.3) และโรคระบบทางเดินหายใจเรื้อรัง (ร้อยละ 6.3) เนื่องจากมีหลักฐานในการติดต่อจากคนสู่คน และพบว่ามีภาวะระบาดในประเทศเพิ่มขึ้นในหลายพื้นที่ ณ วันที่ 12 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลก จึงได้ประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคระบาดที่เข้าภาวะระบาดครั้งใหญ่ กระจายไปยังหลายส่วนของโลก และแนะนำให้ทุกประเทศเร่งจัดการและเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคนี้ (แนวทางการดำเนินการเรื่องโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, กรมการควบคุมโรค) หลังจากนั้นทางองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้มีการประกาศเกี่ยวกับชื่อของไวรัสโคโรนา 2019 อย่างเป็นทางการในวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2563 โดยให้ชื่อกับไวรัสใหม่นี้ว่า “โควิด-19” ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่พบผู้ติดเชื้อรายแรกที่เดินทางมาจากจีนเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2563 จากการแพร่ระบาดโควิด-19 จึงทำให้องค์การอนามัยโลก (WHO) ประกาศให้ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ หลังจากสถานการณ์ที่ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อที่มาจากจีนและเริ่มพบผู้ติดเชื้อรายแรกในประเทศที่ไม่มีประวัติการเดินทางออกนอกประเทศในวันที่ 31 มกราคม 2563 หลังจากนั้นทำให้ยอดผู้ติดเชื้อในประเทศมีอัตราการติดเชื้อในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพราะคนในประเทศไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรคระบาดเนื่องจากเป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อน จึงทำให้ไม่สามารถรับมือกับไวรัสชนิดนี้ได้ (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, 2563)

คณะรัฐมนตรีได้มีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรเพื่อประกาศว่าการแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นโรคที่ติดต่อได้ง่ายและเป็นอันตรายอย่างมากต่อชีวิตของผู้ได้รับเชื้อประกอบกับในขณะนี้ยังไม่มีวัคซีนป้องกันโรคทั้งยังไม่มียารักษาโรคโดยตรง มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตจากโรคดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก องค์การอนามัยโลกจึงประกาศให้การระบาดของโควิด-19 เป็นการระบาดใหญ่และบังคับใช้มาตรการที่เข้มงวดและเร่งด่วนเพื่อควบคุมไม่ให้โรคแพร่ระบาดออกไปในวงกว้าง 2563 โดยขอความร่วมมือจากประชาชนให้ “อยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ” โดยการไม่ไปรวมตัวในที่สาธารณะเพื่อลดการแพร่กระจาย ควบคุมเชื้อโรค และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หลังจากนั้นได้มีการนำข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนด การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 เพื่อใช้ปฏิบัติเป็นการทั่วไปหรือใช้ในกรณีผ่อนผันหรือยกเว้นการปฏิบัติตามข้อกำหนดนี้ 1 ให้ทำความสะอาดโดยการเช็ดทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสของสถานที่ที่เกี่ยวข้องก่อนการจัดกิจกรรมและให้กำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน 2 ให้เจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการ ผู้ร่วมงาน ผู้ร่วมกิจกรรม ลูกจ้าง ผู้ใช้บริการสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า 3 ให้บุคคลตาม 2 ล้างมือด้วยสบู่ แอลกอฮอล์เจลหรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค 4 ให้บุคคลตาม 2 เว้นระยะนั่งหรือยืนห่างกันอย่างน้อยหนึ่งเมตรเพื่อป้องกันการติดต่อสัมผัสหรือแพร่เชื้อโรคทางฝอยละอองน้ำลาย 5 ให้ควบคุมจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมมิให้แออัดหรือลดเวลาในการทำกิจกรรมให้สั้นลงเท่าที่จำเป็นโดยถือหลักการหลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน (สุพิศ ปราณีตพลกรังและสุพิชญา ปราณีตพลกรัง, 2563)

เมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 เป็นเหตุให้หลายธุรกิจไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ ตามมาตรการป้องกันการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความร่วมมือเพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาด ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบโดยตรงในด้านรายได้ และการทำธุรกิจที่ยังคงมีรายจ่ายประจำเดือนเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ศิริธรรม, 2563) ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดที่จะนำของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club มาศึกษาเนื่องจากเป็นคาเฟ่เปิดใหม่ที่มีอาหาร เครื่องดื่ม ขนม และรวมถึงการออกแบบร้านที่ผสมผสานระหว่างยุคเก่ากับความเป็นสมัยใหม่ได้อย่างลงตัวริมทะเลหัวหินเป็นจุดเด่นที่ทำให้ลูกค้ามาเยือนคาเฟ่ เนื่องจากเป็นคาเฟ่แห่งใหม่ที่มีการเปิดธุรกิจในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในอำเภอเมืองหัวหิน จึงได้รับผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการต้องมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของธุรกิจที่ตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน โดยนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับตัวและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1 เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไปและปัญหาการปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2 เพื่อศึกษาวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งทำความเข้าใจเรื่องสภาพทั่วไปและปัญหาในการประกอบธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 โดยจะศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการประกอบธุรกิจในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ว่าเป็นอย่างไรและมีแนวทางในการปรับตัวของธุรกิจในการด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ด้านความปลอดภัย และด้านรายได้ได้อย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการประกอบธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ให้สัมภาษณ์คือผู้ที่เกี่ยวข้องทางการบริหารและการจัดการของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และพนักงานที่ได้รับมอบหมายงานในส่วนบริการ จำนวน 6 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ศึกษาธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club จากอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า มีคุณลักษณะสอดคล้องกับองค์ประกอบของเรื่องที่ต้องการศึกษา

ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ.2563 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2563 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 ทราบถึงสภาพทั่วไปและประกอบธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการบริการ ด้านรายได้ และด้านผลิตภัณฑ์

2 ทราบถึงการปรับตัวและการรองรับสถานการณ์ในด้านการประกอบธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 ทราบถึงสภาพทั่วไปและปัญหาการประกอบธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในด้านการบริการ ด้านรายได้ และด้านผลิตภัณฑ์

2 ทราบถึงการปรับตัวและการรองรับสถานการณ์ในด้านการประกอบธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โรคอุบัติใหม่

โรคติดต่ออุบัติใหม่เป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน เนื่องด้วยเป็นปัญหาในด้านเศรษฐกิจระดับประเทศ และแพร่กระจายเชื้อได้อย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่จะอันตรายมากขึ้น โรคเหล่านี้เคยเกิดขึ้นมาก่อนและสามารถกลับมาเกิดในช่วงปัจจุบัน การแพร่กระจายของเชื้อเกิดขึ้นในหลายภูมิภาค โดยชนิดของโรคแบ่งได้ตามความรุนแรงและลักษณะภูมิภาคที่แตกต่างกันออกไป จึงมีการจัดลำดับความรุนแรงของโรคเพื่อเฝ้าระวังและการรับมือให้ทันต่อเหตุการณ์ โรคติดต่ออุบัติใหม่ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นโรคติดต่อจากสัตว์สู่คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ป่าไม่ว่าจะเป็นโรคไข้หวัดนก และโรคซาร์สที่มาจากขมด โดยองค์ความรู้ของโรคเหล่านี้ในมนุษย์มีน้อย หรืออาจจะมียังมีความรู้เกี่ยวกับโรคในสัตว์อยู่บ้าง ซึ่งเรียกว่า โรคติดต่อจากสัตว์สู่คน (zoonosis) โดยให้นิยามว่าเป็นโรคติดต่อที่มีความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพของคนและสัตว์ โดยการระบาดแต่ละครั้งมนุษย์ได้ค้นพบข้อผิดพลาดและประสบปัญหาในการรับมือกับการระบาดโรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อใหม่ ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการขาดความรู้เกี่ยวกับเชื้อใหม่ (ศรีบุญชู ศรี, 2559)

จากบทความข้างต้นที่ถูกนำมาอ้างอิงเกี่ยวกับโรคอุบัติใหม่สรุปได้ว่า โรคอุบัติใหม่เกิดจากเชื้อใหม่เป็นโรคที่มีความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาพของคนและสัตว์ เนื่องจากโรคอุบัติใหม่มีความรุนแรงมากและสามารถแพร่กระจายเชื้อได้รวดเร็ว ส่งผลให้เป็นปัญหาสาธารณสุขและความมั่นคงของประเทศ

การปรับตัวของผู้ประกอบการยุคใหม่

การทำธุรกิจในสมัยก่อนไม่ยุ่งยากซับซ้อนและการแข่งขันในธุรกิจไม่รุนแรงเท่าปัจจุบันเนื่องจากระดับการแข่งขันถูกยกระดับขึ้น รวมถึงต้นทุนของการจ้างงานที่สูงเกินกว่าที่ธุรกิจจะจ้างคนได้ทุกตำแหน่ง อีกทั้งธุรกิจในปัจจุบันต้องปรับตัวให้เร็วขึ้นเพื่อให้ทันเหตุการณ์ต่อการแข่งขัน และเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคเพียงไม่กี่นาทีผู้ประกอบการยุคใหม่จึงต้องปรับตัวเองให้กลายเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ให้ได้ (กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล, 2562) ประกอบด้วย

1 ผู้ประกอบการสมัยใหม่ (Modern Entrepreneur) คือ บุคคลที่มีบุคลิกความเป็นผู้สร้างสรรค์และผู้ที่เกี่ยวข้องในสาขาวิชาที่สนใจ ในคนคนเดียว

2 Part Artist คือ ความเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ธุรกิจให้เข้าใจและสามารถถ่ายทอดสิ่งที่เป็นแนวคิดให้ออกมาเป็นจริงให้ได้ โดยความชำนาญที่จะต้องมี คือ

2.1 เข้าใจความสำคัญและสามารถสร้างเนื้อหาของธุรกิจตนเอง

2.2 สามารถสร้างภาพลักษณ์ และองค์ประกอบของธุรกิจได้ชัดเจน สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นแนวคิดสำหรับการนำไปพัฒนางานส่วนอื่นได้ เช่น สินค้า รูปแบบร้าน การโฆษณา รวมถึงการคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

2.3 มีวิสัยทัศน์ สามารถเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารและเครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม กำหนดลักษณะงานของธุรกิจ หรือเนื้อหาของสื่อที่จะใช้เป็นรูปแบบไหน

2.4 เล่นกับสื่อและใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีเอกลักษณ์ นำเสนอเรื่องราวของตนเองได้อย่างน่าสนใจ และน่าติดตาม

3. Part Scientist คือ ความเป็นผู้ที่สามารถวางแผนและวัดผลการทำงานของธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและรูปธรรม เพื่อให้การบริการงานไปตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม น่าเชื่อถือ

3.1 การวางระบบการทำงานขององค์กร ตั้งแต่ต้นจนจบงาน

3.2 การบริหารทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านงบประมาณ คน หรือทรัพย์สินอื่นๆ

3.3 ความสามารถในการวิเคราะห์ ใช้ข้อมูลเป็นตัวอ้างอิงประกอบการตัดสินใจในการทำงาน รวมถึงการนำระบบการจัดการสมัยใหม่มาสนับสนุนการทำงาน

3.4 เป็นนักบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพ และสามารถประเมินสถานการณ์รวมของธุรกิจได้อย่างแม่นยำ

จากทฤษฎีข้างต้นที่ถูกนำมาอ้างอิงเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้ประกอบการยุคใหม่ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการยุคใหม่ต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการจะต้องยึดความสร้างสรรค์ควบคู่กับการปฏิบัติที่ดำเนินงานได้จริง มีการดำเนินงานเป็นระบบแบบแผน ใช้ข้อมูลอ้างอิงในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการสมัยใหม่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการพัฒนาไปตามสภาพสังคมโดยเฉพาะการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ความปลอดภัยของร้านอาหาร

ความปลอดภัยของอาหาร เมื่อเกิดเหตุการณ์หรืออุบัติเหตุการของโรคที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคภายในประเทศหรือต่างประเทศ มักมีการแพร่กระจายสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ความไม่ปลอดภัยของอาหารจึงเป็นปัญหาที่ทำลายสำหรับนักวิชาการและองค์กรที่ต้องรับผิดชอบโดยตรง ควรเฝ้าระวังปัญหาความไม่ปลอดภัยอาหารก่อให้เกิดความตื่นตระหนกของลูกค้านักบริโภคขาดความเชื่อมั่นต่อสถานบริการอาหาร รวมทั้งอาคารสถานที่สิ่งสกปรกบนพื้นผิวดังกล่าวอาจปนเปื้อนสู่อาหารทำให้เกิดปัญหาต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ดังนั้นการฆ่าเชื้อที่มีประสิทธิภาพเป็นผลดีต่อสถานบริการอาหารหลายประการ การออกแบบ การติดตั้งของอุปกรณ์และเครื่องมือให้ถูกสุขลักษณะ โดยสามารถดูแล ทำความสะอาด และฆ่าเชื้อได้สะดวกทั่วถึง ตัวอย่างเช่น อุปกรณ์ที่ใช้ดักน้ำแข็งมีด้ามจับและมีที่วางที่ดักน้ำแข็ง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของผู้บริโภค เช่น สบู่เหลว น้ำยาฆ่าเชื้อ อ่างล้างมือ และกระดาษเช็ดมือ เป็นต้น ควรมีพร้อมใช้งานในบริเวณที่ใช้งานและบริเวณที่ต้องการความระมัดระวังเป็นพิเศษ (วราภาพ มหากาญจนกุล, สิริพร สอนเสาวภาคย์, สุตสาย ตรีวานิช และปรียา วิบูลย์เศรษฐ์, 2560)

จากทฤษฎีแนวคิดข้างต้นที่ถูกยกมาอ้างอิงที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของร้านอาหารสรุปได้ว่า สถานการณ์ปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพและสุขอนามัยเป็นสิ่งสำคัญ โดยร้านต้องตระหนักถึงผู้บริโภคและความปลอดภัยของอาหารเป็นอันดับหนึ่ง โดยการจะควบคุมคุณภาพ และทำความสะอาดฆ่าเชื้อตลอดเวลาให้ผู้บริโภคได้สัมผัส พร้อมที่จะให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อร้านอาหารและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Vanessa Ratten (2020) ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม พบว่า การปรับตัวของธุรกิจไลฟ์สไตล์มี 3 ช่วงคือ ช่วงก่อนวิกฤตผู้ประกอบการมีการปรับตัวแบบมุ่งเน้นความต้องการของตนเองโดยอยู่บนพื้นฐานของแนวโน้มทางสังคมและคาดการณ์ความต้องการระยะยาวของผู้ประกอบการไลฟ์สไตล์ ในช่วงวิกฤตผู้ประกอบการจัดลำดับความสำคัญของทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในระยะยาว และให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ประกอบการไลฟ์สไตล์ที่กำลังเผชิญปัญหาเพื่อให้สามารถแข่งขันภายในธุรกิจได้ และในช่วงหลังเกิดวิกฤตผู้ประกอบการมุ่งเน้นวิถีการใช้ชีวิตที่เกิดขึ้นใหม่สำหรับตนเองและให้ความสำคัญในแง่ของการเป็นผู้ประกอบการ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ของธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) มีวิธีการศึกษาและทำความเข้าใจ โดยมุ่งประเด็นประสบการณ์ของบุคคลที่ผ่านประสบการณ์นั้น รับรู้และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่ประจักษ์อย่างใดบ้างต่อเหตุการณ์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือหลัก (นิศา ชูโต, 2545)

1 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องทางการจัดการบริหารโดยตรงของธุรกิจคาเฟ่ และพนักงานที่ได้รับมอบหมายงานในส่วนบริการ จำนวน 6 คน

2 เครื่องมือในการวิจัย คือ เครื่องมือที่ช่วยให้ได้ข้อมูลดิบเกี่ยวกับปัญหา และการปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้สร้างคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นปลายเปิด เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 โดยมีแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ดังนี้

- 2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่/พนักงานพบเจอปัญหาใดบ้างในช่วงสถานการณ์โควิด-19
- 2.2 ผลกระทบต่อรายได้ก่อน และ หลังเกิดสถานการณ์โควิด-19 มีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด
- 2.3 มีวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น กับสถานการณ์อย่างไร ทั้งด้านรายได้ การบริหารธุรกิจ
- 2.4 ทางผู้ประกอบการ/พนักงานมีแนวทางการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และมีมาตรการในการป้องกันอย่างไรบ้าง เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้าที่จะเข้าใช้บริการ

2.5 ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการอย่างไรบ้าง

2.6 ผู้ประกอบการมีการวางแผนธุรกิจในอนาคต หรือไม่ หากสถานการณ์โควิด-19 ยังไม่บรรเทา เพื่อให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้

3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาดังแต่เดือนกันยายน ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้สัมภาษณ์โดยสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทในการบริหารหรือให้บริการโดยตรง และเป็นผู้ที่มีข้อมูลภายในธุรกิจ ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ใช้อุปกรณ์ในการบันทึกภาพและเสียง เพื่อให้เก็บข้อมูลได้ครบถ้วนในกรณีที่ผู้จัดบันทึกไม่สามารถจดส่วนสำคัญได้ทั้งหมด

3.2 การศึกษาเอกสาร (Document Analysis) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย โดยศึกษาจากเอกสาร หนังสือ และวิจัยที่เกี่ยวข้องของห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร

3.3 การจดบันทึก (Field-note) ผู้วิจัยได้รับอนุญาตในการบันทึกเสียงด้วยไอโฟนในช่วงเวลาสัมภาษณ์ โดยให้ความสำคัญกับบทสัมภาษณ์ มีการจดบันทึกข้อมูลในประเด็นสำคัญระหว่างการสัมภาษณ์และใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมโดยการสังเกตกลุ่มตัวอย่างระหว่างการสัมภาษณ์ สังเกตการบริการลูกค้า และบริบทสิ่งแวดล้อมของพนักงานเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการ

4 การตรวจสอบข้อมูล การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล 1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล คือการพิสูจน์ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อพิจารณาว่าข้อมูลที่รับถูกต้องหรือไม่ 2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย คือการตรวจสอบผู้วิจัยแต่ละบุคคลว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวข้อมูลเป็นไปในทิศทางใดหรือสรุปผลการวิจัยเป็นอย่างไร 3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี คือ การเปรียบเทียบทฤษฎีจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ทราบความแตกต่างของข้อมูล 4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล คือ การใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลในวิธีต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน (สุภางค์ จันทวนิช, 2555)

5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารธุรกิจคาเฟ่ ร้าน 111 Social Club โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแกะเป็นคำต่อคำ (Verbatim) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลโดยการสร้างรหัสข้อมูลนำไปจัดเกลาข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อยืนยันความถูกต้องให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของวิจัยและสามารถนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analytics) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อสรุปผลและสร้างความสมบูรณ์ของวิจัย (วรรณดี สุทธิสาร, 2559)

ผลการวิจัย

1 สภาพทั่วไปและปัญหาการปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 จากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้

ช่วงสถานการณ์ล็อกดาวน์

ด้านลูกค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของร้านเป็นกลุ่มลูกค้า Gen Y มีช่วงอายุ 21 – 37 ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการจัดสรรเวลาในการทำงานและการท่องเที่ยวที่สมดุลกัน ดังนั้นมาตรการที่รัฐบาลออกมาเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบโดยตรงทำให้กลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางออกจากเขตพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่ได้

ด้านรายได้ เนื่องจากร้านเพิ่งเปิดตัวธุรกิจคาเฟ่ในเดือน ธันวาคม 2562 หลังจากนั้นเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในช่วงเดือนมีนาคมส่งผลกระทบจากการที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้ามาท่องเที่ยว จึงทำให้รายได้จากการทำธุรกิจลดลงไปถึง 70% ของรายได้ก่อนเกิดผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านมีการจำหน่ายขนมที่หลากหลายเมนู เช่น ขนมเบเกอรี่ ไอศกรีม และขนมที่นำมาจัดรวมกับขนมไทยที่มีชื่อเสียงในอำเภอหัวหิน เป็นต้น เมื่อร้านต้องเผชิญกับสถานการณ์โควิด-19 ทำให้จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านมีจำนวนลดลงเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลต่อปริมาณขนม และเครื่องดื่มภายในร้านที่หมดอายุและสินค้าที่เมื่อเก็บไว้นานคุณภาพของสินค้าไม่เหมาะสำหรับการจำหน่ายไอศกรีมในบางรสชาติของทางร้านหมดอายุจึงทำให้ต้องกำจัดทิ้งไปบางส่วนเพราะไอศกรีมโฮมเมด (Homemade) มีวิธีการผลิตที่พิถีพิถันและส่วนผสมไม่มีวัตถุกันเสีย จึงทำให้มีอายุการบริโภคที่จำกัด ผู้ประกอบการใช้วิธีทิ้งสินค้าเหล่านี้

ด้านกระบวนการให้บริการ ในช่วงแรกของการแพร่ระบาดของโควิด-19 รัฐบาลมีมาตรการเกี่ยวกับร้านอาหารเรื่องการบังคับให้ปิดสถานประกอบการ จึงไม่สามารถเปิดบริการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในร้านในช่วงแรก หลังจากสถานการณ์ผ่อนคลาย สถานประกอบการสามารถเปิดบริการลูกค้าได้ตามปกติแต่จะต้องมีการควบคุมจำนวนผู้เข้าใช้บริการเพื่อรักษาระยะห่างและความปลอดภัยของผู้บริโภค

ด้านบุคลากร ก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีจำนวนบุคลากรในร้านเป็นจำนวนมาก หลังจากเกิดสถานการณ์จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องกำหนดเวลาการทำงานของพนักงานเพื่อควบคุมจำนวนพนักงานในร้านให้ตรงตามมาตรการที่รัฐบาลกำหนดและเป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายของพนักงาน

ช่วงหลังสถานการณ์คลายล็อกดาวน์

ด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจากมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเกินความคาดหมายจึงทำให้พื้นที่ในการรองรับการให้บริการลูกค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการการให้บริการ

ด้านบุคลากร เนื่องจากลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากจึงเกิดปัญหาพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

2 การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 จากการศึกษาพบว่า

การปรับตัวช่วงลือคตาวน

2.1 มีการลดต้นทุนคงที่ (Fix cost) ในการบริการและลดต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) ในด้านวัตถุดิบในการประกอบอาหาร

2.1.1 ลดจำนวนเวลาการทำงานของพนักงานโดยปรับแผนการทำงานของร้านเป็นการลดเวลาการทำงานของพนักงานให้เหลือจำนวน 1 – 2 คนภายในร้านต่อวัน เพื่อลดต้นทุนภายในร้านเพราะในช่วงลือคตาวนไม่จำเป็นต้องมีจำนวนพนักงานมากเนื่องจากไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในร้าน

2.1.2 การปรับลดรายการอาหาร โดยการยกเลิกรายการอาหารที่มีส่วนประกอบของขนมไทยที่ทางร้านสั่งจากร้านขนมไทยในอำเภอหัวหิน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการผลิตของขนมไทยจากคู่ค้าที่ส่งขนมไทยให้กับทางร้าน เพื่อรักษาคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

2.1.3 ด้านขนมที่ทางร้านผลิตเอง ผู้ประกอบการได้บริหารจัดการด้านจำนวนขนมที่ผลิตเองโดยการคาดการณ์จำนวนสินค้าที่ขายต่อวันเพื่อลดความเสี่ยงด้านต้นทุนของขนมหมดอายุ

2.2 การเพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยของพนักงาน และลูกค้าภายในร้านตามที่รัฐบาลกำหนด

2.2.1 มีการบังคับให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัย และสวมถุงมือ ตลอดการให้บริการลูกค้า

2.2.2 มีการบังคับให้พนักงานใช้แอลกอฮอล์ล้างมือก่อนและหลังการให้บริการลูกค้า

2.2.3 มีการให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าที่หน้าร้านแต่ไม่สามารถนั่งรับประทานได้ โดยใส่บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ

2.2.4 เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยมีร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) ได้แก่ GrabFood และ Foodpanda เพื่อเพิ่มรายได้และความสะดวกสบายในการบริโภคสินค้าและบริการจากทางร้าน โดยมีการจัดพื้นที่สำหรับพนักงานรับส่งอาหารเพื่อรอทางร้านจัดรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งผ่านระบบแอปพลิเคชัน

การปรับตัวหลังสถานการณ์คลายลือคตาวน

หลังคลายมาตรการลือคตาวน อำเภอหัวหินเป็นอำเภอที่เปิดให้ท่องเที่ยวก่อนเมืองอื่น ๆ ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากเกินความคาดหมายของร้าน ผู้ประกอบการจึงปรับตัวดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการมีมาตรการเพิ่มขึ้นหลังจากช่วงสถานการณ์ลือคตาวน

2.1.1 ผู้ประกอบการเพิ่มจำนวนพนักงานโดยการให้พนักงานกลับมาทำงานตามปกติและรับสมัครพนักงานเพิ่ม เพื่อให้เพียงพอต่อการรองรับลูกค้า

2.1.2 เนื่องจากร้านมีลักษณะเป็นตัวอาคารยกสูงชั้นเดียว จึงไม่เพียงพอต่อการรองรับลูกค้า เนื่องจากร้านตั้งอยู่ติดชายหาด ผู้ประกอบการจึงมีการขยายโซนที่นั่งด้านนอกตัวอาคาร และมีตกแต่งให้สวยงาม เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการและรองรับลูกค้าได้เพียงพอ

2.1.3 มีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานอย่างชัดเจนเพื่อความรวดเร็วในการดำเนินงาน ลดการทำงานทับซ้อนของพนักงาน และลดความผิดพลาดในการให้บริการ

2.1.4 มีมาตรการการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ภายในร้าน

2.1.5 มีการลงชื่อเข้าใช้บริการร้านผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะก่อนและหลังการเข้าใช้บริการตามที่รัฐบาลกำหนด

2.1.6 มีอุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิและแอลกอฮอล์ สำหรับฆ่าเชื้อก่อนเข้าใช้บริการ

2.1.7 กรณีที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากเกินกว่าที่รัฐบาลกำหนด ร้านมีมาตรการในการรองรับลูกค้าโดยการจัดคิวในการเข้ามาใช้บริการ

2.2 มีเพิ่มช่องทางในการโฆษณาโดยการใช้ผู้ที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ (Influencer) ในการโฆษณาเพื่อเพิ่มยอดขายและดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้บริการผ่านทางสื่อออนไลน์ (Social Online) เพราะทางร้านต้องการเป็นคาเฟ่ในอำเภอหัวหินที่คนรู้จักและอยากเข้ามาใช้บริการ

สรุปผลการวิจัย

1 สภาพทั่วไปและปัญหาการปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19

จากการศึกษาสรุปได้ดังนี้ สภาพทั่วไปและปัญหาการประกอบธุรกิจในช่วงสถานการณ์ลือคตาวนเกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเนื่องจากรัฐบาลมีมาตรการไม่ให้เห็นทางออกนอกเขตพื้นที่ ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศได้รับผลกระทบเป็นจำนวนมากส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบโดยตรงด้านลูกค้าลดลงไปจำนวนมาก จึงทำให้ด้านบริการภายในร้านลดลงเนื่องจากไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในร้านผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับลดเวลาการทำงานของพนักงานให้บริการลดน้อยลง ด้านผลิตภัณฑ์ไม่สามารถจำหน่ายได้ตามจำนวนที่ทางร้านตั้งเป้าหมายจึงต้องลดปริมาณอาหารและทั้งอาหารที่หมดอายุ จากปัญหาด้านลูกค้า ด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร ส่งผลให้รายได้จากการทำธุรกิจลดลง เมื่อเข้าสู่สถานการณ์คล้ายลือคตาวนสถานการณ์ท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัวทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่จึงทำให้พนักงานที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

2 วิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19

จากการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในการทำธุรกิจในช่วงสถานการณ์โควิด-19 แบ่งได้เป็น 2 ช่วง คือ ช่วงสถานการณ์ลือคตาวน พบว่า ร้านมีการลดต้นทุน (Fix cost) และลดต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) โดย 1 ลดต้นทุนในด้านวัตถุดิบในการประกอบอาหาร 2 ปรับลดรายการอาหาร 3 มีการวางแผนในการจัดการขนมที่ร้านผลิตด้วยตนเอง และพบว่าการเพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยของพนักงาน และลูกค้าภายในร้านตามที่รัฐบาลกำหนด โดย 1 บังคับให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัย 2 บังคับให้พนักงานใช้แอลกอฮอล์ล้างมือ 3 เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ 4 เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยมีร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) ช่วงสถานการณ์หลังคล้ายมาตรการลือคตาวน พบว่า ผู้ประกอบการมีมาตรการเพิ่มขึ้นจากช่วงสถานการณ์ลือคตาวน จึงทำให้ร้านมีการปรับการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรการของรัฐโดย 1 เพิ่มจำนวนพนักงาน 2 ขยายพื้นที่รองรับลูกค้า 3 แบ่งหน้าที่พนักงานอย่างชัดเจน 4 รักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) 5 มีการใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ 6 มีอุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิและแอลกอฮอล์ 7 มีการจัดคิวในการให้บริการ และพบว่าผู้ประกอบการมีการเพิ่มช่องทางในการโฆษณาโดยการใช้ผู้ที่มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ (Influencer)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่มีความรุนแรง และแพร่ระบาดได้รวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในวงกว้างจึงทำให้รัฐบาลออกมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ซึ่งผลวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ คำนวณ อึ้งชูศักดิ์ (2562) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโรคโควิด-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ที่แพร่จากคนสู่คนผ่านการได้รับฝอยละอองที่ออกมาจากปากและจมูกของผู้ติดเชื้อไปสู่คนใกล้ชิดเนื่องจากเป็นโรคที่คนไม่มีภูมิคุ้มกันจึงแพร่ระบาดได้รวดเร็ว จึงมีมาตรการที่ใช้ในการควบคุมโรคระบาดโควิดสามกลุ่มใหญ่ๆ กลุ่มแรกคือมาตรการทางด้านสาธารณสุขและการแพทย์ ได้แก่ การตรวจให้พบผู้ติดเชื้อนำมาแยกกักกัน ค้นหาผู้สัมผัส แยกกักกลุ่มเสี่ยง และสุ่มลักษณะ กลุ่มที่สองคือมาตรการด้านสังคม โดยการเพิ่มระยะห่างของผู้คนและยกเลิกกิจกรรมทางสังคมที่รวมกลุ่มคนมากๆ การให้สวมหน้ากากอนามัย และกลุ่มที่สามเป็นมาตรการที่บังคับให้ทุกคนอยู่ในบ้านและปิดกิจการต่าง ๆ ที่เสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ

เนื่องด้วยในสถานการณ์ปัจจุบันทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ จึงมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและมีการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ธุรกิจด้วยวิธีการต่าง ๆ เนื่องจากร้านมีการเปิดตัวได้ไม่นานจึงต้องใช้การโฆษณาผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อโซเชียล (influencer) ควบคู่กับการจัดการแถลงข่าวเพื่อสร้างและกระตุ้นการรับรู้แก่ผู้บริโภค อีกทั้งมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบการจัดส่งถึงที่ (Delivery) ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ (Partner) เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งผู้ประกอบการสามารถวางแผนการปฏิบัติงานภายในร้านได้อย่างเป็นระบบโดยมีการบริหารทรัพยากรทั้งในด้านงบประมาณต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้สอดคล้องกับรายได้ที่ทางร้านได้รับ โดยมีการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบก่อนนำมาตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ ซึ่งผลของร้านสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vanessa Ratten (2020) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไลฟ์สไตล์ในช่วงวิกฤตที่ผู้ประกอบการจัดลำดับความสำคัญของทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในระยะยาว และให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ประกอบการไลฟ์สไตล์ที่กำลังเผชิญปัญหาเพื่อให้สามารถแข่งขันภายในธุรกิจได้

ผู้ประกอบการมีการรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกสถานที่การให้บริการ เพื่อเพิ่มความมั่นใจต่อการใช้บริการของผู้บริโภค ด้านพนักงานจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบโดยสวมหน้ากากอนามัย การสวมถุงมือและใช้เจลแอลกอฮอล์ก่อนและหลังสัมผัสอาหาร ด้านลูกค้ามีการจำกัดจำนวนคนภายในร้านเพื่อสร้างระยะห่างลดการแพร่เชื้อ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านสุขอนามัยของผู้บริโภค โดยมีการวางเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่างๆภายในร้าน ซึ่งผลของร้านสอดคล้องกับ วราภาท มหากาญจนกุล, สิริพร สธนเสาวภาคย์, สุดสาย ตรีวานิช และปริยา วิบูลย์เศรษฐ์ (2560) โดยกล่าวว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์หรืออุบัติการณ์ของโรคที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค ต้องเฝ้าระวังความไม่ปลอดภัยของอาหารเพื่อลดความตื่นตระหนกของผู้บริโภคและสร้างความเชื่อมั่นในสถานบริการอาหาร รวมถึงอาคารสถานที่โดยจะต้องดูแลทำความสะอาดฆ่าเชื้อได้อย่างทั่วถึง มีสิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนสุขลักษณะส่วนบุคคล

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

1 จากการวิจัยพบว่าในปัจจุบันธุรกิจคาเฟ่ได้รับความนิยมอย่างมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการมีคู่แข่งทางธุรกิจในตลาดจำนวนมาก ดังนั้นทางผู้ประกอบการจึงควรใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่มเจนเนอเรชันอื่นเพื่อเพิ่มยอดขาย

2 จากการวิจัยพบว่าลักษณะทางร้านเป็นอาคารยกสูงคล้ายบ้าน จึงทำให้การเข้าใช้บริการต้องถอดรองเท้าก่อนเข้าใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนทางเพื่อจัดระเบียบการวางรองเท้า และควรจัดพื้นที่ในการวางรองเท้าของผู้เข้าใช้บริการเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม

3 จากการวิจัยพบว่ารายการอาหารมีให้เลือกน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มรายการอาหารให้มีความหลากหลาย เพื่อสร้างทางเลือกและสร้างความประทับใจให้ผู้เข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1 ควรศึกษาการสร้างโอกาสในการแข่งขันทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสในการทำธุรกิจให้มากขึ้น

2 ควรศึกษาการใช้สื่อการตลาดยุคใหม่ของธุรกิจคาเฟ่ เพื่อทราบถึงความสามารถในการกระจายข่าวสารและความสามารถในการดึงดูดลูกค้าของธุรกิจคาเฟ่

3 ควรศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจคาเฟ่ เพื่อทราบถึงความสามารถในการบริหารองค์กรเพื่อสร้างศักยภาพให้กับพนักงานและองค์กร

รายการอ้างอิง

- กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล. (2562). การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเ็ดยูเคชั่นจำกัด.
- ธนาสนธิ์ ธรรมกุล, ชุขณา สวนกระต่าย, โอภาส พุทธเจริญ, กมลวรรณ จุติวรกุล, และกำพล สุวรรณพิมลกุล. (2559). Pearls & Pitfalls in Infectious Disease. กรุงเทพฯ: สมาคมโรคติดต่อแห่งประเทศไทย.
- นิตา ชูโต. (2548). การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัทพรินต์โพรจำกัด.
- วรภา มหากาญจนกุล, สิริพร สธนเสาวภาคย์, สุดสาย ตริวานิช, และปรียา วิบูลย์เศรษฐ์. (2560). การจัดการความปลอดภัยอาหารสำหรับงานบริการอาหาร (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณดี สุทธิสาร. (2559). การวิจัยเชิงคุณภาพการวิจัยในกระบวนการค้นทางเลือก (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- ศิริธรรม สว่างพลอย. (2563). เรียกร้องให้รัฐช่วยเหลือธุรกิจร้านอาหาร บาร์ คาเฟ่ ก่อนล้มละลายเพราะสถานการณ์โควิด-19. สืบค้น 18 กันยายน 2563, จาก <https://www.change.org>
- สุพิศ ปราณีตพลกรัง, และสุพิชญา ปราณีตพลกรัง. (2563). คู่มือกฎหมายเกี่ยวกับโควิด (COVID – 19). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2555). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2563). ลำดับเหตุการณ์สถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19. สืบค้น 17 กันยายน 2563, จาก <https://covid19.thaipbs.or.th/timeline/>
- Vanessa Ratten. (2020). Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 116 , 12. doi: 10.1108/JEEE-06-2020-0163



คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

63 หมู่ 4 ตำบลหนองหารอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ : 053-873550 ต่อ 888 แฟกซ์ : 053-873569