

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด
จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
Factors Affecting Quality Service Management of Fresh Coffee Shop
Entrepreneurs in Songkhla Province after the Coronavirus Disease 2019
(COVID-19) Crisis

รวีวรรณ พวงสอน^{1*} กาญจนพัฐฐ์ กลับทับลัง²
Rawiwan Pounsorn^{1*}, Karnjanapat Klabtublang²

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

¹⁻²Faculty of Liberal Arts Rajamangala University of Technology Srivijaya

*Corresponding author, e-mail: rawiwan.p@rmutsvmail.com

Received November 7, 2024; Revised March 27, 2025; Accepted March 28, 2025

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 2) ประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา และ 3) เสนอแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการวิจัยแบบผสม โดยงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกาแฟสดในจังหวัดสงขลา จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟสด จำนวน 127 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีคุณภาพการจัดการด้านปัจจัยการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านปัจจัยการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ 2) ความพึงพอใจในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการที่ผู้ประกอบการร้านมีนโยบายให้ลูกค้างดสูบบุหรี่ หรือการกระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านระบบ e-payment หรือ หากชำระด้วยเงินสดมีภาชนะรับเงินหรือสวมถุงมือ กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาสำหรับผู้ปฏิบัติงาน พื้นที่ให้บริการต้องเป็นลักษณะโล่งและระบายอากาศ มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์

เจลไม่ต่ำกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น และ 3) สำหรับแนวทางการปฏิบัติสำหรับธุรกิจร้านกาแฟสด หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ได้แก่ มาตรการคัดกรองอาการป่วย มาตรการในการป้องกันโรค และมาตรการการทำความสะอาด

คำสำคัญ : กาแฟสด คุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการร้านกาแฟ

Abstract

The purposes of this research were to 1) investigate the service quality management of fresh coffee shop entrepreneurs in Songkhla Province after the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic, 2) evaluate customer satisfaction with the service and the management, and 3) offer guidelines for managing the service quality after the crisis. The study took a mixed-methods approach, integrating both quantitative and qualitative procedures. The quantitative data was collected by means of questionnaires from 384 customers of the coffee shops. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. The qualitative data was obtained by means of semi-structured interviews. 127 managers of the fresh coffee shop entrepreneurs were purposefully invited to participate in the interviews. A content analysis was carried out on the interview data. The analysis found that the quality of the management was at a high level and was affected by these factors: responsiveness, understanding, customer recognition, promptness, dependability, and trustworthiness. The customers' satisfaction was also at a high level. The satisfaction was concerned with a non-smoking or similar policy, airborne disease prevention measures, availability of e-payment or measures for cash payment, including a service tray, wearing a glove or a mask, an open-air service area, a cleaning area with soap, or no less than 70% alcohol gel. As for guidelines for managing the service quality after the COVID-19 pandemic, it was recommended to include screening for illness, disease prevention, and cleaning measures.

Keyword: fresh coffee, quality service, coffee shop entrepreneur

บทนำ

ร้านกาแฟเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการตั้งแต่รายเล็กไปจนถึงรายใหญ่ เห็นได้จากรายงานของ Euromonitor ที่แสดงตัวเลขของตลาดร้านกาแฟในประเทศไทยโดยมีมูลค่าสูงถึง 21,220 ล้านบาท ในปี 2560 หรือขยายตัวกว่าร้อยละ 10 เทียบกับปีที่ผ่านมา นอกเหนือจากนี้ ปริมาณการบริโภคกาแฟในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 5-6 โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2558-2560 รวมถึงปริมาณเมล็ดกาแฟชนิดที่ยังไม่ได้คั่วที่ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ ในปี 2560 ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2555

ถึงร้อยละ 93 ในระยะเวลาเพียงแค่ 5 ปี โดยตัวเลขเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีปัจจัยบางอย่างที่อาจส่งผลให้ตลาดร้านกาแฟ ขยายตัวขึ้น ได้แก่ รายได้และจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น โดยอาจมีผลให้ลูกค้ามีอำนาจการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในส่วนของผู้ประกอบการก็ได้มีการตอบสนองกับจำนวนอุปสงค์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีการเพิ่มจำนวนสาขาร้านกาแฟที่จะเปิดตัวจากแผนธุรกิจในหลาย ๆ แพรนไชส์ ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 13 ต่อปี โดยปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการคาดการณ์ในเชิงบวกของผู้ประกอบการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจกาแฟในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจร้านกาแฟจะมีแรงสนับสนุนจากทั้งทางฝั่งอุปสงค์และอุปทาน แต่การลงทุนในธุรกิจชนิดนี้ก็ยังคงมีความท้าทายทั้งทางด้านการเงินและทางด้านธุรกิจอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันที่สูงมากในร้านกาแฟกลุ่ม Non Franchise ทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจควรที่จะศึกษาและพิจารณาให้รอบคอบถึงโอกาสและความท้าทายต่าง ๆ เพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของธุรกิจร้านกาแฟที่เปลี่ยนแปลงไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) อีกทั้งแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลาหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการมาใช้บริการ เพื่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

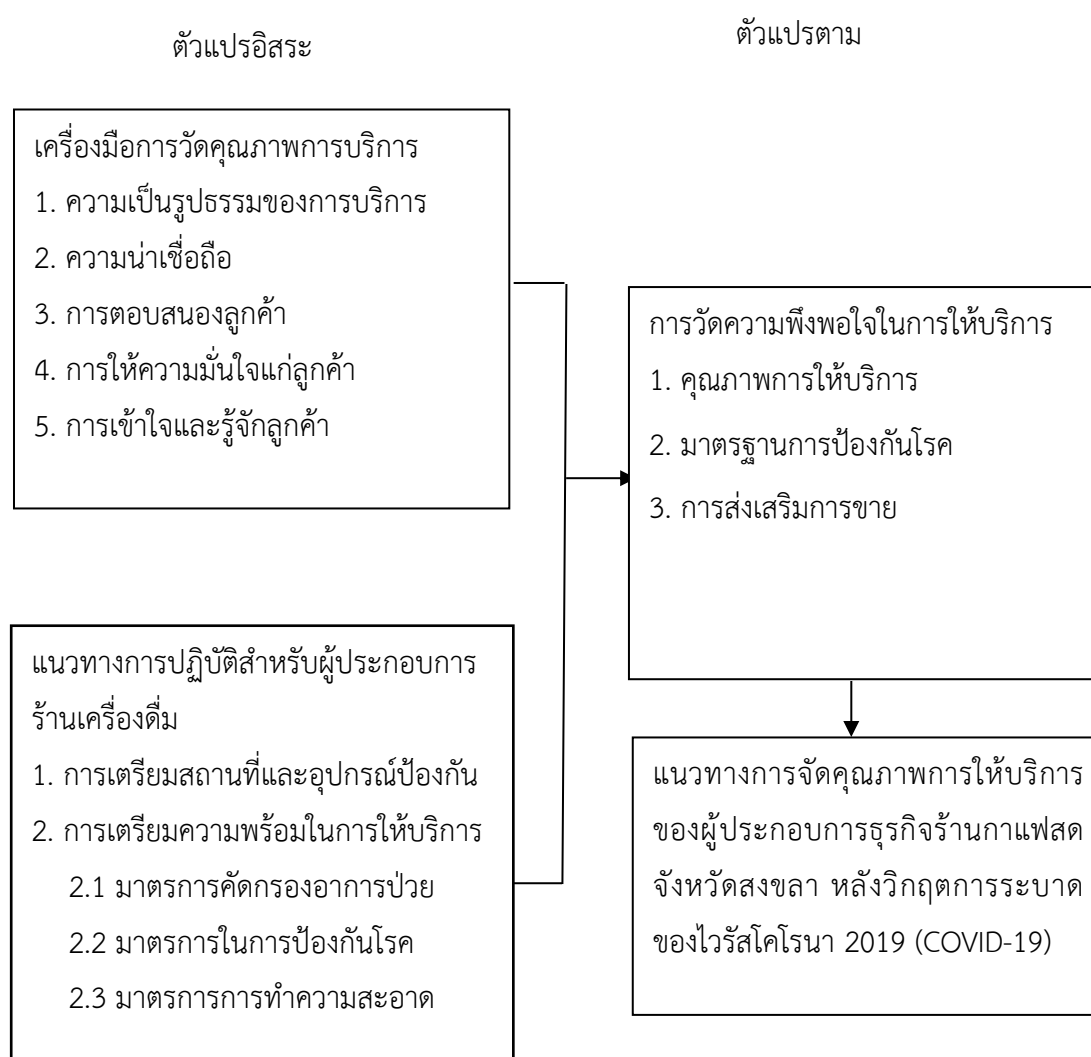
จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคใต้ตอนล่าง มีนักลงทุนมาลงทุนทำธุรกิจมากมาย อีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยม คือ ธุรกิจร้านกาแฟสดไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่ มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากสถิติจากเว็บไซต์ Wongnai ที่จัดลำดับร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมของลูกค้า เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ กลุ่มลูกค้าเป็นจำนวนมากที่มีความต้องการใช้บริการจึงทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดได้หลากหลายตามความต้องการ จุดขายของร้านกาแฟสดแต่ละร้านจึงมีความแตกต่างกันไป เช่น ท่าเลที่ตั้งของร้านติดชายหาด บนเนินภูเขา ในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อเพิ่มบรรยากาศในการดื่มกาแฟสดให้กับลูกค้าที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงต้องหาช่องทางด้านตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นความต้องการและดึงดูดความสนใจจากลูกค้า แต่เนื่องจากสถานการณ์ของโรคระบาด “ไวรัสโคโรนา” หรือ “โควิด-19” จากสถานการณ์ของโรคดังกล่าวทำให้ธุรกิจกาแฟต้องปิดให้บริการชั่วคราว ลูกค้าต้องดำเนินชีวิตประจำวันเปลี่ยนไปจากเดิม จากเมื่อก่อนนั่งดื่มกาแฟที่ร้านก็เปลี่ยนมาชงกาแฟดื่มเอง เพื่อป้องกันตัวเองให้รอดพ้นจากการติดเชื้ออันตรายนี้ และเพื่อหยุดแพร่เชื้อให้บุคคลอื่น หลังจากสถานการณ์โควิด-19 ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างรายได้และเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจร้านกาแฟสดต่อไป

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยสนใจศึกษาแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ในการจัดคุณภาพการให้บริการและการหาแนวทางการปฏิบัติป้องกันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและกระตุ้นให้ธุรกิจกาแฟสดในจังหวัดสงขลา มีการขยายตัวมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลาหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีระดับ 4 ดาวขึ้นไป จำนวน 127 คน โดยใช้การสัมภาษณ์

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีระดับ 4 ดาวขึ้นไป จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ Wongnai โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสดจังหวัดสงขลาที่ ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้วิธีของโคชาร์ล (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน ซึ่งผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแบ่งเครื่องมือเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถามใช้กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ และแบบสัมภาษณ์ใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งมีลำดับต่อไปนี้

2.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด

2.3 เขียนโครงร่างแบบสัมภาษณ์ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และการจัดคุณภาพการให้บริการและการหาแนวทางการปฏิบัติป้องกันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

2.4 เขียนโครงร่างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ปัจจัยการจัดคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการ

2.5 แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องสมบูรณ์

2.6 ติดตามผลและดำเนินการจัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

2.7 รวบรวมความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม วิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และนำข้อมูลที่ได้ประมวลผลเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำมาจัดระบบโดยการแจกแจงด้วยการตีความ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อนำมาสังเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูล

4.2 สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการวิจัย

1. การจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าร้านกาแฟสดในสงขลาจำนวนทั้งหมด 384 คน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76 มีอายุระหว่าง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43 มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 60 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75 อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 32 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ใช้บริการร้านกาแฟสดช่วงเวลา 13.01-15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 37 และใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47 จุดประสงค์ของการใช้บริการต้องการดื่มเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 45 สาเหตุที่เลือกใช้บริการ เพราะอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 32 และเลือกดื่มเครื่องดื่มที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 58 เลือกดื่มเครื่องดื่มประเภทเย็น คิดเป็นร้อยละ 91 เครื่องดื่มที่นิยมดื่มจะเป็นโกโก้คิดเป็นร้อยละ 27 และใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ปัจจัยการตอบสนองต่อผู้รับบริการ รองลงมาคือปัจจัยการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.31$, $\bar{X} = 4.28$, $\bar{X} = 4.27$, $\bar{X} = 4.25$, $\bar{X} = 4.21$)

จากการศึกษา พบว่า สถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย มีปัจจัยต่อการให้บริการในด้านการจัดการคุณภาพเป็นรูปธรรมของบริการ ส่วนด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ลูกค้าเห็นว่าพนักงานมีความสุภาพในการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ การบริการเปิด-ปิดร้านเป็นตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบมีผลมากที่สุด ส่วนราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการมีผลมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ พบว่า จัดให้มีการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟสดมากที่สุด

ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีดังนี้

1.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ด้านสถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย มีการคัดกรองลูกค้าตั้งแต่หน้าร้านโดยใช้เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ ภายในร้านมีการเว้นระยะห่างของโต๊ะและที่นั่ง และมีพนักงานที่รู้จักการป้องกันตัวเองโดยการใส่หน้ากากและเว้นระยะห่างกับลูกค้า

1.2 ความน่าเชื่อถือของบริการที่ส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด ลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ระบุไว้อย่างชัดเจนในรายการเมนู เพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อราคาอาหารและเครื่องดื่มที่แตกต่างกัน

1.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการส่งผลต่อการจัดการคุณภาพการให้บริการ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อการบริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความประทับใจแรกของการบริการ พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญและจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในครั้งต่อไป

1.4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าสำหรับการบริการเปิด-ปิดร้านเป็นไปตามที่แจ้งให้ลูกค้าทราบ เป็นสิ่งที่ลูกค้าประทับใจในการใช้บริการ

1.5 การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ เพราะลดความเสี่ยงในการสัมผัสเงิน และลดการกระจายของเชื้อโรค

2. การประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา

ความพึงพอใจต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) เมื่อพิจารณาปัจจัยรายชื่อ พบว่า ปัจจัยทุกข้อมีค่าเฉลี่ยระดับมาก สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา มีนโยบายของทางร้านให้ลูกค้างดเว้นการสูบบุหรี่ หรือการกระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน รองลงมาคือการชำระเงิน โดยชำระผ่านระบบ e-payment หรือหากชำระด้วยเงินสดมีภาชนะรับเงินหรือสวมถุงมือ กำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาสำหรับผู้ปฏิบัติงาน พื้นที่ให้บริการต้องเป็นลักษณะโล่งและระบายอากาศ หากไม่มีพื้นที่ดังกล่าวให้จำหน่ายเพื่อนำกลับไปรับประทานที่อื่น มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์เจลไม่ต่ำกว่า 70% จัดตั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสถานที่จำหน่ายอาหาร การทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรือผงซักฟอกและฆ่าเชื้อโต๊ะ ที่นั่ง ทันทีก่อนหลังใช้บริการ และเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ และระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย 1 เมตร ควบคุมจำนวนลูกค้ามิให้แออัด หากรับประทานภายในร้านต้องมีระยะห่างระหว่างผู้นั่งรับประทานอย่างน้อย 1 เมตร และน้อยที่สุด คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา มีมาตรการคัดกรองอาการป่วย ใช้ ไอ จาม หรือเป็นหวัดสำหรับผู้ประกอบการ พนักงานบริการและลูกค้า โดยการใช้เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิหรือการซักประวัติ

ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา พึงพอใจกับการให้งดเว้นการสูบบุหรี่ หรือการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน ซึ่งแนวทางการปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์เจลหรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค จัดสถานที่ให้มีการระบายอากาศเพียงพอ กรณีร้านอาหารที่ติดเครื่องปรับอากาศ อาจพิจารณาให้มีช่องทางระบายอากาศ หรือใช้พัดลมระบายอากาศ และมีการจัดพื้นที่รอคิวรับอาหารแยกจากส่วนนั่งรับประทานอาหาร และมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร จัดให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะและระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย 1 เมตร

3. แนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คือ ร้านกาแฟสดในหลายร้านได้ยื่นขอสัญลักษณ์ความมั่นใจให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็น SHA หรือ SHA Plus เพื่อให้ลูกค้าได้มั่นใจในการให้บริการของทางร้าน เป็นการยกระดับมาตรฐานการความสะอาดหรือความปลอดภัยด้านสุขอนามัย สำหรับการจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์การป้องกันตามมาตรการควบคุมระบบคัดกรองอุณหภูมิร่างกาย การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ การเว้นระยะห่างที่นั่ง รวมถึงการให้บริการเจลหรือแอลกอฮอล์ล้างมือ และการทำความสะอาดฆ่าเชื้อโต๊ะหรือเคาน์เตอร์ที่ลูกค้ามาใช้บริการ การงดเว้นการสูบบุหรี่ และผู้ประกอบการมีมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด อีกทั้งมีการส่งเสริมการขาย การเพิ่มช่องทางบริการผ่านแอปพลิเคชันสำหรับการสั่งเครื่องดื่มและอาหารเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า และการบริหารจัดการภายในร้านผ่านช่องสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เฟซบุ๊ก เพจของทางร้าน เป็นต้น สำหรับพนักงานควรมีการจัดการคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความตั้งใจและความพร้อมที่จะให้บริการของพนักงาน คือ การสวมหน้ากากอนามัย หน้ากากผ้า หรือ face shield ให้ถูกต้องขณะให้บริการ การเว้นระยะห่างในการให้บริการแก่ลูกค้า และความเหมาะสมของระยะเวลาให้บริการ เป็นการควบคุมจำนวนลูกค้ามิให้แออัด เพื่อลดความเสี่ยงการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 นอกจากนี้ทางร้านยังมีมาตรการในการจัดการด้านคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

3.1 การเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ป้องกัน เช่น มีพื้นที่ให้บริการและควบคุมจำนวนผู้ให้บริการไม่ให้แออัด มีระยะห่างระหว่างผู้นั่งแต่ละโต๊ะ รวมถึงการทำความสะอาดพื้นที่ โต๊ะ ที่นั่ง

3.2 การปฏิบัติสำหรับการเตรียมความพร้อมในการให้บริการ การมีมาตรการคัดกรองอาการป่วย ร้านกาแฟสดหลายร้านมีการคัดกรองลูกค้าที่ใช้บริการภายในร้าน เช่น การลงทะเบียนเข้า-ออกร้านหรือการสแกนคิวอาร์โค้ด และตรวจวัดอุณหภูมิลูกค้า มาตรการในการป้องกันโรค มีระบบคัดกรองอุณหภูมิร่างกายพนักงานและผู้รับบริการ ให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลาเมื่อให้บริการลูกค้า และบางร้านได้จัดโต๊ะเพื่อรักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากลูกค้าโต๊ะอื่นๆ รวมถึงการรับชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการสัมผัสเงินทั้งธนบัตรและเหรียญ และมาตรการการทำความสะอาด การทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการอย่างครอบคลุม เช่น โต๊ะ ที่นั่ง และเคาน์เตอร์ให้บริการ เมื่อลูกค้าใช้บริการเสร็จจะมีการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อทันทีหลังจากลูกค้ามาใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟสด ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก ในส่วนของพนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ มีความรวดเร็ว สะอาดและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิ เหล่าชูชีพ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงาน พื้นที่ให้บริการและทำเลที่ตั้งส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า คุณภาพการบริการของพนักงานส่งผลต่อความตั้งใจ

เข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ซึ่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่มีความรวดเร็วในการให้บริการ ลำดับต่อมา คือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง เช่น มาก่อนต้องได้รับก่อน การจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการตามที่ประกาศไว้ นอกจากนี้พนักงาน หรือผู้ให้บริการมีความเต็มใจ และความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ รวมถึงความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย และให้คำแนะนำได้อย่างเหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้นผู้ให้บริการยังให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ ลำดับต่อมาคือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของผู้ให้บริการ การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพบริการ (Service quality) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าให้บริการทันทีทันใดและรวดเร็วฉับไว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการ ถ้าพนักงานเอาแต่พูดคุยกันเองโดยละเลยความต้องการของลูกค้า แสดงว่า พนักงานยังไม่พร้อมที่จะตอบสนองลูกค้า

นอกจากนี้ในด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการที่ส่งผลการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า จัดให้มีการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 กับการเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ ป้องกันโรคซึ่งระบุไว้ว่า อาจพิจารณาให้มีระบบจองคิวออนไลน์หรือจองคิวหน้าร้าน โดยกำหนดเวลาในการเข้าบริการอย่างชัดเจน รวมทั้งการชำระเงินค่าบริการผ่านระบบออนไลน์หรือ QR code ผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสกัน อีกทั้งยังเป็นการจัดการมาตรการการป้องกันโรค ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา พละศักดิ์ (2564) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการภาวะวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนเขตเมือง จังหวัดศรีสะเกษ คือ ความตั้งใจต่อการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และการรับรู้ความสามารถของตนในการป้องกันและควบคุมโรค โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันและควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประชาชนเขตเมือง จังหวัดศรีสะเกษ ได้ร้อยละ 61.50 ($R^2=0.615$, $SE_{est}=1.952$, $F=29.553$, $p<0.001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านของความเป็นรูปธรรมของบริการที่ส่งผลการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า สถานที่ภายในร้านมีความสะอาดเรียบร้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิ เหล่าชูชีพ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของพนักงาน พื้นที่ให้บริการและทำเลที่ตั้งส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พื้นที่ให้บริการส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ซึ่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ อุปกรณ์และเครื่องมือของร้านมีคุณภาพดีเยี่ยม ถัดมา คือ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่นั่งรอรับบริการ น้ำดื่ม และหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ความชัดเจนของป้าย สัญลักษณ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกจุดให้บริการก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการ ต่อมา คือ ความทันสมัย และความ

เพียงพอของอุปกรณ์และเครื่องมือภายในร้าน อีกทั้งความสะอาดของสถานที่ให้บริการยังมีผลต่อภาพลักษณ์และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้น จุดหรือช่องให้บริการควรได้รับการออกแบบให้เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก สุดท้าย อุปกรณ์และเครื่องมือควรมีสำรองหรือมีให้บริการอย่างครบครัน เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิด Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการ ในการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพ ระบุว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน สภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

ด้านความน่าเชื่อถือของบริการที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า ลูกค้าเห็นความสำคัญของราคาเครื่องดื่ม-อาหารตรงตามที่ระบุไว้ในรายการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิพัฒน์ ก้องกิจกุล (2546, น.43) การประเมินคุณภาพการให้บริการการประเมินเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้น เมื่อต้องมีการตัดสินใจหรือต้องพิจารณาถึงว่า สิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นมีคุณค่าหรือไม่ ซึ่งการประเมินประกอบด้วยการเปรียบเทียบระหว่าง “สิ่งที่เป็นอยู่” กับ “สิ่งที่ควรจะเป็น” และถือว่าการประเมินเปรียบเสมือนแบบฝึกหัดของการวินิจฉัย ตัดสิน การประเมินต้องมีหลักและกระบวนการที่ช่วยให้การตัดสินใจมีความเหมาะสม ถูกต้อง และสอดคล้องกับความเป็นจริง โดยการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ พร้อมกับเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และหาข้อสรุปที่ดีที่สุด เพื่อการบรรลุผลสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งหากราคาตรงตามที่ระบุไว้จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าในการบริการที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา) ของบริการที่ส่งผลต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสด จังหวัดสงขลา อยู่ระดับมาก พบว่า ซึ่งแสดงถึงความมีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการ ปัจจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของรวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์ (2551) ที่อธิบายถึงองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะในด้านความไว้วางใจได้ (Reliability) ซึ่งหมายถึงความสามารถของผู้ให้บริการในการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กำหนด และให้บริการได้อย่างครบถ้วนตามที่ตกลงกันไว้ ซึ่งการดำเนินงานที่รักษาความตรงต่อเวลา และมีความเสถียรในการให้บริการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ลูกค้าคาดหวังว่าร้านจะเปิด-ปิดตามเวลาที่แจ้งล่วงหน้าเพื่อให้สามารถวางแผนการมาใช้บริการได้อย่างมั่นใจ ซึ่งสะท้อนแนวคิดของรวีวรรณ ที่กล่าวถึง ความสามารถของหน่วยงานและบุคลากรในการให้บริการตามข้อตกลง เช่นเดียวกับกรณีของบริษัทน้ำทิพย์ที่ต้องปฏิบัติตามกำหนดการที่ตกลงไว้กับนักท่องเที่ยว การที่ธุรกิจร้านกาแฟสามารถรักษาเวลาให้บริการได้อย่างเคร่งครัดจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพของการให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแปสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งพบว่า ลูกค้ายึดติดกับการให้ดเว้นการสูบบุหรี่ หรือการกระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย จัดให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์เจลหรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรคและสามารถให้บริการได้ทุกวันอย่างเพียงพอ จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ กรณีร้านอาหารที่ติดเครื่องปรับอากาศ อาจพิจารณาให้มีช่องทางระบายอากาศ หรือใช้พัดลมระบายอากาศ เพื่อการหมุนเวียนอากาศที่เพียงพอเว้นแต่การใช้เครื่องปรับอากาศ จัดพื้นที่รอคิวรับประทานอาหารแยกจากส่วนนั่งรับประทานอาหารและมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร จัดให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะและระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย 1 เมตร โดยจัดไม่ให้นั่งตรงข้ามกัน ไม่พูดคุยกันหรือหัวเราะเสียงดัง ผู้ประกอบการพิจารณาจัดทำฉากกั้นระหว่างผู้รับประทานอาหาร รวมถึงทำสัญลักษณ์เว้นระยะห่างของจุดบริการ เช่น จุดบริการชำระเงิน จุดบริการสั่งอาหาร และพื้นที่ปรุงอาหารให้มีการแยกภาชนะ อุปกรณ์ปรุง หรือประกอบอาหาร เช่น เขียง มีด ระหว่างอาหารสุกและอาหารดิบ และไม่ปรุงหรือประกอบอาหารใกล้ห้องน้ำ ห้องส้วม ผู้ประกอบการจัดเตรียมภาชนะและอุปกรณ์ในการรับประทานส่วนบุคคลให้กับลูกค้า และไม่ใช้อุปกรณ์ร่วมกัน เช่น เครื่องปรุง เกลือปั่น ซอสปรุงรสต่างๆ เป็นต้น จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันโรค เช่น หน้ากากอนามัย หรือหน้ากากผ้า หรือ Face Shield ให้พนักงานทุกคน และอาจจัดให้มีกล้องวงจรปิดเพื่อใช้ในการบันทึกภาพการให้และใช้บริการ รวมทั้งการตักเตือนหากผู้บริการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ผู้ประกอบการอาจพิจารณาให้มีระบบจองคิวออนไลน์หรือจองคิวหน้าร้าน โดยกำหนดเวลาในการเข้าบริการอย่างชัดเจน รวมทั้งการชำระเงินค่าบริการผ่านระบบออนไลน์หรือ QR code ผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของศศิณา สิมพงษ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 เป็นเพศหญิง มีการรับรู้และการสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับสูงทุกด้าน การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการเป็นโรคไวรัสโคโรนา 2019 คิดเป็นร้อยละ 77.65 การรับรู้ความรุนแรงร้อยละ 87.7 การสนับสนุนทางสังคมร้อยละ 96.64 พฤติกรรมการป้องกันโรคร้อยละ 94.97 การสนับสนุนทางสังคมจากผลกระทบโรคไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .676$, $p < .001$) เมื่อนำตัวแปรที่ศึกษามาวิเคราะห์ด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษามีดังนี้ พฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 รวมอยู่ระหว่าง 56-100 จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน (Mean = 88.76, S.D. = 9.19) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ระดับดี คิดเป็นร้อยละ 94.97 และมีพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.03

สรุปผลการวิจัย

1. การจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสด จังหวัดสงขลา หลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้

1.1 การเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ป้องกันหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

1.1.1 จัดพื้นที่ให้บริการที่ไม่แออัด และมีมาตรการรักษาระยะห่าง

1.1.2 ทำความสะอาดโต๊ะและพื้นที่บริการอย่างสม่ำเสมอ

1.2 มาตรการด้านสุขอนามัยในการให้บริการหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

1.2.1 มาตรการคัดกรองอาการป่วย ได้แก่ คัดกรองลูกค้าโดยการลงทะเบียนเข้า-ออก ตรวจวัดอุณหภูมิ และรณรงค์ให้ลูกค้าปฏิบัติตามมาตรการป้องกันอย่างเคร่งครัด เป็นต้น

1.2.2 มาตรการป้องกันโรค ได้แก่ ให้พนักงานสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา จัดโต๊ะให้มีระยะห่างที่เหมาะสม และสนับสนุนการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดการสัมผัสเงินสด เป็นต้น

1.2.3 มาตรการทำความสะอาด ได้แก่ ทำความสะอาดพื้นที่ โต๊ะ และเคาน์เตอร์บริการทันทีหลังการใช้งาน เป็นต้น

2. การวัดความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหารแฟสด จังหวัดสงขลา ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยการให้บริการอย่างทันเวลาเป็นปัจจัยที่ลูกค้าพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารแฟสด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานรับรายการเครื่องดื่ม-อาหารด้วยความรวดเร็ว เพราะความรวดเร็วเป็นความเต็มใจให้บริการของพนักงานที่จะช่วยเหลือลูกค้าเพื่อไม่ให้ลูกค้ารอคิวนาน รวมถึงการที่พนักงานรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย และกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสดควรจัดให้มีการอบรมพนักงานในการให้บริการ เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานอย่างเป็นมาตรฐาน

3. แนวทางการจัดคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารแฟสด จังหวัดสงขลา มีการปรับตัวหลังวิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019

3.1 ร้านควรขอรับรองมาตรฐาน SHA หรือ SHA Plus เพื่อสร้างความเชื่อมั่น

3.2 ควรจัดมาตรการคัดกรอง การจำกัดจำนวนลูกค้า และการให้บริการเจลแอลกอฮอล์

3.3 หลีกเลี่ยงการกระทำที่อาจส่งผลต่อการแพร่กระจายของเชื้อโรค เช่น การสูบบุหรี่ในพื้นที่ร้าน

3.4 เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก หรือแอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่ม

3.5 พนักงานต้องรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัย เช่น การสวมหน้ากากอนามัย และการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาด

การดำเนินมาตรการเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแฟสดในจังหวัดสงขลาในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟสดในจังหวัดสงขลา สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า โดยเน้นมาตรการด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย และคุณภาพการให้บริการของพนักงาน เพื่อส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ ร้านควรพัฒนาเมนูใหม่ ๆ และจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟสดสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยด้วยความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณรายได้ประจำปี พ.ศ. 2564 และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- ปัญญา พลศักดิ์. (2564). รูปแบบการจัดการภาวะวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเมืองจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ*, 14(2), 78-92.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. (2546). *คู่มือปฏิบัติวิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพฯ: ปีเตอร์บุ๊คส์.
- ยุพพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- ศศิณา สิมพงษ์. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยราชธานี. *วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(2), 148-158.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *ธุรกิจร้านกาแฟบริหารอย่างไรให้รุ่ง*. สืบค้น 2565, ตุลาคม 15, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Coffee-Shop-Management.pdf>
- อิทธิ เหล่าชูชีพ. (2563). *คุณภาพการบริการของพนักงาน พื้นที่ให้บริการและทำเลที่ตั้งส่งผลต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่*. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- Cochran, W.G. (1977). *A Model of Statistics*. Boston: McGraw – Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41 -50.