

กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19
กรณีศึกษา : ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
Adaptation Strategies for Survival under the COVID-19 Crisis
Case study: Photocopy Shops in Bang Kho Lae District, Bangkok

เกสรี่ สมประสงค์

Gasree Somprasong

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Faculty of Business Administration Siam Technology College

Email : Gasrees@siamtechno.ac.th

Received: 2025-3-26; Revised: 2025-9-11; Accepted: 2025-9-12

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 ของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัย คือ ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ จำนวน 10 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจงใช้กระบวนการตรวจสอบสามเส้าวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความทำการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากวิกฤตโควิด-19 ยอดขายลดลงจากการปิดสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ต้องลดชั่วโมงทำงานหรือปิดบริการชั่วคราว อีกทั้งยังเผชิญต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่สูงและต้องปรับตัวตามมาตรการป้องกันโรค 2) ร้านถ่ายเอกสารได้เพิ่มบริการออนไลน์ เช่น รับไฟล์เอกสารทางอีเมลและจัดส่งถึงบ้าน ปรับปรุงร้านให้มีมาตรการความปลอดภัย จำกัดจำนวนลูกค้าในร้าน และใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ องค์กรความรู้จากงานวิจัยนี้ ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่สามารถปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจากวิกฤตโควิด-19 ได้ด้วยการนำเทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์มาใช้ควบคู่กับมาตรการความปลอดภัยและการตลาดดิจิทัล เพื่อรักษารฐานลูกค้าและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ในช่วงวิกฤต

คำสำคัญ: กลยุทธ์การปรับตัว , ภาวะวิกฤต , โควิด-19

Abstract

This research aims 1) to study the problems of photocopy shops in Bangkok Yai District, Bangkok during the COVID-19 crisis, and 2) to study the adaptation strategies of photocopy shops in Bangkok Yai District, Bangkok. The research design is qualitative research. The research area is photocopy shops in Bangkok Yai District, Bangkok. The sample consists of 10 photocopy shop operators in Bangkok Yai District. Purposive selection, triangulation, and interpretation of data were used to analyze the data. Inductive conclusions were drawn from the content analysis. The results showed that 1) photocopy shops in Bangkok Yai District, Bangkok, have been severely affected by the COVID-19 crisis. Sales have decreased due to the closure of educational institutions and various agencies, forcing them to reduce working hours or temporarily close their services. They also face high operating costs and have to adapt to



disease prevention measures. 2) Photocopy shops have added online services such as receiving documents via email and home delivery, improving their stores with safety measures, limiting the number of customers in the store, and using social media to promote their business to attract new customers. Knowledge from this research suggests that photocopy shops in Bangkok Yai District have been able to adapt to survive the COVID-19 crisis by utilizing technology and online channels, along with safety measures and digital marketing. To maintain customer base and create new business opportunities during the crisis.

Keywords: Adaptation Strategies, Crisis, COVID-19

บทนำ

การระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเริ่มต้นในช่วงปลายปี 2019 และแพร่ระบาดไปทั่วโลกในปี 2020 ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อภาคธุรกิจและการดำเนินชีวิตของประชาชนในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจที่ต้องพึ่งพาลูกค้าภายในพื้นที่เช่น ร้านถ่ายเอกสาร ซึ่งเป็นธุรกิจที่สำคัญในชุมชน เนื่องจากการปิดสถานศึกษาและการทำงานจากที่บ้าน ส่งผลให้การใช้บริการถ่ายเอกสารในหลายพื้นที่ลดลงอย่างมาก ทำให้ร้านถ่ายเอกสารหลายแห่งต้องเผชิญกับความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ ในขณะเดียวกัน การที่มีมาตรการล็อกดาวน์และการจำกัดการเดินทางทำให้ลูกค้าหลายรายไม่สามารถเดินทางมาที่ร้านเพื่อใช้บริการได้ สถานการณ์เหล่านี้ทำให้ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นและเป็นแหล่งบริการธุรกิจหลายประเภท ต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในช่วงวิกฤตโควิด-19 (พรหมจันทร์, พ. 2021)

การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการภายในองค์กร หากผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีจนเกิดความพึงพอใจสูงสุดก็จะทำให้เกิดเจตคติที่ดีต่อองค์กร เกิดการบอกต่อจนทำให้องค์กรได้รับความน่าเชื่อถือ ดังนั้น การบริการจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นและพยายามทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับให้มากที่สุด การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจทุกประเภท คุณภาพการบริการจะส่งผลต่อการเกิดทัศนคติ เกิดการเรียนรู้และเกิดพฤติกรรมซื้อและการใช้บริการ (อนุวัติ สงสม, 2557)

ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานครเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจขนาดเล็กที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะในการถ่ายเอกสารงานสำคัญ เช่น เอกสารการศึกษา การสมัครงาน หรือเอกสารราชการต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดวิกฤตโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้การดำเนินชีวิตของประชาชนต้องปรับเปลี่ยนไปตามมาตรการของภาครัฐ อาทิ การปิดสถานศึกษา การจำกัดการเคลื่อนย้ายของประชาชน รวมถึงการลดจำนวนลูกค้าที่สามารถเข้ามาใช้บริการได้ภายในร้าน ปัญหาดังกล่าวทำให้หลายร้านต้องหาวิธีการใหม่ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในสภาวะที่ไม่ปกติ

การปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่จึงมีความสำคัญในการศึกษากลยุทธ์ที่สามารถช่วยให้ธุรกิจนี้สามารถฟื้นฟูและรักษาความยั่งยืนในช่วงวิกฤต เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ การปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยภายในร้าน หรือแม้แต่การลดต้นทุนการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางความท้าทายที่เกิดขึ้น

การศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านถ่ายเอกสารภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 จึงมีความสำคัญในการให้ข้อมูลที่ช่วยในการปรับตัวและการตัดสินใจของเจ้าของธุรกิจเพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ในอนาคต การศึกษาคั้งนี้จะช่วยแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่ธุรกิจขนาดเล็กสามารถใช้เพื่อเพิ่มโอกาสในการอยู่รอด โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดวิกฤตที่ไม่คาดคิด เช่น การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ การสร้าง

ความสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบใหม่ ๆ หรือการปรับเปลี่ยนการให้บริการให้เหมาะสมกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งนี้การช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กและร้านค้าต่าง ๆ สามารถปรับตัวในเชิงกลยุทธ์เพื่อลดผลกระทบจากวิกฤต ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจ การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย หรือการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในสถานการณ์ที่ไม่มั่นคง นอกจากนี้ยังสามารถเป็นแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจขนาดเล็กในระยะยาว โดยการนำบทเรียนจากวิกฤตโควิด-19 มาปรับใช้ในการพัฒนาและเติบโตในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา : ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ ทั้งนี้ยังช่วยให้ธุรกิจในท้องถิ่นสามารถรับมือกับวิกฤตโควิด-19 ได้อีกด้วย และยังเป็นการสร้างแนวทางการปรับตัวของธุรกิจอื่น ๆ ในการเผชิญหน้ากับความท้าทายทางเศรษฐกิจหรือวิกฤตการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 ของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา : ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและแนวคิดทฤษฎี โดยนำเสนอต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

อภิญา จรุงพร (2515) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทาง เป็นแนวทางปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ อาจเป็นการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่าง การตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่ยากสลับซับซ้อน และมีวิธีการแก้ปัญหามากกว่าหนึ่งอยู่เสมอ ผู้ตัดสินใจต้องเลือกปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและเกิดผลสูงสุด

ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ (2546) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งต้องมีทางเลือกหลายๆ ทางเกิดขึ้นก่อน แล้วนำมาเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป

วิเชียร วิทย์อุดม (2555) ที่ให้คำจำกัดความของการตัดสินใจ คือ กระบวนการที่คนต้องเลือกทางเลือกหลายๆ ทาง ซึ่งทางเลือกคือการเปรียบเทียบระหว่างทางเลือกต่างๆ และประเมินผลของแต่ละทางเลือก โดยมีหลากหลายแนวทางเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการเลือก กระทำสิ่งหนึ่งจากหลายๆ ทางเลือกการตัดสินใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการ โดยกระบวนการที่สำคัญที่สุดคือกระบวนการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะเลือกตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์การตัดสินใจ

2. แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า

อารี พันธมณี (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่ง ความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการใช้บริการซ้ำ จนท้ายที่สุดเกิดการติดใจ ต้องการ



ใช้บริการกับธุรกิจไปเรื่อย ๆ トラบเท่าที่ความพึงพอใจนั้นยังคงอยู่ หรือสามารถอธิบายได้ว่าได้เกิด ความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ขึ้นในตัวลูกค้า ซึ่งลูกค้าแต่ละคนย่อมมีความพึงพอใจที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการและประสบการณ์ในการใช้บริการ ดังนั้นการสร้าง ความพึงพอใจให้เกิดเป็นประจำสามารถทำให้ เกิดความจงรักภักดีในลูกค้าได้

พรณี ชูทัยเจนจิต (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกที่ดีที่ประทับใจ ต่อสิ่งเร้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ปาริชาติ สังข์ขาว (2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลใน ทางบวกความชอบ ความสบายใจ ความสุขต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่ง ที่ทำให้เกิดความชอบความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

3. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการบริการ

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล (2546) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ การดำเนินให้บริการเพื่อสนอง ความต้องการของลูกค้า (หรือเกิดความคาดหวังของลูกค้าในการดำเนินการของคุณภาพการบริการนั้นต้อง ดำเนินการในพื้นที่ที่สำคัญที่สุดขององค์กรซึ่งก็คือพื้นที่ที่ลูกค้าหรือ ผู้รับบริการขององค์กร เป็นผู้บอก ว่าดี หรือไม่ดี ควรใช้บริการต่อหรือไม่

วรรษยา ศิริวัฒน์ (2547) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ ความเชี่ยวชาญของการ ให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของการให้บริการได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการ ตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วนสมบูรณ์ และทันสมัยในการบริการ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) กล่าวถึงคุณภาพบริการ คือบริการที่มาจากผู้ให้บริการที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี เครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย และมีคุณภาพ จะส่งผลให้บริการนั้นมีคุณภาพดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้ต้นทุนของการบริการสูงตามไปด้วย

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึงการส่งมอบบริการที่ดี เหมาะสม ทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ ลักษณะทางจิตวิทยาโดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อ สนองตอบความต้องการ และความ คาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจาก การใช้บริการ มีความประทับใจด้านบวก และอยากกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งอยากบอกต่อไปถึงผู้อื่นในทางที่ดี ซึ่งส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของบริการที่ดีด้วย

คอร์รอล และเบเวอร์ตัน (Corral & Brewerton, 1999.) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ ว่า หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับข้อกำหนด หรือความคาดหวัง หรือ ความต้องการของผู้ใช้บริการอันจะนำมาซึ่งความรู้สึกพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ

คอตเลอร์ (Kotler, 2016) กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นการแข่งขันทางธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการ ต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกันหรือมากกว่าคุณภาพที่ผู้รับคาดหวังต่อคุณภาพ บริการของผู้รับบริการมาจาก ประสบการณ์เดิม เมื่อผู้รับบริการมาบริการจะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังไว้

4. แนวคิดและทฤษฎีพันธมิตรทางธุรกิจ

ธนพงษ์ ไชยกาล (2559) กล่าวว่า พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) คือ ข้อตกลงระหว่าง ธุรกิจ โดยปกติจะทำการลดต้นทุนและการปรับปรุงบริการให้ดีขึ้นสำหรับลูกค้า ความร่วมมือมักจะมีอยู่ใน รูปของข้อตกลงแบบเดี่ยว (Single agreement) ที่มีการแบ่งปันทั้งโอกาสและความเสี่ยงเท่าๆ กันของทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งที่เหมือนและแตกต่างกันไป

เจษฎา พงศ์พิริยะกาญจน์ (2553) ได้ให้ความหมายของพันธมิตรธุรกิจ (Business Alliance) ว่า พันธมิตรธุรกิจ หมายถึง องค์กรหรือบริษัทที่มากกว่าหนึ่งแห่งมาตกลงร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมรูปแบบใดๆ ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการทางธุรกิจกิจของตนเองและร่วมกัน เพื่อให้สามารถบรรลุถึงความต้องการ เป้าหมายได้ง่ายขึ้น หรือใช้งบประมาณน้อยกว่า ถ้ามีการร่วมมือกับผู้อื่นโดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะ

ทำให้องค์กร หรือบริษัทมีโอกาสประสบความสำเร็จในกิจกรรมนั้นๆ หรือสามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้มากกว่าการดำเนินงานด้วยตนเองอย่างเดียว

5. แนวคิดและทฤษฎีการบริหารความเสี่ยง

ชัยเสกฐ์ พรหมศรี (2550) การบริหารความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการในการป้องกันอำนาจและทรัพย์สินที่ได้มาของบริษัท โดยการลดโอกาสของการสูญเสียซึ่งมาจากเหตุการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้

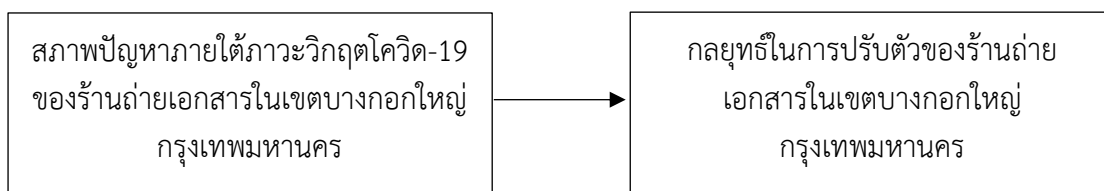
จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล (2561) กล่าวว่า การบริหารความเสี่ยงองค์กร หมายถึง การตระหนักถึงวัฒนธรรมองค์กร การพัฒนาความสามารถ การนำวิธีปฏิบัติไปใช้ การบูรณาการร่วมกับการกำหนดกลยุทธ์และผลการดำเนินงาน การจัดการความเสี่ยงเพื่อบรรลุกลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการเชื่อมโยงกับคุณค่า ซึ่งองค์กรต่างๆ ต้องใช้ในการจัดการความเสี่ยงเพื่อสร้าง รักษา และตระหนักถึงการเพิ่มคุณค่า

ชนิษฐา ชัยรัตนาวรรณ (2557) กล่าวว่า การบริหารความเสี่ยง คือ การบริหารและจัดการปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสียหาย เพื่อให้อาสาที่จะเกิดปัจจัยเสี่ยงลดลง แล้วเกิดผลกระทบของความเสียหายจากปัจจัยเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่หน่วยงานยอมรับได้

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมการตัดสินใจคือกระบวนการเลือกทางเลือกเพื่อแก้ปัญหาหรือบรรลุเป้าหมาย โดยมีหลายทางเลือกให้เปรียบเทียบและประเมินผลเพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ทั้งนี้การตัดสินใจสามารถมีผลต่อการเลือกใช้สินค้าหรือบริการ โดยการตัดสินใจของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความรู้สึกที่ดีเมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี และสามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นเป็นประจำเพื่อนำไปสู่การใช้บริการซ้ำ สำหรับคุณภาพบริการนั้นหมายถึงการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในด้านพันธมิตรทางธุรกิจนั้นหมายถึงความร่วมมือระหว่างองค์กรเพื่อเพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยงคือการจัดการความเสี่ยงเพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ จำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ด้วยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา : ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เกี่ยวกับสภาพปัญหาภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 ของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร



ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data analysis) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกข้อมูลจากการสังเกต บันทึก สัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัยใช้การจัดเรียงข้อมูลตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา : ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเรียบเรียงลำดับเนื้อหา
2. การจัดแสดงข้อมูล (Data Display) หลังจากจัดระเบียบข้อมูลแล้วเสร็จ ผู้วิจัยนำข้อมูลเหล่านั้นมาแสดงด้วยการพิมพ์เนื้อหา และลำดับกิจกรรมที่สอดคล้องกับการลงเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่
3. การหาข้อสรุปการตีความและการตรวจสอบความถูกต้องประเด็นของผลการวิจัย โดยการสังเคราะห์ตีความ หาข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาอภิปรายผลร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำผลการวิจัยที่สรุปและตีความมาเรียบเรียงเป็นผลการศึกษา

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา : ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประสบปัญหาจากภาวะวิกฤตโควิด-19 อย่างหนัก โดยภาวะวิกฤตโควิด-19 ทำให้ยอดขายลดลงอย่างมาก เนื่องจากการปิดสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลให้การใช้บริการถ่ายเอกสารลดลง ซึ่งบางร้านจำเป็นต้องลดชั่วโมงการทำงานหรือปิดบริการชั่วคราว และผลกระทบในด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่มีต้นทุนที่สูงก็เป็นปัญหาสำคัญ รวมถึงการปรับตัวเพื่อรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ทำให้เจ้าของร้านต้องเผชิญกับความท้าทายในการบริหารธุรกิจอย่างมาก

ตอนที่ 1 สภาพปัญหาภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 ของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

สภาพปัญหาและอุปสรรคของร้านถ่ายเอกสารในพื้นที่บางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ธุรกิจหลายประเภทได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง หนึ่งในนั้นคือร้านถ่ายเอกสารซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคมากมายจากมาตรการควบคุมโรค การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้ร้านจำเป็นต้องปรับตัวอย่างหนักเพื่อความอยู่รอด ทั้งนี้มาตรการควบคุมโรคที่ส่งผลกระทบในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 รัฐบาลได้ออกมาตรการควบคุมโรคที่เข้มงวด เช่น การจำกัดเวลาเปิด-ปิดของสถานประกอบการ การเว้นระยะห่างทางสังคม และการปิดสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาด ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อร้านถ่ายเอกสารที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้คนพลุกพล่าน เช่น บริเวณใกล้สถานศึกษา สำนักงาน หรือหน่วยงานราชการ การลดชั่วโมงทำการและข้อจำกัดด้านจำนวนลูกค้าทำให้รายได้ของร้านลดลงอย่างมาก จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้เร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในหลายด้าน โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาทดแทนการใช้เอกสารแบบกระดาษ หลายองค์กรได้ปรับตัวไปใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น การประชุมออนไลน์ การเรียนการสอนผ่านระบบดิจิทัล



และการส่งเอกสารผ่านอีเมลหรือแอปพลิเคชันแทนการพิมพ์ ทำให้ความต้องการใช้บริการถ่ายเอกสารลดลงอย่างมาก ร้านถ่ายเอกสารที่เคยพึ่งพากลุ่มลูกค้าเหล่านี้ต้องเผชิญกับปัญหาขาดรายได้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจนอกจากปัจจัยด้านมาตรการควบคุมโรคและพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว ร้านถ่ายเอกสารยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน เช่น การปิดสถานศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ ห้องสมุด และสถานที่ราชการบางแห่ง ซึ่งเป็นแหล่งลูกค้าหลักของร้านถ่ายเอกสาร อีกทั้งบางร้านอาจประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์ และอุปกรณ์เครื่องถ่ายเอกสาร เนื่องจากปัญหาด้านโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาด นอกจากนี้ ยังมีภาวะต้นทุนค่าเช่าที่เพิ่มสูงขึ้น แม้ว่ารายได้จะลดลง ทำให้ร้านถ่ายเอกสารบางแห่งต้องปิดกิจการลงถาวรแนวทางการปรับตัวของร้านถ่ายเอกสาร แม้ว่าจะมีปัญหาและอุปสรรคมากมาย แต่ร้านถ่ายเอกสารหลายแห่งก็พยายามปรับตัวเพื่อความอยู่รอด บางร้านได้เพิ่มบริการใหม่ ๆ เช่น การสแกนเอกสารและส่งผ่านระบบออนไลน์ การให้บริการพิมพ์เอกสารตามสั่งผ่านช่องทางดิจิทัล และการรับ-ส่งเอกสารผ่านระบบเดลิเวอรี่ นอกจากนี้ การลดต้นทุนและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ร้านค้าสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในสถานการณ์ที่ยากลำบาก

จากตอนที่ 1 สรุปได้ว่า ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ต้องเผชิญกับปัญหาหลายด้านจากวิกฤตโควิด-19 ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบจากมาตรการควบคุมโรค การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และข้อจำกัดด้านการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น การเพิ่มบริการดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย อาจมีโอกาอยู่รอดและเติบโตได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 ด้วยการเพิ่มบริการออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการรับเอกสารทางอีเมลเพื่อพิมพ์และจัดส่งถึงบ้าน ช่วยลดการเดินทางของลูกค้า ยังปรับปรุงร้านให้มีมาตรการความปลอดภัย การติดตั้งแผ่นพลาสติกกั้นระหว่างลูกค้าและพนักงาน รวมถึงการจำกัดจำนวนลูกค้าในร้าน เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการป้องกันโควิด-19 และเพิ่มการโฆษณาผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ในช่วงวิกฤต

ตอนที่ 2 กลยุทธ์ในการปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ในการปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร พบว่า การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั่วโลก รวมถึงร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งต้องเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ร้านถ่ายเอกสารเหล่านี้มีวิธีการปรับตัวด้วยกลยุทธ์หลากหลายเพื่อความอยู่รอดและความยั่งยืนของธุรกิจไม่ว่าจะเป็น 1. การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการเพื่อลดการสัมผัสและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า โดยมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งานทั้งการการรับส่งไฟล์งานผ่านอีเมลหรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ทำให้ลูกค้าสามารถส่งไฟล์และรับงานพิมพ์ได้โดยไม่ต้องมาที่ร้านด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังให้บริการจัดส่งเอกสารถึงที่ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในช่วงที่การเดินทางถูกจำกัด 2. การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าก็เป็นสิ่งสำคัญ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลในการสื่อสารกับลูกค้า แจกข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ โปรโมชั่น หรือมาตรการความปลอดภัยที่ร้านนำมาใช้ ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับลูกค้า 3. การพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ร้านถ่ายเอกสารให้ความสำคัญ โดยมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และการให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และ 4. ร้านถ่ายเอกสารได้ปรับตัวโดยการขยายบริการให้ครอบคลุมมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นให้บริการพิมพ์สื่อโฆษณา การออกแบบกราฟิก หรือการจำหน่ายอุปกรณ์สำนักงาน เพื่อเพิ่มรายได้และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า



จากตอนที่ 2 สรุปได้ว่า ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่มีการปรับตัวผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาทักษะพนักงาน และการขยายบริการ เพื่อความอยู่รอดและความยั่งยืนของธุรกิจในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประสบปัญหาจากภาวะวิกฤตโควิด-19 อย่างหนัก โดยภาวะวิกฤตโควิด-19 ทำให้อุตสาหกรรมลดลงอย่างมาก เนื่องจากการปิดสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลให้การใช้บริการถ่ายเอกสารลดลง ซึ่งบางร้านจำเป็นต้องลดชั่วโมงการทำงานหรือปิดบริการชั่วคราว และผลกระทบในด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่มีต้นทุนที่สูงก็เป็นปัญหาสำคัญ รวมถึงการปรับตัวเพื่อรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ทำให้เจ้าของร้านต้องเผชิญกับความท้าทายในการบริหารธุรกิจอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดา ปินตา (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านองค์การมีอิทธิพลต่อการอยู่รอดของธุรกิจ โดยผ่านกลยุทธ์การปรับตัวขององค์การและมีอิทธิพลทางตรงต่อการอยู่รอดของธุรกิจ สำหรับกลยุทธ์การปรับตัวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการอยู่รอดของธุรกิจ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ข้อค้นพบจากการศึกษา ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านองค์การมีความสำคัญต่อการบริหารองค์การในยุควิกฤติ หากผู้ประกอบการปรับองค์การให้ทันต่อสถานการณ์ เช่น การจัดรูปแบบโครงสร้างองค์การที่เหมาะสม กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนและการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการจะสามารถปรับกลยุทธ์การจัดการของธุรกิจได้และจะส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์พิทักษ์ พงศ์สุวรรณ (2565) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง กรณีศึกษากลยุทธ์การปรับตัวและทิศทางขององค์กรในธุรกิจค้าปลีกสินค้าหมวดสุขภาพ ในระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการศึกษา พบว่า ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจสินค้าหมวดสุขภาพ ในด้านภัยคุกคามจากการแข่งขันในธุรกิจสินค้าหมวดสุขภาพ นโยบายของภาครัฐ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยี ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการปรับตัวด้านการดำเนินธุรกิจ ด้านการดำเนินงาน กาดตลาดและการขยาย การจัดการทรัพยากรบุคคล และด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรและการพัฒนาเทคโนโลยี ที่มีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของศักยภาพองค์กรในการปรับตัวโดยสามารถนำมาสรุปเป็นบทเรียนการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ กลยุทธ์เชิงรุกด้านการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าด้วยการใช้เทคโนโลยีและพนักงานเพื่อการติดตามข่าวสารและจัดจำหน่ายสินค้าหมวดสุขภาพตามกระแสผ่านช่องทางร้านสะดวกซื้อ กลยุทธ์สื่อสารสุขภาพที่ผ่านช่องทางออนไลน์ และ กลยุทธ์เชิงป้องกันด้านการดำเนินงาน ได้แก่ กลยุทธ์การปรับตัวขององค์กรร่วมกับบริษัทร้านค้าพาร์ทเนอร์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรให้สามารถรองรับกับความเปลี่ยนแปลงนี้ผ่านการประยุกต์นำเทคโนโลยีมาใช้กับกระบวนการดำเนินงานกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจและนโยบายแชร์ข้อมูลระหว่างองค์กรเพื่อสามารถปรับตัวได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น รวมถึงกลยุทธ์ด้านความปลอดภัยจากนโยบายป้องกันโรคระบาดของช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 ด้วยการเพิ่มบริการออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการรับเอกสารทางอีเมลเพื่อพิมพ์และจัดส่งถึงบ้าน ช่วยลดการเดินทางของลูกค้า ยังปรับปรุงร้านให้มีมาตรการความปลอดภัย การติดตั้งแผ่นพลาสติกกั้นระหว่างลูกค้าและพนักงาน รวมถึงการจำกัดจำนวนลูกค้าในร้าน เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการป้องกันโควิด-19 และเพิ่มการโฆษณาผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ในช่วงวิกฤต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิรมย์ มณีธร (2564) เรื่อง กลยุทธ์เพื่อให้อยู่รอดในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาของผู้ประกอบการธุรกิจในเชียงใหม่ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบกลยุทธ์และ

แนวทางในการบริหารจัดการเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางวิกฤติ โดยสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้านสำคัญ ดังนี้ (1) การบริหารจัดการเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางสภาวะวิกฤติ พบว่า ธุรกิจที่สามารถอยู่รอดได้มีการประเมินสถานการณ์ สำรวจทรัพยากร ต้นทุนดำเนินงาน เพื่อจัดทำแผนการใช้จ่ายประมาณในสภาวะวิกฤติ พยายามรักษาเงินหมุนเวียนภายในกิจการให้คงเหลือมากที่สุดและเพียงพอต่อการนำมาใช้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ภายหลังวิกฤติ (2) ด้านการตลาดและการขาย พบว่า ธุรกิจมีการปรับรูปแบบการดำเนินงานเพื่อสร้างรายได้ในช่องทางอื่นเพิ่มเติมโดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ อีกทั้งยังพบการปรับรูปแบบธุรกิจไปสู่ธุรกิจใหม่ที่มีโอกาสสร้างรายได้และใช้แรงงานที่มีอยู่ในกิจการอย่างคุ้มค่า (3) การจัดการด้านเงินทุนและหนี้สิน พบว่า ทุกธุรกิจพยายามรักษาสภาพคล่องและสถานะการเงินเพื่อให้กิจการมีเงินทุนหมุนเวียนให้มากที่สุดด้วยการวางแผนการใช้จ่ายเงินทุนสำรองอย่างประหยัด คุมค่า ลดรายจ่ายทุกด้านให้มากที่สุดด้วยวิธีการเจรจาต่อรองกับทุกส่วนโดยต้องสามารถรักษาเครดิตการค้าและความน่าเชื่อถือทางด้านธุรกิจได้อย่างเหมาะสม (4) ด้านการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาและความเสี่ยงที่พบในช่วงวิกฤติ พบว่า ทุกธุรกิจมีการปรับรูปแบบธุรกิจไปสู่ช่องทางสร้างรายได้อื่นเพื่อความอยู่รอด เช่น การปรับรูปแบบไปสู่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องหรือเป็นสินค้ารูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ ในด้านพนักงานพบการจ่ายเงินเยียวยา การจัดสวัสดิการอาหาร การลดระยะเวลาการปฏิบัติงานทดแทนการเลิกจ้าง และการสนับสนุนพื้นที่และสาธารณูปโภคอื่นในการสร้างอาชีพเลี้ยงตัวในช่วงวิกฤติที่เกิดขึ้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัย ร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ประสบปัญหาผลกระทบจากวิกฤติโควิด-19 ทำให้ยอดขายลดลงอย่างมาก แต่ทางร้านมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการเพิ่มบริการออนไลน์ การรับเอกสารทางอีเมลและการจัดส่งถึงบ้าน รวมถึงการเพิ่มการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ในช่วงวิกฤติ

สรุป

การปรับตัวของร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ภายใต้ภาวะโควิด-19 การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบบอย่างหนักต่อร้านถ่ายเอกสารในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะจากมาตรการควบคุมโรคที่เข้มงวด ไม่ว่าจะเป็นการปิดสถานศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลให้ยอดขายลดลงอย่างมาก ร้านค้าหลายแห่งต้องลดชั่วโมงการทำงานหรือปิดบริการชั่วคราว นอกจากนี้ ต้นทุนดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ค่าเช่า ค่าจ้างแรงงาน และค่าวัสดุสิ้นเปลือง ยิ่งทำให้ร้านค้าประสบปัญหาทางการเงิน ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดร้านถ่ายเอกสารได้ปรับตัวโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น การรับส่งไฟล์ทางอีเมลและแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงบริการจัดส่งเอกสารถึงบ้าน นอกจากนี้ ร้านค้าหลายแห่งได้เพิ่มมาตรการป้องกันโรค เช่น การติดตั้งแผ่นพลาสติกกัน การจำกัดจำนวนลูกค้าในร้าน และการทำความสะอาดพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังมีการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียเพื่อขยายฐานลูกค้า นอกจากนี้การพัฒนาทักษะพนักงานและการขยายบริการการออกแบบกราฟิกและการจำหน่ายอุปกรณ์สำนักงาน เป็นอีกแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มรายได้และตอบสนองความต้องการของลูกค้า สรุปได้ว่าร้านถ่ายเอกสารที่สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม จะมีโอกาสอยู่รอดและเติบโตต่อไปแม้ต้องเผชิญกับวิกฤตครั้งใหญ่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์



ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด-19 พบว่า ธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างหนัก โดยเฉพาะด้านยอดขายที่ลดลง ค่าใช้จ่ายดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น และข้อจำกัดจากมาตรการควบคุมโรค ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ควรให้การสนับสนุนทางการเงิน เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำหรือเงินช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ และควรปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยการลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่น หันมาใช้พลังงานทางเลือก หรือเลือกซัพพลายเออร์ที่มีราคาวัสดุที่คุ้มค่าขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้สามารถลดผลกระทบจากวิกฤตได้ดีขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ร้านถ่ายเอกสารควรขยายบริการออนไลน์ให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับสั่งพิมพ์และชำระเงินผ่านระบบออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบร้านถ่ายเอกสารในพื้นที่อื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้เห็นแนวโน้มการปรับตัวที่แตกต่างกันและปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในแต่ละพื้นที่

2. ควรศึกษาความคิดเห็นจากลูกค้า ผู้จัดหาระบบคอมพิวเตอร์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานศึกษา และสำนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2020). การเฝ้าระวังและป้องกันโควิด-19. <https://www.moph.go.th>
- ชนิษฐา ชัยรัตนวรรณ. (2557). ความเสี่ยง: ปัจจัยสำคัญ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และกระบวนการบริหารความเสี่ยงในสถาบันอุดมศึกษาไทย. *Veridian E-Journal*, 7(2), 106–120.
- จุฑามาน สิริพิชญานิชกุล. (2561). แนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร COSO Enterprise Risk Management 2017. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 14(42), 111–124.
- เจษฎา พงศ์พิริยะกาญจน์. (2555). รูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อคุณค่าของตราสินค้า: กรณีศึกษาการจัดพันธมิตรทางธุรกิจของภัตตาคารร่วมกับร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 7). ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2550). การจัดการความขัดแย้งในองค์กร. เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ทิพย์วัลย์ สัจจันทร์, และคณะ. (2546). การคิดและการตัดสินใจ. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ธนพงษ์ ไชยกาล. (2559). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมรถยนต์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- ปาริชาติ สังข์ขาว. (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้บริการห้องสมุด มหาวิทยาลัยศรีปทุม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร].
- พงศ์พิทักษ์ พงศ์สุวรรณ. (2565). กรณีศึกษาผลกระทบการปรับตัวและทิศทางขององค์กรในธุรกิจค้าปลีกสินค้าหมวดสุขภาพในระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 [การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- พรณิ ชูทัยเจนนิต. (2550). จิตวิทยาการเรียนการสอน. เมธีทิปส์.
- พรหมจันทร์, พ. (2021). การปรับตัวของธุรกิจขนาดเล็กในภาวะวิกฤต: กรณีศึกษาในเขตบางกอกใหญ่. *วารสารเศรษฐกิจธุรกิจไทย*, 34(2), 112–125.
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). การประเมินคุณภาพการบริการสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2553). บริการที่เป็นเลิศ: วัฒนธรรมบริการ. ดิอิมเพรสชั่น คอนซัลแทนท์.

- ภิรมณ์ มณีธร. (2564). กลยุทธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการอยู่รอดในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ของผู้ประกอบการธุรกิจใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 15(3), 1–18.
- ลัดดา ปินตา. (2566). กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจภายใต้สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19). *Maejo Business Review*, 5(1), 92–113.
- วรรษยา ศิริวัฒน์. (2547). การประเมินผลประสิทธิภาพการให้บริการของงานบริการการศึกษา คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- วิเชียร วิทยอดม. (2555). *ทฤษฎีองค์การฉบับใหม่*. ธนัชการพิมพ์.
- อนุวัต สงสม. (2557). แบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 3(2), 51–56.
- อภิญา จรุงพร. (2515). *ศัพท์และความหมายทางการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 1). แพร่-พิทยา.
- อารี พันธุ์มณี. (2546). *จิตวิทยาสร้างสรรค์การเรียนรู้การสอน*. ไยใหม่เอคเคเคท.
- Corral, S., & Brewerton, A. (1999). *The Needs Profession Handbook: Young Guide to Information Service Management*. Library Association Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.