

การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภค
ต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพหลังโรคระบาดใหญ่
ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร พื้นที่กรุงเทพมหานคร

CUSTOMERS' SAFETY PERCEPTION OF
FOOD VENDORS' PHYSICAL SETTING
AFTER PANDEMICS IN BANGKOK'S FOOD MARKET



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2567

KMITL-2024-AR-M-003-045
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CUSTOMERS' SAFETY PERCEPTION OF
FOOD VENDORS' PHYSICAL SETTING
AFTER PANDEMICS IN BANGKOK'S FOOD MARKET



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF ARCHITECTURE PROGRAM IN INTERIOR ARCHITECTURE
SCHOOL OF ARCHITECTURE, ART, AND DESIGN
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2024

KMITL-2024-AR-M-003-045

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2024

SCHOOL OF ARCHITECTURE, ART, AND DESIGN

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-----------------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้าน สภาพแวดล้อมกายภาพหลังโรคระบาดใหญ่ของร้านอาหารแผง ลอยในตลาดอาหาร พื้นที่กรุงเทพมหานคร |
| นักศึกษา | ปุริมา น้อยอิม |
| รหัสประจำตัว | 64602031 |
| ปริญญา | สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต |
| สาขาวิชา | สถาปัตยกรรมภายใน |
| พ.ศ. | 2567 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ | ผศ.ดร. พิชะรัตน์ นันทะ |

บทคัดย่อ

หลังการแพร่ระบาดใหญ่ ผู้บริโภคเริ่มเคยชินกับภาพร้านค้าแผงลอยที่มีฉากั้น พฤติกรรม และองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้บริโภคหลังการแพร่ระบาดใหญ่ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจและสร้างประสบการณ์ที่ดีและปลอดภัยต่อผู้บริโภคในอนาคต งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพ 1) เพื่อศึกษาการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร พื้นที่ กรุงเทพมหานคร หลังโรคระบาดใหญ่ 2) เพื่อศึกษาการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพที่ยังคงเหลือจาก ร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ยังคงเหลือจากมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ หลังโรคระบาดใหญ่ 3) เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร พื้นที่กรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การสำรวจร่องรอยของการใช้งาน การสังเกตพฤติกรรม และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คน ที่มีความหลากหลายในเรื่องเพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพ พื้นที่กรณีศึกษาคือตลาดฟู้ดวิลล่า โดยการคัดเลือกร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภทที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ ขนมหรือของหวาน อาหารจานด่วน อาหารทานเล่น เครื่องดื่ม และก๋วยเตี๋ยว แต่ละประเภท ประกอบด้วยร้านอาหารแผงลอย 2 ขนาด รวมทั้งสิ้น 10 ร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาเรื่องการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ สามารถแบ่งพื้นที่ตามการใช้งานได้ 7 พื้นที่คือ 1) พื้นที่ปรุงอาหาร 2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ 3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว 4) พื้นที่ชำระเงิน 5) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน 6) พื้นที่วางเครื่องปรุง 7) พื้นที่ล้าง ขนาดของร้านและจำนวนรูปแบบของการใช้พื้นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกับร้านอาหารแผงลอยประเภทเดียวกันมักจะให้ความสำคัญในพื้นที่การใช้งานเดียวกัน วัสดุและพื้นผิวที่ใช้บริเวณพื้นที่ร้านอาหารแผงลอย 2 ชนิด คือกระจกและอะคริลิก ซึ่งมี 3 รูปแบบคือ แผงกันกระจก แผงกันอะคริลิก และตู้กระจก พื้นที่ปรุงอาหารพบทั้ง 3 รูปแบบ พื้นที่เก็บวัตถุดิบและพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วใช้ตู้กระจก และพื้นที่ชำระเงินใช้แผงกันอะคริลิกใส บ้ายและสัญลักษณ์พบว่า มี 4 ประเภท โดยร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานมีจำนวนป้ายโปรโมชันหรือโปรโมทมากกว่าร้านอาหารแผงลอยประเภทอื่นๆ

มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัยที่ยังคงเหลืออยู่ในสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ ด้านปัจจัยเชิงพื้นที่พบว่ามี 4 ใน 6 ข้อที่ร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างยังคงปฏิบัติตาม โดยหัวข้อของการมีภาชนะครอบอาหารที่ปรุงเสร็จเป็นสิ่งที่ร้านอาหารแผงลอยทุกร้านยังทำตามมากที่สุด

การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่คือการมองเห็นพื้นที่ซื้อขายและปรุงอาหาร การมีอุปกรณ์ป้องกันพื้นที่วางอุปกรณ์การทานและพื้นที่วางเครื่องปรุงเพื่อป้องกันการปนเปื้อน การมีใบรับรองด้านสุขอนามัยมีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยค่อนข้างน้อย ในขณะที่วัสดุและพื้นผิวไม่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยผู้บริโภค นอกจากนี้ยังพบปัจจัยด้านบรรยากาศอย่างความสะอาด เช่น การห่ออุปกรณ์การทานหรือเครื่องปรุง และการแต่งกายของพนักงานมีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคอย่างมาก

คำสำคัญ : โควิด 19, โรคระบาดใหญ่, ร้านอาหารแผงลอย, สภาพแวดล้อมกายภาพ, ตลาดอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-----------------------|---|
| Thesis | Customers' Safety Perception of Food Vendors' Physical Setting After Pandemics In Bangkok's Food Market |
| Student | Purima Noiim |
| Student ID | 64602031 |
| Degree | Master of Architecture |
| Program | Interior Architecture |
| Year | 2024 |
| Thesis Advisor | Assistant Professor Piyarat Nanta, Ph.D |

ABSTRACT

After the pandemic, consumers are getting used to the image of stalls with partitions. Consumer behavior and emerging elements have influenced the post-pandemic consumer experience. These are considerations that entrepreneurs must consider as guidelines for developing and improving their businesses, creating a safe and positive experience for consumers in the future. This research aims to investigate the physical setting of food vendors in Bangkok markets, particularly focusing on: 1) The management of the physical setting of food vendors in Bangkok markets post-pandemic; 2) The remaining physical environment management practices in Bangkok food vendors after the relaxation of COVID-19 safety measures; and 3) Consumers' perceptions of safety regarding the physical setting management of food stalls in Bangkok markets to prevent the spread of infectious diseases.

This research employed a qualitative approach, utilizing research instruments such as physical environment surveys, usage trace analysis, behavioral observations, and participant interviews. The participants were individuals who had patronized food stalls during the COVID-19 pandemic. A purposive sample of 12 participants, diverse in terms of gender, age, occupation, and status, was selected. The study focused on Food Villa market, where 10 food stalls were chosen from the five most

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

common categories: desserts, fast food, snacks, beverages, and noodles. Each category included two stall sizes.

The results of the study on the physical environment management of food stalls post-pandemic revealed that the space could be divided into seven functional areas: 1) food preparation area, 2) ingredient storage area, 3) cooked food display area, 4) payment area, 5) utensil area, 6) condiment area, and 7) washing area. The size of the stall and the number of functional areas were correlated, and similar types of food stalls often prioritized the same areas. The primary materials used for surfaces in these stalls were glass and acrylic, which were utilized in three forms: glass partitions, acrylic partitions, and glass cabinets. The food preparation area incorporated all three forms, while the ingredient storage and cooked food display areas primarily used glass cabinets. Acrylic sheets were commonly used in the payment area. Four types of signs and symbols were observed, with dessert stalls featuring a higher number of promotional signs compared to other food types.

Regarding the remaining food safety measures in the physical environment of food stalls post-pandemic, it was found that four out of six spatial factors were still being adhered to. The most common practice among all stalls was the use of food covers for cooked dishes.

Consumers' perception of safety in the physical setting of food vendors post-pandemic was significantly influenced by factors such as visibility of the selling and cooking areas, the presence of protective equipment to prevent cross-contamination in utensil and condiment areas, and overall cleanliness, including wrapped utensils and condiments, and employee hygiene. Interestingly, while the presence of hygiene certificates had a relatively minor impact on perceived safety, the choice of materials and surfaces seemed to have little effect on consumer perceptions.

Keywords : COVID-19, Pandemics, Food Vendors, Physical Setting, Food Market

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.พิยะรัตน์ นันทะ ที่ให้ความอนุเคราะห์รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา แนะนำและให้การช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่มาตลอด ทำให้ผู้วิจัยได้พัฒนาตนเองในด้านการงานทางวิชาการที่ค่อนข้างใหม่สำหรับตัวผู้วิจัยเอง

ขอขอบคุณท่านคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้คำแนะนำแนวทางการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่สั่งสอนวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ รวมถึงให้คำแนะนำที่สามารถมาปรับใช้ในการทำวิจัยนี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ขอขอบพระคุณพ่อแม่ค้าในตลาดฟู้ดวิลล่าทุกท่านที่ให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลทางสภาพแวดล้อมกายภาพอย่างครบถ้วน

ขอขอบคุณคณะอาจารย์สถาปัตยกรรมภายใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ ความเข้าใจและสนับสนุนการทำวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณบิดามารดา สามีน้องและเพื่อนๆทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนทุกอย่าง ขอขอบคุณรุ่นพี่และเพื่อนในภาควิชาสถาปัตยกรรมภายในทุกคนที่เป็นได้ใช้เวลาว่างร่วมกันมาตลอด 3 ปีที่ผ่านมา คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยเสมอมา หากขาดบุคคลท่านใดไปการทำวิจัยอาจไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้

สำหรับคุณประโยชน์และคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้บิดาและมารดาผู้เป็นที่รักยิ่ง ครูอาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ข้าพเจ้ามาตลอดจนถึงทุกวันนี้ และอุทิศให้ดับทุกข์ดวงวิญญาณที่เสียชีวิตจากโรคระบาดใหญ่

ปุริมา น้อยอิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | I |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | III |
| กิตติกรรมประกาศ | V |
| สารบัญ..... | VI |
| สารบัญตาราง..... | IX |
| สารบัญรูป..... | X |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย..... | 2 |
| 1.3 คำถามการวิจัย..... | 2 |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 3 |
| 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ | 3 |
| บทที่ 2 การทบทวนงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง..... | 4 |
| 2.1 ร้านอาหารแฟงลอย..... | 4 |
| 2.1.1 ลักษณะเฉพาะร้านอาหารแฟงลอย | 4 |
| 2.1.2 แนวคิดเรื่องการรับรู้สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ | 6 |
| 2.2 มาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ของร้านอาหารแฟงลอย..... | 14 |
| 2.3 สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อการรับรู้ความปลอดภัยในภูมิทัศน์บริการ | 16 |
| 2.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 16 |
| 2.4.1 กระบวนทัศน์ | 17 |
| 2.4.2 ประเภทของการวิจัย | 17 |
| 2.4.3 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล | 18 |
| 2.4.4 การเลือกเครื่องมือวิจัย | 19 |
| 2.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูล | 20 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย | 22 |
| 3.1 กระบวนทัศน์ | 22 |
| 3.2 การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา | 22 |
| 3.3 การเลือกกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูล | 24 |
| 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 24 |
| 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย..... | 24 |
| 3.6 ขั้นตอนงานวิจัย..... | 27 |
| 3.7 คุณภาพของงานวิจัย | 29 |
| บทที่ 4 บริบทของตลาดฟู้ดวิลล่า..... | 31 |
| 4.1 ประวัติตลาดฟู้ดวิลล่า..... | 31 |
| 4.2 รูปแบบตลาดฟู้ดวิลล่า..... | 31 |
| 4.3 สถานที่ตั้งและการเข้าถึง | 32 |
| 4.4 การจัดกลุ่มพื้นที่ใช้งาน..... | 33 |
| 4.5 เวลาทำการ | 35 |
| 4.6 ขนาดร้านค้าแผงลอยและโซนขายสินค้า..... | 38 |
| 4.7 ประเภทร้านอาหารแผงลอย..... | 40 |
| 4.8 สรุบบริบทของตลาดฟู้ดวิลล่า..... | 43 |
| บทที่ 5 ผลการศึกษา..... | 44 |
| 5.1 สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรกระบาดใหญ่..... | 45 |
| 5.1.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่..... | 45 |
| 5.1.2 วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย | 51 |
| 5.1.3 เครื่องหมายและสัญลักษณ์..... | 54 |
| 5.2 สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยโดยเน้นมาตรการป้องกันโรกระบาดใหญ่..... | 57 |
| 5.2.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่..... | 57 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| 5.2.2 วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภครและผู้ขาย | 60 |
| 5.2.3 เครื่องหมายและสัญลักษณ์..... | 60 |
| 5.2.4 ความสะอาด..... | 61 |
| 5.2.5 พนักงานในภูมิทัศน์บริการ | 62 |
| 5.3 การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อร้านอาหารแผงลอย..... | 63 |
| 5.3.1 ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ (Access to Servicescape)..... | 64 |
| 5.3.2 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape)..... | 67 |
| 5.3.3 การสื่อสาร (Communication)..... | 71 |
| 5.3.4 ความหนาแน่นของพนักงาน | 72 |
| 5.4 สรุป..... | 72 |
| บทที่ 6 สรุปและอภิปรายผล..... | 78 |
| 6.1 สรุป..... | 778 |
| 6.2 อภิปรายผล | 85 |
| 6.2.1 การจัดการสภาพแวดล้อมร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่ . 85 | |
| 6.2.2 การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่..... | 87 |
| 6.3 ข้อเสนอแนะ | 88 |
| 6.3.1 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่..... | 89 |
| 6.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป..... | 92 |
| 6.4 ข้อจำกัดในการศึกษา | 92 |
| บรรณานุกรม | 93 |
| ภาคผนวก | 97 |
| ภาคผนวก ก | 98 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และ VIII อ่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 2.1 ตารางทบทวนวรรณกรรมค่านิยมสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ..... | 6 |
| 2.2 ตารางทบทวนวรรณกรรมสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหาร..... | 11 |
| 2.3 ตารางทบทวนสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อมาตรการด้านความปลอดภัยและสาธารณสุข..... | 15 |
| 2.4 การเลือกเครื่องมือวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 20 |
| 3.1 ประเด็นคำถามการวิจัยกับการเชื่อมโยงเครื่องมือเก็บข้อมูล | 20 |
| 3.2 ขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย..... | 28 |
| 4.1 ประเภทอาหารแฝงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า..... | 11 |
| 5.1 พื้นที่ใช้งานและกิจกรรม..... | 15 |
| 5.2 พื้นที่ใช้งานในร้านอาหารแฝงลอยแต่ละประเภท..... | 20 |
| 5.3 การใช้วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายในพื้นที่ใช้งาน..... | 53 |
| 5.4 เครื่องหมายและสัญลักษณ์ของร้านอาหารแฝงลอย..... | 11 |
| 5.5 มาตรการความปลอดภัยด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ของร้านอาหารแฝงลอยตัวอย่าง..... | 59 |
| 5.6 มาตรการความปลอดภัยด้านเครื่องหมายและสัญลักษณ์ของร้านอาหารแฝงลอยตัวอย่าง..... | 20 |
| 5.7 มาตรการความปลอดภัยด้านความสะอาดของร้านอาหารแฝงลอยตัวอย่าง..... | 20 |
| 5.8 มาตรการความปลอดภัยด้านพนักงานของร้านอาหารแฝงลอยตัวอย่าง..... | 20 |
| 5.9 การเปรียบเทียบมาตรการความปลอดภัย สภาพแวดล้อมร้านค้าแฝงลอยที่คงเหลือ หลังโรคระบาดใหญ่ มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและการรับรู้ความปลอดภัย ของผู้ให้ข้อมูล..... | 20 |
| 6.1 ตารางเปรียบเทียบสภาพแวดล้อมกายเดิมและสภาพแวดล้อมกายภาพที่ควรปรับปรุงแก้ไข ของร้านอาหารแฝงลอย 5 ประเภท..... | 79 |
| 6.2 ตารางสรุปประเด็นการรับรู้ความปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของผู้ให้ข้อมูล..... | 15 |

สารบัญรูป

| รูปที่ | หน้า |
|--------|--|
| 2.1 | ร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า..... 5 |
| 3.1 | แผนภูมิแสดงสัดส่วนของตลาดประเภท 1 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร..... 24 |
| 3.2 | แผนภูมิแสดงสัดส่วนของจำนวนตลาดประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 24 |
| 3.3 | วิธีการเลือกร้านอาหารแผงลอยเพื่อการศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพ 25 |
| 3.4 | แสดงผังกระบวนการศึกษาวิจัย (Flow chart research process) 28 |
| 4.1 | ที่ตั้งฟู้ดวิลล่า และ หมู่บ้านในรัศมี 5 กิโลเมตร 32 |
| 4.2 | ที่ตั้งฟู้ดวิลล่าและพื้นที่โดยรอบ..... 24 |
| 4.3 | ทางเข้าออกและการแบ่งพื้นที่ใช้งาน 34 |
| 4.4 | ร้านค้าที่เปิดให้บริการ 9.00 – 16.00..... 35 |
| 4.5 | ร้านค้าที่เปิดให้บริการ 9.00 – 16.00..... 24 |
| 4.6 | ร้านค้าที่เปิดให้บริการ 16.00 – 22.00..... 24 |
| 4.7 | ร้านค้าที่เปิดให้บริการ 16.00 – 22.00..... 24 |
| 4.8 | ขนาดร้านค้าแผงลอย..... 24 |
| 4.9 | การแบ่งโซนร้านค้าแผงลอยตามประเภทสินค้าแบบเก่า..... 24 |
| 4.10 | การแบ่งโซนร้านค้าแผงลอยตามประเภทสินค้าแบบใหม่..... 24 |
| 4.11 | ประเภทอาหารในตลาดฟู้ดวิลล่า..... 24 |
| 4.12 | สัดส่วนประเภทร้านอาหารแผงลอยในตลาด FOOD VILLA..... 24 |
| 4.13 | สัดส่วนอาหารคาวในตลาดฟู้ดวิลล่า..... 424 |
| 4.14 | รายชื่อร้านอาหารในตลาดฟู้ดวิลล่า..... 424 |
| 5.1 | พื้นที่ใช้งานร้านอาหารแผงลอย 45 |
| 5.2 | พื้นที่ปรุงอาหารร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ชาติหน้า) และ ร้าน C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) 51 |
| 5.3 | พื้นที่ชำระเงินร้าน C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) และ D1 (ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ)..... 24 |
| 5.4 | ป้ายรับรองด้านสุขอนามัย ร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) และ B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ชาติหน้า)..... 24 |
| 5.5 | ร้าน B2 (ประเภทอาหารจานด่วน: ชาติหน้า) และ C1 (ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ)..... 24 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป(ต่อ)

| รูปที่ | หน้า |
|--|------|
| 5.6 ร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบี๋อง) และ C2 (ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว)..... | 58 |
| 5.7 ผู้ให้ข้อมูล | 24 |
| 5.8 สัดส่วนเพศและอายุผู้ให้ข้อมูล..... | 24 |
| 5.9 ตัวอย่างการสัมภาษณ์ผ่านทาง ZOOM | 24 |
| 5.10 กรอบการศึกษา..... | 24 |
| 6.1 สรุปแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหาร 5 ประเภท | 24 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ร้านอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญต่อปากท้องคนไทย ธุรกิจร้านอาหารมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 จนถึง 2563 มีมูลค่าถึง 441 แสนล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.7 ของภาคบริการทั้งหมดของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Chayanis Ngamrabiab, 2020) มีผู้ประกอบการรายใหญ่จนถึงรายย่อย โดยประเภทร้านอาหารที่คนไทยคุ้นเคยคือร้านอาหารแผงลอยที่หาซื้อได้ง่ายในย่านชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว มีรสชาติอร่อย ราคาประหยัด และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศไทยเติบโตขึ้น

การจำแนกประเภทแหล่งอาหารตามพื้นที่สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ ตลาดอาหาร ศูนย์อาหาร ร้านค้าขนาดเล็กภายในอาคารแถว และร้านค้าแผงลอย (ปรีชญา, บุชยา, นาริฐา, 2020) ซึ่งเป็นหน่วยเล็กที่สุดในแง่พื้นที่การดำเนินธุรกิจร้านอาหาร โดยนิยามความหมายของร้านอาหารแผงลอย คือ สถานที่จำหน่ายอาหารที่เปิดให้บริการแก่ผู้คนที่เลือกซื้ออาหารสำหรับนำไปบริโภคที่บ้านหรือนั่งรับประทานภายในสถานที่จำหน่ายอาหาร (กรมอนามัย, 2563) ทั้งนี้หากย้อนกลับไปในอดีตที่เป็นสังคมเกษตรที่ชาวบ้านนำผักผลไม้มาขายในชุมชนหรือตลาด ใช้เวลาและสถานที่ที่แน่นอนในการเข้าถึงลูกค้า แต่หลังจากการพัฒนาเมืองที่เริ่มมีถนนขอกซอยมากขึ้น การค้าขายแบบหาบเร่จึงเปลี่ยนไปเป็นร้านค้าแผงลอย มีร้านค้าหลากหลายรูปแบบ ทั้งร้านขนาดเล็ก รถเข็น และแผงลอย ขายสินค้าหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของเครื่องใช้ และที่นิยมที่สุดคืออาหาร (Nirathron, 2006) กระจายอยู่ตามบริเวณที่มีประชากรหนาแน่นและมีคนสัญจรไปมา จึงถือได้ว่าร้านค้าแผงลอยคือธุรกิจที่กระจายรายได้สู่คนในสังคม

จากปัญหาการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ในไทยเมื่อต้นปี 2563 ถึงปัจจุบัน เกิดเป็นมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขของร้านอาหาร อย่างการกำหนดเวลาเปิดปิดและห้ามผู้บริโภคนั่งทานอาหารในร้านค้าช่วงการควบคุมสูงสุด และได้เริ่มผ่อนคลามาตรการให้นั่งรับประทานอาหารในร้านได้ภายใต้มาตรการปลอดภัย (Covid free setting) สำหรับร้านอาหาร หลังยอดผู้ติดเชื้อลดลง (กรมควบคุมโรค, 2565) เมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลายในปี 2565 ร้านอาหารเริ่มกลับมาเปิดกิจการกันตามปกติ ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคเริ่มเคยชินกับร้านอาหารที่มีองค์ประกอบจากมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ การยื่นคอยอาหารร่วมกับพนักงานส่งอาหาร การเว้นระยะห่างหรือการนั่งอาหารร่วมกันในพื้นที่เปิด พฤติกรรมเหล่านี้ยังคงอยู่ แม้สถานการณ์จะคลี่คลาย ทั้งนี้งานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาในบริบทของร้านอาหารในไทยและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างประเทศ หากแต่ยังไม่มีการศึกษาในบริบทของร้านอาหารแผงลอย รวมถึงมีการศึกษาความคาดหวังและประสบการณ์ของผู้บริโภคหลังโรคระบาดใหญ่ หากแต่ยังไม่มีการศึกษาในแง่ของสภาพแวดล้อมกายภาพที่ยังคงเหลือจากมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค ดังนั้นพฤติกรรมและองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคหลังการแพร่ระบาดใหญ่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหรือผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจและสร้างประสบการณ์ที่ดีและปลอดภัยต่อผู้บริโภคในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร พื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังโรคระบาดใหญ่
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพที่ยังคงเหลือจาก ร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ยังคงเหลือจากมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ หลังโรคระบาดใหญ่
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3 คำถามการวิจัย

- 1.3.1 การจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังโรคระบาดใหญ่ เป็นอย่างไร
- 1.3.2 การจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพที่ยังคงเหลือจากมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังโรคระบาดใหญ่ เป็นอย่างไร
- 1.3.3 การรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้ทราบถึงการจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร พื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังโรคระบาดใหญ่

1.4.2 ทำให้ทราบถึงการจัดการด้านสภาพแวดล้อมกายภาพที่ยังคงเหลือจากมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร หลังโรคระบาดใหญ่

1.4.3 ทำให้ทราบถึงการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

สภาพแวดล้อมกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นที่ส่งผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (Bitner, 1992)

ร้านอาหารแผงลอย (Street vendor) หมายถึง แทน โต๊ะ แผง รถเข็นหรือพาหนะที่ขายอาหาร เครื่องดื่ม น้ำแข็ง โดยตั้งประจำที่ ไม่รวมร้านค้าหาบเร่ที่เป็นลักษณะของการแบกหามย้ายพื้นที่ไม่มีส่วนใช้งานในอาคารตึกแถว (ปรีชญา วรนาช และคณะ, 2563)

ตลาดอาหาร หมายถึง สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้ว หรือของเสียบง่าย ทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด (ราชบัณฑิตยสภา, 2552)

การรับรู้ด้านความปลอดภัย (Safety Perception) หมายถึง ความปลอดภัยและการป้องกันการติดเชื้อหรือปนเปื้อนจากลูกค้าคนอื่นและพนักงานภายในร้าน อากาศหรือผิวสัมผัส การป้องกันที่ช่วยกำจัดการแพร่กระจายความเสี่ยงเพื่อเพิ่มความปลอดภัยด้านกายภาพที่นำไปสู่สุขภาพที่ดี (Deepak S Kumar และคณะ, 2023)

ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) หมายถึง สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่ให้บริการและส่งผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของลูกค้า (Faizan A. และคณะ, 2016; Miyoung Jeong และคณะ, 2021; Scott Taylor Jr., 202)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การทบทวนงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มุ่งทำความเข้าใจต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัย พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้ใช้งาน ผู้วิจัยจึงทบทวนระเบียบวิธีการวิจัยของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ออกแบบการวิจัยครั้งนี้ให้มีความน่าไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ

ในบทนี้ประกอบด้วย การทบทวนวรรณกรรม 2 ส่วน คือ การทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยและข้อค้นพบที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งก่อนและหลังโรคระบาดใหญ่ และส่วนที่สองคือ การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาในบทที่ 2 ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

2.1 ร้านอาหารแฟงลอย

2.1.1 ลักษณะเฉพาะร้านอาหารแฟงลอย

2.1.2 แนวคิดการรับรู้สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ

2.2 มาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ของร้านอาหารแฟงลอย

2.3 สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อการรับรู้ความปลอดภัยในภูมิทัศน์บริการ

2.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ร้านอาหารแฟงลอย

2.1.1 ลักษณะเฉพาะร้านอาหารแฟงลอย

กรมอนามัย (2557) แฟงลอยจำหน่ายอาหาร หมายถึง แค้ แท่น โต๊ะ แฟง รถเข็นหรือพาหนะที่ขายอาหาร เครื่องดื่ม น้ำแข็ง โดยตั้งประจำที่

กระทรวงพาณิชย์ (2552) แบ่งลักษณะร้านอาหารตามการออกแบบตกแต่งเป็น 4 ประเภทคือ ร้านอาหารระดับหรู (Fine Dining) ร้านอาหารระดับกลาง (Casual Dining) ร้านอาหารทั่วไป (fast dining) และ ร้านริมบาทวิถี (kiosk) โดยให้คำนิยามของร้านอาหารทั่วไปว่าเป็นร้านที่มีการออกแบบตกแต่งเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัดและหมุนเวียนลูกค้าได้ปริมาณมาก และ นิยามของร้านริมบาทวิถี คือ ร้านที่ออกแบบตกแต่งแบบง่าย เน้นอาหารจานเดียว ปรุงง่ายและรวดเร็ว เป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีเจ้าของเป็นพ่อครัวเอง

ปรีชญา วรรณาช และคณะ (2563) จำแนกแหล่งอาหารออกเป็น 4 รูปแบบ คือ ตลาด

อาหาร ศูนย์อาหาร ร้านค้าขนาดเล็กในอาคารแถวและร้านค้าแฟงลอย และจำแนกระดับการแชร์ได้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็น 4 กลุ่ม คือ การแชร์ในระดับพื้นที่ การแชร์ระดับร้าน การแชร์ระดับโต๊ะ และการแชร์ระดับอุปกรณ์รับประทานอาหาร โดยรูปแบบของตลาดอาหารและศูนย์อาหารเกิดการแชร์ในระดับพื้นที่อย่างการเช่าใช้พื้นที่ร่วมกันทั้งในระดับพื้นที่รวมและระดับผู้ประกอบการรายย่อย เช่น ร้านค้าแผงลอย และ รถเข็น

ฤทธิชัย สุกุลโชคชัย และ สุพิชชา โทวีวิชัย (2563) กำหนดขอบเขตการเลือกร้านอาหารหาบเร่แผงลอยว่าต้องสามารถนั่งรับประทานอาหารที่ร้านได้และต้องไม่มีส่วนใช้งานใดในอาคารตึกแถว จากการศึกษาร้านอาหารแผงลอยบนถนนเยาวราชสามารถแบ่งประเภทตามพื้นที่ใช้งานได้ 4 ส่วน คือ 1) พื้นที่ปรุงอาหาร 2) พื้นที่นั่งทานอาหาร 3) พื้นที่บริการน้ำดื่ม 4) พื้นที่ล้าง มีอุปกรณ์พื้นฐานประกอบด้วยรถเข็นขนาดกลางและเล็ก แบบมีหลังคาและไม่มีหลังคาขนาด 145x75 ซม. รถเข็นขนาดใหญ่แบบมีหลังคาและไม่มีหลังคาขนาด 230x80 ซม. โต๊ะพับหน้าเหล็กขนาด 4 ฟุต 71x116x76 ซม. และเก้าอี้พลาสติกไม่มีพนักพิง ขนาด 45x34.5x34.5 ซม. และพบว่าร้านอาหารแผงลอยประเภทอาหารจีนมีอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อขนาดของพื้นที่ คือ รถเข็นแบบสำเร็จรูปและโต๊ะเก้าอี้สำเร็จรูปคือ 2.8 ตรม. โดยในกลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยมีขนาดปรุงอาหารใกล้เคียงกับรถเข็นสำเร็จรูป แต่ร้านอาหารจีนประเภทผัดพ.ท.ปรุงอาหารมีขนาดใหญ่ เนื่องจากลักษณะเฉพาะของอุปกรณ์ เช่น กะทะจีน

สรุป

ร้านอาหารแผงลอย คือ แพน โต๊ะ แผง รถเข็นหรือพาหนะที่ขายอาหาร เครื่องดื่ม น้ำแข็ง โดยตั้งประจำที่ ไม่รวมร้านค้าหาบเร่ที่เป็นลักษณะของการแบกหามย้ายพื้นที่ไม่มีส่วนใช้งานในอาคารตึกแถว สามารถตั้งอยู่ในแหล่งจำหน่ายอาหารที่เปิดให้เช่าพื้นที่ในระดับผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งมีการแชร์พื้นที่ตั้งแต่ระดับพื้นที่ ระดับร้าน ระดับโต๊ะ และการแชร์อุปกรณ์รับประทานอาหาร ไม่มีพื้นที่นั่งรับประทานอาหารเป็นของตนเอง แต่มีพื้นที่นั่งรับประทานอาหารแบบแชร์พื้นที่กับร้านอื่นได้



รูปที่ 2.1 ร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา: ผู้วิจัย (2566)

2.1.2 แนวคิดเรื่องการรับรู้สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ

งานวิจัยส่วนใหญ่อ้างอิงจาก Bitner (1992) ว่าด้วยคำนิยามของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพคือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่ให้บริการ ซึ่งกระตุ้นการตอบสนองภายในและกำหนดพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่ โดยแต่ละงานวิจัยจะแตกต่างกันตามสถานที่หรือบริบทที่ศึกษา อย่าง Miyoung Jeong และคณะ (2021) และ Scott Taylor Jr. (2020) ให้คำนิยามว่า ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) ในบริบทของร้านอาหาร ต่างจากงานวิจัยของ Kisang Ryu และ Heesup Han. (2010) ใช้โถงพักผ่อน (Dinescape) ในบริบทของร้านอาหารขนาดใหญ่ และงานวิจัยของ Ute Walter. (2012) ใช้ห้องประสบการณ์ (Experience Room) ตามกรอบความคิดของ Edvardsson et al. (2005, 2010) ในบริบทร้านอาหาร เพื่ออธิบายความคาดหวังต่อประสบการณ์การบริการตั้งแต่ก่อนถึงสถานที่ให้บริการและมีมิติของสภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้และการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ส่วนงานวิจัยของ Faizan A. และคณะ. (2016) ใช้เป็นหนึ่งในข้อมูลเปรียบเทียบมิติของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพสำหรับสนามบิน

แม้จะมีการศึกษาสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพในร้านอาหารทั้งช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ หากแต่ยังไม่พบบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของร้านอาหารแฝงลอยหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ การทบทวนวรรณกรรมจึงมุ่งเน้นการศึกษาสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับร้านอาหารแฝงลอยหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ Deepak S Kumar และคณะ (2022) ที่เน้นการศึกษาหลักการประเมินความปลอดภัยของภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) โดยอิงจากปัจจัยในการออกแบบภายในพื้นที่บริการของ Baker et al. (2020), Bitner (1992) และ Rosenbaum and Massiah (2011) ซึ่งมักพบในงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ (ตาราง 2.1)

ตารางที่ 2.1 ตารางทบทวนวรรณกรรมคำนิยามสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ

| ผู้แต่ง, ปี | คำนิยามสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพในงานวิจัย | บริบทที่ศึกษา |
|-----------------------------------|---|---------------|
| Faizan A. และคณะ. (2016). | Servicescape คือ สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่ให้บริการ | สนามบิน |
| Ute Walter.(2012). | experience room คือ มุมมองของลูกค้าระหว่างกระบวนการบริการทั้งหมด หรือ สามารถอธิบายได้ว่าเป็นองค์ประกอบทั้งหมดของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นภายนอกหรือภายในร้านอาหารที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์ตลอดกระบวนการของประสบการณ์การบริการ | ร้านอาหาร |
| Kisang Ryu และ Heesup Han.(2010). | Dinescape กายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นและพื้นที่โดยรอบของมนุษย์ในพื้นที่ทานอาหารของร้านอาหารขนาดใหญ่ | ร้านอาหาร |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

| ผู้แต่ง, ปี | คำนิยามสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพในงานวิจัย | บริบทที่ศึกษา |
|------------------------------------|--|---------------------------|
| Jinkyung Jenny Kim และคณะ. (2021). | Hotel attribute คุณลักษณะประกอบด้วยสิ่งที่จับต้องได้และไม่ได้ ส่วนของสิ่งที่จับต้องได้ หมายถึง สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ | โรงแรม 4-5 ดาว |
| Miyoung Jeong และคณะ (2021) | Servicescape สิ่งก่อสร้างทางสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการและพฤติกรรมของลูกค้า | ร้านอาหาร |
| Scott Taylor Jr. (2020). | Servicescape ส่งผลกระทบต่อรับรู้และพฤติกรรมของลูกค้า | ร้านอาหารหลังโรคระบาดใหญ่ |

ในการศึกษาการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาดสด ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่ส่งผลกระทบต่อรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องอ้างอิงจากแนวคิดของของ Bitner (1992), Baker (1986) และ Kotler (1974) ซึ่งในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมีการเกณฑ์การเลือกปัจจัยที่ศึกษาต่างกันตามบริบทงานวิจัยที่ศึกษา (ตาราง 2.2)

ผู้วิจัยทำการจำแนกปัจจัยสภาพแวดล้อมกายภาพตามแนวคิดของของ Baker (1986) ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 ปัจจัยหลักคือ ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยด้านการออกแบบ และปัจจัยทางสังคม ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.2.1 ปัจจัยด้านบรรยากาศ (Ambient factors) คือ บรรยากาศที่อยู่ต่ำกว่าระดับการรับรู้โดยทันที เช่น อากาศ อุณหภูมิ ความชื้น เสียงรบกวน กลิ่น ซึ่งผู้วิจัยจะไม่นำมาศึกษา เนื่องจากร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารเป็นพื้นที่เปิดที่ใช้ร่วมกัน ปัจจัยด้านบรรยากาศในแต่ละพื้นที่จึงไม่แตกต่างกันมาก และความสะอาดจากงานวิจัยของ Scott Taylor Jr. (2020) อ้างอิงถึงรายงานของ Center for Science in the Public Interest ถึง 5 จุดที่ลูกค้ากังวลด้านความสะอาด คือ ความสะอาดและสุขอนามัยของพนักงาน แผลง ความไม่เหมาะสมของผ้าเช็ดโต๊ะ การแสดงอาการป่วยของพนักงาน การสัมผัสอาหารโดยมือเปล่า ผลการวิจัยพบว่าความสะอาดมีผลต่อความเป็นไปได้ในการนั่งรับประทานอาหารที่ร้านปานกลาง เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดใหญ่ ในขณะนั้นที่มีโอกาสเป็นโรคร้ายแรงและนำไปสู่การเสียชีวิต และผู้ตอบแบบสอบถามเกือบครึ่งชี้ว่ายังไม่เคยทานอาหารที่ร้านในช่วงตอบแบบสอบถาม โดยในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพด้านปัจจัยการออกแบบของร้านอาหารแผงลอยเป็นหลัก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นและจับต้องได้

2.1.2.2 ปัจจัยด้านการออกแบบ (Design factors) คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นและจับต้องได้ในสภาพแวดล้อมดังกล่าว โดยผู้บริโภคจะรับรู้ได้เป็นสิ่งแรกในภูมิทัศน์บริการ (Baker, 2020) เช่น สี แสงสว่าง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเรื่องสีและแสงสว่างผู้วิจัยจะไม่นำมาศึกษา เนื่องจากร้านอาหารแผงลอยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในตลาดอาหารมีการเลือกใช้สีร้านตามอัตลักษณ์ขององค์กรของตนเอง และแสงสว่างที่ร้านอาหาร
 แผงลอยในตลาดอาหารเป็นพื้นที่เปิดที่ใช้ร่วมกันจึงไม่แตกต่างกันมาก

(1) ปัจจัยเชิงพื้นที่ (Spatial factors)

Bitner (1992) ให้คำนิยามว่าคือ ขนาด รูปร่าง และการจัดวางของเครื่องมือ
 อุปกรณ์ เครื่องเรือน ที่มีฟังก์ชันต่อความสามารถในการเติมเต็มความต้องการของลูกค้า เช่นเดียวกับ
 แนวคิดของ Ryu and Jang (2008) โดยการวางผังร้านค้าสามารถส่งผลกระทบต่อความคาดหวัง
 ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าเดิมมากกว่าลูกค้าที่มาเยือนครั้งแรก (Ryu และ Heesup
 Han, 2010)

หลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ การวางผังร้านค้าเปลี่ยนไปจากมาตรการ
 ความปลอดภัยร้านอาหารตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข เช่น ช่วงการกลับมาเปิด
 ร้านอาหารหลังมาตรการปิดเมืองในประเทศอเมริกาพบว่าลูกค้าชอบการวางฉากกั้นระหว่างโต๊ะ
 อาหารมากกว่าการวางหุ่นยนต์อาหารเพื่อการเว้นระยะห่างทางสังคม (Scott Taylor Jr., 2020)
 เช่นเดียวกับร้านค้าอาหารแผงลอยในไทยต่างต้องปรับตัวให้สามารถเปิดบริการตามมาตรการ
 สาธารณสุขได้ ปรีชญา และคณะ (2563) ได้แนะนำแนวทางการปรับตัวของร้านอาหารแผงลอยว่า
 ควรแบ่งโซนซื้อขายอาหารและปรุงอาหารอย่างชัดเจน รวมถึงจัดการระบบคิว การจ่ายเงิน การรับ
 ของ เพื่อลดการกระจุกตัวของผู้คนบริเวณหน้าร้าน และควรเพิ่มแผงกั้นหน้าร้าน

(2) วัสดุและพื้นผิว

วัสดุและพื้นผิวในแนวคิดของ Baker (1986) จัดอยู่ในหมวดหมู่ของปัจจัยการ
 ออกแบบด้านความสวยงาม ในขณะที่แนวคิดของ Bitner (1992) จัดอยู่ในความสวยงามของสิ่ง
 อำนวยความสะดวก จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเชิง
 กายภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะอ้างอิงจากหลักการของ Bitner (1992) และ
 Baker (1986) (Faizan A. และคณะ.(2016); Ute Walter (2012); Yong Ho Shin และ Liu Yu
 (2020); Jinkyung Jenny Kim และคณะ.(2021); Miyoung Jeong และคณะ (2021)) โดยใช้หัวข้อ
 ใหญ่ในการตั้งสมมติฐานในการทำวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ไม่สามารถทราบแน่ชัดถึงผลกระทบของวัสดุ
 พื้นผิวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึก จะมีเพียงแค่งานวิจัยของ Ute Walter (2012) พบว่า
 ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้สิ่งของที่จับต้องได้ เช่น วัสดุพื้นผิวในการอ้างอิงถึงประสบการณ์บริการในร้านอาหาร
 ที่เคยใช้บริการ

หลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ มีการวิจัยจากหลายสถาบันแนะนำการ
 เลือกใช้วัสดุหลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ อย่างพื้นผิวไม้ธรรมชาติที่ช่วยลดการเจริญเติบโตของ
 เชื้อโรค และทองแดงที่มีผลวิจัยในการช่วยลดระยะเวลาในการมีชีวิตของเชื้อโรค และควรหลีกเลี่ยง
 การใช้พลาสติกหรือสแตนเลส (ปรีชญา และคณะ, 2563; Deepak S Kumar และคณะ, 2022) แต่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาถึงการเลือกใช้วัสดุต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยและความรู้ความเป็นอยู่ที่
ดีของผู้บริโภค

(3) เครื่องหมาย สัญลักษณ์และสิ่งประดิษฐ์ (Signs, symbols, and artifacts)

Bitner (1992) ให้คำนิยามว่าเป็น เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่บ่งชี้ให้ลูกค้ารู้ข้อมูล
เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ ประกอบด้วย สัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย ป้ายหรือสิ่ง
ตกแต่งส่วนตัว เช่น ใบบรรองความอร่อย เป็นต้น โดยหลังจากการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่
ร้านอาหารส่วนใหญ่เพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้าโดยการติดป้ายสื่อสาร เช่น ป้ายรับรองการฉีดวัคซีนของ
พนักงาน ป้ายแจ้งความถี่ในการทำความสะอาดพื้นผิว ป้ายสำหรับการชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น
ทั้งนี้งานวิจัยของ Miyoung Jeong และคณะ (2021) ชี้ว่าในกลุ่มลูกค้าที่รับรู้ความเสี่ยงสูงมองว่าการ
เตรียมสิ่งที่สื่อสารถึงวิธีการปฏิบัติตัวตามข้อบังคับด้านสุขอนามัย เช่น เมนูที่ผ่านการฆ่าเชื้อ การห่อ
ภาชนะอาหาร หรือการใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือของพนักงาน เป็นสิ่งที่ลูกค้าเห็นและ
พัฒนาไปสู่ความเชื่อใจในร้านอาหารได้

2.1.2.3 ปัจจัยทางสังคม (Social factors) คือ ผู้คนในสภาพแวดล้อม เช่น ปัจจัยด้านภูมิ
ทัศน์บริการทางสังคมและความหนาแน่น (Social servicescape and density) จากงานวิจัยของ
Scott Taylor Jr. (2020) กล่าวว่าภูมิทัศน์บริการดั้งเดิมตามแนวคิดของ Bitner (1992) คือ มิติของ
การวางผังและการใช้งาน เช่น ความหนาแน่นของสิ่งที่สร้างขึ้น ดังนั้นภูมิทัศน์บริการทางสังคมจึง
หมายถึงสิ่งของหรือคนภายในพื้นที่ให้บริการ ซึ่งพบว่ามิติที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคตามการ
อ้างอิงถึง Line et al. (2018) จากงานวิจัยของ Kisang Ryu และ Heesup Han. (2010) พบว่า
ปัจจัยทางสังคม เช่น จำนวน เพศ เครื่องแต่งกายของพนักงาน หรือการมีอยู่ของลูกค้าคนอื่น ส่งผล
ต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจและความภักดีต่อร้านอาหารขนาดใหญ่ตามลำดับ นอกจากนี้งานวิจัย
ของ Ute Walter. (2012) พบว่าตำแหน่งของลูกค้า (Customer Placement) มีผลต่อประสบการณ์
ที่ดีของลูกค้าภายในร้านอาหาร โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะไม่นำปัจจัยทางสังคมมาศึกษา แต่จะ
มุ่งเน้นปัจจัยด้านการออกแบบของร้านอาหารแฝงลอยเป็นหลัก

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพในพื้นที่บริการดัง
ตาราง 2.2 ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของร้านอาหารขนาดใหญ่หรือร้านอาหารหรู
หรือพื้นที่บริการขนาดใหญ่อย่างสนามบิน แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของร้านอาหารแฝง
ลอยในตลาดอาหาร นอกจากนี้ผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบปัจจัยสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพในพื้นที่บริการ
พบว่าแต่ละงานวิจัยมีการให้คำนิยามปัจจัยที่ใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงทำการจัดหมวดหมู่เพื่อหาปัจจัย
หลักที่ต้องการนำมาศึกษาและปรับใช้ในบริบทของร้านอาหารแฝงลอยในตลาดอาหาร ซึ่งการวิจัยครั้ง
นี้จะมุ่งเน้นศึกษาที่ปัจจัยด้านการออกแบบประกอบด้วยปัจจัยเชิงพื้นที่ วัสดุและพื้นผิว เครื่องหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสัญลักษณ์ เป็นหลัก เนื่องจากบริบทที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาอยู่ในพื้นที่เปิดโล่งและใช้พื้นที่ร่วมกัน ส่งผลให้ปัจจัยหลายๆด้านมีความใกล้เคียงกัน ยกต่อการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ตารางทบทวนวรรณกรรมสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหาร

| | ปัจจัย | คำนิยาม | ก่อนการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ | | | | หลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ | | | |
|---|---|---|------------------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------------------|
| | | | Faizan A. และคณะ. (2016). | Ute Walter. (2012). | Kisang Ryu และ Heesup Han.(2010). | Yong Ho Shin และ Liu Yu. (2020). | Jinkyung Jenny Kim และคณะ. (2021). | Miyoung Jeong และคณะ (2021) | Scott Taylor Jr. (2020). | Deepak S Kumar และคณะ (2022) |
| 1 | บรรยากาศพื้นที่ให้บริการ (ambient conditions) | ลักษณะของสภาพแวดล้อมที่สามารถกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของลูกค้า (อุณหภูมิ แสงสว่าง เสียงดนตรีและกลิ่น) | ● | | | | ● | ● | ● | |
| | แสงสว่าง (lighting) | | | | ● | | | | | |
| | บรรยากาศ (Ambience) | ลักษณะประกอบที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น ดนตรี กลิ่น อุณหภูมิ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ที่มองไม่เห็น | | | ● | | | | | |
| | ความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (facility aesthetics) | การออกแบบสถาปัตยกรรม ออกแบบภายในและการตกแต่ง เพื่อสร้างความน่าดึงดูดให้ภาพแวดล้อมการทานอาหาร | | | ● | | | | | |
| 2 | การออกแบบเชิงพื้นที่ (spatial layout) | ขนาด รูปร่าง และการจัดวางของเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องเรือน ที่มีฟังก์ชันต่อความสามารถในการเติมเต็มความต้องการของลูกค้า | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | |
| | | | | | (Layout) | | | | | |
| 3 | เครื่องหมาย สัญลักษณ์และสิ่งประดิษฐ์ (Signs, symbols and artifacts) | เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่บ่งชี้ให้ลูกค้ารับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ | | ● | | | ● | ● | | |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| | ปัจจัย | คำนิยาม | ก่อนการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ | | | | หลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ | | | |
|---|--|--|------------------------------|---------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------------------|
| | | | Faizan A. และคณะ. (2016). | Ute Walter. (2012). | Kisang Ryu และ Heesup Han.(2010). | Yong Ho Shin และ Liu Yu. (2020). | Jinkyung Jenny Kim และคณะ.(2021). | Miyoung Jeong และคณะ (2021) | Scott Taylor Jr. (2020). | Deepak S Kumar และคณะ (2022) |
| | สิ่งประดิษฐ์ทางกายภาพ (Physical artefacts) | เช่น เครื่องหมาย สัญลักษณ์ สินค้า หรือ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการสร้าง คุณลักษณะทางกายภาพของห้องประสบการณ์ และองค์ประกอบทางประสาทสัมผัส | • | | | | | | | |
| 4 | people (ลูกค้าหรือ/และพนักงาน) | | | | | | • | | | |
| | พนักงานบริการ (Service staff) | เช่น จำนวนพนักงาน เพศ ชุดของพนักงาน | | | • | • | | | | |
| | ตำแหน่งของลูกค้า (Customer placement) | ตำแหน่งในห้องประสบการณ์ที่เป็นเงื่อนไขเบื้องต้นของปฏิกริยาทางสังคม | | • | | | | | | |
| | การมีส่วนร่วมของลูกค้า (Customer involvement) | บริการหรือเหตุการณ์ที่ลูกค้ามีส่วนร่วมโดยตรง | | • | | | | | | |
| | ปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน (Interaction with employees) | | | • | | | | | | |
| | ภูมิทัศน์บริการทางสังคม และความหนาแน่น (social servicescape and density) | จำนวนของบุคคลในพื้นที่การบริโภค | | | | | | • | | |

2.2 มาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ของร้านอาหารแผงลอย

ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัยในภูมิทัศน์บริการ และมาตรการความปลอดภัยเพื่อการป้องกันโรคระบาดใหญ่ จากสำนักงานบริหารความปลอดภัยและชีวอนามัย (SHA) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีการแนะนำการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ในบริบทต่างๆ (ตาราง 2.3) โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1) ปัจจัยเชิงพื้นที่

ในงานวิจัยส่วนใหญ่มีการกล่าวถึงระยะห่างในพื้นที่ให้บริการที่ผู้ค้าและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กันไว้อย่างน้อย 1.50 – 2.00 เมตร อย่างงานวิจัยของ ศรีดาราดิเพียร (2565) ปรีชญา และคณะ (2563) ในขณะที่งานวิจัยของ Miyoung J. และคณะ (2564) ในบริบทของร้านอาหาร ได้ให้ระยะห่างระหว่างโต๊ะนั่งทานอาหารไว้อย่างน้อย 6 ฟุต หรือประมาณ 1.82 เมตร นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงการแบ่งพื้นที่ด้วยแผงหรือฉากกั้นทั้งในร้านอาหารและร้านนวดแผนไทย และมีปัจจัยอื่นๆที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทร้านอาหารแผงลอยได้ เช่น การจำกัดทางทางเข้าออกให้เหลือทางเดียว เพื่อง่ายต่อการจัดการและควบคุมความหนาแน่นและง่ายต่อการคัดกรอง การที่พื้นที่หน้าร้านมีจุดล้างมือเตรียมให้ผู้ให้บริการ หากมีพื้นที่พักคอยควรมีระยะว่างเรื่องการเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1.50 เมตร รวมถึงการแบ่งพื้นที่ซื้อขาย ปูรองอาหาร ชำระเงินและรอคิวอย่างชัดเจน

2) วัสดุและพื้นผิว

ยังไม่พบการกล่าวถึงในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ในบริบทร้านอาหาร พบเพียงแต่ในบริบทของร้านนวดแผนไทยที่ควรใช้ประตูกระจกแทนผ้าม่านในการกั้นพื้นที่ (ศรีดาราดิเพียร, 2565)

3) เครื่องหมาย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์

พบว่ามีมีการกล่าวถึงการสื่อสารด้านมาตรการความปลอดภัย ข้อเสนอแนะเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่ในมาตรการของ SHA ในขณะที่งานวิจัยของ Sven T. (2021) กล่าวถึงการทำสัญลักษณ์บนพื้นเพื่อกำหนดเส้นทางการเดินของผู้บริโภคเพื่อลดการสัญจรในพื้นที่ทานอาหาร

สรุป

การจัดการด้านความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ พบแนวทางการจัดการสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ความสะอาดและความหนาแน่นในภูมิทัศน์บริการ ในขณะที่ปัจจัยด้านวัสดุพื้นและผิวยังไม่มีการกล่าวถึงในบริบทของร้านอาหาร ในขณะที่ปัจจัยด้านสีและแสงสว่างยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระบุถึงปัจจัยดังกล่าวในแง่ที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 ตารางทบทวนสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อมาตรการด้านความปลอดภัยและสาธารณสุข

| | SHA | ศรียา ดิเพียร(2565) | | ปรีชญา และคณะ (2563) | Miyoung J. และคณะ (2564) | Scott Taylor Jr. (2020). | Sven T. และคณะ (2021) |
|-------------------|--|--|--|--|--|---|---|
| บริบท | ร้านอาหาร | ร้านนวดแผนไทย | | ร้านอาหาร | ร้านอาหาร | ร้านอาหาร | ร้านอาหาร |
| ปัจจัยเชิงพื้นที่ | <ul style="list-style-type: none"> - ควรมีถาดรับเงิน - ควรมีทางเข้าออกทางเดียว - มีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าร้าน - จัดพื้นที่รอคิวแยก - ติดตั้งระบบหมุนเวียนอากาศ | <p>ระยะสั้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - กั้นพื้นที่จุดพักคอยและมีฉากกั้น - ที่พักไม่ควรเกิน 2 ที่นั่ง - เว้นระยะห่างต่อที่นั่ง 1.50 เมตร - หลีกเลี่ยงการใช้โซฟายาว - จัดหาพื้นที่สำหรับอุปกรณ์ทำความสะอาด 1-2 จุด - แยกพื้นที่เก็บอุปกรณ์ที่ใช้แล้วและยังไม่ใช้ | <p>ระยะยาว</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มจุดล้างมือในตำแหน่งที่เหมาะสม - พื้นที่พักคอยควรใช้เก้าอี้เดี่ยวเว้นระยะหรือคั่นด้วยโต๊ะข้าง - เพิ่มระยะความกว้างของเคาน์เตอร์และเว้นระยะหน้าเคาน์เตอร์ 1.50 เมตร - จัดพื้นที่เก็บของที่ยังไม่ใช้ไว้ส่วนกลางและแยกพื้นที่ของที่ใช้แล้วไว้ส่วนหลัง | <ul style="list-style-type: none"> - จุดจำหน่ายสินค้ามีระยะห่างระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้ออย่างน้อย 1.5-2 เมตร - จุดนั่งทานอาหารนั่งสลับหว่างหรือหันหน้าทางเดียวกัน เว้นระยะอย่างน้อย 1.5-2 เมตร - แบ่งโซนซื้อขายและปรุงอาหารชัดเจน - มีแผงกั้นหน้าร้าน - จัดระบบคิวให้มีทางเข้าออกทางเดียว | <ul style="list-style-type: none"> - มีที่กั้นระหว่างโต๊ะ และเว้นระยะห่าง 6 ฟุต | <p>ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไปร้านที่ตั้งที่กั้นระหว่างโต๊ะมากกว่าร้านที่วางหุ่นไว้ที่โต๊ะ</p> <p>เนื่องจากดูน่าดึงดูดกว่า ดูสะอาด ดูต้อนรับ ดูปลอดภัย ดูเฟลิดเฟลีน ดูมีสุขอนามัย และดูให้ความสบายใจกว่า</p> <p>แบบตั้งหุ่นเพื่อเว้นระยะ</p> | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริโภคคาดหวังพื้นที่ภายในที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะการจัดโต๊ะที่เว้นระยะตามมาตรการ ถึงแม้โต๊ะน้อยลงแต่เพิ่มต้นไม้หรือของตกแต่งช่วยให้รู้สึกเป็นกันเอง - คนนั่งนอกร้านเยอะจากมาตรการ ทำให้คนที่นั่งในร้านรู้สึกแปลกแยกตอนโต๊ะว่างเยอะ แต่การมีอยู่ของแขกในร้านช่วยให้รู้สึกถึงความปกติหลังจากโควิด การจัดโต๊ะห่างกันและบทสนทนาของแขกทำให้นึกถึงโควิดและทำให้ไม่สนุกเท่าที่ควร |
| วัสดุพื้นผิว | | | - ใช้ประตูบานเลื่อนแทนผ้าม่าน | | | | |
| เครื่องหมาย | <ul style="list-style-type: none"> - มีการสื่อสารข้อแนะนำและลดความเสี่ยงชัดเจน | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> - ควรมีการบริหารจัดการเช่น ทำลูกศรหรือสัญลักษณ์ให้คนเดิน เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินผ่านโดยไม่จำเป็น |

2.3 สภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อการรับรู้ความปลอดภัยในภูมิทัศน์บริการ

หลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ ร้านอาหารแผงลอยต้องปรับตัวเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค แม้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ จะเริ่มคลี่คลาย แต่ร้านอาหารแผงลอยยังคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพดังกล่าวเพื่อความสะดวกสบายใจของผู้บริโภค

แนวคิดการรับรู้ด้านความปลอดภัยในงานวิจัยของ Han W. และ Bingjie L. (2022) อ้างอิงจาก แนวคิดสัญญาณความปลอดภัย (Safety Signal) ในอุตสาหกรรมบริการ (Fließ และ Kleinaltenkamp, 2004; Moeller, 2008) โดยแบ่งการรับรู้ออกเป็น 3 มิติ คือ 1) การเข้าถึงภูมิทัศน์บริการ (Access to Servicescape) 2) ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) 3) การสื่อสาร (Communication) ซึ่งในมิติภูมิทัศน์บริการและการสื่อสารมีความอ้างอิงจากหลักการเดียวกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของ Bitner (1992)

งานวิจัยของ Sven และคณะ (2021) ว่าด้วยการศึกษาด้านสุขภาวะในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Collective Wellbeing) ในอุตสาหกรรมบริการต้อนรับ (Hospitality) ช่วงการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ ผู้วิจัยได้กล่าวถึงสุขภาวะที่ดีในมิติและระดับที่ต่างกัน โดยในระดับของร้านอาหารพบว่าผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึง สุขภาวะที่ดีด้านทรัพยากร (Resource wellbeing) ในแง่ของด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย เช่น การเตรียมแอลกอฮอล์ล้างมือ การติดป้ายวิธีปฏิบัติตัวให้ปลอดภัยจากโควิด หรือ การที่พนักงานสวมหน้ากากและถุงมือเป็นต้น และกล่าวถึง สุขภาวะทางสังคม (Social Wellbeing) ในแง่ของบรรยากาศ เช่น การจัดบรรยากาศเป็นกันเองแต่คงไว้ซึ่งระยะห่าง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพด้านความสะอาดและการออกแบบเชิงพื้นที่ในภูมิทัศน์บริการ

สรุป

การรับรู้ด้านความปลอดภัยแบ่งการรับรู้ออกเป็น 3 มิติ คือ 1) การเข้าถึงภูมิทัศน์บริการ (Access to Servicescape) 2) ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) 3) การสื่อสาร (Communication) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทของร้านอาหารแผงลอยได้

2.4 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านแนวคิดสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถแบ่งหัวข้อย่อยระเบียบวิธีวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

2.4.1 กระบวนทัศน์

2.4.2 ประเภทของการวิจัย

2.4.3 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

2.4.4 การเลือกเครื่องมือวิจัย

2.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1 กระบวนทัศน์

จากการทบทวนวรรณกรรมในกลุ่มสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Faizan A. และคณะ, 2016; Kisang Ryu และ Heesup Han, 2010; Yong Ho Shin และ Liu Yu, 2020; Jinkyung Jenny Kim และคณะ, 2021; Scott Taylor Jr. , 2020) โดยเป็นเชิงสำรวจและการวิจัยกึ่งทดลอง เพื่อหาค่าสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบภาวะสารูปสนธิ (Goodness of Fit Test) และ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) เป็นต้น โดยงานวิจัยดังกล่าวมีข้อดีในการได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น ที่สามารถตอบสนองมาตรฐานงานวิจัยได้ตรงประเด็นและมีตัวเลขทางสถิติอ้างอิง แต่ข้อเสียคือไม่สามารถทราบสาเหตุของสมมติฐานหรือปรากฏการณ์นั้นๆได้

ในงานวิจัยของ Miyoung Jeong และคณะ (2021) ได้ทำงานวิจัยเชิงผสมผสาน โดยมีแนวคิดเรื่องสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพจาก Bitner (1992) เริ่มจากการทำงานวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับพฤติกรรมอาหารในร้านอาหารทั้งช่วงก่อนและหลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ และนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาแบบสอบถามร่วมกับทบทวนวรรณกรรม พบข้อดีคือผู้วิจัยสามารถสร้างกรอบคำถามและประเด็นการศึกษาอย่างกว้างขวางจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสนทนากลุ่ม เพื่อใช้ต่อยอดเป็นคำถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากโดยมีตัวเลขเชิงสถิติสนับสนุน

ในงานวิจัยของ Ute Walter (2012) ได้ทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แนวคิดของ Edvardsson et al. (2005, 2010) เน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยให้กลุ่มตัวอย่างเล่าเรื่องราวประสบการณ์ที่จำได้ถึงสิ่งที่ชอบและไม่ชอบในร้านอาหาร และนำข้อมูลที่ผู้ให้สัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่ตามแนวคิดอีกครั้ง ข้อดีคือได้ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sven T. และคณะ (2021) ที่ทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกถึงความคิดของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาวะที่ดีในมิติและขนาดพื้นที่ที่ต่างกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่อ้างอิงถึงแนวคิด Servicescape ของ Bitner(1992) และใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการตอบคำถามวิจัยตามสมมติฐานซึ่งไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นช่องว่างของงานวิจัยที่ยังขาดการทำความเข้าใจในแต่ละพฤติกรรมหรือปรากฏการณ์ ดังนั้นในการศึกษารุ่นนี้ผู้วิจัยจึงเลือกการวิจัยเชิงคุณภาพในการทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านค้าอาหารแผงลอยหลังการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่ ต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยเพื่อตรงกับการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค

2.4.2 ประเภทของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพต่อพฤติกรรมหรือประสบการณ์ผู้บริโภค พบว่าการวิจัยส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) (Faizan A. และคณะ, 2016; เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้เผยแพร่ขึ้นต้นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Kisang Ryu และ Heesup Han, 2010; Yong Ho Shin และ Liu Yu, 2020; Jinkyung Jenny Kim และคณะ, 2021) โดยใช้สถิติพรรณนาในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เป็นต้น

ในงานวิจัยของ Ute Walter (2012) ที่ใช้การวิจัยเชิงผสมผสาน โดยเริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อศึกษาหารูปแบบของประสบการณ์บริการจากผู้ให้ข้อมูล มากำหนดกรอบของแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ

งานวิจัยของ Sven T. และคณะ (2021) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาด้านสุขภาวะที่ดีที่เคยใช้บริการร้านอาหารระดับกลางถึงระดับสูง เนื่องจากเป็นสภาพแวดล้อมที่มีทั้งด้านความเพลิดเพลินและด้านการใช้งานอย่างครบถ้วน

จากการทบทวนวรรณกรรมสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพในบริบทพื้นที่บริการอื่น พบงานวิจัยของฤเพ็ญ สุกุลโชคชัย และ สุพิชชา ไตรวิชัย (2563) ใช้การศึกษาเฉพาะกรณีแบบรวมกลุ่ม (collective case study) เพื่อทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะของร้านค้าหาบเร่-แผงลอยบนถนนเยาวราช เช่นเดียวกับ ศรีดาราทิเพียร (2565) ที่เลือกกรณีศึกษาธุรกิจสปา 3 แห่ง ภายใต้เงื่อนไขที่ผู้วิจัยกำหนด เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงพื้นที่ภายในของร้านสปา

สรุป

ผู้วิจัยพบว่าการศึกษาเฉพาะกรณีโดยอาศัยกระบวนการค้นแบบตีความสรรค์สร้างนิยม มีข้อดีในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์หนึ่งได้อย่างลึกซึ้ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาลักษณะสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในพื้นที่ตลาดอาหารแห่งหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

2.4.3 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

จากงานวิจัยของ Miyoung Jeong และคณะ (2021) ในงานวิจัยเชิงผสมผสาน โดยเริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพในการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตามความสะดวก 2 ครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายจากเพศและช่วงอายุที่ต่างกัน ในขณะที่งานวิจัยของ Ute Walter (2012) ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพไม่ได้กล่าวถึงวิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล แต่มีการให้สัมภาษณ์กันที่ร้านอาหารแห่งหนึ่งในประเทศสวีเดน โดยใช้หลักการประเมินตามเหตุการณ์สำคัญของ Flanagan, 1954 ในการสัมภาษณ์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Sven T. และคณะ (2021) งานวิจัยเชิงคุณภาพคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องมีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเคยใช้บริการร้านอาหารระดับกลางและหรือระดับสูงภายหลังการคลายล็อกดาวน์ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Snowball sampling) และการสุ่มตามความสะดวก (convenience sampling) จำนวน 12 คน ผ่านทางโปรแกรม zoom เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดใหญ่ โดยการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลให้มีความหลากหลายทางเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ ศาสนา การศึกษา เพื่อให้ได้ทัศนคติที่หลากหลายสำหรับการใช้บริการร้านอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.4 การเลือกเครื่องมือวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสรุประเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนข้อมูลเครื่องมือวิจัยจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีทั้งงานวิจัยเชิงคุณภาพและงานวิจัยเชิงผสมผสาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของพื้นที่บริการ ดังตารางที่ 2.4 โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

2.4.4.1 การสังเกตการณ์

ในงานวิจัยของ ศรีดาราทิเพียร (2565) ใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในขณะที่กลุ่มตัวอย่างทำกิจกรรมในสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ฤทธิญา สกุลโชคชัย, สุพิชชา ไตรวิชัย (2563) ได้สังเกตการณ์ถึงพฤติกรรมการใช้พื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้นในร้านค้าหาบเร่แผงลอย โดยใช้การวาดภาพในการบันทึกข้อมูล

2.4.4.2 แบบสัมภาษณ์

งานวิจัยของ Ute Walter (2012) ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 144 คน ผู้วิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลเล่าเรื่องสั้นเกี่ยวกับประสบการณ์บริการที่ชอบหรือไม่ชอบในร้านอาหาร โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ให้ข้อมูลต้องเป็นผู้อยู่ในเหตุการณ์และสามารถจำรายละเอียดที่ผู้วิจัยต้องการรู้ได้ ใช้เวลาการสัมภาษณ์คนละประมาณ 20 นาที เช่นเดียวกับ Sven T. และคณะ (2021) ที่ใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 15 คน โดยการสัมภาษณ์ใน 3 ประเด็น คือ สิ่งที่น่าสนใจและหรือข้อกังวลด้านสุขภาพก่อนการเยือนร้านอาหารหลังการคลายล็อก การรับรู้ต่อภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) อาณาเขตหรือมาตรการเว้นระยะทางสังคม และสุขภาวะของตนเองและผู้อื่นระหว่างทานอาหาร ในขณะที่ ศรีดาราทิเพียร (2565) ใช้แบบสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ และพนักงาน เพื่อทราบถึงลักษณะทางกายภาพและปัญหาของสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกิดขึ้น โดยไม่ได้ระบุรูปแบบสัมภาษณ์หรือลักษณะคำถามที่ใช้

2.4.4.3 ผังสถานที่

งานวิจัยของ ศรีดาราทิเพียร (2565) ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงพื้นที่ของร้านสปาใช้การวาดผังสถานที่ในการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้พื้นที่ของสปา โดยการเลือกเป็นกรณีศึกษา 3 แห่งที่ตอบรับการเก็บข้อมูลและบันทึกภาพ ในขณะที่งานวิจัยของ ฤทธิญา สกุลโชคชัย และ สุพิชชา ไตรวิชัย (2563) ใช้การวาดผังและร่างภาพเหมือนจริงในการเก็บข้อมูลถึงรูปแบบการจัดร้านอาหารหาบเร่แผงลอยบนถนนเยาวราช จำนวน 36 ร้าน โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.4 การเลือกเครื่องมือวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

| งานวิจัย | การสนทนา กลุ่ม (Focus group discussion) | แบบ สอบถาม | การสำรวจ พื้นที่ ภาคสนาม | การ สังเกต แบบไม่มี ส่วนร่วม | การสุ่มแบบ เจาะจง (Purposive Sampling) | การ สัมภาษณ์เชิง ลึก (In-depth interview) | ผังสถานที่ |
|--|---|---------------|--------------------------------|---------------------------------------|---|---|------------|
| Ute Walter.(2012). | | | | | | ● | |
| Miyoung Jeong และคณะ (2021) | ● | ● | | | | | |
| Sven T. และคณะ (2021) | | | | | | ● | |
| ศรีดาราทิเพียร (2565) | | | ● | ● | ● | ● | ● |
| ฤทธิญา สกุลโชคชัย และ สุพิชชา โตวิ วิชัย, (2563) | | | ● | ● | | | ● |

สรุป

ในงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการทราบถึงการรับรู้หรือประสบการณ์ของผู้บริโภคจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูล ขณะที่งานวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการทราบถึงการใช้พื้นที่ในบริบทร้านอาหาร หาบเร่แผงลอยหรือร้านสปาจะใช้การวาดผังสถานที่ร่วมกับการสังเกตการใช้งานเป็นเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยจึงจะนำวิธีดังกล่าวไปปรับใช้ในบริบทที่จะศึกษาต่อไป

2.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล และการตรวจสอบข้อมูล

ในงานวิจัยเชิงคุณภาพของ Ute Watler (2012) ใช้ซอฟต์แวร์ Maxqda ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดย 2 ขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลลัพธ์ใน 8 ประเภทหลักของตัวกระตุ้นประสบการณ์บริการของลูกค้า ขั้นตอนที่ 3 คำนวณความถี่ของตัวกระตุ้นในแต่ละประเภทที่เกิดขึ้น ขั้นตอนที่ 4 การค้นพบที่เกิดขึ้นใหม่ตีความโดยมุ่งเป้าไปที่ความหมายของแต่ละองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของลูกค้าแต่ละคนในสถานการณ์ที่ต่างกัน และผลลัพธ์ที่ได้จะถูกเปรียบเทียบกับมิติของโมเดลห้องประสบการณ์ และมีการตรวจสอบข้อมูลโดยการประเมินจาก 2 ผู้เชี่ยวชาญที่มีพื้นหลังด้านการวิจัยที่ต่างกัน ในส่วนที่มีความเห็นต่างของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการอธิบายจนได้รับการยอมรับจากทั้งสองคน

งานวิจัยของ Sven T. และคณะ (2021) ใช้โปรแกรม Nvivo ผ่านกระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) 3 กระบวนการคือ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การกำหนดรหัสเพื่อจำแนกข้อมูล (open coding)
2. การเชื่อมโยงข้อมูลที่ให้รหัสแล้ว (axial coding)
3. การจัดกลุ่มจากข้อ 2 เพื่อกำหนดหัวข้อ (elective coding)

และตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยการถกกันในกลุ่มผู้ร่วมเขียนงานวิจัย รวมถึงทำความเข้าใจตรง
ภายนอก (external validity) โดยทำข้อสรุปเชิงวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม

สรุป

ระเบียบวิธีวิจัยของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นส่วนมาก ข้อค้นพบที่ได้จึงเป็น
การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยไม่ได้อธิบายถึงสาเหตุของการเกิดความสัมพันธ์ดังกล่าว ในขณะที่
งานวิจัยเชิงคุณภาพที่พบมีการใช้โปรแกรมในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต่างกัน แต่หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว
พบว่ามีผู้ใช้ผู้ประเมินหรือผู้ร่วมวิจัยในการสอบถามความคิดเห็นเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของงานวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารแผงลอยที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัย และ ความคาดหวังของผู้บริโภคหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ ในบทนี้ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

- 3.1 กระบวนทัศน์
- 3.2 การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา
- 3.3 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.6 ขั้นตอนงานวิจัย
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.8 การตรวจสอบข้อมูล คุณภาพการวิจัย

3.1 กระบวนทัศน์

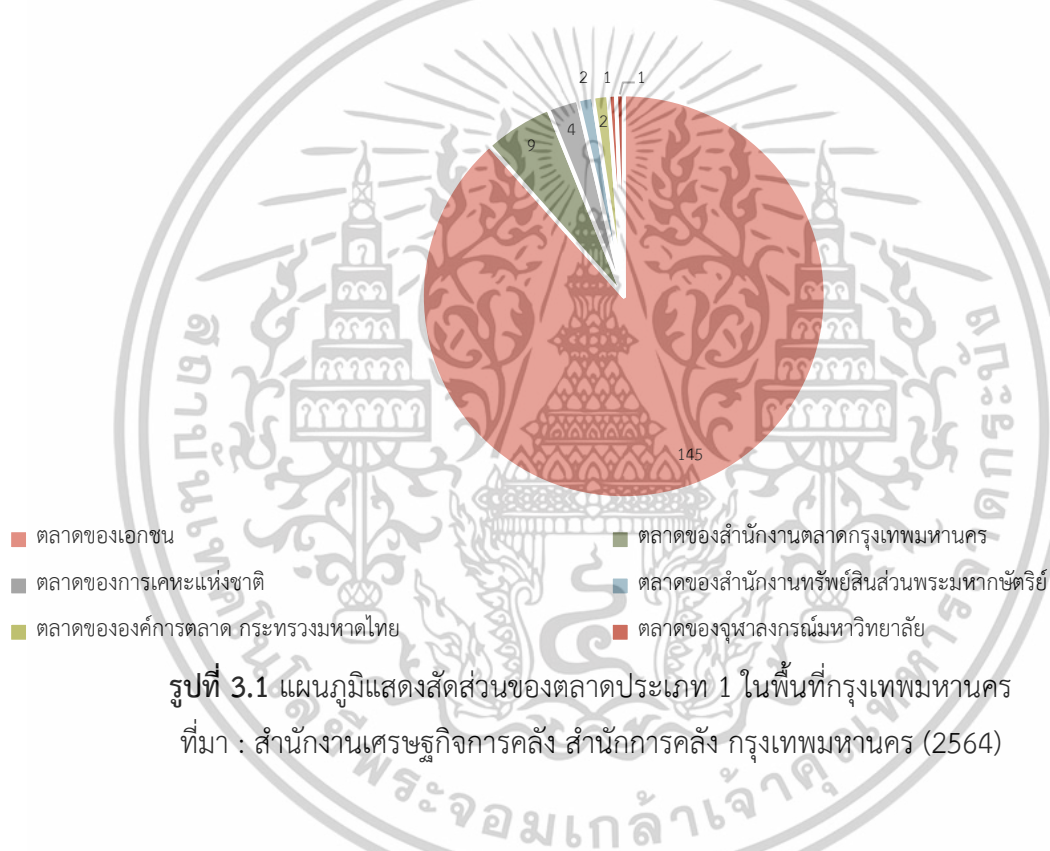
การวิจัยนี้เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ถึงมีการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภค ด้วยวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดนำไปสู่ระเบียบวิธีวิจัยที่มุ่งเน้นทำความเข้าใจและพรรณานปรากฏการณ์ที่สนใจและสืบค้นหาแก่นสาระของปรากฏการณ์นั้น ที่จะกล่าวถึงกระบวนทัศน์ในการวิจัย การประยุกต์ออกแบบเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล โดยอ้างอิงจากข้อมูลการวิเคราะห์จากกลุ่มแนวคิดหลักเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

3.2 การเลือกพื้นที่กรณีศึกษา

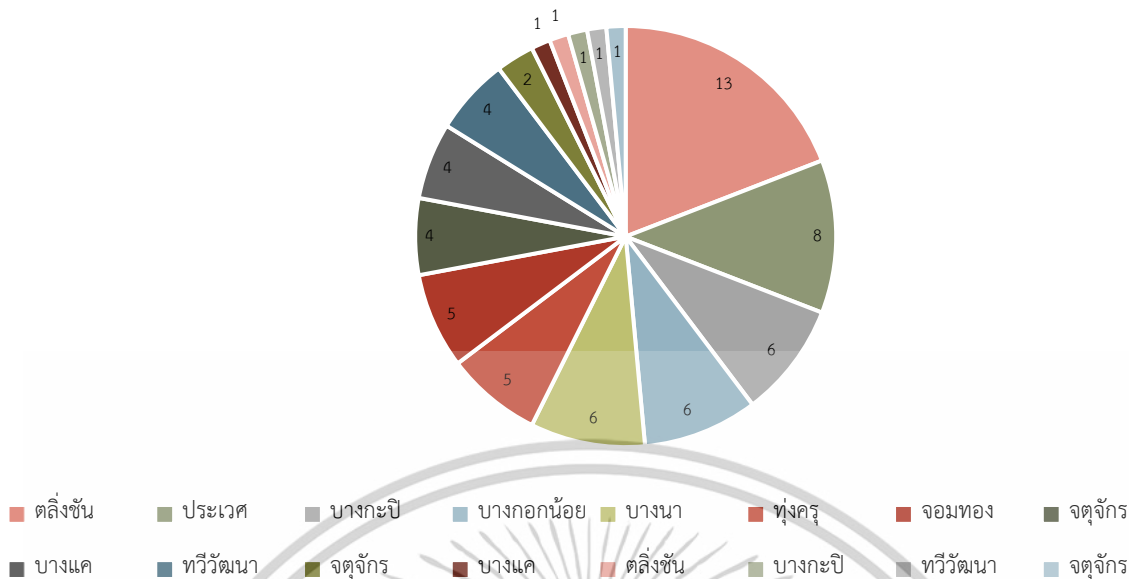
เนื่องด้วยผู้วิจัยต้องการศึกษาร้านอาหารแผงลอยถึงการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อการป้องกันโรคระบาดใหญ่ จำนวนของร้านค้าอาหารแผงลอยที่ศึกษาต้องมีจำนวนมากเพื่อสังเกตวิธีการป้องกันที่ร้านค้าแผงลอยใช้ ตลาดจึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการศึกษาเพื่อให้เห็นรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งตลาดมี 2 ประเภทคือ ตลาดประเภทที่ 1 คือตลาดที่มีโครงสร้างอาคาร และตลาดประเภทที่ 2 คือตลาดไม่มีโครงสร้างอาคาร เช่น ตลาดนัด ผู้วิจัยจึงเน้นไปที่ตลาดประเภท 1 คือตลาดที่มีโครงสร้างอาคาร เนื่องจากตลาดประเภทเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สว่นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ 2 เป็นลักษณะของตลาดนัด จะมีเพียงแค่ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ทำให้ยากต่อการเก็บข้อมูลและใช้เวลาในการเก็บข้อมูล

ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีตลาดประเภท 1 จำนวน 164 แห่ง เป็นตลาดของเอกชนจำนวน 145 แห่ง (รูปที่ 3.1) โดยผู้วิจัยเลือกจากเขตที่มีตลาดเอกชนประเภท 1 มากที่สุด คือ เขตตลิ่งชัน จำนวน 13 แห่ง (รูปที่ 3.2) และหนึ่งในตลาดใหญ่ในเขตนี้คือ ตลาดฟู๊ดวิลล่า ซึ่งมีจุดเด่นด้านการขายสินค้าที่หลากหลายตั้งแต่อาหาร เครื่องดื่ม อาหารสดและอาหารทะเล ต่างจากตลาดอื่นๆในเขตตลิ่งชัน เช่น ศูนย์กลางตลาดดอกไม้ ปากคลองตลาด ตลาดใหม่ที่เน้นการขายดอกไม้ หรือตลาด Green Market ที่เน้นขายสินค้าจากเกษตรกร เป็นต้น (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร, 2564) โดยในการศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษาตลาดที่มีร้านอาหารแผงลอยเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาตลาดฟู๊ดวิลล่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.2 แผนภูมิแสดงสัดส่วนของจำนวนตลาดประเภท 1 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานการคลัง กรุงเทพมหานคร (2564)

3.3 การเลือกกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูล

การหากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) จำนวน 12 คน เพื่อให้ได้ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความหลากหลายในเรื่องเพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพ ต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในก่อนเกิดและหลังเกิดโรคระบาดใหญ่ ผู้วิจัยใช้วิธีการสอบถามจากบุคคลรอบตัว และสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น facebook และ Instagram เพื่อทดลองทำ Pilot study ถึงการรับรู้ด้านความปลอดภัยต่อการจัดการด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่

หลังการทดลองทำ Pilot study ผู้วิจัยจะพัฒนาแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารแผงลอย เพื่อการศึกษาความคิดเห็นในเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ต่อไป โดยวิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจะเป็นวิธีการเดียวกับตอนที่ทำ Pilot study

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสำรวจพื้นที่ภาคสนาม 2) การสังเกตพฤติกรรมแบบไม่มีส่วนร่วม 3) การสัมภาษณ์เบื้องต้น 4) การสัมภาษณ์เชิงลึก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.1 การสำรวจพื้นที่ภาคสนาม ผู้วิจัยทำการสังเกตสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่กรณีศึกษาคือ ตลาดฟู้ดวิลล่าด้วยการถ่ายภาพ บันทึกวิดีโอทัศนและวาดผังร้านอาหารแผงลอยจำนวน 10 ร้านจากร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภทที่มีสัดส่วนมากที่สุดในตลาดฟู้ดวิลล่าคือ 1) ขนมหรือของหวาน 2) อาหารจานด่วน 3) อาหารทานเล่น 4) เครื่องดื่ม 5) ก๋วยเตี๋ยว และเลือก 2 ร้านจากร้านอาหารแผงลอยแต่ละประเภทที่มีขนาดต่างกัน เพื่อหาความหลากหลายของสภาพแวดล้อมกายภาพในร้านอาหารแผงลอยแต่ละประเภท (รูปที่ 3.3) โดยเลือกร้านอาหารแผงลอยที่ผู้วิจัยสามารถสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมได้สะดวกในวันเวลาที่ต่างกัน เจาะจงช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 ถึง 19.00 ที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่นจากการสังเกตการณ์ โดยทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามวันดังนี้ วันพุธที่ 9 มี.ค. 2566 เวลา 18.30-20.00 วันเสาร์ที่ 17 มิ.ย. 2566 เวลา 12.30-17.00 วันเสาร์ที่ 29 ก.ค. 2566 เวลา 14.00-18.00 วันศุกร์ที่ 29 ก.ย. 2566 เวลา 15.00-19.00 วันอังคารที่ 28 พ.ย. 2566 เวลา 13.00-14.00 และ วันอังคารที่ 23 ม.ค.2567 เวลา 15.00-18.00



3.4.2 การสังเกตพฤติกรรมแบบไม่มีส่วนร่วม ขณะที่ผู้ชายหรือผู้บริโภครู้จักใช้บริการร้านอาหารแผงลอย โดยการสุ่มสังเกตร้านอาหารแผงลอยที่มีพื้นที่นั่งทานอาหารให้บริการอยู่บริเวณใกล้ๆ พร้อมทั้งการบันทึกภาพถ่าย วิดีทัศน์และวาดผังการใช้พื้นที่ ซึ่งการสังเกตการณ์จะดำเนินการพร้อมการสำรวจภาคสนามตามเวลาที่กล่าวในหัวข้อข้างต้นตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2567

3.4.3 การสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้บริโภครู้จักที่เคยใช้บริการตลาดฟู้ดวิลล่าก่อนและหลังโรคระบาดใหญ่ จำนวน 2 คนโดยการสุ่มผู้ให้ข้อมูลจากบุคคลรอบตัว เกี่ยวกับทัศนคติต่อโรคระบาดใหญ่และการรับรู้ความปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอย เมื่อได้ทำการสัมภาษณ์แล้วจึงมีการปรับแก้แบบสัมภาษณ์เพื่อพัฒนาให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเข้าใจคำถามได้ง่ายสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป ขั้นตอนนี้ดำเนินการในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2566

3.4.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภครู้จักที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่าก่อนและหลังโรคระบาดใหญ่ จำนวน 12 คน คนละ 20-30 นาที ผ่านโปรแกรม ZOOM และการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัมภาษณ์แบบบุคคลต่อบุคคลตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล โดยเริ่มดำเนินการในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2567

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยต้องการศึกษาการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัยดังนี้

3.5.1 การสำรวจพื้นที่ภาคสนาม

การสำรวจพื้นที่ภาคสนามใช้เก็บข้อมูลในประเด็นของการจัดกลุ่มพื้นที่ใช้งาน การบริหารจัดการพื้นที่ การใช้งานพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา ทางสัญจรและการใช้พื้นที่ร่วมกัน โดยการบันทึกภาพ การวาดแผนผังระบุตำแหน่งการสถานที่และการวิเคราะห์ผังพื้นที่

3.5.2 แบบสำรวจร่องรอยของการใช้งาน

การสำรวจร่องรอยที่เกิดขึ้นมี 4 แบบ คือ ร่องรอยที่เกิดจากการใช้งาน ร่องรอยที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนพื้นที่การใช้งาน ร่องรอยที่แสดงออกถึงความมีตัวตน และร่องรอยจากป้ายหรือข้อความ (Zeisel, 2009) โดยใช้การบันทึกภาพและการจดบันทึกข้อมูล เพื่อใช้วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลอื่น ๆ ในการหาการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพที่ร้านอาหารแผงลอยใช้

3.5.3 แบบสังเกตพฤติกรรม

การสังเกตพฤติกรรมตามแนวคิดของ Zeisel (2009) ประกอบด้วย ผู้กระทำ การกระทำ ผู้ถูกกระทำ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ บริบท และสภาพแวดล้อมโดยรอบ ผู้วิจัยได้นำวิธีดังกล่าวใช้เก็บข้อมูลในประเด็นของปฏิสัมพันธ์ของผู้ค้าและผู้บริโภคในร้านอาหารแผงลอย โดยการบันทึกภาพและการจดบันทึกรูปแบบกิจกรรม

3.5.4 แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ

ใช้คำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง ในการเก็บข้อมูลด้านการรับรู้ความปลอดภัย และ ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ เพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาด โดยแบ่งประเด็นการสัมภาษณ์ 5 ประเด็น (ภาคผนวก ก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเด็นที่ 1: ข้อมูลบุคคลทั่วไป (Demographic information) เช่น เพศ อายุ อาชีพและสถานภาพทางสังคม

ประเด็นที่ 2: การรับรู้ต่อความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ต่อปัจจัยเชิงพื้นที่ วัสดุพื้นผิว เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ของร้านอาหารแผงลอยในตลาด

ตารางที่ 3.1 ประเด็นคำถามการวิจัยกับการเชื่อมโยงเครื่องมือเก็บข้อมูล

| คำถาม | เครื่องมือการวิจัย | | | |
|--|------------------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------------|
| | แบบสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพ | แบบสำรวจร่องรอยของการใช้งาน | แบบสังเกตพฤติกรรม | แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ |
| 1. การจัดการด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ | | | | |
| การออกแบบเชิงพื้นที่ (Spatial factors) | • | • | • | |
| วัสดุพื้นผิว | • | • | | |
| เครื่องหมาย สัญลักษณ์และสิ่งประดิษฐ์ | • | • | | |
| 2. การรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ | | • | • | • |

3.6 ขั้นตอนงานวิจัย

1) ลงพื้นที่สังเกตการณ์ถึงการจัดการด้านความปลอดภัยของร้านอาหารแผงลอยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ เพื่อหารูปแบบของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพจากการทบทวนวรรณกรรม 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยเชิงพื้นที่ (การวางผังการใช้งาน, การจัดวางอุปกรณ์ป้องกัน) วัสดุพื้นผิว (อุปกรณ์ป้องกัน) เครื่องหมายและสัญลักษณ์ (ข้อความด้านมาตรการความปลอดภัย การชำระเงิน และอื่นๆ)

2) สรุปรูปแบบของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารแผงลอยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้ข้อมูล

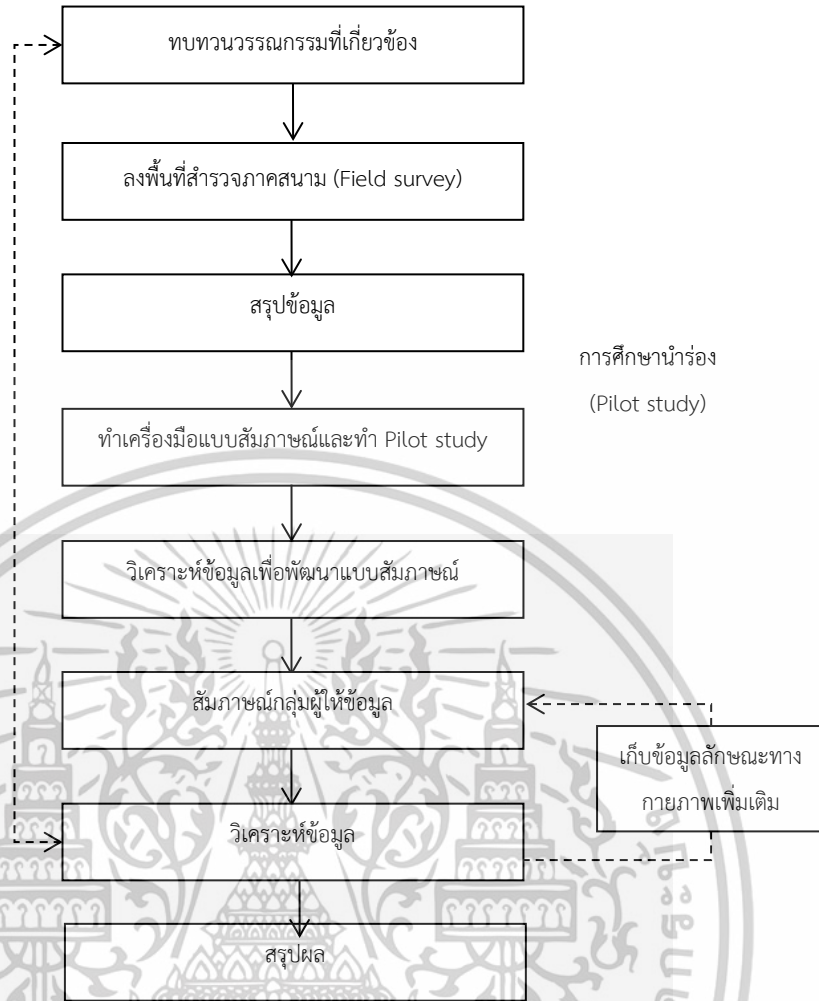
3) ทำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและทดลองทำ Pilot Study กับผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในช่วงก่อนและหลังการโรคระบาดใหญ่

4) พัฒนาแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

5) สัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในช่วงการแพร่ระบาดโรคระบาดใหญ่จำนวน 12 คน เพศชาย 4 คน เพศหญิง 8 คน ในช่วงอายุ อาชีพ การศึกษา และสถานภาพที่หลากหลาย โดยสัมภาษณ์ถึงการรับรู้ความปลอดภัยต่อการจัดการสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารแผงลอย

6) ถอดเสียงสัมภาษณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลประกอบกับรูปภาพที่จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้



รูปที่ 3.4 แสดงผังกระบวนการศึกษาวิจัย (Flow chart research process)
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

ตารางที่ 3.2 ขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย

| ขั้นตอนการดำเนินงาน | 2566 | | | | | | | | | | 2567 | | | | | | |
|--|----------------------------------|------|-------|--------------|------|--------------|--------------|------|------|--------------|------|-------|--------------|-------|--------------|------|--|
| | เม.ย. | พ.ค. | มิ.ย. | ก.ค. | ส.ค. | ก.ย. | ต.ค. | พ.ย. | ธ.ค. | ม.ค. | ก.พ. | มี.ค. | เม.ย. | มิ.ย. | ก.ค. | ส.ค. | |
| ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | [Yellow bar spanning all months] | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม | | | | [Yellow bar] | | | | | | | | | | | | | |
| สรุบบัญชีข้อมูลเพื่อทำแบบสัมภาษณ์ | | | | | | [Yellow bar] | | | | | | | | | | | |
| ทำเครื่องมือแบบสัมภาษณ์และทำ Pilot study | | | | | | | [Yellow bar] | | | | | | | | | | |
| วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแบบสัมภาษณ์ | | | | | | | | | | [Yellow bar] | | | | | | | |
| สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล | | | | | | | | | | | | | [Yellow bar] | | | | |
| วิเคราะห์ข้อมูลและสรุบบัญชีข้อมูล | | | | | | | | | | | | | | | [Yellow bar] | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 คุณภาพของงานวิจัย

การประเมินคุณภาพความน่าเชื่อถือในการวิจัยเชิงคุณภาพจะต้องใช้ 4 หลักการ ประกอบด้วย 1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 2) ความวางใจได้ (Dependability) 3) ความสามารถในการยืนยันว่าไม่เปลี่ยนแปลง (Conformability) 4) ความสามารถในการนำไปอธิบายกับเหตุการณ์อื่น (Transferability) (Groat and Wang, 2013)

3.6.1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility)

ความน่าเชื่อถือจะเกิดขึ้นได้เมื่อข้อมูลที่ได้เป็นความจริง แต่การศึกษาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์นั้นยากที่จะให้ค่าความจริงได้ จึงต้องใช้การพิสูจน์แบบสามเส้าจากแหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ให้บริการในตลาดฟู้ดวิลล่า และการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือที่หลากหลายทั้งการสำรวจภาคสนามของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การสัมภาษณ์ การตรวจสอบร่องรอยและการสังเกตพฤติกรรม

3.6.2 ความน่าไว้วางใจ (Dependability)

ความน่าไว้วางใจขึ้นอยู่กับตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้แสดงถึงที่มาและวิธีการออกแบบเครื่องมือแล้วในส่วนก่อนหน้านี และเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลได้รับการพัฒนาตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญและได้ทดลองใช้ในการสำรวจเบื้องต้นก่อนเก็บข้อมูลจริง

3.6.3 ความสามารถในการยืนยัน (Conformability)

ความสามารถในการยืนยันคือความเป็นกลางของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยเองได้แยกแยะมุมมองความเป็นส่วนตัวออกจากการงานวิจัยและพิสูจน์ข้อมูลแบบสามเส้าที่ได้อธิบายแล้วในส่วนข้างต้น โดยตัวผู้วิจัยได้เปิดเผยวิธีการเก็บข้อมูลและความรู้สึกส่วนตัวไว้ในสมุดบันทึก เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

3.6.4 ความสามารถในการนำไปใช้กับเหตุการณ์อื่น (Transferability)

ในการวิจัยเชิงคุณภาพความสามารถในการนำไปอธิบายกับเหตุการณ์อื่นต้องใช้อการบรรยายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนและครอบคลุม จึงจะสามารถเปรียบเทียบและนำไปศึกษาต่อในบริบทอื่นได้ ซึ่งในการศึกษานี้ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล เช่น เพศ อายุ สถานะ การศึกษา อาชีพ และความคิดเห็นเกี่ยวกับ การรับรู้ด้านความปลอดภัย และความคาดหวังต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ ซึ่งสามารถนำไปใช้กับบริบทของภูมิทัศน์บริการอื่นได้ และในการ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำรวจและสังเกตการณ์จะแสดงผังพื้นและภาพถ่ายของสภาพแวดล้อมจริงเพื่อให้เข้าใจบริบทของการวิจัยได้มากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

บริบทของตลาดฟู้ดวิลล่า

บทนี้ประกอบด้วยเนื้อหาการศึกษาข้อมูลบริบททางกายภาพของตลาดฟู้ดวิลล่า เพื่อประกอบความเข้าใจในการศึกษาลักษณะพื้นที่ รูปแบบการให้บริการและผู้ใช้งานในพื้นที่ สำหรับผู้อ่านในการพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้สำหรับการนำไปใช้อธิบายปรากฏการณ์ในบริบทอื่นต่อไป ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

- 4.1 ประวัติตลาดฟู้ดวิลล่า
- 4.2 รูปแบบตลาดฟู้ดวิลล่า
- 4.3 สถานที่ตั้งและการเข้าถึง
- 4.4 การจัดกลุ่มพื้นที่ใช้งาน
- 4.5 เวลาทำการ
- 4.6 ขนาดร้านค้าแผงลอย
- 4.7 ประเภทร้านอาหารแผงลอย

4.1 ประวัติตลาดฟู้ดวิลล่า

ตลาดฟู้ดวิลล่าก่อตั้งเมื่อ 29 มกราคม 2558 โดยบริษัท บีที กรุป คอร์ปอเรชั่น จำกัด และออกแบบโดยสถาปนิกจาก I Like Design Studio บนพื้นที่ 16 ไร่ ภายใต้แนวคิดที่ผสมผสานระหว่างตลาดสดและคอมมูนิตีมอลล์เข้าด้วยกัน โดยการใช้รูปด้านของโรงนามาใช้เป็นแนวทางการออกแบบอาคารหลักในเนื้อที่ 4,000 ตารางเมตร ใช้วัสดุแผ่นเมทัลชีทซึ่งเป็นวัสดุโปร่งแสงเพื่อให้แสงธรรมชาติส่องถึงพื้นที่ภายในที่แตกต่างจากภาพคุ้นชินของตลาดเดิมๆที่ค่อนข้างทึบและมีด ในพื้นที่ตลาดมีสินค้าหลากหลายที่เน้นเรื่องคุณภาพสินค้า ราคาเหมาะสม และบรรยากาศน่าเดินเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ทันสมัยของคนเมือง

สรุป

ตลาดฟู้ดวิลล่าถูกสร้างบนแนวคิดการผสมผสานระหว่างตลาดสดและคอมมูนิตีมอลล์ ซึ่งเปลี่ยนภาพลักษณ์ความคุ้นชินของตลาดเดิมๆด้วยการใช้วัสดุโปร่งแสงและรูปทรงโรงนาในการออกแบบ เพื่อสร้างบรรยากาศน่าเดินตอบโจทย์ความทันสมัยของคนเมือง

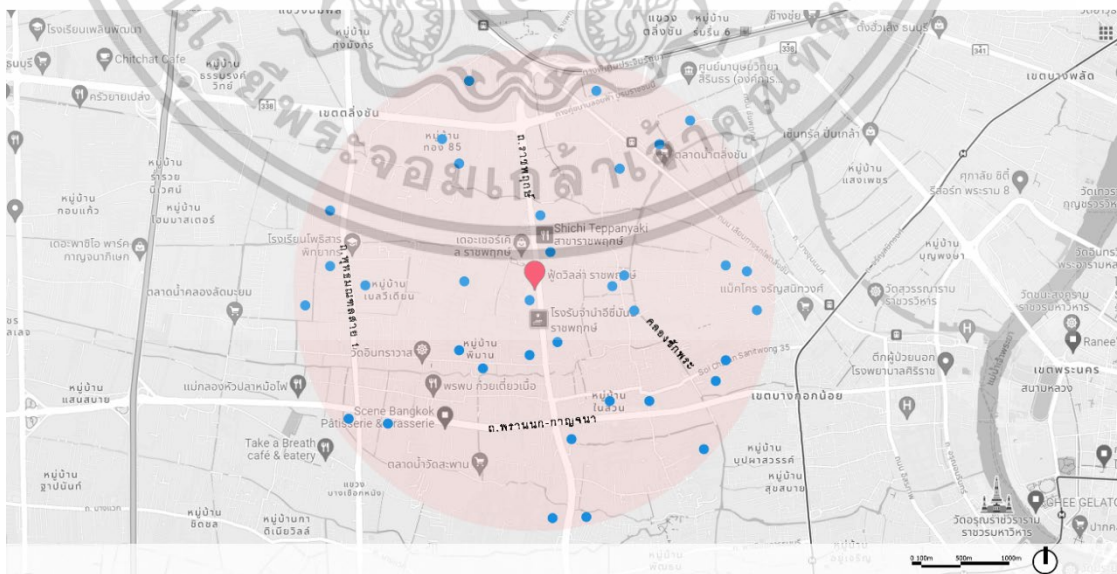
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 รูปแบบตลาดฟู้ดวิลล่า

ตลาดฟู้ดวิลล่าจัดอยู่ในตลาดประเภทที่ 1 คือตลาดที่มีโครงสร้างอาคาร จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ ซึ่งมีแผงจำหน่ายสินค้าตั้งแต่ 101 แผงขึ้นไป (มาตรฐานตลาด, 2021) และเป็นหนึ่งใน 12 ตลาดระดับพรีเมียมที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสุขลักษณะสถานประกอบการ 2) ด้านคุณภาพอาหาร 3) ด้านผู้สัมผัสอาหาร 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 5) ด้านการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 6) ด้านการจัดการขยะ และ 7) ด้านการป้องกันโรคติดต่อ เช่นเดียวกับตลาดอีก 11 แห่ง คือ ตลาดตลาดยิ่งเจริญ ตลาดถนนมมิตร ตลาดศูนย์การค้ามีนบุรี ตลาดเสรีมาร์เก็ต (พาราไดซ์ พาร์ค) ตลาดนครหลวง ตลาดบองมาร์เซ่ มาร์เก็ต พาร์ค ตลาดสามย่าน ตลาดใหม่ทุ่งครุ ตลาดธนบุรี มาร์เก็ตเพลส ตลาดเสรีมาร์เก็ต (เดอะไนน์ พระราม 9) และตลาดเวิลด์มาร์เก็ต (คิวพงษ์ สปส., 2567)

4.3 สถานที่ตั้งและการเข้าถึง

ตลาดฟู้ดวิลล่ามีที่ตั้งอยู่ที่ 77 ถ. ราชพฤกษ์ แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 บริเวณโดยรอบเป็นที่อยู่อาศัย มีจำนวน 140,000 ครัวเรือน ในรัศมี 5 กิโลเมตร โดยเป็นหมู่บ้านราคาต่ำจนถึงราคาสูง (กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน, 2566) (รูปที่ 4.1-4.2) แต่ส่วนมากเป็นบ้านจัดสรรที่มีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงเช่นกัน



รูปที่ 4.1 ที่ตั้งฟู้ดวิลล่า และ หมู่บ้านในรัศมี 5 กิโลเมตร

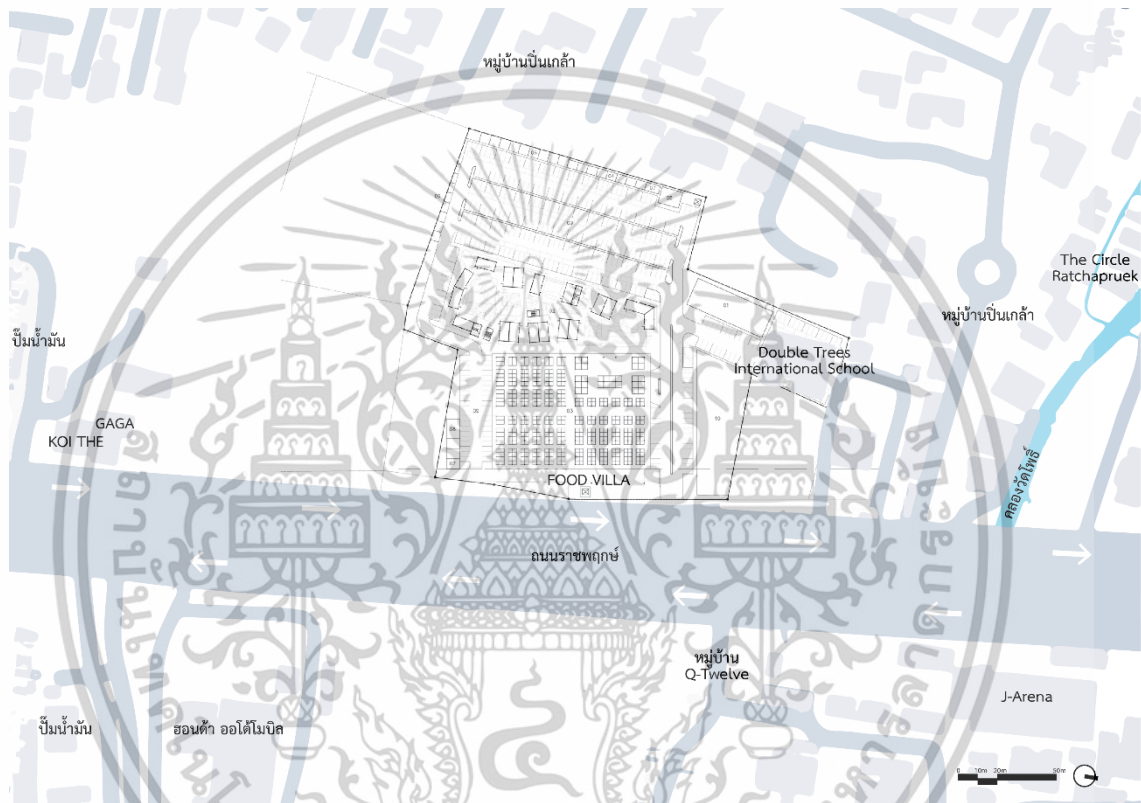
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ให้บริการสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถแท็กซี่ และรถประจำทางสาย 89 โดยมีทางเข้าออกทางเดียวคือถนนนราชพฤกษ์

สรุป

ตลาดฟู้ดวิลล่าตั้งอยู่ในพื้นที่อยู่อาศัยซึ่งส่วนมากเป็นบ้านจัดสรรที่มีราคาค่อนข้างสูง เช่นเดียวกับผู้บริโภครที่มีกำลังซื้อสูงเช่นกัน และส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถแท็กซี่หรือรถประจำทาง ผ่านทางเข้าออกถนนนราชพฤกษ์



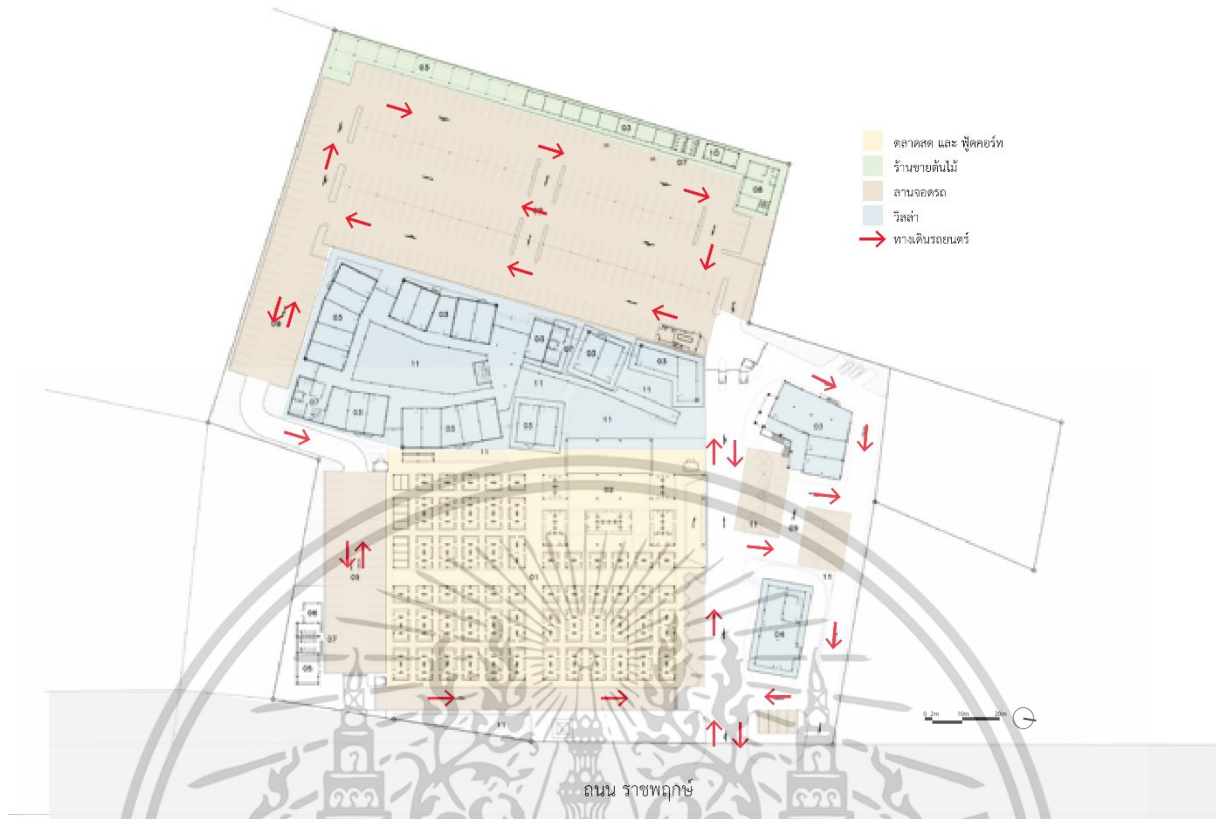
รูปที่ 4.2 ที่ตั้งฟู้ดวิลล่าและพื้นที่โดยรอบ

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

4.4 การจัดกลุ่มพื้นที่ใช้งาน

ตลาดฟู้ดวิลล่ามี 2 พื้นที่หลักคือตลาดสด และ วิลล่าที่ประกอบด้วยอาคาร 1 ชั้นและอาคาร 2 ชั้น ซึ่งมีร้านค้าหลากหลายประเภท เช่น ร้านนวดแผนไทย โรงเรียนสอนพิเศษสำหรับเด็ก เป็นต้น โดยมีทางเดินสัญจรเชื่อมต่อไปยังตลาดสดได้ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่จอดรถฟรีที่สามารถรองรับได้ 500 คัน และพื้นที่ส่วนต่างๆ ให้เช่ากระจายอยู่บริเวณลานจอดรถ เช่น ร้านขายต้นไม้ อาหารสัตว์เลี้ยง ร้านล้างรถ ร้าน Starbuck Drive Thru เป็นต้น (รูปที่ 4.3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.3 ทางเข้าออกและการแบ่งพื้นที่ใช้งาน

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

พื้นที่ภายในตลาดสดสามารถแบ่งได้เป็น 3 โซนคือ ตลาดสด ฟู้ดคอร์ท และสตรีทฟู้ด แบ่งเป็นแผงตลาดจำนวน 412 แผงขายของสดของแห้ง ผักผลไม้ ฟู้ดคอร์ท และโซนอาหารแบบซื้อกลับบ้าน ส่วนร้านอาหารและร้านค้าจำนวน 75 ร้าน สามารถแบ่งสัดส่วนแผงตลาดได้เป็นแผงตลาดร้อยละ 60 โซนอาหารแบบซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 20 ร้านค้าและร้านอาหารร้อยละ 15 และฟู้ดคอร์ทร้อยละ 5 โดยในพื้นที่ฟู้ดคอร์ทจะมีแม่บ้านส่วนกลางของตลาดทำหน้าที่เก็บจาน ล้างจาน ทำความสะอาดโต๊ะ หลังลูกค้าใช้บริการ และนำอุปกรณ์รับประทานอาหารมาแจกจ่ายให้กับพื้นที่ฟู้ดคอร์ท

ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด ตลาดมักจะมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่ฟู้ดคอร์ทบริเวณที่นั่งรับประทานหรือบริเวณลานกิจกรรมในพื้นที่วิลล่า และมีการตั้งแผงขายของตามทางสัญจรในส่วนวิลล่า

สรุป

พื้นที่ภายในตลาดสดแบ่งได้เป็น 3 โซนคือ ตลาดสด ฟู้ดคอร์ท และสตรีทฟู้ด ซึ่งมีสัดส่วนแผงตลาดร้อยละ 60 โซนอาหารแบบซื้อกลับบ้าน ร้อยละ 20 ร้านค้าและร้านอาหารร้อยละ 15 และฟู้ดคอร์ทร้อยละ 5 และมีพื้นที่สำหรับเช่าในพื้นที่ต่างๆอย่างวิลล่าและอาคารบริเวณลานจอดรถ

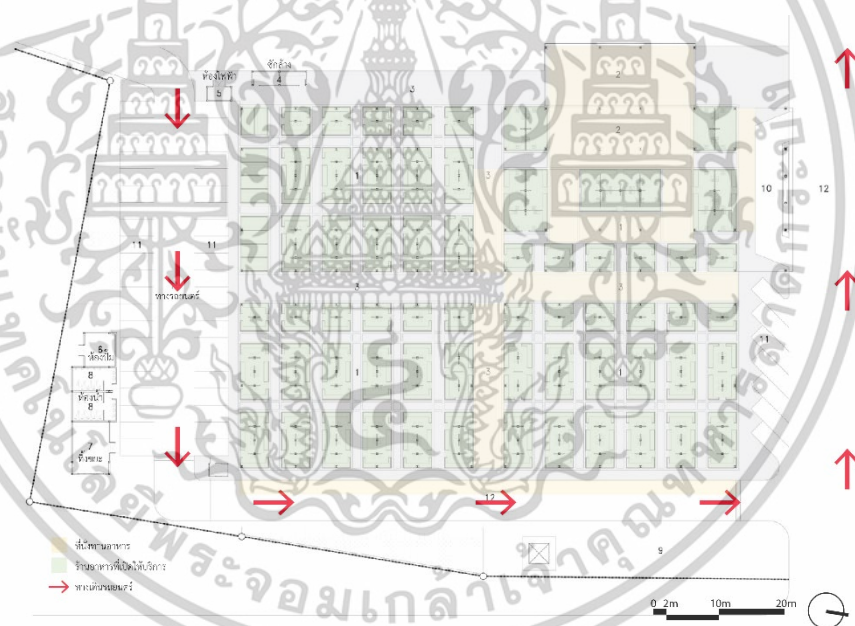
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 เวลาทำการ

พื้นที่ตลาดสดเปิดทุกวัน ตั้งแต่ 9.00 - 22.00 บริเวณแผงตลาดประกอบด้วยร้านแผงลอย หลากหลายชนิดพร้อมพื้นที่นั่งทานอาหารให้บริการ โดยรอบของตลาดสดจะมีเส้นทางสัญจรรถยนต์ และลานจอดรถให้บริการตามเวลาที่ตลาดกำหนด โดยสามารถแบ่งเวลาทำการและพื้นที่ใช้งานได้ดังนี้

1) เวลา 9.00 – 16.00

ร้านค้าแผงลอยในตลาดสดส่วนใหญ่เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 9.00 – 16.00 พร้อมพื้นที่รับประทานอาหาร โดยที่ผู้ใช้บริการสามารถนำรถยนต์สัญจรและใช้บริการลานจอดรถโดยรอบได้ (รูปที่ 4.4 - 4.5) แต่เมื่อถึงเวลา 15.00 ลานจอดรถจะปิดพื้นที่ไม่ให้ใช้งานเพื่อเตรียมพื้นที่สำหรับสตรีทฟู้ด ในขณะที่ร้านค้าแผงลอยในตลาดที่ขายอาหารสด ผักผลไม้ และอาหารแบบซื้อกลับบ้านจะเริ่มทยอยทำความสะอาดและปิดให้บริการร้านค้าเวลา 16.00 แต่ยังมีร้านค้าแผงลอยที่ขายอาหารบริเวณใกล้ลานจอดรถเปิดให้บริการต่อจนถึง 22.00



รูปที่ 4.4 ร้านค้าที่เปิดให้บริการ 9.00 – 16.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.5 ร้านค้าที่เปิดให้บริการ 9.00 – 16.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

2) เวลา 16.00 – 22.00

ร้านค้าแผงลอยในตลาดสดส่วนใหญ่ปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 16.00 รวมถึงรถยนต์จะไม่สามารถสัญจรและใช้บริการลานจอดรถโดยรอบได้ในเวลา 15.00 เพื่อเตรียมพื้นที่สำหรับร้านสตรีทฟู้ดที่เป็นลักษณะรถเข็นขายอาหาร โดยพื้นที่ดังกล่าวถูกเรียกว่าพื้นที่สตรีทฟู้ด เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 16.00 – 22.00 โดยมีร้านค้าแผงลอยในตลาดสดรอบนอกที่ใกล้กับพื้นที่สตรีทฟู้ดยังคงเปิดให้บริการ (รูปที่ 4.6 - 4.7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.6 ร้านอาหารที่เปิดให้บริการ 16.00 – 22.00
 ที่มา : ผู้วิจัย (2567)



รูปที่ 4.7 ร้านอาหารที่เปิดให้บริการ 16.00 – 22.00
 ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

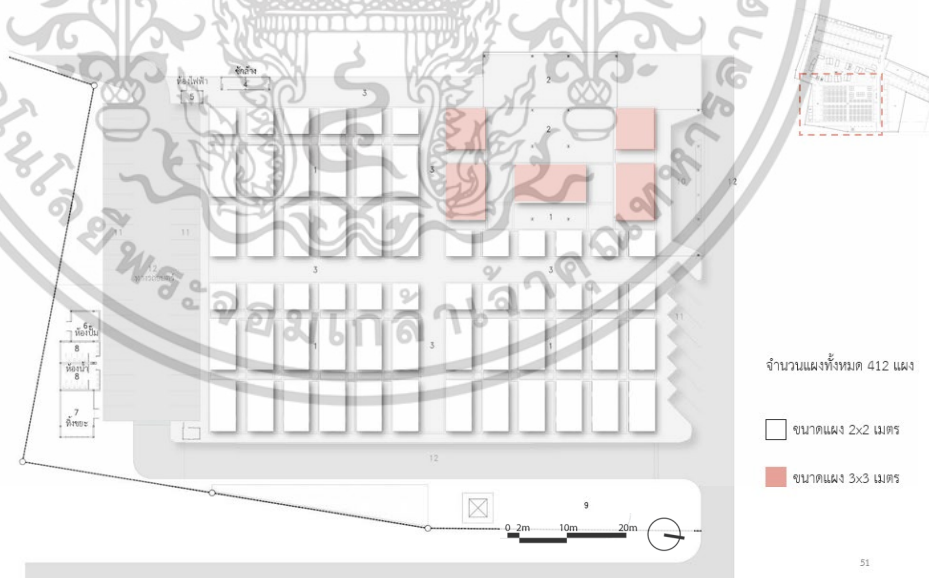
พื้นที่ตลาดสดเปิดทุกวัน ตั้งแต่ 9.00 - 22.00 โดยแบ่งเวลาทำการและพื้นที่การใช้งานเป็น 2 รอบคือ 1) รอบ 9.00 – 16.00 ที่ร้านค้าแผงลอยทุกร้านในตลาดเปิดให้บริการพร้อมลานจอดรถที่ผู้ให้บริการสามารถจอดรถได้ 2) รอบ 16.00 – 22.00 ที่ร้านค้าแผงลอยในตลาดส่วนใหญ่ปิดให้บริการยกเว้นร้านค้าแผงลอยรอบนอกและปิดลานจอดรถเพื่อใช้พื่นที่สตรีทฟู้ด

4.6 ขนาดร้านค้าแผงลอยและโซนขายสินค้า

ภายในพื้นที่ตลาดสดสามารถแบ่งขนาดร้านค้าแผงลอยได้ 2 ขนาด (รูปที่ 4.8) ดังนี้

- 1) ร้านค้าแผงลอยขนาด 2x2 เมตร ค่าเช่าต่อเดือน 6,500-8,600 บาท ไม่รวมค่าน้ำและค่าไฟ
- 2) ร้านค้าแผงลอยขนาด 3x3 เมตร ค่าเช่าต่อเดือน 26,800-31,300 บาท ไม่รวมค่าน้ำและค่าไฟ มีบริเวณที่เตรียมสำหรับเครื่องดูดควัน และ อ่างล้างจาน มีเคาน์เตอร์ที่ทำด้วยหินแกรนิตสีดำพร้อมแผงกันกระຈกบริเวณเครื่องดูดควันและแผงตกแต่งไม้เทียมทาสีน้ำตาลบริเวณหน้าเคาน์เตอร์

พื้นที่ตลาดสดเดิมถูกแบ่งออกเป็น 5 โซนตามประเภทสินค้าที่ขาย ซึ่งประกอบด้วย 1) โซน A ผัก ผลไม้ 2) โซน B ร้านอาหารแบบห่อกลับบ้าน 3) โซน C ฟู้ดคอร์ท ร้านอาหาร เครื่องดื่ม 4) โซน D อาหารสด ผัก อาหารทะเล 5) โซน E ขนมหานเล่น ของแห้ง (รูปที่ 4.9)



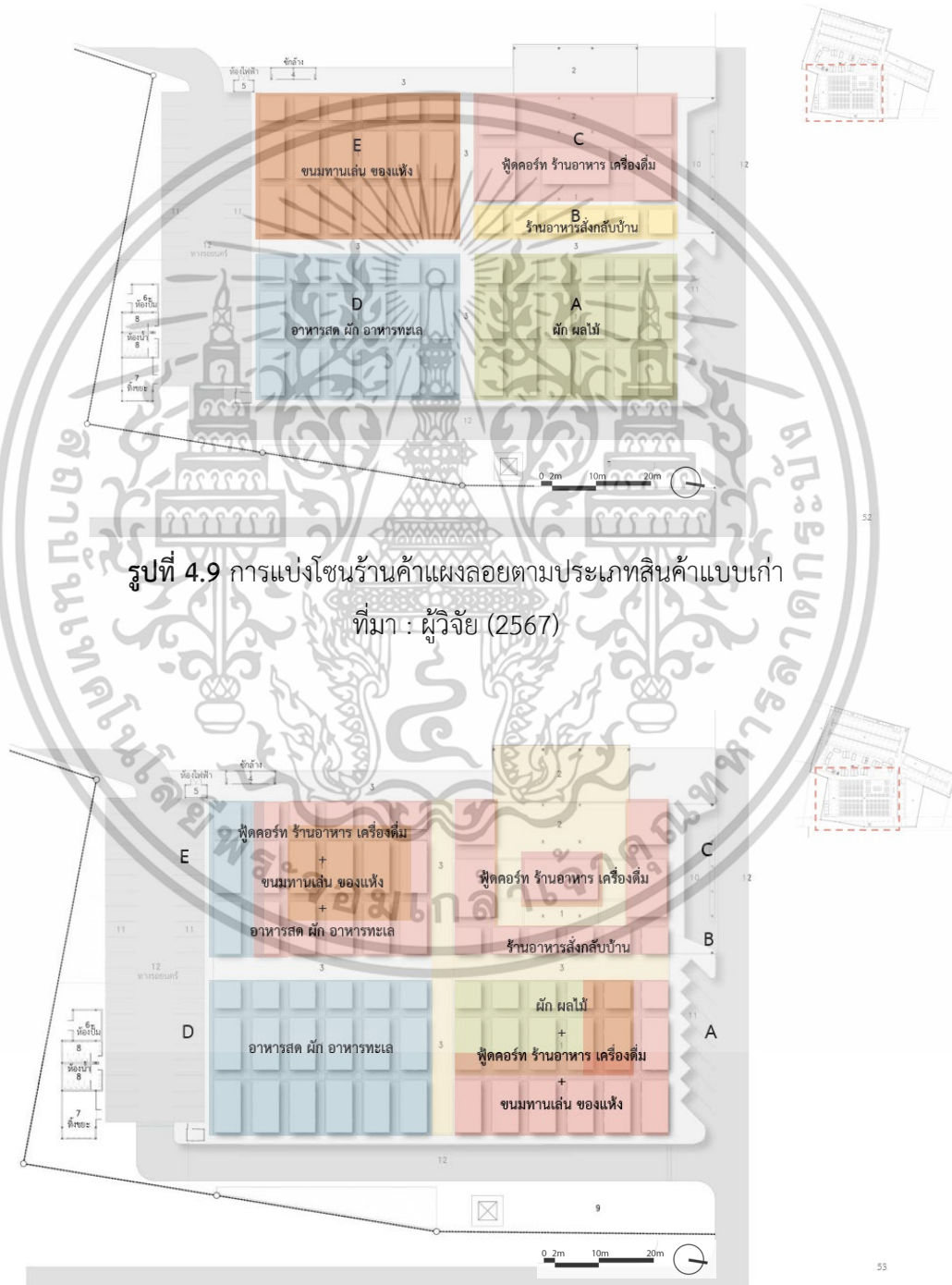
รูปที่ 4.8 ขนาดร้านค้าแผงลอย

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังการสำรวจตลาดสดพบว่าโซนของร้านค้าแผงลอยมีการปรับเปลี่ยนไปตามร้านค้าผู้เช่า โดยในแต่ละโซนมีการคละร้านค้าประเภทอื่นเพิ่มขึ้นจากเดิม (รูปที่ 4.10)

นอกจากพื้นที่ในตลาดสดยังมีพื้นที่สตรีทฟู้ดที่เปิดให้บริการหลัง 16.00 เป็นพื้นที่ชั่วคราวที่เปลี่ยนลานจอดรถเป็นพื้นที่สตรีทฟู้ด ซึ่งผู้ค้าสามารถนำรถเข็นของตนเองมาตั้งขาย สามารถฝากรถเข็นขายอาหารไว้ที่พื้นที่ฝากรถเข็นของตลาด และมีพื้นที่ขายสินค้าเฉพาะช่วงเทศกาลหรือกิจกรรม



รูปที่ 4.9 การแบ่งโซนร้านค้าแผงลอยตามประเภทสินค้าแบบเก่า
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

รูปที่ 4.10 การแบ่งโซนร้านค้าแผงลอยตามประเภทสินค้าแบบใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ที่มา : ผู้วิจัย (2567) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิเศษโดยเสียค่าเช่าพื้นที่ 3,500-7,500 ต่อ 3 วัน ขึ้นอยู่กับกิจกรรมและเวลาที่จัดงาน (เช่าตลาด, 2018)

สรุป

ขนาดร้านค้าแผงลอยภายในตลาดสดมี 2 ขนาด คือ ขนาด 2x2 เมตร และ 3x3 เมตร ที่มาพร้อมเครื่องดูดควัน ท่อสำหรับอ่างล้างจานและเคาน์เตอร์หินแกรนิตสีดำพร้อมแผงกั้นกระจกบริเวณเครื่องดูดควันและแผงตกแต่งไม้เทียมทาสีน้ำตาล โซนขายอาหารมี 5 โซน คือ 1) โซน A ผัก ผลไม้ 2) โซน B ร้านอาหารแบบห่อกลับบ้าน 3) โซน C ฟู้ดคอร์ท ร้านอาหาร เครื่องดื่ม 4) โซน D อาหารสด ผัก อาหารทะเล 5) โซน E ขนมหานเล่น ของแห้ง แต่หลังการสำรวจพบว่ามีกรณีการคละกันของโซนตามแต่ผู้เช่า และยังมีพื้นที่สตรีทฟู้ดซึ่งเป็นพื้นที่ชั่วคราวที่ผู้เช่าสามารถนำรถเข็นขายอาหารมาขายได้

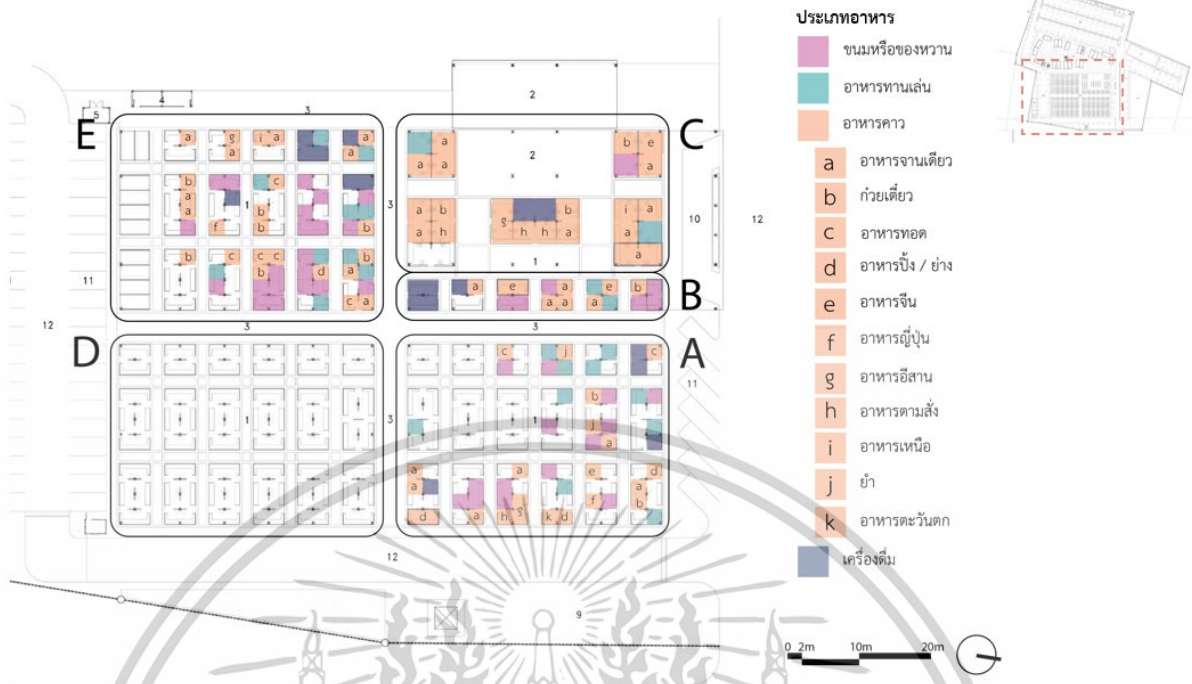
4.7 ประเภทร้านอาหารแผงลอย

จากการลงสำรวจพื้นที่ผู้วิจัยพบว่าร้านอาหารแผงลอย 4 ประเภทหลัก คือ 1) ขนมหรือของหวาน 2) อาหารทานเล่น 3) อาหารคาว และ 4) เครื่องดื่ม ซึ่งในอาหารคาวสามารถแยกประเภทอาหารได้ 11 ประเภทย่อยดังตารางที่ 4.6.1 ส่วนแผงในตลาดอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงคือร้านขายผลไม้ อาหารสด และของจิปาถะทั่วไป (รูปที่ 4.11)

ตารางที่ 4.1 ประเภทอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า

| | | | | | | |
|----------------|-----------------|-----------------|----------------|------------------|-----------------|-----------------|
| 1 ขนม/ของหวาน | | | | | | |
| 2 อาหารทานเล่น | | | | | | |
| 3 อาหารคาว | 3a อาหารจานด่วน | 3b ก๋วยเตี๋ยว | 3c อาหารทอด | 3d อาหารปิ้งย่าง | 3e อาหารจีน | 3f อาหารญี่ปุ่น |
| | 3g อาหารอีสาน | 3h อาหารตามสั่ง | 3i อาหารเหนียว | 3j ยำ | 3k อาหารตะวันตก | |
| 4 เครื่องดื่ม | | | | | | |

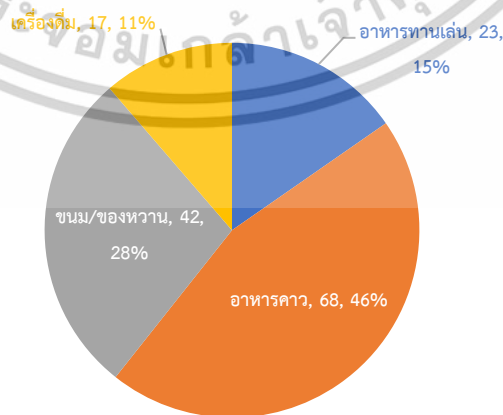
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.11 ประเภทอาหารในตลาดฟู้ดวิลล่า
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

ประเภทอาหารที่พบมากที่สุดคืออาหารคาวจำนวน 68 ร้านคิดเป็นร้อยละ 46 ขนมหรือของหวานจำนวน 42 ร้านคิดเป็นร้อยละ 28 อาหารทานเล่นจำนวน 23 ร้านคิดเป็นร้อยละ 15 และเครื่องดื่มจำนวน 17 ร้านคิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ (รูปที่ 4.12) โดยประเภทอาหารคาวที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ อาหารจานด่วนร้อยละ 37 และก๋วยเตี๋ยวร้อยละ 21 (รูปที่ 4.13)

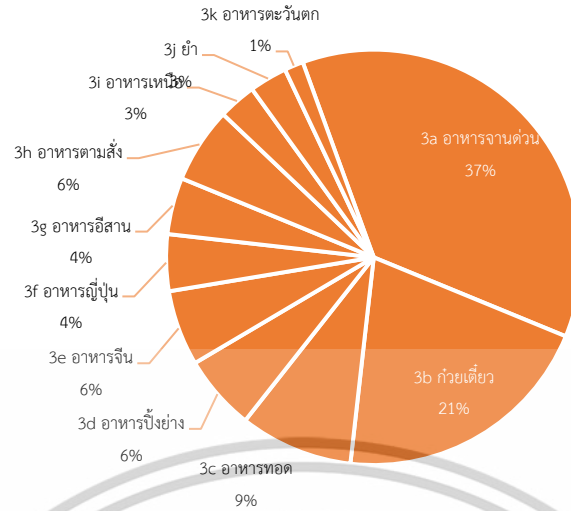
สัดส่วนประเภทร้านอาหารแผลงลอยในตลาด FOOD VILLA



รูปที่ 4.12 สัดส่วนประเภทร้านอาหารแผลงลอยในตลาด FOOD VILLA

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.13 สัดส่วนอาหารคาวในตลาดฟู้ดวิลล่า
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

ในจำนวนร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่าทั้งหมด 161 ร้าน พบว่ามีร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานจำนวน 44 ร้าน ร้านอาหารจานด่วนจำนวน 31 ร้าน ร้านอาหารทานเล่นจำนวน 25 ร้าน ร้านอาหารเครื่องดื่มจำนวน 17 ร้าน และร้านก๋วยเตี๋ยวจำนวน 14 ร้าน ตามลำดับ (รูปที่ 4.14)

| 1. เลขที่รถหวาน | 2. ชื่อร้าน/แผงลอย | | 3. ประเภทอาหารคาว | | | | | | | | | | | | 4. เครื่องดื่ม | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------------------|------|--------------------|---------------|--------------------|------------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|----------------|---------|-----------------|-----|----------------|---------|----------|--------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------|--------|-----|-----------------|-----|--------------------|--|
| | | | 3a อาหารจานด่วน | 3b ก๋วยเตี๋ยว | 3c อาหารทอด | 3d อาหารปิ้งย่าง | 3e อาหารจีน | 3f อาหารญี่ปุ่น | 3g อาหารอีสาน | 3h อาหารตามสั่ง | 3i อาหารเหนียว | 3j ยำ | 3k อาหารตะวันตก | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1-1429 | ขนมจีน | A05 | ลำพูนทอด | E56 | ต้มยำ ผัดผัด | E19 | ข้าวเหนียวผัด | A01 | ไก่ทอด | A07 | อาหารเวียดนาม | B06 | ขนมจีนทอด | A39 | อาหารญี่ปุ่น | A25/A26 | มันฝรั่ง | C16 | อาหารตามสั่ง | D00 | อาหารอเมริกัน | A35 | อื่น ๆ | 3k | A80 | ปลัดัง / ไก่ทอด | A06 | เครื่องดื่ม ชงหวาน | |
| 2-1455 | ขนม | A10 | ไส้กรอก | B07 | อื่น ๆ | A27 | ก๋วยเตี๋ยว | A71 | หมูทอด | A10/A120 | ขนมจีนทอด | B16/A14 | อื่นๆ | C19 | อาหารญี่ปุ่น | C14a | C18 | อื่น ๆ | C20 | อาหารตามสั่ง | E60 | อาหารอเมริกัน | A41 | อื่น ๆ | | | | | |
| 3-1457 | ขนมจีน | A13 | ข้าวทอด | A90 | อื่นๆ | A83 | ก๋วยเตี๋ยวผัด | E11 | หมูยอ | E13 | เวียดนาม | A37 | ข้าวทอด | E75 | อาหารญี่ปุ่น | E80 | มันฝรั่ง | A80 | ข้าวทอด | | | | | | | | | | |
| 4-1472 | ขนมจีน | A21 | หมูยอ / ข้าวทอด | A11 | ข้าวทอด | B04 | ก๋วยเตี๋ยว | E40 | หมูทอด | A50 | ขนมจีนทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5-1470 | ขนม | A32 | หมูยอ | B06 | ข้าวทอด | C10 | ข้าวทอด | E54 | หมูทอด | | มันฝรั่งทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6-1479 | ขนม | A50 | ข้าวเหนียว | B11 | ข้าวทอด | C11 | หมูยอ | E53 | หมูทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7-1480 | ขนม | A41 | ไส้กรอก | C01 | ข้าวทอด | C21 | ก๋วยเตี๋ยว | E55 | หมูทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8-1489 | ขนม | A119 | ไก่ทอด | C05 | ข้าวเหนียว | E04 | ก๋วยเตี๋ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9-1501 | ขนมหวาน | B00 | หมูยอ / ข้าวเหนียว | C07 | ข้าวเหนียว | E05 | ก๋วยเตี๋ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10-1502 | ขนม | C02 | มันฝรั่ง | C15 | ข้าวทอด | E23 | เส้นข้าวโพด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11-1503 | ขนม | C20 | ข้าวทอด | C22 | ข้าวเหนียว | E55 | ก๋วยเตี๋ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12-1513 | ขนมหวาน | B03 | ขนมปังทอด | C27 | ขนมจีน | E56 | ก๋วยเตี๋ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13-1515 | ขนมหวาน | B06 | หมูยอ | E01 | ข้าวทอด | E04 | ก๋วยเตี๋ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14-1509 | ขนมหวาน | E09 | ขนมปังทอด | B80 | มันฝรั่ง ข้าวทอด | E10 | ก๋วยเตี๋ยว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15-1507 | ขนมหวาน | E14 | ข้าวเหนียว | A18 | ข้าวเหนียวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16-1515 | ขนมหวาน | E16 | ข้าวเหนียว | A26 | ไก่ทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17-1522 | ขนมหวาน | E21 | ขนมปัง | C28 | ข้าวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18-1525 | ขนมหวาน | E24 | หมูยอ | C26 | ข้าวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19-1527 | ขนม | E50 | หมูยอ | B10 | ข้าวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20-1532 | ขนม | E73 | ข้าวทอด | E13 | หมูยอ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 21-1533 | ขนม | A43 | ข้าวเหนียว | E10 | หมูยอ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 22-1534 | ขนมหวาน | E30 | ข้าวเหนียว | E90 | ข้าวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 23-1536 | ขนมหวาน | A51 | ข้าวทอด | A11 | มันฝรั่ง | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 24-1541 | ขนม | A42 | หมูยอ | A47 | ไก่ทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 25-1543 | ขนม | B05 | หมูยอ | E09 | ไก่ทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 26-1551 | ขนม | | | C05 | หมูยอ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 27-1552 | ขนมหวาน | | | B10 | มันฝรั่ง / ข้าวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 28-1560 | ขนม | | | C04 | อาหารญี่ปุ่น | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 29-1572 | ขนม | | | B07 | ข้าวทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 30-1570 | ขนมหวาน | | | B18 | หมูยอ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 31-1505 | ขนม | | | C25 | อาหารทอด | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 32-1542 | ขนม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 33-1528 | ขนม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 34-1525 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 35-1529 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 36-1536 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 37-1522 | ขนม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 38-1566 | ขนม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 39-1512 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 40-1502 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 41-1535 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 42-1530 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 43 | ขนมหวาน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 44 | ขนม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

รูปที่ 4.14 รายชื่อร้านอาหารในตลาดฟู้ดวิลล่า
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

ตลาดฟู้ดวิลล่ามีร้านอาหารแผงลอย มีร้านอาหารแผงลอย 4 ประเภทหลัก คือ 1) ขนมหรือของหวาน 2) อาหารทานเล่น 3) อาหารคาว และ 4) เครื่องดื่ม ซึ่งในอาหารคาวสามารถแยกประเภทอาหารได้ 11 ประเภท โดยสัดส่วนของประเภทอาหารที่มีมากที่สุด 5 อันดับในตลาดฟู้ดวิลล่าคือ ขนมหรือของหวานร้อยละ 28 อาหารจานด่วนร้อยละ 17 อาหารทานเล่นร้อยละ 15 เครื่องดื่มร้อยละ 11 และก๋วยเตี๋ยวร้อยละ 9

4.8 สรุปบริบทของตลาดฟู้ดวิลล่า

ตลาดฟู้ดวิลล่าถูกสร้างบนแนวคิดการผสมผสานระหว่างตลาดสดและคอมมูนิตีมอลล์เพื่อตอบสนองต่อความทันสมัยของคนเมือง ตั้งอยู่ในพื้นที่อยู่อาศัยซึ่งส่วนมากเป็นบ้านจัดสรรที่มีราคาค่อนข้างสูง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวผ่านทางเข้าออกบนถนนราชพฤกษ์ พื้นที่ภายในตลาดสดแบ่งได้เป็น 3 โซนคือ ตลาดสด ฟู้ดคอร์ท และสตรีทฟู้ด เปิดทุกวันโดยแบ่งเวลาทำการและพื้นที่การใช้งานเป็น 2 รอบคือ 1) รอบ 9.00 – 16.00 ที่ร้านค้าแผงลอยทุกร้านในตลาดเปิดให้บริการพร้อมลานจอดรถที่ผู้ให้บริการสามารถจอดรถได้ 2) รอบ 16.00 – 22.00 ที่ร้านค้าแผงลอยในตลาดส่วนใหญ่ปิดให้บริการยกเว้นร้านค้าแผงลอยรอบนอกและปิดลานจอดรถเพื่อใช้เป็นพื้นที่สตรีทฟู้ด ขนาดร้านค้าแผงลอยมี 2 ขนาด คือ ขนาด 2x2 เมตร และ 3x3 เมตร ที่มาพร้อมเครื่องดูดควัน ท่อสำหรับอ่างล้างจานและเคาน์เตอร์หินแกรนิตสีดำพร้อมแผงกั้นกระຈบบริเวณเครื่องดูดควันและแผงตกแต่งไม้เทียมทาสีน้ำตาล โซนขายอาหารมี 5 โซน คือ 1) โซน A ผัก ผลไม้ 2) โซน B ร้านอาหารแบบห่อกลับบ้าน 3) โซน C ฟู้ดคอร์ท ร้านอาหาร เครื่องดื่ม 4) โซน D อาหารสด ผัก อาหารทะเล 5) โซน E ขนมทานเล่น ของแห้ง ซึ่งขณะนี้ปัจจุบันจะคละกั้นตามแต่ผู้เช่า โดยร้านอาหารแผงลอยมีทั้งหมด 14 ประเภท ซึ่งสัดส่วนของประเภทอาหารที่มีมากที่สุด 5 อันดับคือ ขนมหรือของหวาน อาหารจานด่วน อาหารทานเล่น เครื่องดื่ม และก๋วยเตี๋ยว ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

ผลการศึกษา

บทนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามการวิจัยคือ 1) สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่าเป็นอย่างไร 2) สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังการแพร่ระบาดเป็นอย่างไร 3) การรับรู้ความปลอดภัยต่อร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารของผู้บริโภคหลังโรคระบาดใหญ่เป็นอย่างไร

ผลการศึกษาดังกล่าวได้จากการสังเกตสภาพแวดล้อมกายภาพในตลาดอาหารฟู้ดวิลล่า โดยการถ่ายภาพและวิดีโอ ผลการสังเกตพฤติกรรมแบบไม่มีส่วนร่วม ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่ ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นดังนี้

- 5.1 สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่
 - 5.1.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่
 - 5.1.2 วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย
 - 5.1.3 เครื่องหมายและสัญลักษณ์
 - 5.2 สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยโดยเน้นมาตรการป้องกันโรคระบาดใหญ่
 - 5.2.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่
 - 5.2.2 วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย
 - 5.2.3 เครื่องหมายและสัญลักษณ์
 - 5.2.4 ความสะอาด
 - 5.2.5 พนักงานในภูมิทัศน์บริการ
- 5.3 การรับรู้ความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยจากผู้บริโภค
 - 5.3.1 ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ (Access to Servicescape)
 - 5.3.2 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape)
 - 5.3.2.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่
 - 5.3.2.2 วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย
 - 5.3.3 การสื่อสาร (Communication)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่

สภาพแวดล้อมกายภาพคือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นในพื้นที่ให้บริการ กระตุ้นการตอบสนองภายใน และกำหนดพฤติกรรมของผู้ใช้พื้นที่ ซึ่งในบริบทของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารประกอบด้วย ปัจจัยเชิงพื้นที่ วัสดุพื้นผิว เครื่องหมายและสัญลักษณ์ โดยจากคำถามวิจัยข้อที่ 1 ว่าด้วย สภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่

ปัจจัยเชิงพื้นที่คือ ขนาด รูปร่าง การจัดวางของเครื่องมือ อุปกรณ์หรือเครื่องเรือน ผู้วิจัย เก็บข้อมูลจากการสังเกตและบันทึกภาพถ่ายและวิดีโอทัศนจากร้านอาหารแผงลอยจำนวน 10 ร้าน โดยเลือกจากร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภทที่มีสัดส่วนมากที่สุดในตลาดฟู้ดวิลล่า 5 อันดับคือ A) ร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวาน B) อาหารจานด่วน C) อาหารทานเล่น D) เครื่องดื่ม และ E) ก๋วยเตี๋ยว และเลือกร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างจากร้านอาหารแต่ละประเภทจำนวน 2 ร้านที่มีขนาดแตกต่างกันและร้านที่ง่ายต่อเก็บข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจการใช้พื้นที่ของร้านอาหารแผงลอยแต่ละประเภท

ผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารแผงลอยสามารถแบ่งพื้นที่ตามการใช้งานได้ 7 พื้นที่คือ 1) พื้นที่ปรุงอาหาร 2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ 3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว 4) พื้นที่ชำระเงิน 5) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน 6) พื้นที่วางเครื่องปรุง 7) พื้นที่ล้าง (รูปที่ 5.1) มีขนาดแตกต่างกันไปในร้านอาหารแผงลอยแต่ละร้านละประเภท

1) พื้นที่ปรุงอาหาร

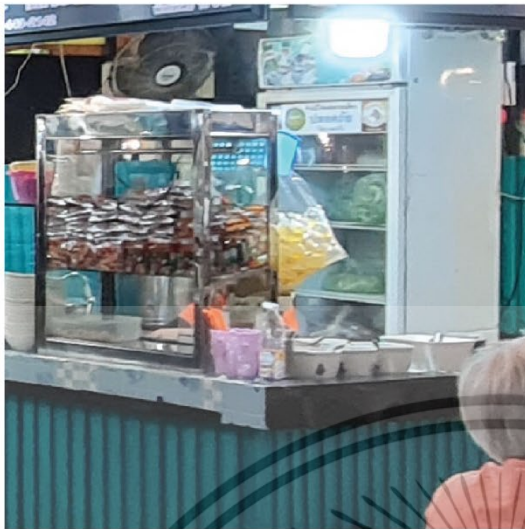


รูปที่ 5.1 พื้นที่ใช้งานร้านอาหารแผงลอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ



3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว



4) พื้นที่ชำระเงิน

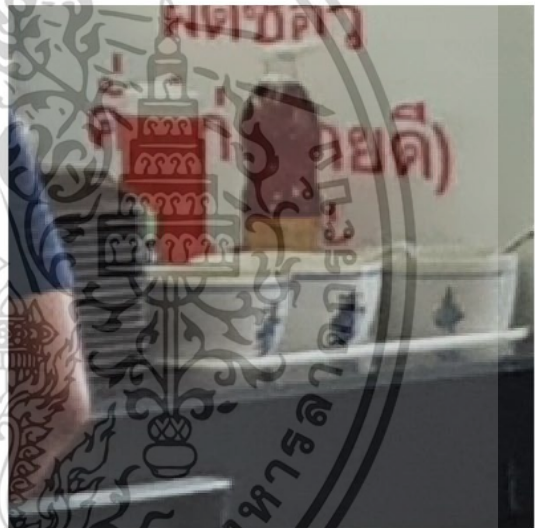


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อกรุปที่ 5.1 (ต่อ) ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาที่มาของผู้วิจัย(2567)เจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน



6) พื้นที่วางเครื่องปรุง



7) พื้นที่ล้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ธีม่า : ผู้วิจัย (2567)
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยแต่ละพื้นที่การใช้งานมีกิจกรรมที่ผู้ขายหรือผู้บริโภคมักทำกิจกรรมตามตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 พื้นที่ใช้งานและกิจกรรม

| | พื้นที่ใช้งาน | กิจกรรม |
|---|-------------------------|--|
| 1 | พื้นที่ปรุงอาหาร | อุ่นอาหาร หั่นหรือเตรียมเครื่องเคียง ประกอบอาหารและปรุงรส |
| 2 | พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | เก็บผัก เนื้อสัตว์ วัตถุดิบแห้ง ส่วนผสมที่รอการผ่านความร้อน |
| 3 | พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | วางวัตถุดิบที่ผ่านการปรุงเพื่อรอประกอบอาหาร วางอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว แสดงอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว |
| 4 | พื้นที่ชำระเงิน | สั่งอาหาร สอบถามราคา ชำระเงิน ทอนเงิน ส่งอาหารปรุงแล้วให้ลูกค้า |
| 5 | พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | แม่บ้านวางช้อน ส้อม ตะเกียบ ผู้บริโภคหยิบไปใช้ |
| 6 | พื้นที่วางเครื่องปรุง | วางเครื่องปรุง บรรจุเครื่องปรุง |
| 7 | พื้นที่ล้าง | อ่างล้างจานสำหรับล้างอุปกรณ์ เตรียมวัตถุดิบ |

หลังการสำรวจการใช้พื้นที่ของร้านอาหารแฝงลอยแต่ละประเภทสามารถสรุปข้อสังเกตได้ดังนี้ (ตารางที่ 5.2)

1) พื้นที่ปรุงอาหาร พื้นที่เก็บวัตถุดิบ

จากการสังเกตพบว่าร้านอาหารแฝงลอยทุกประเภทมีพื้นที่ปรุงอาหารและพื้นที่เก็บวัตถุดิบ แตกต่างกันอย่างชัดเจนที่สัดส่วนพื้นที่

2) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว

ร้านอาหารแฝงลอยทุกประเภทมีพื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว แตกต่างกันอย่างชัดเจนที่สัดส่วนพื้นที่ เว้นแต่ร้าน D1 (ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ) ที่ไม่พบพื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว ซึ่งเป็นร้านขายเครื่องดื่มที่ขายกาแฟ ในขณะที่ร้านอาหารแฝงลอยประเภทขนมหรือของหวานมีสัดส่วนการใช้พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วมากที่สุด เนื่องจากเป็นอาหารที่สามารถปรุงได้ก่อนผู้บริโภคล้าง ในขณะที่เดียวกันสามารถแสดงอาหารเพื่อดึงดูดผู้บริโภค

3) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน

พื้นที่วางอุปกรณ์การทานสามารถพบได้ในร้านอาหารทุกประเภทยกเว้นร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบี๊ยะ) ส่วนร้านอาหารแฝงลอยอื่นๆพบว่ามี 2 ตำแหน่งการจัดวางคือจัดวางพื้นที่หน้าร้าน เช่น ร้าน B1(ประเภทอาหารจานด่วน: ซาหุมู) และ E2(ประเภทก๋วยเตี๋ยว: ราดหน้า) เป็นต้น และจัดวางบริเวณพื้นที่ใกล้ผู้ขายอย่างพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วหรือพื้นที่ชำระเงิน เช่น ร้าน C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) และ D1(ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ) เป็นต้น

4) พื้นที่วางเครื่องปรุง

ไม่พบพื้นที่วางเครื่องปรุงในร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานและเครื่องดื่ม ส่วนร้านอาหารแฝงลอยอื่นๆพบ 2 ตำแหน่งการจัดวางเช่นเดียวกับพื้นที่วางอุปกรณ์การทานคือจัดวางที่พื้นที่หน้าร้านที่ เช่น ร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) และร้าน E1(ประเภทก๋วยเตี๋ยว: ก๋วยเตี๋ยวไก่) เป็นต้น และจัดวางบริเวณพื้นที่ใกล้ผู้ขายอย่างพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วหรือพื้นที่ชำระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงิน เช่น ร้าน B1(ประเภทอาหารจานด่วน: ชาหมู) และ C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) ที่วางไว้ในบริเวณที่ผู้ขายสามารถหยิบให้ผู้บริโภคได้ ซึ่งทั้งสองร้านเป็นอาหารที่สามารถห่อกลับบ้านได้ ในขณะที่ร้านอาหารแผงลอยประเภทก๋วยเตี๋ยวพบว่าสัดส่วนพื้นที่วางเครื่องปรุงและอุปกรณ์การทานมากที่สุดเมื่อเทียบกับอาหารประเภทอื่น

5) พื้นที่ชำระเงิน

พบรูปแบบการจัดการพื้นที่ 2 รูปแบบคือร้านที่มีเครื่องชำระเงินซึ่งพบเพียง 3 ร้าน คือ ร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) และ D1(ประเภทเครื่องดื่ม, กาแฟ) และร้านที่ไม่มีเครื่องชำระเงินและใช้ป้ายสแกนจ่ายในร้านอื่นๆ พบเพียง 1 ร้านที่ไม่มีทั้งเครื่องชำระเงินและป้ายสแกนจ่ายคือร้าน E1(ประเภทก๋วยเตี๋ยว: ก๋วยเตี๋ยวไก่) แต่จากการสังเกตพบว่าร้านดังกล่าวใช้วิธีการสแกนจ่ายจากมือถือผู้ขาย นอกจากนี้ทุกร้านอาหารแผงลอยยังคงรับเงินสดในการชำระเงิน

6) พื้นที่ล้าง

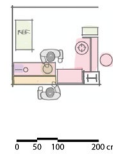
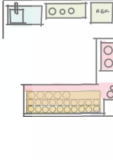
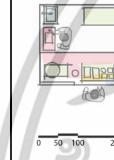

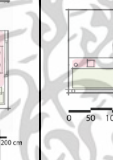
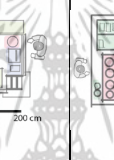



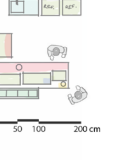
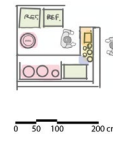
พื้นที่ล้างพบเพียงสามร้านที่ไม่มีพื้นที่ใช้งานดังกล่าวคือ A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) E1(ประเภทก๋วยเตี๋ยว: ก๋วยเตี๋ยวไก่) ซึ่งเป็นร้านแผงลอยขนาด 2x2 เมตรทั้งสิ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าขนาดของร้านอาหารแผงลอยและจำนวนของรูปแบบพื้นที่ใช้งานมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันอย่างร้านประเภทขนมหรือของหวาน ร้านอาหารจานด่วน และร้านก๋วยเตี๋ยวที่ร้านอาหารแผงลอยขนาดเล็กกว่าจะมีรูปแบบพื้นที่ใช้งานที่น้อยกว่า เช่น ร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานที่ร้าน A2 (ประเภทขนมหรือของหวาน: น้ำแข็งไส) มีพื้นที่ล้าง และร้านอาหารประเภทจานด่วนที่ร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) มีพื้นที่ชำระเงิน ในขณะที่ร้านประเภทอาหารทานเล่นและร้านประเภทเครื่องดื่มขึ้นอยู่กับรูปแบบการขายและวิธีการทาน อย่างร้าน C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) ที่ไม่พบการปรุงอาหารที่หน้าร้าน และร้าน C2 (ประเภทอาหารทานเล่น: ก๋วยเตี๋ยว) เป็นอาหารที่ไม่ทานกับเครื่องปรุง หรือร้าน D2(ประเภทเครื่องดื่ม: น้ำผลไม้) ที่มีการขายใส่ขวดแบบพร้อมทาน

ร้านอาหารแผงลอยประเภทเดียวกันพบว่าให้ความสำคัญกับพื้นที่ใช้งานเดียวกัน อย่างร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวทั้งสองร้านตัวอย่างให้ความสำคัญกับพื้นที่วางอุปกรณ์และเครื่องปรุงมากกว่าร้านอาหารประเภทอื่น ร้านประเภทอาหารทานเล่นและร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานให้ความสำคัญกับพื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว เนื่องจากเป็นอาหารที่สามารถปรุงได้ก่อนที่จะใส่ในภาชนะให้ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.2 พื้นที่ใช้งานในร้านอาหารแบ่งย่อยแต่ละประเภท

| ประเภท | ขนม, ของหวาน | | จานด่วน | | ทานเล่น | | เครื่องดื่ม | | ก๋วยเตี๋ยว | | |
|-------------------------|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|
| | ชื่อร้าน | A1: ขนมเบี๋อง | A2: น้ำแข็งใส | B1: ชาหมู | B2: ราดหน้า | C1: หมูกรอบ | C2: เกี๊ยว | D1: กาแฟ | D2: น้ำผลไม้ | E1: ก๋วยเตี๋ยวก๋วย | E2: บะหมี่หมูแดง |
| ขนาด | 2x2 เมตร | 3x3 เมตร | 2x2 เมตร | 3x3 เมตร | 2x2 เมตร | 2x4 เมตร | 2x4 เมตร | 2x4 เมตร | 3x3 เมตร | 2x2 เมตร | 3x3 เมตร |
| ผัง |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| พื้นที่ปรุงอาหาร | | | | | | | | | | | |
| พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | | | | | | | | | | | |
| พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | | | | | | | X | | | | |
| พื้นที่ชำระเงิน | X | X | X | | | | X | | X | X | X |
| พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | X | | | | | | | | | | |
| พื้นที่วางเครื่องปรุง | X | X | | | | | X | X | | | |
| พื้นที่ล้าง | X | | | | X | | | | | X | |

สรุป

ร้านอาหารแผงลอยแบ่งพื้นที่การใช้งานได้ 7 พื้นที่คือ 1) พื้นที่ปรุงอาหาร 2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ 3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว 4) พื้นที่ชำระเงิน 5) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน 6) พื้นที่วางเครื่องปรุง 7) พื้นที่ล้าง โดยพื้นที่ปรุงอาหารและพื้นที่เก็บวัตถุดิบสามารถพบได้ในร้านอาหารแผงลอยทุกประเภท แตกต่างที่ประเภทอาหาร และรูปแบบการขาย พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วมีสัดส่วนการใช้พื้นที่ต่างกัน ตามอาหารและรูปแบบการขาย พื้นที่วางอุปกรณ์การทานและพื้นที่วางเครื่องปรุงมีตำแหน่งการจัดวาง 2 ตำแหน่งคือวางที่พื้นที่หน้าร้านและวางใกล้พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วและพื้นที่ชำระเงิน พื้นที่ชำระเงินพบ 3 รูปแบบคือร้านที่มีเครื่องชำระเงินซึ่งพบเพียง 3 ร้าน ร้านที่ใช้ป้ายสแกนจ่าย และร้านที่ไม่พบทั้งสองรูปแบบ 1 ร้าน และพื้นที่ล้างพบเพียง 3 ร้านที่ไม่มีพื้นที่ล้างซึ่งล้วนเป็นร้านขนาด 2x2 เมตร นอกจากนี้ยังพบว่าขนาดของร้านและจำนวนรูปแบบของการใช้พื้นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกับร้านอาหารแผงลอยประเภทเดียวกันมักจะให้ความสำคัญในพื้นที่การใช้งานเดียวกัน

5.1.2 วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย

วัสดุพื้นผิวคือ ความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่บริการ แต่หลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่มีการวิจัยจากหลายสถาบันแนะนำการเลือกใช้วัสดุในช่วงเวลาดังกล่าวเพื่อความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ผู้วิจัยจึงศึกษาการใช้วัสดุและพื้นผิวเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายในพื้นที่หน้าร้านอาหารแผงลอย โดยการเก็บข้อมูลจากการสังเกตและบันทึกภาพพบว่าวัสดุ 2 ชนิดคือกระจกและอะคริลิค พบ 3 รูปแบบคือ แผงกั้นกระจก แผงกั้นอะคริลิค และตู้กระจก โดยพบได้ตามพื้นที่ใช้งานดังนี้ (ตารางที่ 5.3)

1) พื้นที่ปรุงอาหาร



รูปที่ 5.2 พื้นที่ปรุงอาหารร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) และ ร้าน C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว)

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่ปรุงอาหารของร้านอาหารแผงลอยที่มีการใช้เตาไกล้ผู้ใช้บริโภคมักมีแผงกั้นกระจกอย่างร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) และ E2(ประเภทก๋วยเตี๋ยว: บะหมี่หมูแดง) ซึ่งเป็นร้านขนาด 3x3 เมตรที่ทางตลาดอาหารได้จัดเตรียมไว้ให้ทุกร้าน ในขณะที่ร้าน C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) เพิ่มแผ่นอะคริลิกและ E1(ประเภทก๋วยเตี๋ยว: ก๋วยเตี๋ยวไก่) เพิ่มตู้กระจก มีการติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มขึ้นเอง (รูปที่ 5.2)

2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ

พื้นที่เก็บวัตถุดิบของร้านอาหารแผงลอยส่วนใหญ่ถูกจัดเก็บที่พื้นที่ภายในร้าน ยกเว้นร้าน C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) ที่ร้านอาหารแผงลอยเน้นไปที่การวางขายอาหารพร้อมทาน และ D2(ประเภทเครื่องดื่ม: น้ำผลไม้) ที่ใช้พื้นที่เก็บวัตถุดิบเป็นพื้นที่แสดงผลไม้ที่มีในวันนั้นๆ

3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว

จากการสังเกตพบว่าร้านอาหารแผงลอยทุกประเภทให้ความสำคัญกับพื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว ที่พบตู้กระจกครอบอาหาร ยกเว้นร้านอาหารประเภทเครื่องดื่ม D1(ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ) ที่ไม่มีอาหารที่ปรุงไว้ก่อนแล้วและ D2(ประเภทเครื่องดื่ม: น้ำผลไม้) ที่ใช้ขวดเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับซื้อกลับบ้าน



รูปที่ 5.3 พื้นที่ชำระเงินร้าน C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) และ D1(ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ)
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

4) พื้นที่ชำระเงิน

พื้นที่ชำระเงินพบเพียงสองร้านคือร้านอาหารทานเล่น C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) มีการใช้แผ่นอะคริลิกใสกั้นที่พื้นที่ชำระเงินเช่นเดียวกับร้านเครื่องดื่ม D1(ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ) ซึ่งทั้งสองเป็นร้านอาหารแผงลอยที่มีพื้นที่ชำระเงินที่ชัดเจน (รูปที่ 5.3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

จากการสังเกตพบว่าวัสดุและพื้นผิวที่ใช้บริเวณพื้นที่ร้านอาหารแผงลอย 2 ชนิดคือ กระจกและอะคริลิก ซึ่งมี 3 รูปแบบคือ แผงกั้นกระจก แผงกั้นอะคริลิก และตู้กระจก ในพื้นที่ปรุงอาหารของร้านอาหารแผงลอยพบ 3 รูปแบบ พื้นที่เก็บวัตถุดิบและพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วใช้ตู้กระจก และพื้นที่ชำระเงินใช้แผ่นกั้นอะคริลิกใส ในร้านอาหารแผงลอยประเภทขนมหรือของหวานมีตำแหน่งและการใช้วัสดุเดียวกัน และกัวยังมีตำแหน่งการใช้วัสดุเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคในพื้นที่เดียวกัน

5.1.3 เครื่องหมายและสัญลักษณ์

เครื่องหมายและสัญลักษณ์คือ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่บ่งชี้ให้ลูกค้ารู้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการประกอบด้วยสัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย ป้ายหรือสิ่งตกแต่งส่วนตัว หลังจากการสังเกตพบป้าย 4 ประเภทคือ ป้ายเมนูอาหาร ป้ายสแกนจ่าย ป้ายรับรองความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย และป้ายโปรโมชั่น (ตารางที่ 5.4)



รูปที่ 5.4 ป้ายรับรองด้านสุขอนามัย ร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) และ

B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า)

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

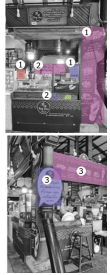









เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) และ D2 (ประเภทเครื่องดื่ม: น้ำผลไม้) มีจำนวนป้ายเมนูอาหารมากที่สุดที่ 5 ป้าย โดยตำแหน่งการติดอยู่ บริเวณป้ายชื่อร้านด้านบนและในระดับสายตาผู้บริโภค ในขณะที่ป้ายรับรองด้านสุขอนามัยพบเพียง สองร้านคือ A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) ในระดับต่ำกว่าสายตาในพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วและ B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) ในระดับสายตาในพื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว หากแต่ลักษณะของป้ายดูเก๋กว่าป้ายอื่นๆ (รูปที่ 5.4) ในขณะที่ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวไม่พบว่า มีป้ายสแกนชำระเงินปรากฏอยู่ในจุดที่ผู้บริโภคมองเห็นเหมือนร้านอาหารประเภทอื่น แต่จะใช้การ สแกนผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้ขายบริเวณพื้นที่วางอุปกรณ์การทาน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการรับรู้ความ ปลอดภัยของผู้บริโภค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.4 เครื่องหมายและสัญลักษณ์ของร้านอาหารแผงลอย

| ประเภท | ขนม, ของหวาน | | จานด่วน | | ทานเล่น | | เครื่องดื่ม | | ก๋วยเตี๋ยว | |
|------------------------------------|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|
| | A1: ขนมเบี๋อง | A2: น้ำแข็งใส | B1: ชาหมู | B2: ราดหน้า | C1: หมูกรอบ | C2: เกี้ยว | D1: กาแฟ | D2: น้ำผลไม้ | E1: ก๋วยเตี๋ยวไก่ | E2: บะหมี่หมูแดง |
| ขนาด | 2x2 เมตร | 3x3 เมตร | 2x2 เมตร | 3x3 เมตร | 2x2 เมตร | 2x4 เมตร | 2x4 เมตร | 3x3 เมตร | 2x2 เมตร | 3x3 เมตร |
| รูปด้าน |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ป้ายเมนูอาหาร | 3 | 1 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 1 | 1 |
| ป้ายแสกนจ่าย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| ป้ายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ป้ายโปรโมชั่น / โปรโมท | 3 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |

สรุป

จากการสังเกตพบป้าย 4 ประเภทคือ ป้ายเมนูอาหาร ป้ายสแกนจ่าย ป้ายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และป้ายโปรโมชัน โดยพบป้ายรับรองด้านสุขอนามัยเพียงสองร้านที่ลักษณะของป้ายดูเก๋กว่าป้ายอื่นๆ ในขณะที่ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวไม่พบว่ามีป้ายสแกนชำระเงิน แต่ใช้การสแกนผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้ขายบริเวณพื้นที่วางอุปกรณ์การทาน และพบว่าร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานมีจำนวนป้ายโปรโมชันหรือโปรโมทมากกว่าร้านอาหารแผงลอยประเภทอื่นๆ

5.2 สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยโดยเน้นมาตรการป้องกันโรคระบาดใหญ่

ในภาวะแพร่ระบาดใหญ่ของโควิด-19 กรมอนามัยได้ออกมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กรเพื่อป้องกันการระบาดใหญ่ ถึงแม้สถานการณ์จะเริ่มคลี่คลายและกลับสู่ภาวะปกติ ยังคงพบร้านอาหารแผงลอยที่ยังคงปฏิบัติตามมาตรการ โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบการศึกษาซึ่งประยุกต์จากข้อมูลของกรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และคณะ (2563) ในสภาพแวดล้อมกายภาพดังนี้

5.2.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่

จากข้อมูลของกรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และคณะ (2563) ด้านมาตรการความปลอดภัยต่อการแพร่เชื้อโรคในปัจจัยเชิงพื้นที่ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับร้านอาหารแผงลอยคือ 1) การแบ่งพื้นที่ซื้อขายและพื้นที่ปรุงอาหารให้ชัดเจน 2) การมีแผงกั้นหน้าร้าน 3) การจัดระบบคิวให้มีทางเข้าออกทางเดียว 4) การมีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าร้าน 5) การมีภาชนะรับเงิน 6) การมีภาชนะครอบอาหารที่ปรุงเสร็จ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 5.5)

1) การแบ่งพื้นที่ซื้อขายและพื้นที่ปรุงอาหารให้ชัดเจน

จากการสังเกตร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างหลังการแพร่ระบาดใหญ่พบว่าในร้านที่มีพื้นที่ชำระเงินชัดเจนด้วยการใช้เครื่องชำระเงินอย่างร้าน B2 (ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) และ D1 (ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ) ยังคงแบ่งพื้นที่ชำระเงินและพื้นที่ปรุงอาหาร แต่ร้าน C1 (ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) พบว่ามีพื้นที่ปรุงหรือเตรียมอาหารติดกับเครื่องชำระเงิน ในขณะที่ร้านที่ใช้ป้ายสแกนจ่ายมักติดอยู่บนตู้กระจกครอบอาหารปรุงแล้วหรือวางป้ายอยู่บนตู้กระจก ทำให้พื้นที่ปรุงอาหารและซื้อขายถูกกั้นด้วยตู้หรือแผงกั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.5 ร้าน B2 (ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) และ C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ)
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

2)การมีแผงกั้นหน้าร้าน

แผงกั้นหน้าร้านพบเพียง 2 ร้านบริเวณพื้นที่ชำระเงินอย่างร้าน C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) และ D1(ประเภทเครื่องดื่ม: กาแฟ)

3)การจัดระบบคิวให้มีทางเข้าออกทางเดียว

ไม่พบร้านอาหารแผงลอยที่ยังคงปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว

4)การมีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าร้าน

พบเพียง 2 ร้านคือ A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) และ C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) ที่ยังคงให้บริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ ซึ่งวางใกล้กับพื้นที่วางป้ายเพื่อชำระเงิน (รูปที่ 5.6)



รูปที่ 5.6 ร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) และ C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว)

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5)การมีถาดรับเงิน

ไม่พบร้านอาหารแผงลอยที่ยังคงปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว

6)การมีภาชนะครอบอาหารที่ปรุงเสร็จ

จากการสังเกตพบว่าร้านอาหารแผงลอยส่วนใหญ่มีภาชนะครอบอาหารหรือวัสดุที่ปรุงแล้ว แตกต่างเพียงรูปแบบอุปกรณ์ที่ใช้ ขนาดที่ขึ้นอยู่กับรูปแบบอาหารปรุงแล้ว และรูปแบบการปรุงอาหาร เช่น ร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบื้อง) A2(ประเภทขนมหรือของหวาน: น้ำแข็งไส) C1(ประเภทอาหารทานเล่น: หมูกรอบ) C2(ประเภทอาหารทานเล่น: เกี้ยว) ใช้ตู้กระจกครอบอาหารปรุงแล้วเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกอาหารที่ต้องการได้สะดวก หรือร้าน B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) ใช้หม้อมีฝาปิดเพื่อเก็บซุสำหรับใช้ปรุงอาหาร และตู้กระจกเพื่อเก็บวัสดุที่ปรุงแล้วมาประกอบอาหารหลังผู้บริโภคสั่งอาหาร ส่วนอาหารที่สามารถปรุงสุกพร้อมทานมักจะอยู่ในตู้เพื่อแสดงอาหารให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ

ตารางที่ 5.5 มาตรการความปลอดภัยด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ของร้านอาหารแผงลอยตัวอย่าง

| การจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ | ขนม, ของหวาน | | จานด่วน | | ทานเล่น | | เครื่องดื่ม | | ก๋วยเตี๋ยว | |
|--|------------------------------------|---------------|-----------|---------------------------------|-----------------|------------------------------------|-----------------------|----------------|-----------------------------|------------------|
| | A1: ขนมเบื้อง | A2: น้ำแข็งไส | B1: ชาหมู | B2: ราดหน้า | C1: หมูกรอบ | C2: เกี้ยว | D1: กาแฟ | D2: น้ำผลไม้ | E1: ก๋วยเตี๋ยวก๋วยเตี่ยวไก่ | E2: บะหมี่หมูแดง |
| ปัจจัยเชิงพื้นที่ | | | | | | | | | | |
| การแบ่งโซนซื้อขายและปรุงอาหารอย่างชัดเจน | X | X | X | | X | X | | X | X | X |
| มีแผงกันหน้าร้าน | X | X | X | X | พื้นที่ชำระเงิน | X | พื้นที่ชำระเงิน | X | X | X |
| จัดระบบคิวให้มีทางเข้าออกทางเดียว | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| มีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าร้าน | เจลแอลกอฮอล์ | X | X | X | X | เจลแอลกอฮอล์ | X | X | X | X |
| มีถาดรับเงิน | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| อาหารที่ปรุงเสร็จต้องมีที่ภาชนะครอบ | ตู้กระจก 1 ตู้ / ตู้อะคริลิก 1 ตู้ | ตู้กระจก | ตู้กระจก | ใส่หม้อมีฝาปิด / ตู้กระจก 1 ตู้ | ตู้กระจก 1 ตู้ | ตู้กระจก 1 ตู้ / ตู้อะคริลิก 1 ตู้ | X ไม่มีอาหารปรุงเสร็จ | ตู้กระจก 1 ตู้ | ตู้กระจก 1 ตู้ | ตู้กระจก 1 ตู้ |

X = ไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

จากมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข 6 ข้อพบว่า มี 4 ข้อที่ร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างยังคงปฏิบัติตาม โดยหัวข้อของการมีภาชนะครอบอาหารที่ปรุงเสร็จเป็นสิ่งทีร้านอาหารแผงลอยทุกร้านยังทำตามมากที่สุด ในขณะที่เรื่องการแบ่งพื้นที่ซื้อขายและปรุงอาหาร การมีแผงกั้นหน้าร้าน และการมีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าพบร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างเพียงร้อยละ 2 ร้านที่ยังปฏิบัติตาม และไม่พบร้านที่ยังใช้ภาชนะรับเงินและการจัดระบบคิว

5.2.2 วัสดุและพื้นผิว

กรอบการศึกษาที่ประยุกต์มาจากกรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และคณะ (2563) เพื่อใช้ในการประเมินวัสดุและพื้นผิวของร้านอาหารแผงลอย ไม่พบการแนะนำด้านการใช้วัสดุและพื้นผิวที่สามารถนำมาปรับใช้ได้กับร้านอาหารแผงลอยได้ พบแต่เพียงแนวปฏิบัติที่มุ่งเน้นการทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสที่มีการใช้ร่วมกัน เช่น มาตรการสำคัญจากกรมอนามัย (2564) ว่าด้วยการทำความสะอาดสถานที่ อุปกรณ์ พื้นผิวที่มีการสัมผัสร่วมกันด้วยน้ำยาทำความสะอาด ทั้งก่อนและหลังให้บริการอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง และเพิ่มความถี่ตามความเหมาะสม เป็นต้น หรือแนวทางการออกแบบและบริหารจัดการร้านค้าขนาดเล็ก หรือรถเข็นแผงลอยจากปรีชญา และคณะ (2563) ที่แนะนำการเพิ่มแผงกั้นบริเวณหน้าร้านหากแต่ไม่ได้ระบุวัสดุพื้นผิวที่ควรใช้

สรุป

ไม่พบมาตรการจากกรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และคณะ (2563) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ด้านวัสดุและพื้นผิวของร้านอาหารแผงลอย

5.2.3 เครื่องหมายและสัญลักษณ์

กรอบการศึกษาที่ประยุกต์มาจากกรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และคณะ (2563) ด้านเครื่องหมายและสัญลักษณ์ไม่พบมาตรการที่กล่าวถึงโดยตรง แต่จากแบบประเมินสถานประกอบของกรมอนามัยพบว่ามีการออกใบรับรองสถานประกอบการที่ผ่านมาตรฐานที่ร้านอาหารสามารถติดแสดงได้ นำมาสู่ใบรับรองด้านสุขอนามัย และจากแนวทางการออกแบบและบริหารจัดการร้านค้าขนาดเล็ก หรือรถเข็นแผงลอยจากปรีชญา และคณะ (2563) ที่แนะนำให้ร้านค้าคำนึงถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยลดการสัมผัสในขั้นตอนการสั่ง เสิร์ฟและชำระเงิน นำมาสู่ป้ายสแกนจ่ายที่สามารถนำมาประยุกต์ในร้านอาหารแผงลอยได้คือ 1)ใบรับรองด้านสุขอนามัย 2)ป้ายสแกนจ่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค (ตารางที่ 5.6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังการแพร่ระบาดใหญ่พบป้ายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพียงสองร้านจากร้านตัวอย่างที่ยังติดป้ายดังกล่าวอยู่หน้าร้านแต่อยู่ในสภาพเก่าคือร้าน A1(ประเภทขนมหรือของหวาน: ขนมเบี๋อง) และ B2(ประเภทอาหารจานด่วน: ราดหน้า) ในขณะที่ป้ายสแกนจ่ายสามารถพบได้เกือบทุกร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า หากแต่ไม่พบเพียงแค่อร้านตัวอย่างประเภทก๋วยเตี๋ยวน E1(ประเภทก๋วยเตี๋ยวน: ก๋วยเตี๋ยวก๊าก) ที่ใช้การสแกนจ่ายจากมือถือผู้ชาย

ตารางที่ 5.6 มาตรการความปลอดภัยด้านเครื่องหมายและสัญลักษณ์ของร้านอาหารแผงลอย

ตัวอย่าง

| การจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ | ขนม, ของหวาน | | จานด่วน | | ทานเล่น | | เครื่องดื่ม | | ก๋วยเตี๋ยวน | |
|--|--------------------------|---------------|-----------|--------------------------|-----------------|------------|-------------|--------------|--------------------|------------------|
| | A1: ขนมเบี๋อง | A2: น้ำแข็งใส | B1: ขาหมู | B2: ราดหน้า | C1: หมูกรอบ | C2: เกี๊ยว | D1: กาแฟ | D2: น้ำผลไม้ | E1: ก๋วยเตี๋ยวก๊าก | E2: บะหมี่หมูแดง |
| เครื่องหมายและสัญลักษณ์ | | | | | | | | | | |
| ใบรับรองด้านสุขอนามัย | ใบรับรองความปลอดภัยโควิด | X | X | ใบรับรองความปลอดภัยโควิด | X | X | X | X | X | X |
| ป้ายสแกนจ่าย | | | | เครื่องชำระเงิน | เครื่องชำระเงิน | | | | X | |

สรุป

พบป้ายสแกนจ่ายในร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างเกือบทุกร้าน พบเพียง 1 ร้านที่ไม่พบป้ายสแกนจ่าย หากแต่ใช้มือถือของผู้ชายแทน ในขณะที่ใบรับรองด้านสุขอนามัยพบเพียง 2 ร้านซึ่งอยู่ในสภาพเก่า

นอกจากสภาพแวดล้อมกายภาพในข้างต้น ยังพบปัจจัยอื่นๆที่สามารถนำมาปรับใช้กับร้านอาหารแผงลอยได้ดังนี้

5.2.4 ความสะอาด

จากมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัยแนะนำให้ร้านอาหารจัดให้มีอุปกรณ์ส่วนบุคคลในการตัก หรือหยิบจับอาหาร จากการสังเกตพบเพียงหนึ่งร้านอาหารตัวอย่างที่เป็นหลอดห่อพลาสติกอย่างร้าน D1 (ประเภทเครื่องดื่ม, กาแฟ) ในขณะที่ร้านอาหารอื่นๆ เป็นการใช้อุปกรณ์การทำงานร่วมกันในตลาดอาหาร โดยมีพนักงานของตลาดเป็นวงอุปกรณ์การทำงานในพื้นที่ที่ร้านอาหารแผงลอยนี้ เป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลอยวางไว้ให้ซึ่งมีก้อยู่บริเวณหน้าร้านที่พนักงานของตลาดและผู้บริโภคสามารถหยิบได้สะดวก โดยการสังเกตพบว่าทางตลาดไม่มีนโยบายการห่ออุปกรณ์รับประทานในช่วงเวลาที่ทำการสำรวจ ขึ้นอยู่กับรูปแบบอุปกรณ์เก็บอุปกรณ์การทานที่แต่ละร้านเตรียมไว้ให้

ตารางที่ 5.7 มาตรการความปลอดภัยด้านความสะอาดของร้านอาหารแผงลอยตัวอย่าง

| การจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ | ขนม, ของหวาน | | จานด่วน | | ทานเล่น | | เครื่องดื่ม | | ก๋วยเตี๋ยว | |
|--|---------------|---------------|-----------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|--------------------|------------------|
| | A1: ขนมเบ๊าะง | A2: น้ำแข็งใส | B1: ชาหมู | B2: ราตหน้า | C1: หมูกรอบ | C2: เกี้ยว | D1: กาแฟ | D2: น้ำผลไม้ | E1: ก๋วยเตี๋ยวก๋วย | E2: บะหมี่หมูแดง |
| ความสะอาด | | | | | | | | | | |
| การจัดเตรียมอุปกรณ์ส่วนบุคคล | X | X | X | X | X | X | | X | X | X |

สรุป

การจัดเตรียมอุปกรณ์ส่วนบุคคลพบเพียงหนึ่งร้านที่เป็นหลอดท่อพลาสติก ในขณะที่ร้านอื่นๆใช้อุปกรณ์การทานร่วมกันโดยไม่ได้จัดเป็นชุดส่วนบุคคล

5.2.5 พนักงานในภูมิทัศน์บริการ

จากมาตรการว่าด้วยการกำกับดูแลพนักงานให้สวมหน้ากากอนามัยให้ถูกต้องตลอดเวลาที่ให้บริการ พบว่าร้านอาหารแผงลอยทุกร้านยังคงปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัดโดยการสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ผู้บริโภคเข้าใช้บริการตามมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

ตารางที่ 5.8 มาตรการความปลอดภัยด้านพนักงานของร้านอาหารแผงลอยตัวอย่าง

| การจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ | ขนม, ของหวาน | | จานด่วน | | ทานเล่น | | เครื่องดื่ม | | ก๋วยเตี๋ยว | |
|--|---------------|---------------|-----------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|--------------------|------------------|
| | A1: ขนมเบ๊าะง | A2: น้ำแข็งใส | B1: ชาหมู | B2: ราตหน้า | C1: หมูกรอบ | C2: เกี้ยว | D1: กาแฟ | D2: น้ำผลไม้ | E1: ก๋วยเตี๋ยวก๋วย | E2: บะหมี่หมูแดง |
| พนักงาน | | | | | | | | | | |
| สวมหน้ากากอนามัย | | | | | | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

พนักงานทุกร้านยังคงสวมหน้ากากอนามัยขณะปรุงอาหารตามมาตรการความปลอดภัย

5.3 การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อร้านอาหารแผงลอย

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดสัญญาณความปลอดภัย (Safety Signal) ในอุตสาหกรรมบริการ (Fließ และ Kleinaltenkamp, 2004; Moeller, 2008) และนำมาปรับใช้กับการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อร้านอาหารแผงลอย โดยการศึกษาใช้ 3 มิติ ซึ่งทั้งสามมิตินี้อ้างอิงจากหลักการเดียวกับสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของ Bitner (1992) มีดังนี้

5.3.1 ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ (access to Servicescape)

5.3.2 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape)

5.3.3 การสื่อสาร (Communication)

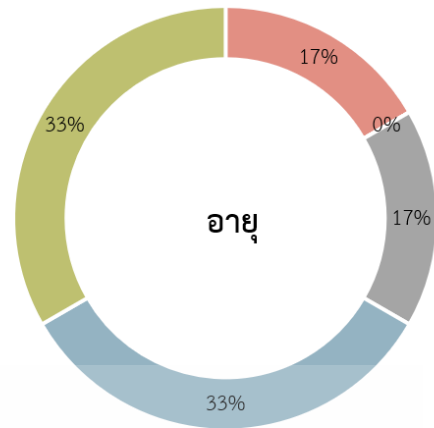
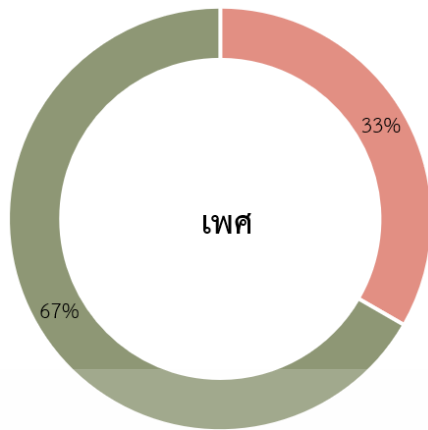
ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คน มีเพศชาย 4 คนและเพศหญิง 8 คน ระหว่างอายุ 20 – 66 ปี (รูปที่ 5.7-5.8) ที่เคยไปตลาดอาหารทั้งก่อนและหลังโรคระบาดใหญ่ โดยการสัมภาษณ์แบบพบหน้าและทางออนไลน์ผ่านโปรแกรม ZOOM (รูปที่ 5.9) ตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล ใช้เวลาประมาณ 20-30 นาทีด้วยการสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อ 3 แนวทางการเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่และการรับรู้ความปลอดภัยในร้านอาหารแผงลอย มีผลการสัมภาษณ์ดังนี้



รูปที่ 5.7 ผู้ให้ข้อมูล

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

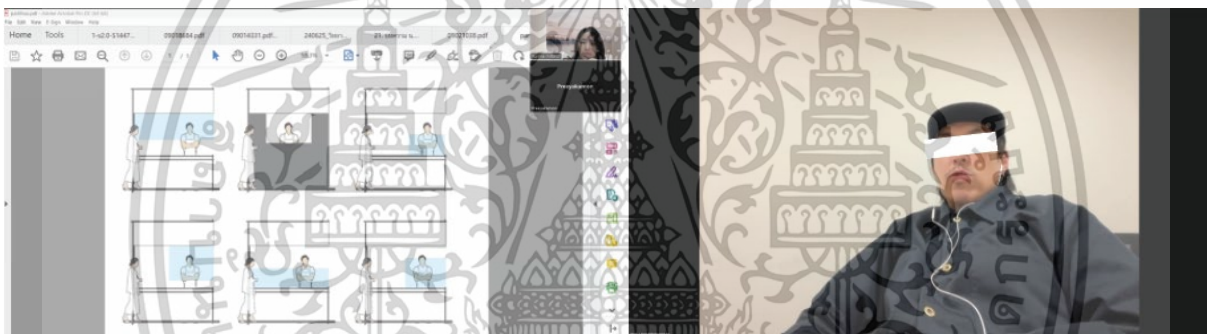


■ ผู้ชาย ■ ผู้หญิง

■ > 60 ปี ■ 50-59 ปี ■ 40-49 ปี ■ 30-39 ปี ■ < 29 ปี

รูปที่ 5.8 สัดส่วนเพศและอายุผู้ให้ข้อมูล

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)



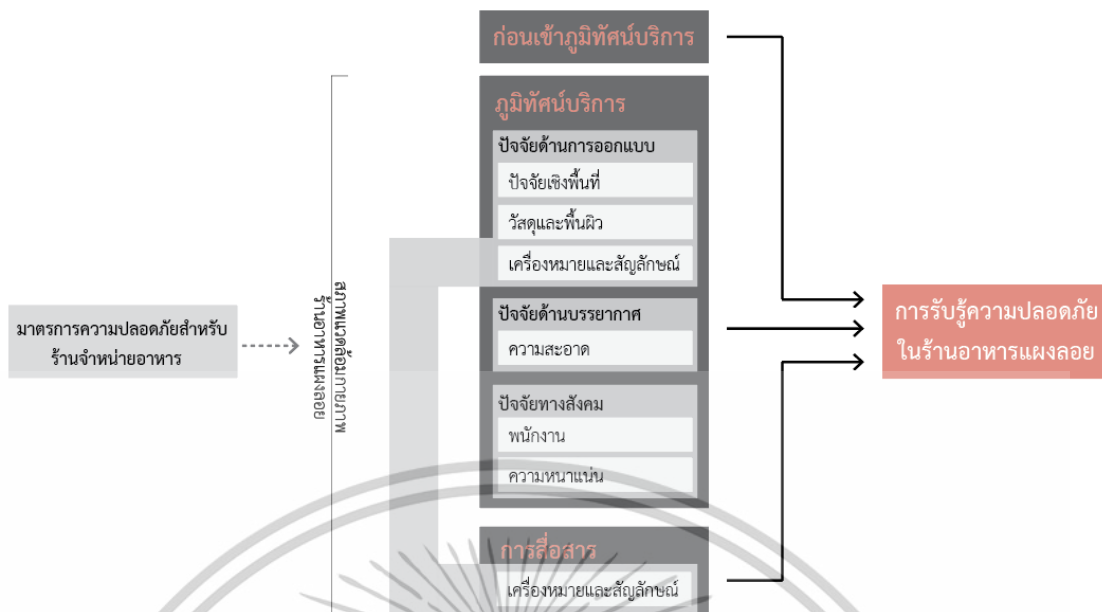
รูปที่ 5.9 ตัวอย่างการสัมภาษณ์ผ่านทาง ZOOM

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

5.3.1 ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ (Access to Servicescape)

การสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างได้มีการสอบถามถึงเกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารทั้งก่อนและหลังการโรคระบาดใหญ่ โดยเกณฑ์ก่อนโรคระบาดใหญ่จะไม่ลงรายละเอียดตามประเด็นในกรอบการศึกษา (รูปที่ 5.10) เพียงแต่ใช้เป็นข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจภูมิหลังในการเข้าใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.10 กรอบการศึกษา

ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

1) ก่อนโรคระบาดใหญ่

ก่อนโรคระบาดใหญ่ผู้ให้ข้อมูลมีเกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารที่แตกต่างกัน ซึ่งเลือกจากความน่าทานของอาหาร เมนู ราคา การจัดหน้าร้าน ชื่อเสียงของร้าน จำนวนของผู้บริโภค ความสะอาดและการแต่งกายของพนักงาน ดึงข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“ดูเมนู ปริมาณที่เข็นหน้าร้าน ถ้าทำดูรู้เรื่องแล้วสั่งง่าย..” ผู้ให้ข้อมูล-7

“...ร้านไหนคนน่าจะต่อคิวเยอะ ดูน่าจะอร่อย” ผู้ให้ข้อมูล-10

“ปกติมักจะเดินมองสินค้าก่อนว่าน่ากินมั๊ย แล้วดูชื่อร้านประกอบ เช่น โจ๊กต้องสามย่าน ที่มีชื่อ...” ผู้ให้ข้อมูล-12

2) หลังการแพร่ระบาดใหญ่

หลังโรคระบาดใหญ่ผู้ให้ข้อมูลมีเกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารตามประเด็นในกรอบการศึกษาดังนี้

2.1) ปัจจัยเชิงพื้นที่

หลังการระบาดใหญ่พบความเปลี่ยนแปลงของเกณฑ์การเลือกร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ ที่การมีแผงกั้นและการมีอยู่ของพื้นที่ล้างส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคบางคนดึงข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“...เดี๋ยวนี้อาหารข้างทางไม่ค่อยกินแล้ว ถ้าเป็นร้านสตรีฟู้ดที่อยู่ฟุทบาทพยายามกินให้น้อยลง เพราะเค้าไม่มีที่ล้างมือเป็นทางการ อย่างน้อยต้องอยู่ในที่มีซิงก์ล้างจาน ล้างมือ” ผู้ให้ข้อมูล-01

“...ที่กินก็ดูอย่างขายปาตองโก ขายหมูทอด กลัวยทอด เขาเปิดโล่งไว้ เราก็ไม่ค่อยมั่นใจ เพราะคนก็พูดๆไปถ้าเป็นแผงเปิด แต่ถ้าเป็นร้านน้ำปั่นเหมือนร้านขายขนมหวาน ถ้าเขาต้องโชว์ของแล้วไม่กั้นเลยนิดนึง เราก็ไม่รู้รู้สึกสบายใจจะกิน กั้นบริเวณที่เป็นของที่เราต้องกินเข้าไป...” ผู้ให้ข้อมูล-03

2.2) ความสะอาด

ผู้ให้ข้อมูลดูจากบรรยากาศความสะอาดจากร้านอาหารแผงลอย ซึ่งดูจากหลายองค์ประกอบ เช่น การไม่มีคราบ ไม่รก เป็นต้น ดังเช่นข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“...ถ้าออกไปกินข้างนอกจะเลือกร้านที่คนไม่แน่นดูคนทำที่มีความสะอาด ไม่ชอบร้านที่เขรอะ ร้านสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รก ไม่มีคราบ...” ผู้ให้ข้อมูล-04

“ไม่ค่อยต่างต่างแค่วงหนังกๆ ดูที่สะอาดกว่าเดิม อาหารพยายามให้ปิดมิดชิด ถ้าต้องซื้อทาน ตอนนีเหมือนใช้ชีวิตปกติแล้ว...” ผู้ให้ข้อมูล-10

“ส่วนใหญ่หลังโควิดมาตรการเรื่องความสะอาดการป้องกันทั้งตัวคนขายต้องมาประกอบกัน...” ผู้ให้ข้อมูล-12

2.3) พนักงาน

การแต่งกายของพนักงานอย่างการใส่หน้ากากอนามัยหรือถุงมือและการปฏิบัติตัวของพนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เป็นเกณฑ์การเลือกร้านในการใช้บริการ ดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“ถ้าคนขายใส่แมสก์ก็จะเลือกร้านนั้นเลย ถุงมือรู้สึกเฉยๆ เพราะรู้สึกว่าเขาใส่แล้วก็จับเงินจับทุกอย่างอยู่ดี” ผู้ให้ข้อมูล-09

“ใส่แมสก์ใส่ถุงมือมัย เรามี awareness เรื่องนี้เพิ่มขึ้นนิดนึงมั้ง...” ผู้ให้ข้อมูล-06

2.4) ความหนาแน่น

พบผู้ให้ข้อมูลเพียงคนเดียวที่กล่าวถึงความหนาแน่นเป็นเกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“ร้านที่คนไม่แน่น ดูคนทำที่มีความสะอาด ไม่ชอบร้านที่เขรอะ ร้านสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รก ไม่มีคราบ” ผู้ให้ข้อมูล-04

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

เกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแพงลอยก่อนโรคระบาดใหญ่ของผู้ให้ข้อมูลมีความหลากหลาย โดยเลือกจากความน่าทานของอาหาร เมนู ราคา การจัดหน้าร้าน ชื่อเสียงของร้าน จำนวนของผู้บริโภค ความสะอาดและการแต่งกายของพนักงาน ในขณะที่หลังโรคระบาดใหญ่ ส่วนใหญ่คือการมีที่กัน มีพื้นที่ล้าง ความสะอาดของร้าน การแต่งกายของพนักงาน และความหนาแน่นของผู้บริโภค

5.3.2 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape)

เมื่อเข้าภูมิทัศน์บริการร้านอาหารแพงลอยผู้ให้ข้อมูลมีการกล่าวถึงปัจจัยตามกรอบการศึกษาซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นปัจจัยดังนี้

5.3.2.1 ปัจจัยเชิงพื้นที่

1) พื้นที่ปรุงอาหาร

การจัดพื้นที่ให้เห็นตอนปรุงอาหารและความสะอาดของพื้นที่และอุปกรณ์เป็นปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลในช่วงอายุ 20 และ 30 ปี คำนึงถึง ดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“ความสะอาดดูที่เคาน์เตอร์ครัวเช็คสะอาดมั๊ยไม่ใช่มีคราบดำๆ ต่อให้เก่าแต่ถ้าเก่าแล้วสะอาดก็มี แต่ก็เห็นได้ว่าการเช็คสะอาด ไม่ใช่มีเศษผักเคลื่อนเคาน์เตอร์ พื้นคราบดำๆ มีเศษอาหารกองที่พื้นก็ไม่ไหว” ผู้ให้ข้อมูล-01

“...อยากเห็นขั้นตอนการทำ” ผู้ให้ข้อมูล-03

“...อย่างร้านที่ 2 เราไม่เห็นอะไรเลยคือน่ากลัว เพราะชอบเห็นตอนคนทำ” ผู้ให้ข้อมูล-04

ประกอบกับการแต่งกายของพนักงานที่สวมอุปกรณ์ป้องกันโดยเน้นที่การใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือ ดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูล-08

“...ตอนทำอาหารเขาก็ไม่ได้ใส่แมสก์เขาพูดปกติก็ไม่ต่างกัน ตรงการทำไม่ได้ป้องกัน มีอย่างนี้ดูคุยกัณยากกว่า รู้สึกว่าโซนที่ทำอาหารควรจะมี ถ้าใส่แมสก์ก็ไม่จำเป็นต้องมีที่กัน...”

2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ

การเก็บวัตถุดิบให้อยู่ในที่ถูกหลักอนามัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึง เพราะเป็นสิ่งที่ตัวผู้บริโภคต้องรับประทาน และหลังการเตรียมวัตถุดิบควรเก็บในภาชนะที่มีฝาปิด

ป้องกันการปนเปื้อนดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูลที่ล้วนเป็นผู้หญิงกล่าวถึงดังต่อไปนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ร้านผลไม้ปั่นปกติผลไม้เป็นลูกเค้าก็จะไม่แกะ แต่ถ้าแกะแล้วฝั้วไว้ก็จะไม่
อยากกินแล้ว... วิธีเก็บอาหาร พวกอาหารสดมีที่ปิด ไม่ใช่แม่ค้าจามแล้วไปโดนฝักที่เตรียมไว้ สำคัญที่
ของดิบหรือเครื่องเคียงอยู่ในภาชนะที่มีฝาปิด” ผู้ให้ข้อมูล-01

“จะไม่เลือกร้านที่มีถังน้ำแข็งแล้วเอาทุกอย่างไปกองอยู่ในนั้น แก้วพลาสติกไป
เตรียมในนั้น มะนาวที่หั่นแล้ว น้ำแข็งที่ตักให้เรากิน สิ่งที่แช่อยู่ถึงเดียวกัน” ผู้ให้ข้อมูล-03

3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว

พื้นที่วางวัตถุดิบที่รอการปรุงหรืออาหารที่ปรุงสุกแล้วมีการกล่าวถึงในทิศทาง
เดียวกัน 9 คนจาก 12 คนคือควรมีภาชนะคลุม เช่น มีแผงกัน ตู้คลุมอาหารบริเวณดังกล่าว ส่งผลให้
อาหารดูปลอดภัยและน่ากินดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“...แผงกันไว้โซนวัตถุดิบดีกว่า เพราะถึงกันแค่แนวอาหารรู้สึกที่แนวน้ำลาย
คนขายคนซื้อก็ลงอยู่ดี แต่อย่างน้อยก็กันคนเอามือมาจับหรือเด็กจับได้อยู่...” ผู้ให้ข้อมูล-01

“ร้านที่มีตู้กระจกรู้สึกสะอาดขึ้น เพราะเวลาคนไปสั่งก็จะไม่กระเด็นเข้าไป”
ผู้ให้ข้อมูล-09

“แต่โซนที่สำคัญคืออาหารที่สำเร็จรูปแล้ว ในตัววัตถุดิบถ้าปรุงแต่งความร้อน
แล้วไม่ได้ซีเรียสว่าต้องมีตัวกันขนาดนี้ แต่อาหารที่พร้อมทานแล้วควรมีป้องกัน วัสดุไม่ได้ซีเรียส” ผู้ให้
ข้อมูล-12

4) พื้นที่ชำระเงิน

การแบ่งพื้นที่ชำระเงินและพื้นที่วางอาหารให้ห่างกันชัดเจนหรือแยกหน้าที่
พนักงานระหว่างการปรุงอาหารและการเก็บเงินเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้ให้ข้อมูล 6 คน ผู้ให้ข้อมูลมีความ
กังวลต่อการแพร่กระจายระหว่างพูดคุยและความหนาแน่นของลูกค้าดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูล
ต่อไปนี้

“โซนสั่งอาหารก็รับข้าวห่างกันนิดนึงจะดี สั่งข้าวชว่าย่างตั้งเสร็จตรงนี้ก็ไป
อยู่ซ้ายเพื่อรอรับข้าวแล้วตรงซ้ายก็มีถ้วยน้ำจิ้ม ซอนให้หยิบ โฟลวจะดีกว่ารู้สึกไม่ออ ดูว่าตำแหน่งที่
วางเสียงที่จะสกปรกกว่าเดิมมัย” ผู้ให้ข้อมูล-05

“...คนเยอะไปยืนหน้าร้านแล้วต่างคนพูดสั่ง มันมีโอกาสที่น้ำลายทุกคนลงไป
อะไรก็ได้ที่ปิดไว้ก็ดีขึ้น...” ผู้ให้ข้อมูล-11

หากแต่การมีแผงกันบริเวณดังกล่าวผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเห็นว่าไม่มีความจำเป็น
และเป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคที่ทำให้รู้สึกว่ามีผู้ขายไม่ได้ยิน ดังข้อความ
จากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“...ปิดเต็มติดไมโครโฟนมันน่ารำคาญได้ยินไม่ชัด กว่าจะสั่งเสร็จ ยืนของกินให้
ลำบากเลย ตอนสั่งดูใช้ความพยายามกว่าปกตินิดหน่อย เหมือนเราไม่ได้ยินเขา มันใจว่าไม่โดนอาหาร
ที่โชว์ก็พอ...” ผู้ให้ข้อมูล-03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“การมีแผงกันโซนวัตตุดิบุ้สึกช่วยได้น้อยในการป้องกัน การมีแผงกันรู้สึบบางที่คุดกันยาก **สื่อสาร**ไม่คอดยเข้าใจ ยิ่งถ้าปิดเยอะคนขายจะไม่รู้ว่าเราพูดอะไร” ผู้ให้ข้อมูล-04

ในขณะที่การมีอยู่ของเจลล้างมือแอลกอฮอล์พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่รู้สึบบมีผลต่อความปลอดกัย แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบสภาพขวดที่ควรจะสะอาด ไม่เลอะบริเวณที่กุดตั้งข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดั่งต่อไปนี้

“มีเจลแอลกอฮอล์ตั้งอยู่กั้ดูร้านใสใจเรื่องความสะอาด...เครื่องปรุ้งควรมีฝาปิดมีที่ป้บแอลกอฮอล์อยู่ข้างๆเพราะฝาคคนกั้จับบ่อย” ผู้ให้ข้อมูล-01

“แอลกอฮอล์หน้าร้านบางร้านคุดหกละๆมันคุดอีกว่า” ผู้ให้ข้อมูล-03

“ใช้แอลกอฮอล์ของเพื่อนแทนไมไช้ของร้าน” ผู้ให้ข้อมูล-04

“แอลกอฮอล์ที่ดั่งไว้หน้าร้านไม่เคยกุดใช้เพราะคุดสกปรก เพราะรู้สึบบว่ามือใครกั้มากุด รู้ว่าพอแอลกอฮอล์ใส่ในมือกั้จะสะอาด แต่ขวดพวกนี้คุดคือการ refill มันคุดขวดเดิมที่อยู่มานาน” ผู้ให้ข้อมูล-05

5) พื้นที่วางเครื่องปรุ้ง

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกั้พื้นที่วางเครื่องปรุ้งเนื่องจากเป็นของที่ผู้บริบคอกินโดยตรง รูปแบบการวางเครื่องปรุ้งควรมีให้เป็นของสำหรับผู้ให้ข้อมูลบางส่วน เพราะสามารถทำให้มันใจได้ แต่ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนชอบการวางเครื่องปรุ้งในรูปแบบถ้วย เนื่องจากสามารถดักในปริมาณที่ด้องการได้ตามสะดวก แต่เครื่องปรุ้งในถ้วยดั่งกล่าวผู้ขายควรมีความสะอาดเป็นประจ้า เพราะส่งผลกั้บการรับรู้ความปลอดกัยถึงความถึในการเปลี่ยนเครื่องปรุ้ง

“...เครื่องปรุ้งจะหีบร้านที่เตรียมเป็นเซ้ตไว้ให้ ถ้าเป็นถ้วยที่คุดมีความเชรอะจะไม่กิน...” ผู้ให้ข้อมูล-04

“เครื่องปรุ้งถ้าอยู่ถ้วนนั้นจะคุดนิดนึ่ง พอเป็นของกินจะคุดแต่ช้อนล้อมไม่คุดอะไรกระเด็นใส่ร้เปลา่า เพราะกั้บช้อนล้อมคุดที่เป็นสิ่งกั้มองไม่เห็นด้วยตา ถ้ามีคนทำไรลงไปในเครื่องปรุ้งเราจะเห็น...” ผู้ให้ข้อมูล-06

“...มีบางร้านที่เหมือนน้ำตาลไม่เคยเปลี่ยนเป็นกั้อนๆอาจจะไม่คุดยกล้ากินนิดนึ่ง ไม่รู้ว่าเขาเปลี่ยนล้าลสุดเมื่อไหร่ กั้บขวดน้ำปลาที่เขารียูสแล้วด้ารู้สึบบว่าไม่คุดยสะอาดนิดนึ่งเพราะทุกคนใช้ร้วมกัน ไม่จ้าเป็นด้องใส่ชอง โอเคที่เป็นแก้วเพราะดักงายดี เป็นชองเปลืองของบางที่กั้ไม่พอ...” ผู้ให้ข้อมูล-09

6) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน

ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงการจัดวางพื้นที่เครื่องปรุ้งหรืออุปกรณ์การทาน เช่น ช้อนล้อม ตะเกียบ ที่ด้องสั้มผ้สร้วมกั้บผู้อื่นว่าควรรอยูในตำแหน่งที่ผู้บริบคอกั้ไม่สามารถหีบจับได้เองหรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดกั้ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และด้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ควรอยู่ในพื้นที่ที่ง่ายต่อการทำความสะอาดของผู้ชายหรือการมีบรรจุกฎเกณฑ์ให้อ่างล้างมือจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“...อุปกรณ์การทากร้านควรเป็นคนให้ตอนวางบนถาด...ขวดสเปรย์ควรอยู่ใกล้ที่วางช้อนส้อมเพราะอย่างน้อยฉีดสเปรย์เสร็จ ตักน้ำจิ้มเสร็จแล้วฉีดสเปรย์ เลยอยากให้อยู่ข้างๆกัน ขวาคสุดเป็นใส่น้ำจิ้มตรงกลางเป็นช้อนส้อมแอลกอฮอล์อยู่ซ้ายสุดเพราะไม่อยากให้ใกล้น้ำจิ้ม กลัวกดแล้วโดนน้ำจิ้ม รู้สึกเป็นการวางที่โอเค” ผู้ให้ข้อมูล-01

“ตรงส่วนหยิบจับเองผ่านมือคนบร้อยคน ไม่รู้เลยว่าผ่านใครบ้าง ไม่ชอบการวางช้อนส้อมหน้าร้าน ยกเว้นฟู้ดคอร์ทบางที่จะแพ็คช้อนส้อมวางไว้ให้” ผู้ให้ข้อมูล-04

“...ร้านไหนที่ไม่วางช้อนส้อมไว้ข้างหน้าแต่หยิบช้อนส้อมให้เองต่างหากแบบจัดมาให้จะเลือกแบบนั้นมากกว่า จะไม่เลือกหยิบเอง เพราะคนอื่นจะมาเลือก...” ผู้ให้ข้อมูล-07

“...บางที่เขาวางสลับด้านกันแล้วคนชอบจับไปโดนหัวช้อนคนอื่น แต่ถ้าวางด้านเดียวกันเรียงมาดีๆฝาปิดก็รู้สึกสะอาดหน่อย” ผู้ให้ข้อมูล-09

7) พื้นที่ล้าง

การมีอยู่ของพื้นที่ล้างหรืออ่างล้างจานเป็นหนึ่งในปัจจัยของผู้ให้ข้อมูลที่ 1 ในการเลือกร้านอาหารแผงลอย เพราะเห็นว่าการมีอ่างล้างจานอยู่ อย่างน้อยช่วยให้พนักงานล้างมือได้สะดวกขึ้นดังข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“เลือกร้านที่มีอ่างล้างจานมากกว่า เพราะพอมือก็อกน้ำ รู้สึกว่าเขาล้างเครื่องมือได้เลยทันที” ผู้ให้ข้อมูล-01

สรุป

ปัจจัยเชิงพื้นที่ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคคือ พื้นที่ปรุงอาหารควรมีการจัดพื้นที่ให้ผู้บริโภคเห็นขั้นตอนการทำงานหรืออุปกรณ์การปรุงที่สะอาด พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วควรมีภาชนะคลุม เช่น แผงกั้น ตู้คลุมอาหาร เป็นต้น พื้นที่ชำระเงินควรแยกบริเวณสั่งอาหารและรับอาหารให้ห่างกันเพื่อลดการแพร่กระจายของน้ำลายหรือสิ่งปนเปื้อนอื่นๆระหว่างพูดคุย ไม่ควรใช้แผงกั้นบริเวณดังกล่าวเนื่องจากเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร แต่พนักงานควรสวมหน้ากากอนามัยระหว่างการให้บริการ การมีอยู่ของเจลล์แอลกอฮอล์ไม่ส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล แต่ร้านอาหารแผงลอยสามารถให้บริการได้หากอยู่ในสภาพที่สะอาดไม่มีคราบเลอะ พื้นที่วางเครื่องปรุงเป็นแบบซองหรือวางเป็นถ้วยได้หากมีการทำความสะอาดเป็นประจำ พื้นที่วางอุปกรณ์การทากรให้ผู้ชายเป็นคนให้เมื่อผู้บริโภครับอาหารเพื่อลดการสัมผัสของลูกค้ำท่านอื่น ในร้านอาหารแผงลอยควรมีพื้นที่ล้าง เนื่องจากส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลที่ส่งผลในเรื่องของโอกาสที่ช่วยให้พนักงานล้างมือได้บ่อยขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2.2 วัสดุและพื้นผิว

วัสดุและพื้นผิวที่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลคือสิ่งที่กั้นหรือป้องกันอาหารควรเป็น**กระจก** เพราะดูแข็งแรงหนาแน่น มีรอยขีดข่วนน้อย และต้องทำความสะอาดตลอดเวลา แต่ในขณะเดียวกันควรคำนึงถึงพื้นที่ที่จะใช้งานที่อาจส่งผลต่อการสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคตั้งข้อความจากผู้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“ขึ้นอยู่กับความสะอาดของกระจกหรือรอยเชื่อมกระจกบางที่มีเราจะไม่สะอาด”
ผู้ให้ข้อมูล-01

“วัสดุเชื่อมกระจก ปิดเต็มติดไมโครโฟนมันนำราคาอยู่ได้ยืนไม่ขัด กว่าจะสั่งเสร็จ ยืนของกินให้ลำบากเลย” ผู้ให้ข้อมูล-03

“...ถ้าจะมีแผงกันจริงๆไม่ติดเรื่องวัสดุขอแค่ทำความสะอาด เพราะตอนคุยเห็นหน้าเขาจะเห็นความเขอะตลอด ต้องขยันทำความสะอาด...” ผู้ให้ข้อมูล-04

สรุป

วัสดุที่ใช้ในการลดการแพร่กระจายควรเป็นกระจก เพราะความแข็งแรงและง่ายต่อการทำความสะอาด แต่ควรคำนึงถึงพื้นที่ที่จะใช้งานที่ไม่ควรเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร

5.3.3 การสื่อสาร (Communication)

จากแนวคิดการรับรู้ความปลอดภัยว่าด้วยเรื่องการสื่อสารมีการให้คำนิยามถึงการจัดการการสื่อสารของร้านอาหารด้านมาตรการความปลอดภัยถึงผู้บริโภค ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าป้ายและสัญลักษณ์ด้านความปลอดภัยของโรคระบาดใหญ่ส่วนมากเห็นว่าไม่ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นใจด้านความปลอดภัย เพราะขึ้นอยู่กับพนักงานว่าปฏิบัติตามหรือไม่ แต่มีผู้ให้ข้อมูล 2 คนคิดว่ามีส่วนช่วยยืนยันความปลอดภัยในระดับหนึ่ง เพราะอย่างน้อยอาจจะมีหน่วยงานมาตรวจสอบจริง

“มองพวกป้าย เพราะสร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจให้กับลูกค้า เช่น พนักงานร้านนี้รับวัคซีนเท่านี้แล้วนะ มีผลตอนช่วงแรก แต่ช่วงนี้ไม่แล้ว” ผู้ให้ข้อมูล-02

“ไม่เชื่อ อูปลอกนขึ้นมาได้...สแกนจ่ายสบายใจกว่ากับร้านที่เขียนว่ารับเฉพาะเงินสด”
ผู้ให้ข้อมูล-03

นอกจากนี้ยังพบว่าป้ายสแกนจ่ายมีผลต่อการตัดสินใจและความเชื่อมั่นประกอบการตัดสินใจของผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ

“ถ้าร้านไหนมี QR ก็อยากจะเข้าเป็นพิเศษเพราะไม่ยากใช้เงินสด เพราะไม่อยากจับเงินเพราะเชื่อโรค ขอบสแกนมากกว่า” ผู้ให้ข้อมูล-01

“ถ้าช่วงพีคสแกนจ่ายช่วยเพราะไม่ชอบพกเงินสด...” ผู้ให้ข้อมูล-08

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

ป้ายและสัญลักษณ์ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคส่วนมาก แต่ยังคงมีบางส่วนที่พบว่าสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ยังพบปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นเรื่องความหนาแน่นของพนักงานสามารถอธิบายเพิ่มเติมในหัวข้อนี้

5.3.4 ความหนาแน่นของพนักงาน

ผลการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนมากเห็นว่าไม่มีผลต่อความรู้สึกปลอดภัยแต่กลับสื่อให้เห็นว่าร้านอาหารแผงลอยดังกล่าวน่าจะเป็นตัวชี้วัดยอดขาย เพราะมีเงินจ้างพนักงานจำนวนมาก ในขณะที่บางคนเห็นว่าไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยคือยิ่งคนเยอะยิ่งทำให้มีเชื้อโรคหรือมีโอกาสน้ำลายหรือน้ำลายสามารถแพร่ลงอาหารได้มากกว่า ซึ่งผู้ให้ข้อมูลแนะนำว่าหากพนักงานจำเป็นต้องมีจำนวนเยอะ ควรแบ่งหน้าที่ให้ชัดเจน อยู่ในจุดที่ตนรับผิดชอบ ทั้งนี้พนักงานควรใส่หน้ากากอนามัยตลอด

“ไม่ได้สนเรื่องพนักงานเยอะ...เพราะบางทีอาจจะมียี่ห้อ ถ้าเกิดคนเดียวทำทุกอย่าง รับเงินเสร็จ ล้างมือรีเปลาแล้วจับของ ถ้าแบ่งเสตชันทำงานจะลดการส่งต่อเชื้อโรคมมากกว่า” ผู้ให้ข้อมูล-01

“สำคัญสุด รู้สึกว่าในนั้นจะมีเชื้อโรคมมากกว่า อาจจะมีเส้นผมที่หลุด น้ำลายที่คุยกันเหลือ” ผู้ให้ข้อมูล-05

สรุป

พนักงานสามารถมีจำนวนเยอะได้เพราะมีผลต่อการชี้วัดความอร่อยของร้านอาหารแผงลอย ในขณะเดียวกันควรจัดพื้นที่การทำงานของพนักงานแต่ละคนให้ชัดเจนเพื่อลดการปนเปื้อนจากพนักงาน เช่น ผม น้ำลาย เหลือ เป็นต้น

5.4 สรุป

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 เรื่องการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ สามารถแบ่งพื้นที่ตามการใช้งานได้ 7 พื้นที่คือ 1) พื้นที่ปรุงอาหาร 2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ 3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว 4) พื้นที่ชำระเงิน 5) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน 6) พื้นที่วางเครื่องปรุง 7) พื้นที่ล้าง โดยพื้นที่ปรุงอาหารและพื้นที่เก็บวัตถุดิบสามารถพบได้ในร้านอาหารแผงลอยทุกประเภท แตกต่างที่ประเภทอาหาร และรูปแบบการขาย พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วมีส่วน

การใช้พื้นที่ต่างกันตามอาหารและรูปแบบการขาย พื้นที่วางอุปกรณ์การทานและพื้นที่วางเครื่องปรุงมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตำแหน่งการจัดวาง 2 ตำแหน่งคือวางที่พื้นที่หน้าร้านและวางใกล้พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วและพื้นที่ชำระเงิน พื้นที่ชำระเงินพบ 3 รูปแบบคือร้านที่มีเครื่องชำระเงินซึ่งพบเพียง 3 ร้าน ร้านที่ใช้ป้ายสแกนจ่าย และร้านที่ไม่พบทั้งสองรูปแบบ 1 ร้าน และพื้นที่ล้างพบเพียง 3 ร้านที่ไม่มีพื้นที่ล้างซึ่งล้วนเป็นร้านขนาด 2x2 เมตร นอกจากนี้ยังพบว่าขนาดของร้านและจำนวนรูปแบบของการใช้พื้นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกับร้านอาหารแผงลอยประเภทเดียวกันมักจะให้ความสำคัญในพื้นที่การใช้งานเดียวกัน วัสดุและพื้นผิวที่ใช้บริเวณพื้นที่ร้านอาหารแผงลอย 2 ชนิดคือกระจกและอะคริลิก ซึ่งมี 3 รูปแบบคือ แผงกั้นกระจก แผงกั้นอะคริลิก และตู้กระจก พื้นที่ปรุงอาหารพบทั้ง 3 รูปแบบ พื้นที่เก็บวัตถุดิบและพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วใช้ตู้กระจก และพื้นที่ชำระเงินใช้แผ่นกั้นอะคริลิกใส ป้ายและสัญลักษณ์พบว่า มี 4 ประเภทคือ ป้ายเมนูอาหาร ป้ายสแกนจ่าย ป้ายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และป้ายโปรโมชัน ร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานมีจำนวนป้ายโปรโมชันหรือโปสเตอร์มากกว่าร้านอาหารแผงลอยประเภทอื่นๆ

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 เรื่องมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัยที่ยังคงเหลืออยู่ในสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ ด้านปัจจัยเชิงพื้นที่พบว่ามี 4 ใน 6 ข้อที่ร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างยังคงปฏิบัติตาม โดยหัวข้อของการมีภาชนะครอบอาหารที่ปรุงเสร็จเป็นสิ่งที่ยังร้านอาหารแผงลอยทุกร้านยังทำตามมากที่สุด ในขณะที่เรื่องการแบ่งพื้นที่ซื้อขายและปรุงอาหาร การมีแผงกั้นหน้าร้าน และการมีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าพบร้านอาหารแผงลอยตัวอย่างเพียงร้อยละ 2 ร้านที่ยังปฏิบัติตาม และไม่พบร้านที่ยังใช้ถาดรับเงินและการจัดระบบคิว ในขณะที่ด้านวัสดุและพื้นผิวไม่พบมาตรการที่สามารถใช้ในการประยุกต์ใช้ในร้านอาหารแผงลอยได้ ป้ายและสัญลักษณ์พบป้ายสแกนจ่ายเกือบทุกร้าน พบเพียง 1 ร้านที่ไม่มีป้ายสแกนจ่ายและใบรับรองด้านสุขอนามัยพบเพียง 2 ร้านซึ่งอยู่ในสภาพเก่า ด้านความสะอาดในการจัดเตรียมอุปกรณ์ส่วนบุคคลพบเพียงหนึ่งร้านที่เป็นหลอดห่อพลาสติก และพนักงานทุกร้านยังคงสวมหน้ากากอนามัยขณะปรุงอาหารตามมาตรการความปลอดภัย

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3 เรื่องการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ แบ่งเป็น 3 มิติคือ เกณฑ์ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ ภูมิทัศน์บริการ และการสื่อสาร พบว่าเกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยก่อนโรคระบาดใหญ่ของผู้ให้ข้อมูลมีความหลากหลาย โดยเลือกจากความน่าทานของอาหาร เมนูราคา การจัดหน้าร้าน ชื่อเสียงของร้าน จำนวนของผู้บริโภค ความสะอาดและการแต่งกายของพนักงาน ในขณะที่หลังโรคระบาดใหญ่ ส่วนใหญ่คือการมีที่กั้น มีพื้นที่ล้าง ความสะอาดของร้าน การแต่งกายของพนักงาน และความหนาแน่นของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายในภูมิภาคบริการด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคคือ พื้นที่ปรุงอาหารที่ควรจัดพื้นที่ให้ผู้บริโภคเห็นขั้นตอนการทำหรืออุปกรณ์การปรุงที่สะอาด พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วควรมีภาชนะคลุม เช่น แฝงกัน ตู้คลุมอาหาร เป็นต้น พื้นที่ชำระเงินควรแยกบริเวณสั่งอาหารและรับอาหารให้ห่างกันเพื่อลดการแพร่กระจายของน้ำลายหรือสิ่งปนเปื้อนอื่น ๆ ระหว่างพูดคุย ไม่ควรใช้แฝงกันบริเวณดังกล่าวเนื่องจากเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร แต่พนักงานควรสวมหน้ากากอนามัยระหว่างการให้บริการ การมีอยู่ของเจลล์แอลกอฮอล์ไม่ส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล แต่สามารถให้บริการได้หากอยู่ในสภาพที่สะอาด พื้นที่วางเครื่องปรุงเป็นแบบซองหรือวางเป็นถ้วยได้หากมีการทำความสะอาดเป็นประจำ พื้นที่วางอุปกรณ์การทานควรให้ผู้ขายเป็นคนให้เมื่อผู้บริโภครับอาหารเพื่อลดการสัมผัสของลูกค้านั่งอื่น ในร้านอาหารแผลยควรมีพื้นที่ล้าง เนื่องจากส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลที่ส่งผลในเรื่องของโอกาสที่ช่วยให้พนักงานล้างมือได้บ่อยขึ้น วัสดุที่ใช้ในการลดการแพร่กระจายควรเป็นกระจก เพราะแข็งแรงและง่ายต่อการทำความสะอาด แต่ควรคำนึงถึงพื้นที่ที่จะใช้งานที่ไม่ควรเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร ในขณะที่ป้ายและสัญลักษณ์ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคส่วนมาก แต่ยังคงมีผู้ให้ข้อมูลบางส่วนที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ในระดับหนึ่ง พนักงานมีจำนวนเยอะได้เพราะมีผลต่อการชี้วัดความอร่อยของร้านอาหารแผลย แต่ควรจัดพื้นที่การทำงานของพนักงานแต่ละคนให้ชัดเจนเพื่อลดการปนเปื้อนจากพนักงาน เช่น ผม น้ำลาย เหงื่อ เป็นต้น จากข้อค้นพบข้างต้นสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 การเปรียบเทียบมาตรการความปลอดภัย สภาพแวดล้อมร้านค้าแผลยที่คงเหลือหลังโรคระบาดใหญ่ มาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัยและการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล

| | สภาพแวดล้อมร้านอาหารแผลยจากร้านตัวอย่าง | สภาพแวดล้อมร้านอาหารแผลยที่คงเหลือจากมาตรการ | | การรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล (จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวถึง) |
|-------------------|--|--|--|---|
| | | มาตรการความปลอดภัย | ร้านอาหารแผลยตัวอย่าง | |
| ปัจจัยเชิงพื้นที่ | | | | |
| พื้นที่ปรุงอาหาร | พบในร้านอาหารแผลยทุกประเภท ยกเว้นร้านที่ขายในรูปแบบห่อกลับบ้าน | การแบ่งโซนซื้อขายและปรุงอาหารอย่างชัดเจน | ร้านที่มีพื้นที่ชำระเงินชัดเจนด้วยการใช้เครื่องชำระเงินยังคงแบ่งพื้นที่ชำระเงินและพื้นที่ปรุงอาหาร | ความสะอาดของครัว เช่น ไม่มีคราบดำ เศษอาหาร แผลย (3) เห็นตอนปรุงอาหารได้ (2) พนักงานใส่อุปกรณ์ป้องกันขณะปรุงอาหาร เช่น หน้ากากอนามัยหรือถุงมือ (2) ดูความสะอาดของอุปกรณ์การทำ (1) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

| | สภาพแวดล้อม ร้านอาหารแผง ลอยจากร้าน ตัวอย่าง | สภาพแวดล้อมร้านอาหารแผงลอยที่ คงเหลือจากมาตรการ | | การรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล (จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวถึง) |
|---------------------------------|--|--|--|--|
| | | มาตรการความ ปลอดภัย | ร้านอาหารแผง ลอยตัวอย่าง | |
| พื้นที่เก็บ วัตถุดิบ | | | | การจัดการวัตถุดิบตามหลักอนามัย (3) วัตถุดิบหรือเครื่องเคียงอยู่ในภาชนะที่มีฝาปิด (1) |
| พื้นที่วาง อาหารปรุง แล้ว | พบในร้านอาหาร แผงลอยทุก ประเภท สัดส่วน การใช้พื้นที่ขึ้นอยู่กับประเภทอาหาร | อาหารที่ปรุงเสร็จ ต้องมีที่ภาชนะครอบ | ส่วนใหญ่มี ภาชนะครอบ อาหารหรือ วัตถุดิบที่ปรุง แล้ว แตกต่าง เพียงรูปแบบ อุปกรณ์ที่ใช้ | มีภาชนะปิดป้องกันการปนเปื้อนหรือสิ่งแปลกปลอม (9) การจัดการวัตถุดิบตามหลักอนามัย (1) อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ (1) |
| พื้นที่ชำระ เงิน | ส่วนใหญ่ใช้ป้าย สแกนจ่าย พบเพียง สามร้านที่มีเครื่อง คิดเงินและพื้นที่ ขีดเงิน | มีที่ล้างมือบริเวณ ทางเข้าร้าน | พบเพียง 2 ร้าน ที่ยังคงให้บริการ เจลล์ แอลกอฮอล์ล้าง มือ ซึ่งวางใกล้ กับพื้นที่วางป้าย เพื่อชำระเงิน | แผงกันช่วยป้องกันการแพร่เชื้อเวลาสื่อสารกัน (2) แผงกันเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร (2) ไม่ควรวางอาหารหรืออุปกรณ์ที่ผู้บริโภคต้องใช้หรือทาน บริเวณที่มีการพูดคุย (2) ควรมีพนักงานทำหน้าที่เก็บเงินโดยเฉพาะป้องกันการ ปนเปื้อน (1) การมีพนักงานที่พื้นที่ชำระเงินโดยเฉพาะช่วยยืนยันเรื่อง ความอร่อย (1) มีภาชนะปิดป้องกันการปนเปื้อนหรือสิ่งแปลกปลอม (1) ถาดเงินทอนช่วยสร้างความรู้สึกลปลอดภัย (1) ก้นถาดการแพร่เชื้อจากสิ่งของที่ใช้ร่วมกัน เช่น เจลล์ แอลกอฮอล์ (1) |
| | | มีถาดรับเงิน | ไม่พบร้านอาหาร แผงลอยที่ยังคง ปฏิบัติตาม มาตรการ ดังกล่าว | |
| | | มีแผงกันหน้าร้าน | พบเพียง 2 ร้าน บริเวณพื้นที่ ชำระเงิน | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

| | สภาพแวดล้อม ร้านอาหารแผง ลอยจากร้าน ตัวอย่าง | สภาพแวดล้อมร้านอาหารแผงลอยที่ คงเหลือจากมาตรการ | | การรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล (จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวถึง) |
|---------------------------------|--|---|--|--|
| | | มาตรการความ ปลอดภัย | ร้านอาหารแผง ลอยตัวอย่าง | |
| พื้นที่วาง อุปกรณ์ การทาน | ขึ้นอยู่กับประเภท อาหารและรูปแบบ การขาย ร้านที่ทาน ที่ตลาดอยู่ใน บริเวณที่ผู้บริโภคนำ งานสะดวก ส่วน ร้านที่ห่อกลับบ้าน มักวางในจุดที่ผู้ขาย หยิบให้ได้ | | | กั้นการแพร่เชื้อจากสิ่งของที่ใช้ร่วมกัน (3) ผู้ขายควรดูแลและจัดเรียงที่วางอุปกรณ์การทานให้สะอาด (3) ควรมีเจลล้างมืออยู่ใกล้ๆ แต่ควรห่างจากเครื่องปรุงเพื่อ หลีกเลี่ยงละอองหรือการปนเปื้อน (1) ชอบร้านที่มีการแพ็คแบบส่วนบุคคลให้ (1) จุดที่มีการพูดคุยไม่ควรมียุโรปการทานหรือวัตถุติด (1) ชอบร้านค้าที่ให้ข้อต่อผู้บริโภคนอกเหนือให้หยิบเองที่ดู ผ่านการสัมผัสมา (1) ที่วางอุปกรณ์ควรวางในที่ที่มีฝาปิด (1) ต้องเช็ดอุปกรณ์การทานก่อนทาน (1) ตำแหน่งการวางไม่ควรอยู่ต่ำกว่าวงเรื่องฝุ่น (1) |
| พื้นที่วาง เครื่องปรุง | | | | ภาชนะบรรจุเครื่องปรุงควรทำความสะอาด (3) ควรมีเจลล้างมืออยู่ใกล้ๆ แต่ควรห่างจากเครื่องปรุงเพื่อ หลีกเลี่ยงละอองหรือการปนเปื้อน (1) ชอบร้านที่มีการแพ็คแบบส่วนบุคคลให้ (1) จุดที่มีการพูดคุยไม่ควรวางเครื่องปรุง (1) เครื่องปรุงแบบถ้วยดีกว่าในแง่การใช้งานและปริมาณที่ ต้องการ (1) |
| พื้นที่ล้าง | พบเพียงสามร้านที่ ไม่มีพื้นที่ดังกล่าว | | | อ่างล้างจานเป็นหนึ่งในปัจจัยการเลือกร้าน (1) เห็นตอนทำความสะอาดอุปกรณ์ประกอบอาหาร (1) |
| วัสดุและ พื้นผิว | 2 ชนิดคือกระจก และอะคริลิก ซึ่งมี 3 รูปแบบคือ แผง กันกระจก แผงกัน อะคริลิก และตู้ กระจก | ไม่พบมาตรการจาก กรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และ คณะ (2563) เพื่อ นำมาประยุกต์ใช้ด้าน วัสดุและพื้นผิวของ ร้านอาหารแผงลอย | | กระจก (3) แข็งแรง ทนทาน (2) ทำความสะอาดบ่อย (2) เห็นรอยขีดข่วนน้อย (1) สว่างเห็นรอยง่าย (1) แอสตันเลส (1) ตู้ใส (1) |
| เครื่อง หมายและ สัญลักษณ์ | พบสองร้านที่มีป้าย รับรองความ ปลอดภัยด้าน สุขอนามัย และพบ ป้ายสแกนจ่ายใน ทุกร้านยกเว้นร้าน ก๋วยเตี๋ยวใช้มือถือ ผู้ขายในการชำระ เงิน | ป้ายรับรองความ ปลอดภัยด้าน สุขอนามัย | พบเพียงสองร้าน ที่ยังติดป้าย ดังกล่าวอยู่หน้า ร้านแต่อยู่ใน สภาพเก่า | ป้ายสแกนจ่ายช่วยเรื่องความสะดวกในการชำระเงิน (4) ป้ายรับรองมาตรฐานรับรองความเชื่อถือระดับหนึ่ง (3) ป้ายสแกนจ่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร้าน (1) ไม่อยากจับเงินเพราะการแพร่เชื้อ (1) ไม่เข้าร้านที่มีป้ายรับเงินสด (1) ป้ายวัคซีนหรือป้ายรับรองมีผลต่อความเชื่อมั่นแค่ช่วงแรก (1) ป้ายสแกนจ่ายส่งผลต่อความสบายใจในการใช้บริการ (1) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

| | สภาพแวดล้อม ร้านอาหารแผง ลอยจากร้าน ตัวอย่าง | สภาพแวดล้อมร้านอาหารแผงลอยที่ คงเหลือจากมาตรการ | | การรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูล (จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวถึง) |
|-----------------|---|--|---|--|
| | | มาตรการความ ปลอดภัย | ร้านอาหารแผง ลอยตัวอย่าง | |
| | | ป้ายสแกนจ่าย | พบได้เกือบทุก ร้านอาหารแผง ลอย | |
| ความ สะอาด | | ห่ออุปกรณ์ รับประทานอาหาร | พบเพียงหนึ่ง ร้านที่เป็นหลอด ห่อพลาสติก | ดูจากเคาน์เตอร์ปรุงอาหาร เช่น คราบดำ เศษอาหาร (5) การจัดเรียงวัตถุดิบ เครื่องปรุง อุปกรณ์การทานที่ใส่ถุง (2) เจลล้างมือช่วยเรื่องความใส่ใจของร้าน (1) ดูจากพนักงาน (1) ดูจากการมีภาชนะคลุมอาหารที่ปรุงแล้ว (1) ไม่มีแมลง (1) |
| พนักงาน | | สวมหน้ากากอนามัย | พนักงานทุกร้าน ยังคงสวม หน้ากากอนามัย ขณะปรุงอาหาร | พนักงานใส่หน้ากากอนามัย (7) เครื่องแต่งกายพนักงานที่ดูสะอาด (2) พนักงานมีอุปกรณ์ป้องกัน เช่น หน้ากาก หมวก ถุงมือ (1) อุปกรณ์ป้องกันการแพร่เชื้อทางน้ำลายมีผลกว่าการสัมผัส เพราะคุสกรปรมากกว่า (1) สังเกตพนักงานตอนทำอาหาร เช่น การล้างอุปกรณ์ การ สัมผัสวัตถุดิบ (1) |
| ความ หนาแน่น | | | | จำนวนพนักงานเพิ่มโอกาสการปนเปื้อนในอาหาร (3) จำนวนพนักงานเยอะช่วยรับประกันความอร่อย (3) พนักงานเยอะแต่ประจำตามจุดเป็นระบบรู้สึกสะอาด (2) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและทำความเข้าใจกับการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อสภาพแวดล้อมภายนอกกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่ จึงนำมาสู่กรอบการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกกายภาพร้านอาหารแผงลอยประกอบด้วย ปัจจัยเชิงพื้นที่ วัสดุและพื้นผิว และเครื่องหมายและสัญลักษณ์ และการศึกษาการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภค ประกอบด้วยก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ ภูมิทัศน์บริการและการสื่อสาร โดยบทนี้จะสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามหัวข้อดังนี้

6.1 สรุป

สภาพแวดล้อมภายนอกกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร จากการสังเกตร้านตัวอย่าง 10 ร้านซึ่งมาจากร้านอาหารที่มีสัดส่วนมากที่สุดในตลาดฟู้ดวิลล่า 5 อันดับแรก คือ 1) ร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวาน 2) ร้านอาหารประเภทจานด่วน 3) ร้านอาหารประเภททานเล่น 4) ร้านอาหารประเภทเครื่องดื่ม 5) ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 การจัดการสภาพแวดล้อมภายนอกกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ สามารถแบ่งผลการศึกษาตามกรอบการศึกษาได้ดังนี้

1) ปัจจัยเชิงพื้นที่

ร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารสามารถแบ่งพื้นที่ตามการใช้งานได้ 7 พื้นที่คือ

1.1) พื้นที่ปรุงอาหาร พบในร้านอาหารแผงลอยทุกประเภทอาหารแตกต่างกันที่ประเภทอาหาร และรูปแบบการขาย

1.2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ พบในร้านอาหารแผงลอยทุกประเภทอาหารแตกต่างกันที่ประเภทอาหาร และรูปแบบการขาย

1.3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว มีสัดส่วนการใช้พื้นที่ต่างกันตามประเภทอาหารและรูปแบบการขาย ร้านอาหารแผงลอยประเภทขนมหรือของหวานใช้สัดส่วนของพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วมากที่สุด

1.4) พื้นที่ชำระเงิน มี 3 รูปแบบคือใช้เครื่องชำระเงิน ใช้ป้ายสแกนจ่ายและไม่ใช้ทั้งสองรูปแบบ

1.5) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน พบในร้านอาหารแผงลอยทุกประเภท มีตำแหน่งการ

จัดวาง 2 จุดคือวางที่พื้นที่หน้าร้านและวางใกล้พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6) พื้นที่วางเครื่องปรุง ไม่พบในร้านอาหารแผงลอยประเภทขนมหรือของหวาน และร้านอาหารแผงลอยประเภทเครื่องดื่ม มีตำแหน่งการจัดวาง 2 จุดคือวางที่พื้นที่หน้าร้านและวางใกล้พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว

1.7) พื้นที่ล้าง พบในร้านอาหารแผงลอยทุกประเภทอาหาร แต่ในร้านที่มีขนาดเล็ก บางร้านจะไม่พบพื้นที่ดังกล่าว

ร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภทควรเพิ่มองค์ประกอบและรายละเอียดเพื่อการรับรู้ความปลอดภัยที่ดีขึ้นของผู้บริโภคดังตาราง 6.1

ตาราง 6.1 ตารางเปรียบเทียบสภาพแวดล้อมกายเดิมและสภาพแวดล้อมกายภาพที่ควรปรับปรุงแก้ไขของร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภท

| | พื้นที่ร้านอาหารแผงลอย | สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยเดิม | สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยที่ควรเพิ่มหรือแก้ไข |
|-------------------------------|-------------------------|--|--|
| ร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวาน | พื้นที่ปรุงอาหาร | มีพื้นที่ปรุงอาหารที่ใช้ความร้อนอยู่ด้านในที่ยากต่อกาสังเกต | - ควรจัดพื้นที่ให้เห็นตอนปรุงอาหาร - อุปกรณ์และพื้นที่การปรุงต้องสะอาด |
| | พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | เก็บในตู้แช่หรือตู้เย็น | - จัดการวัตถุดิบตามหลักสุขอนามัย - อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ |
| | พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | มีตู้ครอบกระจกตลอดความยาวหน้าร้านทั้งสองร้าน | - ในร้านที่มีถ้วยเล็กในตู้ครอบ ควรมีแรปหรือภาชนะคลุมอีกชั้น - ควรระวังแมลงหรือสิ่งไม่ให้มาทอมหรืออยู่ในร้าน |
| | พื้นที่ชำระเงิน | ไม่พบพื้นที่ดังกล่าว | คำนึงถึงพื้นที่ส่งอาหารและรับอาหารที่ต้องมีการสนทนาที่ไม่ควรมีอาหารที่ปรุงแล้วหรือวัตถุดิบในบริเวณดังกล่าว |
| | พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | พบในร้านขนาด 3x3 เมตร ที่ผู้ชายเป็นคนหยิบให้ | อุปกรณ์การทานควรอยู่ในภาชนะปิด |
| | พื้นที่วางเครื่องปรุง | ไม่พบพื้นที่ดังกล่าว | ไม่มีข้อเสนอแนะ |
| | พื้นที่ล้าง | พบในร้านขนาด 3x3 เมตร | - ควรมีพื้นที่ล้างหรืออ่างล้างจานในทุกร้าน |
| ร้านอาหารประเภทจานด่วน | พื้นที่ปรุงอาหาร | มีพื้นที่ปรุงอาหารที่ใช้ความร้อนอยู่ริมร้าน หากแต่ร้านหนึ่งมีป้ายเมนูบังพื้นที่ปรุงอาหาร | - ควรจัดพื้นที่ให้เห็นตอนปรุงอาหาร - อุปกรณ์และพื้นที่การปรุงต้องสะอาด |
| | พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | เก็บในตู้แช่หรือตู้เย็น | - จัดการวัตถุดิบตามหลักสุขอนามัย - อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ |
| | พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | เก็บในตู้กระจกเป็นถาดเล็กหลายถาด แต่ไม่พบการภาชนะคลุม | - ในร้านที่มีถาดเล็กในตู้ครอบ ควรมีแรปหรือภาชนะคลุมอีกชั้น |
| | พื้นที่ชำระเงิน | ร้าน 3x3 เมตรมีเครื่องชำระเงินอยู่ภายนอกและตั้งไว้ติดกับพื้นที่วางเครื่องปรุงและช้อนส้อม | - ควรมีพนักงานประจำตำแหน่งนี้หรือใส่อุปกรณ์ป้องกันแยกกับตอนปรุงอาหาร |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 6.1 (ต่อ)

| | พื้นที่ร้านอาหารแผงลอย | สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยเดิม | สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอยที่ควรเพิ่มหรือแก้ไข |
|-------------------------------|-------------------------|---|---|
| ร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวาน | พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | ร้านขนาด 2x2 ผู้ขายตั้งไว้บนตู้กระจกให้หยิบเอง และร้านขนาด 3x3 ตั้งไว้ข้างพื้นที่ชำระเงิน | - ควรจัดอุปกรณ์การทานเป็นชุดส่วนตัวและให้พนักงานหยิบให้ตอนเสิร์ฟอาหาร - ควรอยู่ห่างจากจุดที่มีการพูดคุย |
| | พื้นที่วางเครื่องปรุง | ร้านขนาด 2x2 ผู้ขายตั้งไว้ในตู้กระจกหยิบให้ต่อนางอาหาร และร้านขนาด 3x3 ตั้งไว้ข้างพื้นที่ชำระเงิน | - ควรอยู่ห่างจากจุดที่มีการพูดคุย - ควรหมั่นทำความสะอาดและเปลี่ยนภาชนะเครื่องปรุงให้ไม่มีคราบ |
| | พื้นที่ล้าง | พบในร้านทั้งสองขนาด | ไม่มีข้อเสนอแนะ |
| ร้านอาหารประเภททานเล่น | พื้นที่ปรุงอาหาร | ทั้งสองร้านผู้บริโภครู้เห็นตอนปรุงอาหาร ร้านขนาด 2x2 อยู่ติดพื้นที่ชำระเงินมีแผงกันใส่ | - อุปกรณ์และพื้นที่การปรุงต้องสะอาด |
| | พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | เก็บในตู้แช่หรือตู้เย็น | - จัดการวัตถุดิบตามหลักสุขอนามัย - อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ |
| | พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | เก็บในตู้กระจกเป็นถาดเล็กหลายถาด แต่ไม่พบการภาชนะคลุม | - ในร้านที่มีถาดเล็กในตู้ครอบ ควรมีแรปหรือภาชนะคลุมอีกชั้น |
| | พื้นที่ชำระเงิน | มีในร้านขนาด 2x2 และมีแผงกันใส่ อยู่ติดกับพื้นที่ปรุงอาหาร | - ควรมีพนักงานประจำตำแหน่งนี้หรือใส่อุปกรณ์ป้องกันแยกกับตอนปรุงอาหาร - ไม่ควรมีแผงกันใส่ที่เป็นอุปสรรคในการคุย - ควรจัดให้อยู่ห่างจากพื้นที่ปรุงอาหาร |
| | พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | พบในร้านทั้งสองขนาด ที่ผู้ขายเป็นคนหยิบให้ | อุปกรณ์การทานควรอยู่ในภาชนะปิด |
| | พื้นที่วางเครื่องปรุง | พบในร้านทั้งสองขนาด ที่ผู้ขายจัดเป็นชุดเตรียมไว้ให้ต่อนางอาหาร | ไม่มีข้อเสนอแนะ |
| | พื้นที่ล้าง | พบในร้านขนาด 3x3 | - ควรมีพื้นที่ล้างหรืออ่างล้างจาน |
| ร้านอาหารประเภทเครื่องดื่ม | พื้นที่ปรุงอาหาร | มีสิ่งของบัง อยู่ด้านในที่ยากต่อกาสังเกต | - ควรจัดพื้นที่ให้เห็นตอนปรุงอาหาร - อุปกรณ์และพื้นที่การปรุงต้องสะอาด |
| | พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | เก็บในตู้แช่หรือตู้เย็นและวางโชว์หน้าร้าน | - จัดการวัตถุดิบตามหลักสุขอนามัย - อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ |
| | พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | พบในร้าน 2x2 หน้าร้านอยู่ในขวดบรรจุภัณฑ์ | ไม่มีข้อเสนอแนะ |
| | พื้นที่ชำระเงิน | พบในร้านขนาด 3x3 เมตร | ควรมีพนักงานประจำตำแหน่งนี้หรือใส่อุปกรณ์ป้องกันแยกกับตอนปรุงอาหาร |
| | พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | พบหนึ่งร้านที่บรรจุเป็นของส่วนบุคคล | อุปกรณ์การทานควรอยู่ในภาชนะปิด |
| | พื้นที่วางเครื่องปรุง | ไม่พบพื้นที่ดังกล่าว | ไม่มีข้อเสนอแนะ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 6.1 (ต่อ)

| | พื้นที่ร้านอาหารแฉงลอย | สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแฉงลอยเดิม | สภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแฉงลอยที่ควรเพิ่มหรือแก้ไข |
|---------------------------|-----------------------------|---|---|
| | พื้นที่ล่าง | พบในร้านทั้งสองขนาด | ไม่มีข้อเสนอแนะ |
| ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว | พื้นที่ปรุงอาหาร | มีสิ่งของบัง อยู่ด้านในที่ยากต่อ กำลังเกิด | - ควรจัดพื้นที่ให้เห็นตอนปรุงอาหาร - อุปกรณ์และพื้นที่การปรุงต้องสะอาด |
| | พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | เก็บในตู้แช่หรือตู้เย็น | - จัดการวัตถุดิบตามหลักสุขอนามัย - อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ |
| | พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | เก็บในตู้กระจกเป็นถาดเล็ก หลายถาด แต่ไม่พบการภาชนะ คลุม | - ในร้านที่มีถาดเล็กในตู้ครอบ ควรมีแรปหรือภาชนะคลุม อีกชั้น |
| | พื้นที่ชำระเงิน | ไม่พบพื้นที่ดังกล่าว | คำนึงถึงพื้นที่สั่งอาหารและรับอาหารที่ต้องมีการสนทนาที่ ไม่ควรมีอาหารที่ปรุงแล้วหรือวัตถุดิบในบริเวณดังกล่าว |
| | พื้นที่วางอุปกรณ์การ ทาน | ทั้งสองร้านตั้งไว้หน้าร้านให้ ผู้บริโภคมองเห็น | - ควรจัดอุปกรณ์การทานเป็นชุดส่วนตัวและให้พนักงาน หยิบให้ตอนเสิร์ฟอาหาร - ควรมีเจลล์แอลกอฮอล์อยู่ใกล้จุดนี้ - ควรอยู่ห่างจากจุดที่มีการพูดคุย |
| | พื้นที่วางเครื่องปรุง | ทั้งสองร้านตั้งไว้หน้าใกล้พื้นที่ วางซอสส้อมและสั่งอาหาร | - ควรอยู่ห่างจากจุดที่มีการพูดคุย - ควรหมั่นทำความสะอาดและเปลี่ยนเครื่องปรุงเป็นประจำ |
| พื้นที่ล่าง | พบในร้านขนาด 3x3 เมตร | - ควรมีพื้นที่ล่างหรืออ่างล้างจานในทุกร้าน | |

2) วัสดุและผิวสัมผัสเพื่อลดการแพร่กระจายเชื้อโรคพบ 2 ชนิดคือกระจกและอะคริลิก มี 3 รูปแบบคือ แฉงกันกระจก แฉงกันอะคริลิก และตู้กระจก ตู้กระจกพบได้ในพื้นที่วางอาหารปรุงแล้วของร้านอาหารแฉงลอยประเภทขนมหรือของหวาน อาหารจานด่วน อาหารทานเล่น และก๋วยเตี๋ยว โดยร้านอาหารแฉงลอยประเภทขนมหรือของหวานมีตำแหน่งการวางในพื้นที่และการใช้วัสดุเดียวกัน และร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวใช้วัสดุเพื่อลดการแพร่เชื้อโรคในพื้นที่เดียวกัน

3) เครื่องหมายและสัญลักษณ์มี 4 ประเภทคือ ป้ายเมนูอาหาร ป้ายสแกนจ่าย ป้ายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และป้ายโปรโมชัน โดยร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานมีจำนวนป้ายโปรโมชันหรือโปรโมทมากกว่าร้านอาหารแฉงลอยประเภทอื่นๆ

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 มาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ที่ยังคงเหลืออยู่ในสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแฉงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ โดยประยุกต์จากมาตรการของกรมอนามัย (2564) และ ปรีชญา และคณะ (2563) สามารถสรุปตามกรอบการศึกษาได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปัจจัยเชิงพื้นที่

1.1) การแบ่งพื้นที่ซื้อขายและพื้นที่ปรุงอาหารให้ชัดเจน พบในร้านอาหารแผงลอยที่มีเครื่องชำระเงิน

1.2) การมีแผงกั้นหน้าร้าน พบในร้านที่มีเครื่องชำระเงินในพื้นที่ชำระเงิน

1.3) การจัดระบบคิวให้มีทางเข้าออกทางเดียว ไม่พบร้านอาหารแผงลอยที่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว

1.4) การมีที่ล้างมือบริเวณทางเข้าร้าน พบเพียง 2 ร้านอยู่ใกล้กับป้ายสแกนจ่าย

1.5) การมีถาดรับเงิน ไม่พบร้านอาหารแผงลอยที่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว

1.6) การมีภาชนะครอบอาหารที่ปรุงเสร็จ พบในร้านอาหารทุกประเภทแตกต่างกันเพียงรูปแบบอุปกรณ์ที่ใช้ ขนาดที่ขึ้นอยู่กับรูปแบบอาหารปรุงแล้ว และรูปแบบการปรุงอาหาร

2) วัสดุและพื้นผิว ไม่พบการแนะนำด้านการใช้วัสดุและพื้นผิวที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับร้านอาหารแผงลอย

3) เครื่องหมายและสัญลักษณ์ พบป้ายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพียงสองร้าน แต่อยู่ในสภาพเก่า ในขณะที่ป้ายสแกนจ่ายสามารถพบได้เกือบทุกร้านอาหารแผงลอยในตลาดฟู้ดวิลล่า ยกเว้นร้านที่ให้ผู้บริโภครหัสผ่านมือถือผู้ขาย

4) ความสะอาด เรื่องการแนะนำให้ร้านอาหารจัดให้มีอุปกรณ์ส่วนบุคคลในการตัด หรือหยิบจับอาหาร พบเพียง 1 ร้านที่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว ในขณะที่ร้านอาหารอื่นๆ เป็นการใช้อุปกรณ์การทำงานร่วมกันในตลาดอาหาร โดยมีพนักงานของตลาดเป็นวางอุปกรณ์การทำงานให้บริเวณหน้าร้าน

5) พนักงาน เรื่องการกำกับดูแลพนักงานให้สวมหน้ากากอนามัยให้ถูกต้องตลอดเวลาที่ให้บริการ พบว่าร้านอาหารแผงลอยทุกร้านยังคงปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัดที่ผู้บริโภคนำมาใช้บริการ

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3 การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ แบ่งเป็น 3 มิติคือ 1) ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ 2) ภูมิทัศน์บริการ 3) การสื่อสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ก่อนเข้าภูมิทัศน์บริการ

เกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยก่อนโรคระบาดใหญ่ของผู้ให้ข้อมูลเลือกจากความน่าทานของอาหาร เมนู ราคา การจัดหน้าร้าน ชื่อเสียงของร้าน จำนวนของผู้บริโภค ความสะอาดและการแต่งกายของพนักงาน

เกณฑ์การเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ตามกรอบการศึกษามีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1) ปัจจัยเชิงพื้นที่ ที่ร้านมีแผงกั้นและการมีอยู่ของพื้นที่ล้างส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคบางคน

1.2) ความสะอาด ดูจากบรรยากาศความสะอาดจากร้านอาหารแผงลอย ซึ่งดูจากหลายๆองค์ประกอบ เช่น การไม่มีคราบ ไม้รก เป็นต้น

1.3) พนักงาน การแต่งกายของพนักงานอย่างการใส่หน้ากากอนามัยหรือถุงมือ และการปฏิบัติตัวของพนักงาน

1.4) ความหนาแน่นของผู้บริโภค

2) ภูมิทัศน์บริการ

2.1) ปัจจัยเชิงพื้นที่

- พื้นที่ปรุงอาหาร ที่ให้เห็นตอนปรุงอาหารหรืออุปกรณ์การปรุงที่สะอาด

- พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว ภาชนะคลุม เช่น มีแผงกั้น ตู้คลุมอาหาร เป็นต้น มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัย แต่ทั้งนี้พนักงานควรแต่งกายให้เรียบร้อยทั้งการสวมหน้ากากอนามัย และถุงมือ

- พื้นที่ชำระเงิน การแบ่งพื้นที่พื้นที่สั่งอาหารและรับอาหารให้ห่างกัน แผงกั้นไม่มีความจำเป็นและเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร การมีอยู่ของเจลล้างมือแอลกอฮอล์ไม่มีผลต่อความปลอดภัย แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่ควรสะอาด

- พื้นที่วางเครื่องปรุง รูปแบบการวางเครื่องปรุงควรให้เป็นช่องและหรือรูปแบบถ้วย แต่เครื่องปรุงในถ้วยดังกล่าวผู้ขายควรทำความสะอาดเป็นประจำ

- พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน ควรอยู่ในตำแหน่งที่ผู้บริโภคไม่สามารถหยิบจับได้เองหรือควรอยู่ในพื้นที่ที่ง่ายต่อการทำความสะอาดของผู้ขายหรือการมีบรรจุภัณฑ์ห่อไว้

- พื้นที่ล้าง การมีอยู่ของพื้นที่ล้างหรืออ่างล้างจานส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลเรื่องโอกาสที่ช่วยให้พนักงานล้างมือได้บ่อยขึ้น

2.2) วัสดุและพื้นผิว

วัสดุที่ใช้ในการลดการแพร่กระจายควรเป็นกระจก เพราะความแข็งแรงและง่ายต่อการทำความสะอาด แต่ควรคำนึงถึงพื้นที่ที่จะใช้งานที่ไม่ควรเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร

3) การสื่อสาร

ป้ายและสัญลักษณ์ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคส่วนมาก แต่ยังคงมีบางส่วนที่พบว่าสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้ในระดับหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) ความหนาแน่นของพนักงาน

พนักงานสามารถมีจำนวนเยอะได้เพราะมีผลต่อการชีวิตความอร่อยของร้านอาหาร
แผงลอย ในขณะที่ควรจัดพื้นที่การทำงานของพนักงานแต่ละคนให้ชัดเจนเพื่อลดการปนเปื้อน
จากพนักงาน เช่น ผนัง น้ำลาย เหงื่อ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสรุปได้เป็นประเด็นในแต่ละสภาพแวดล้อมได้ดังตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2 ตารางสรุปประเด็นการรับรู้ความปลอดภัยต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของผู้ให้ข้อมูล

| สภาพแวดล้อม กายภาพ | ปัจจัย สภาพแวดล้อมกายภาพ | ประเด็น การรับรู้ความปลอดภัย ของผู้บริโภค | สรุปทลีสัมภาษณ์ ของผู้บริโภค |
|-------------------------|---|---|--|
| พื้นที่ปรุงอาหาร | ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ ปัจจัยทางสังคม | ความสะอาด การมองเห็น/ โปร่งใส พนักงาน | <ul style="list-style-type: none"> • ความสะอาดของครัว เช่น ไม่มีคราบดำ เศษอาหาร แมลง (3) • เห็นคอนปรุงอาหารได้ (2) • พนักงานใส่อุปกรณ์ป้องกันขณะปรุงอาหาร เช่น หน้ากาก อนามัยหรือถุงมือ (2) • ความสะอาดของอุปกรณ์การทำ (1) |
| พื้นที่เก็บวัตถุดิบ | ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ | การจัดเก็บวัตถุดิบ การปนเปื้อน | <ul style="list-style-type: none"> • การจัดกรวัตถุดิบตามหลักอนามัย (3) • วัตถุดิบหรือเครื่องเคียงอยู่ในภาชนะที่มีฝาปิด (1) |
| พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว | ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ ปัจจัยด้านบรรยากาศ | การปนเปื้อน การจัดเก็บวัตถุดิบ ความสะอาด | <ul style="list-style-type: none"> • มีภาชนะปิดป้องกันการปนเปื้อนหรือสิ่งแปลกปลอม (9) • การจัดกรวัตถุดิบตามหลักอนามัย (1) • อุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ (1) |
| พื้นที่ชำระเงิน | ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ ปัจจัยทางสังคม | การป้องกัน ความสะอาด การปนเปื้อน สิ่งของใช้ร่วมกัน | <ul style="list-style-type: none"> • แผงกันช่วยป้องกันการแพร่เชื้อเวลาสื่อสารกัน (2) • แผงกันเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร (2) • ไม่ควรวางอาหารหรืออุปกรณ์ที่ผู้บริโภคต้องใช้หรือทาน บริเวณที่มีการพูดคุย (2) • ควรมีพนักงานทำหน้าที่เก็บเงินโดยเฉพาะป้องกันการปน เปื้อน (1) • มีภาชนะปิดป้องกันการปนเปื้อนหรือสิ่งแปลกปลอม (1) • ภาชนะทองช่วยสร้างความรู้สึกปลอดภัย (1) • กังวลการแพร่เชื้อจากสิ่งของที่ใช้ร่วมกัน เช่น เจลล์ แอลกอฮอล์ (1) |
| พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน | ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ | สิ่งของใช้ร่วมกัน ความสะอาด การปนเปื้อน | <ul style="list-style-type: none"> • กังวลการแพร่เชื้อจากสิ่งของที่ใช้ร่วมกัน (3) • ผู้ขายควรดูแลและจัดเรียงที่วางอุปกรณ์การทานให้ สะอาด (3) • ควรมีเจลล์ล้างมืออยู่ใกล้ๆ แต่ควรห่างจากเครื่องปรุงเพื่อ หลีกเลี่ยงละอองหรือการปนเปื้อน (1) • ขอบร้านที่มีการแพ็คแบบส่วนบุคคลให้ (1) • จุดที่มีการพูดคุยไม่ควรมีอุปกรณ์การทาน (1) • ขอบร้านคำที่ให้ช้อนส้อมผู้บริโภคมักกว่าให้หยิบเองที่ดู ผ่านการสัมผัสมาก (1) • ที่วางอุปกรณ์ควรวางในที่ที่มีภาชนะปิด (1) • ต้องเช็ดอุปกรณ์การทานก่อนทาน (1) • ตำแหน่งการวางไม่ควรอยู่ต่ำกว่าวงล้อ (1) |
| พื้นที่วางเครื่องปรุง | ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ | ความสะอาด การปนเปื้อน ความสะอาด สิ่งของใช้ร่วมกัน | <ul style="list-style-type: none"> • ภาชนะบรรจุเครื่องปรุงควรทำความสะอาด (3) • ควรมีเจลล์ล้างมืออยู่ใกล้ๆ แต่ควรห่างจากเครื่องปรุงเพื่อ หลีกเลี่ยงละอองหรือการปนเปื้อน (1) • ขอบร้านที่มีการแพ็คแบบส่วนบุคคลให้ (1) • จุดที่มีการพูดคุยไม่ควรวางเครื่องปรุง (1) • เครื่องปรุงแบบถ้วยดีกว่าในแง่การใช้งานและปริมาณที่ ต้องการ (1) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

| สภาพแวดล้อม กายภาพ | ปัจจัย สภาพแวดล้อมกายภาพ | ประเด็น การรับรู้ความปลอดภัย ของผู้บริโภค | สรุปบทสัมภาษณ์ ของผู้บริโภค |
|-----------------------------|---|---|--|
| พื้นที่ล้าง | ปัจจัยด้านบรรยากาศ | ความสะอาด | <ul style="list-style-type: none"> อ่างล้างจานเป็นหนึ่งในปัจจัยการเลือกร้าน (1) เห็นตอนทำความสะอาดอุปกรณ์ประกอบอาหาร (1) |
| | ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ | การมองเห็น/ความโปร่งใส | |
| วัสดุและพื้นผิว | ปัจจัยด้านบรรยากาศ | ความแข็งแรง | <ul style="list-style-type: none"> กระຈก (3) แข็งแรง หนาแน่น (2) ทำความสะอาดบ่อย (2) เห็นรอยขีดข่วนน้อย (1) สว่างเห็นรอยง่าย (1) แอสตันเลส (1) ตู้ใส (1) |
| | ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ | ความสะอาด การมองเห็น/ความโปร่งใส | |
| เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ | ปัจจัยปัจจัยด้านการออกแบบ | ความสะอาด ความน่าเชื่อถือ การปนเปื้อน | <ul style="list-style-type: none"> ป้ายสแกนจ่ายช่วยเรื่องความสะดวกในการชำระเงิน (4) ป้ายรับรองมาตรฐานรับรองความเชื่อถือระดับหนึ่ง (3) ป้ายสแกนจ่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร้าน (1) ไม่อยากจับเงินเพราะการแพร่เชื้อ (1) ไม่เข้าร้านที่มีป้ายรับเงินสด (1) ป้ายวัคซีนหรือป้ายรับรองมีผลต่อความเชื่อมั่นแค่ช่วงแรก (1) |
| ความสะอาด | ปัจจัยด้านการออกแบบ ปัจจัยด้านบรรยากาศ ปัจจัยทางสังคม | ความสะอาด การจัดวางสิ่งของ ความโล่ง พนักงาน การปนเปื้อน แมลง | <ul style="list-style-type: none"> ดูจากเคาน์เตอร์ปรุงอาหาร เช่น ครอบดำ เศษอาหาร (5) การจัดเรียงวัตถุดิบ เครื่องปรุง อุปกรณ์การทานที่ใส่สูง (2) เจลล้างมือช่วยเรื่องความโล่งใจของร้าน (1) ดูจากพนักงาน (1) ดูจากการมีภาชนะคลุมอาหารที่ปรุงแล้ว (1) ไม่มีแมลง (1) |
| พนักงาน | ปัจจัยด้านการออกแบบ ปัจจัยด้านสังคม | ใส่น้ำกากอนามัย ความสะอาดเครื่องแต่งกาย ใส่อุปกรณ์ป้องกันครบชุด ชุดอมปรุงอาหาร | <ul style="list-style-type: none"> พนักงานใส่น้ำกากอนามัย (7) เครื่องแต่งกายพนักงานที่ดูสะอาด (2) พนักงานมีอุปกรณ์ป้องกัน เช่น หน้ากาก หมวก ถุงมือ (1) อุปกรณ์ป้องกันการแพร่เชื้อทางนลายมีผลกว่าการสัมผัสเพราะดูสกปรกมากกว่า (1) สังเกตพนักงานตอนทำอาหาร เช่น การล้างอุปกรณ์ สัมผัสวัตถุดิบ (1) |
| ความหนาแน่น | ปัจจัยด้านสังคม | จำนวนส่งผลโอกาสปนเปื้อนอาหาร รับประกันความอร่อย ตำแหน่งการยืนและหน้าที่ | <ul style="list-style-type: none"> จำนวนพนักงานเพิ่มโอกาสการปนเปื้อนในอาหาร (3) จำนวนพนักงานเยอะช่วยรับประกันความอร่อย (3) พนักงานเยอะแต่ประจำตามจุดเป็นระบบรู้สึกสะอาด (2) |

6.2 อภิปรายผล

6.2.1 การจัดการสภาพแวดล้อมร้านอาหารแฝงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมกายภาพในร้านอาหารแฝงลอยที่ควรปรับปรุงคือ พื้นที่วางอาหารที่ปรุงแล้ว พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน พื้นที่วางเครื่องปรุง และพื้นที่ชำระเงิน ล้วนเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสัมผัสโดยตรง อ้างอิงจากงานวิจัยของ ณีภูษิ จิระสวัสดิ์พงศ์ และ สุทธินิภา ศรีไสย์ (2563) ว่า ด้วยจุดสัมผัสด้านสินค้าและบริการที่มีความตายตัว (Static Touchpoints) ที่พบว่าผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่ดีกว่าจุดสัมผัสด้านการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ (Human Touchpoints) ซึ่งสอดคล้องกัน สามารถสรุปสภาพแวดล้อมกายภาพด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว เป็นที่วางอาหารที่ผ่านความร้อนเพื่อรอการประกอบอาหาร หรือรอใส่ภาชนะให้ผู้บริโภค ดังนั้นผู้ขายควรมุ่งเน้นเรื่องภาชนะที่ครอบอาหารที่สามารถป้องกันการปนเปื้อนทั้งจากผู้บริโภคและผู้ขาย

2) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน เป็นที่วางช้อน ส้อม ตะเกียบหรือหลอด มักตั้งอยู่หน้าร้านที่ง่ายต่อการใช้งานของผู้บริโภค จึงควรใส่ในภาชนะปิดเพื่อป้องกันการปนเปื้อนและฝุ่นละออง หรือเปลี่ยนพื้นที่การวางให้อยู่ในพื้นที่ของพนักงานและให้พนักงานเป็นคนหยิบให้ผู้บริโภคตอนรับอาหาร เพื่อการรับรู้ความปลอดภัยที่ดีของผู้บริโภค

3) พื้นที่วางเครื่องปรุง เป็นที่วางน้ำตาล น้ำปลา น้ำส้ม หรือซอสอื่นๆ ผู้บริโภคสามารถปรุงได้ตามต้องการ ควรเตรียมเครื่องปรุงแบบซองและแบบถ้วยตามความต้องการของผู้บริโภค หากเครื่องปรุงเป็นลักษณะถ้วยที่ตั้งหน้าร้านควรจัดให้อยู่ในตำแหน่งที่ง่ายต่อการใช้งานของผู้บริโภคและตำแหน่งที่ง่ายต่อการทำความสะอาดของผู้ขาย ควรหมั่นทำความสะอาดหรือเปลี่ยนทุกวันเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค

4) พื้นที่ชำระเงิน ไม่ควรมีแผงกันใส่ที่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและผู้ขาย แต่ผู้ขายยังควรสวมหน้ากากอนามัยอยู่ตลอดเวลา โดยควรมีเครื่องหมายสแกนจ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gursoy & Chi, 2020; Gursoy, Chi, & Chi (2020) ว่าด้วยการชำระเงินแบบดิจิทัลสามารถลดการสัมผัสระหว่างบุคคลภายในร้านอาหารได้ ถึงแม้ก่อนโรคระบาดใหญ่จะมีรูปแบบการสแกนจ่ายให้บริการ หากแต่ยังไม่ได้รับความนิยมในวงกว้างโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นวัยที่ไม่คุ้นชินกับเทคโนโลยี แต่หลังการมาถึงของโรคระบาดใหญ่กลับกลายเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคทุกเพศวัยใช้การสแกนจ่ายมากขึ้น นำมาซึ่งความคุ้นชินกับความสะดวกในการใช้งาน

การเลือกใช้วัสดุเพื่อป้องกันการโรคระบาดใหญ่ยังควรมีอยู่ในพื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว ควรใช้เป็นวัสดุที่สามารถมองเห็นอาหารได้ ในขณะเดียวกันควรเป็นวัสดุที่ง่ายต่อการทำความสะอาด เช่น กระจก อะคริลิก เป็นต้น ผู้ขายควรหมั่นทำความสะอาดเป็นประจำโดยเฉพาะร้านอาหารแผงลอยที่เกิดคราบมันหรือสิ่งสกปรกได้ง่าย ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารแผงลอย ทั้งนี้ถึงแม้จะสิ้นสุดสถานการณ์โรคระบาดใหญ่ ผู้ขายยังควรมุ่งเน้นการป้องกันการปนเปื้อนในอาหารหรือสิ่งที่ผู้บริโภคสัมผัสโดยตรง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Wen, Han & Liu-Lastres, Becky., 2022) ที่ยังประเมินความปลอดภัยตามสิ่งที่มองเห็นตามแนวคิดสัญญาณความปลอดภัย (Safety Signal Framework)

เครื่องหมายและสัญลักษณ์ด้านสุขอนามัยที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ระดับหนึ่ง ซึ่งผู้ขายควรรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดีเพราะอาจส่งผลกระทบต่อบรรยากาศของร้านอาหารแผงลอยที่ผู้บริโภคมองว่าสกปรกจากร่องรอยของป้ายที่คงอยู่ในขณะเดียวกันผู้ขายไม่ควรละเลยสภาพแวดล้อมหน้าร้านให้ได้ตามที่ได้มีการรับรองและพนักงานควรปฏิบัติตามข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด เนื่องจากผู้บริโภคเชื่อมั่นกับสิ่งที่เห็นมากกว่า

ใบรับรองดังกล่าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2.2 การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่

หลังประกาศการสิ้นสุดลงของสถานการณ์ฉุกเฉินจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2566 (WHO, 2023) ถือว่าเป็นภาวะหลังโรคระบาดใหญ่อย่างเป็นทางการ แต่พบร้านค้าแผงลอยที่ยังปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันโรคระบาดใหญ่ สอดคล้องกับทฤษฎีมาสโลว์ (1943) ว่าด้วยความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) ที่ผู้ให้ข้อมูลบางท่านยังคงต้องการจากร้านอาหารแผงลอย

ผู้บริโภคสามารถรับรู้ความปลอดภัยร้านอาหารแผงลอยได้จากสภาพแวดล้อมกายภาพและเครื่องหมายและสัญลักษณ์ (Bove, L.L. and Benoit, S., 2020) โดยมาตรการความปลอดภัยเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่ด้านปัจจัยเชิงพื้นที่ที่ยังคงส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคคือการแบ่งพื้นที่ซื้อขายและปรุงอาหาร ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวถึงการจัดพื้นที่ให้สามารถเห็นกระบวนการปรุงอาหารที่สามารถช่วยให้รู้สึกมั่นใจที่จะซื้ออาหาร โดยในการวิจัยของ Miyoung J. และคณะ (2021) ได้กล่าวว่าผู้บริโภคจะพิจารณาความปลอดภัยจากสิ่งที่เห็น ซึ่งนำไปสู่ความเชื่อใจในร้านอาหาร และงานวิจัยของ Han Wen และ Bingjie Liu Lastres (2022) ว่าด้วยลูกค้าประเมินความปลอดภัยของร้านอาหารผ่านการจัดการผังร้านค้าและสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ผู้ขายควรยกเลิกแผงกันเนื่องจากการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเป็นอุปสรรคในการพูดคุยและควรให้ผู้ขายสวมหน้ากากอนามัยแทน การมีเจลล์แอลกอฮอล์ให้บริการไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภค หากแต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจของร้านอาหารแผงลอย ซึ่งหากร้านอาหารแผงลอยมีเจลล์แอลกอฮอล์ให้บริการ ผู้ขายควรดูแลทำความสะอาดเป็นประจำและควรใช้เป็นแบบขวดสเปรย์กดมากกว่ารูปแบบขวดเจลล์กดที่มักก่อให้เกิดคราบจากการใช้งาน โดยคราบดังกล่าวมีผลต่อทัศนเรื่องความสะอาดของผู้ให้ข้อมูลค่อนข้างมาก พื้นที่วางอาหารปรุงแล้ว พื้นที่วางอุปกรณ์การทานและพื้นที่วางเครื่องปรุงควรมีจัดหาอุปกรณ์ป้องกันเพิ่มเติมเพื่อป้องกันการปนเปื้อนเช่นเดียวกับงานวิจัยของ Wen, Han & Liu-Lastres, Becky (2022)

ด้านวัสดุและพื้นผิวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่พบว่าไม่มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Di Wang และคณะ (2021) ที่พบว่าผู้บริโภคชาวอเมริกันมองว่าแผงกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่มีประสิทธิภาพในการป้องกันการแพร่กระจายของโควิด-19 ต่ำ

ด้านเครื่องหมายและสัญลักษณ์พบว่าร้านค้าแผงลอยส่วนมากยังคงติดป้ายสแกนจ่ายตามมาตรการความปลอดภัย หากแต่ไม่มีผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค เป็นเพียงความสะดวกสบายในการซื้อขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nicole J. และคณะ (2022) กล่าวถึงหลังโคเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิด-19 ว่าผู้บริโภคชอบจ่ายแบบไร้สัมผัสมากกว่าการใช้เงินสดหรือการจ่ายด้วยบัตรเครดิตที่ต้องกรอก รหัส ซึ่งมีแนวโน้มกำลังลดลง ส่วนการมีใบรับรองด้านสุขอนามัยมีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญจากการสังเกตความสะอาดที่หน้าร้านมากกว่า ซึ่งพบว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Han Wen และ Bingjie Liu Lastres (2022) ว่าด้วยลูกค้าประเมินความปลอดภัยของร้านอาหารผ่านการมองเห็นเครื่องหมายหรือข้อความที่ร้านค้าใช้สื่อสารถึงมาตรการความปลอดภัยต่อลูกค้า ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่างานวิจัยดังกล่าวทำการวิจัยในช่วงการแพร่ระบาดใหญ่ ส่งผลให้การรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคมีมากกว่าปัจจุบัน

นอกจากปัจจัยด้านการออกแบบ (Design factors) อย่างปัจจัยเชิงพื้นที่ วัสดุและพื้นผิว และเครื่องหมายและสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยด้านบรรยากาศ (Ambient factors) อย่างความสะอาดยังส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภค อย่างการห่ออุปกรณ์การทาน พบว่าร้านค้าส่วนมากมีภาชนะครอบอาหารปรุงแล้วแต่พบร้านอาหารที่มีการห่ออุปกรณ์การทานเป็นชุดส่วนบุคคลค่อนข้างน้อย เนื่องจากเป็นนโยบายของตลาดฟู้ดวิลล่าที่ใช้อุปกรณ์การทานจากส่วนกลาง ซึ่งให้แม่บ้านของตลาดแจกจ่ายให้ตามหน้าร้านอาหาร ทั้งนี้ร้านอาหารแฝงลอยควรพิจารณาเรื่องการเตรียมภาชนะในการเก็บอุปกรณ์ดังกล่าวที่ควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันการปนเปื้อนจากผู้บริโภคท่านอื่นหรือผู้ขายเอง

ปัจจัยด้านภูมิทัศน์บริการทางสังคมและความหนาแน่น (Social servicescape and density) ตามมาตรการความปลอดภัยว่าด้วยเรื่องความหนาแน่นของพนักงานและการแต่งกายของพนักงาน พบว่าการสวมหน้ากากอนามัยของพนักงานยังคงมีผลอย่างมากต่อการเลือกร้านอาหารแฝงลอยหลังโรคระบาดใหญ่ และความหนาแน่นของพนักงานพบว่ามีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้ให้ข้อมูลบางคน เนื่องจากกังวลว่าจะมีสิ่งแปลกปลอมหรือน้ำลายปนเปื้อนมาในอาหารที่เกิดจากการอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก

6.3 ข้อเสนอแนะ

หลังการระบาดใหญ่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น พฤติกรรมด้านสุขอนามัยที่ยังอยู่หลังการระบาดของโรคซาร์ส อย่างการล้างมือบ่อยครั้ง การใช้ไม้จิ้มฟันกดลิฟท์ หรือการใช้ทิชชูเปิดประตูห้องน้ำสาธารณะ (Linda P. อ้างอิงจาก Nisha G., 2020) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้บริโภคต่อความรุนแรงของโรคระบาดที่จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมป้องกันตัวเองมากกว่าผู้ที่ประเมินความเสี่ยงต่ำ (Hamid M. etl. 2022 อ้างอิงจาก Teasdale et al., 2012) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดการรับรู้ความปลอดภัยต่อ

ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นคือ ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่ และ ข้อเสนอแนะสำหรับการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

6.3.1 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารหลังโรคระบาดใหญ่

จากผลการสำรวจสภาพแวดล้อมร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความปลอดภัยต่อร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหาร โดยผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภท แบ่งหัวข้อได้ดังนี้ (รูปที่ 6.1)

1) พื้นที่ปรุงอาหารของร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภท ควรจัดพื้นที่ปรุงอาหารให้ผู้บริโภคเห็นขั้นตอนการทำและอุปกรณ์การปรุงที่สะอาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการซื้อมากขึ้น ควรหมั่นทำความสะอาดพื้นที่ปรุงอาหารและอุปกรณ์ทำอาหารสม่ำเสมอ ลดการพูดคุยขณะประกอบอาหาร และควรสวมหน้ากากอนามัย ผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และถุงมือขณะประกอบอาหาร ในอนาคตการออกแบบร้านอาหารแผงลอยควรคำนึงถึงความปลอดภัยของพื้นที่ให้ผู้บริโภคสามารถเห็นขั้นตอนการประกอบอาหาร ซึ่งสามารถสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคได้

2) พื้นที่เก็บวัตถุดิบของร้านอาหารแผงลอย 5 ประเภทควรจัดการวัตถุดิบตามหลักสุขอนามัยและอุปกรณ์ที่สัมผัสอาหารต้องสะอาดไม่มีคราบ ควรมีภาชนะครอบอาหารเพื่อป้องกันสิ่งปนเปื้อน เช่น น้ำลาย เส้นผม ทั้งจากผู้ขายและผู้บริโภค

3) พื้นที่วางอาหารปรุงแล้วควรมีภาชนะป้องกันอาหารที่ปรุงสุกแล้ว ซึ่งในพื้นที่นี้มีผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคเรื่องการปนเปื้อนอาหารมาก โดยเฉพาะร้านอาหารแผงลอยประเภทขนมหรือของหวานที่มีพื้นที่ดังกล่าวมากที่สุดจากร้านอาหารตัวอย่างที่ทำการศึกษาและควรป้องกันแมลงหรือสิ่งในบริเวณนี้ นอกจากนี้พนักงานควรแต่งกายให้เรียบร้อยอย่างการสวมหน้ากากอนามัย ถุงมือและลดการพูดคุยกันขณะปรุงอาหาร

4) พื้นที่ชำระเงินควรแบ่งพื้นที่สั่งอาหาร ชำระเงินและรับอาหารให้ห่างกันเพื่อป้องกันการปนเปื้อนของอาหารระหว่างการสนทนา โดยผู้รับรายการอาหารและผู้ปรุงควรเป็นคนละคนกัน หากไม่สามารถเลี่ยงได้ควรระวังการหยิบธนบัตรหรืออาหารต่อกัน ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคทางตรง ในร้านอาหารประเภทขนมหรือของหวานที่ไม่มีพื้นที่ดังกล่าวที่มักใช้การสั่งอาหารชำระเงินและรับอาหารในพื้นที่เดียวกันคือด้านบนตู้กระจกครอบอาหาร ผู้ขายควรมีวิธีการป้องกันการปนเปื้อน เช่น การทำประตูตู้หรือผ้าคลุม เป็นต้น และในพื้นที่ดังกล่าวไม่ควรมีแผงกั้นระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายเนื่องจากเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร หากมีการรับเงินสดผู้ขายควรมีถาดรับเงินเพื่อ

ลดการสัมผัสสำหรับผู้ที่มีความกังวลสูง และควรมีป้ายสแกนจ่ายเพื่อความสะดวกสบายของผู้บริโภค เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ แต่ไม่ใช่ปัจจัยที่แสดงความความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

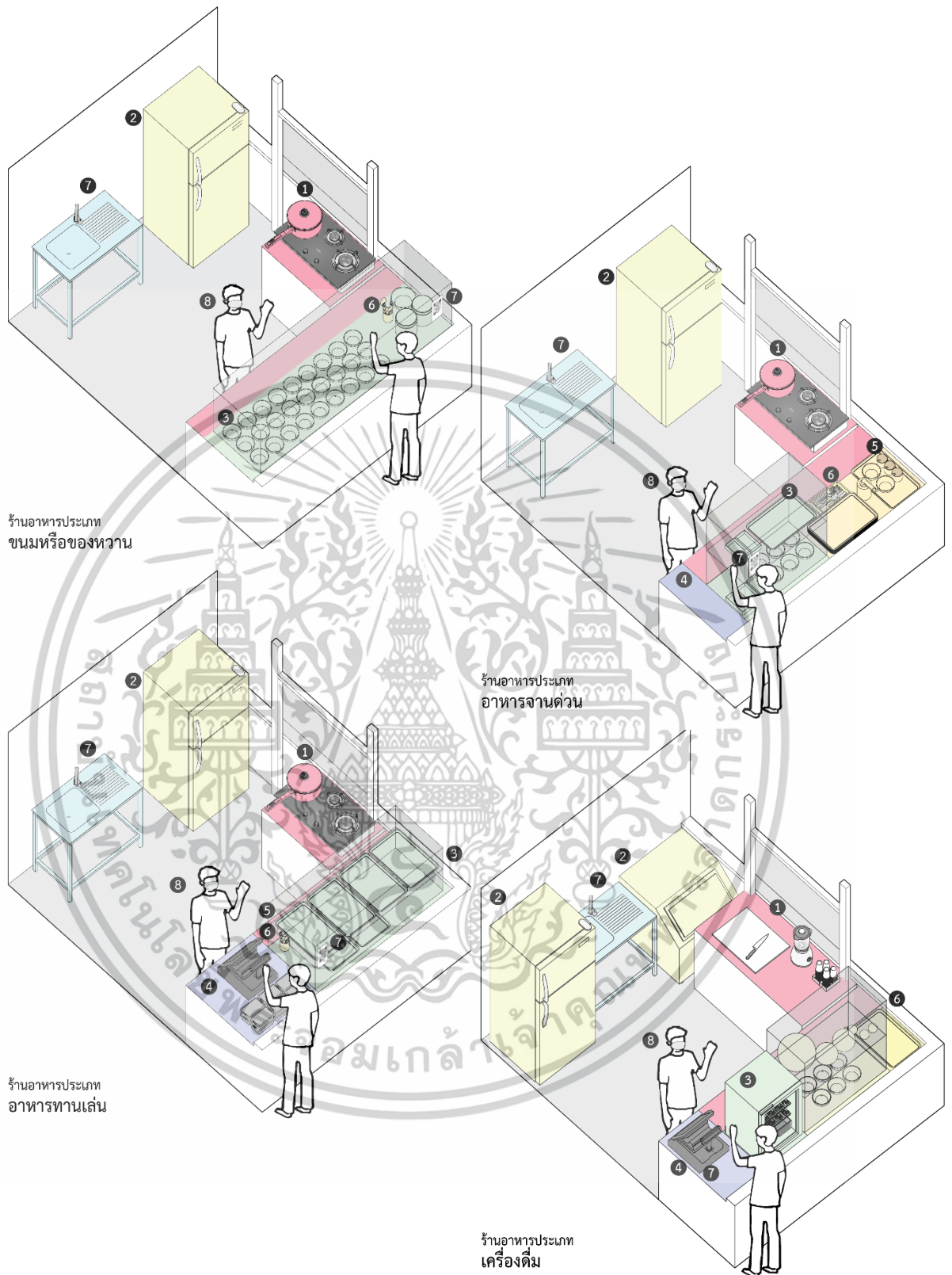
5) พื้นที่วางเครื่องปรุง ในร้านอาหารแผงลอยประเภทจานด่วนและก๋วยเตี๋ยวสามารถจัดในรูปแบบถ้วยปรุงที่ผู้บริโภคใช้ร่วมกันได้ แต่ควรมีฝาปิดมิดชิดป้องกันการปนเปื้อนและควรเตรียมเจลล้างมือในบริเวณใกล้เคียงหลังการปรุงอาหาร ทั้งนี้ผู้ขายควรหมั่นทำความสะอาดเป็นประจำเพื่อกำจัดคราบและความสกปรกที่ส่งผลต่อความกังวลด้านสุขอนามัย

6) พื้นที่วางอุปกรณ์การทาน ร้านอาหารแผงลอยทั้ง 5 ประเภทควรจัดชุดอุปกรณ์การทานใส่บรรจุภัณฑ์ให้ผู้บริโภคสามารถหยิบได้หรือหากไม่ได้จัดเป็นชุดผู้ขายควรเป็นผู้จัดเตรียมอุปกรณ์การทานให้ต่อนวางอาหารให้ผู้บริโภคเพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสของผู้บริโภคท่านอื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลกังวลหลังโรคระบาดใหญ่

7) พื้นที่ล้าง ในร้านที่มีพื้นที่เพียงพอควรจัดให้มีพื้นที่ล้างหรืออ่างล้างจาน นอกจากช่วยเรื่องความสะดวกสบายของพนักงานแล้ว ยังส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคที่มีความกังวลด้านสุขอนามัยถึงความสะดวกของพนักงานและความบ่งชี้ในการล้างมือก่อนปรุงอาหาร

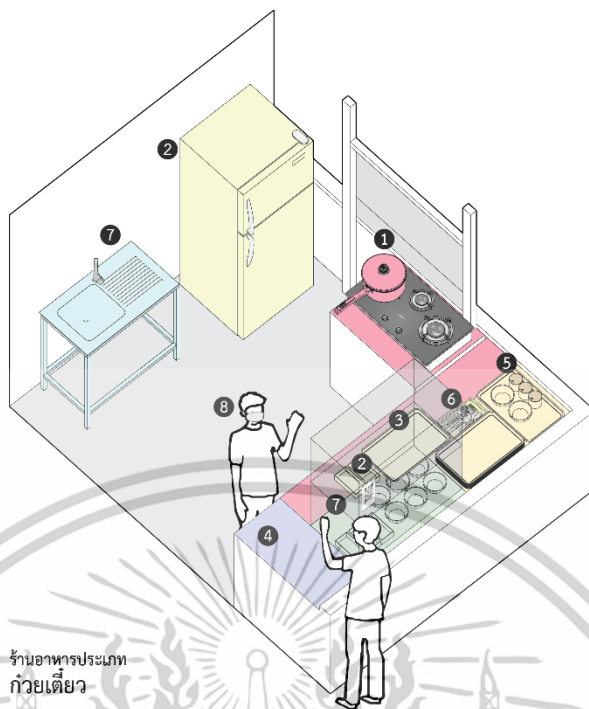
8) พนักงาน พนักงานควรแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อยทั้งการใส่หมวกคลุมผมและหน้ากากอนามัย โดยไม่ควรถอดหน้ากากอนามัยขณะปฏิบัติงานเพื่อป้องกันน้ำลายสู่อาหารหรือวัตถุดิบ และในร้านที่มีพนักงานจำนวนมากควรจัดการหน้าที่และตำแหน่งการยืนอย่างเป็นระบบต่อการประกอบอาหาร เพื่อป้องกันการปนเปื้อนและส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีด้านความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และควรหมั่นทำความสะอาดพื้นที่ปรุงอาหาร พื้นที่วางเครื่องปรุงแล้วเจลแอลกอฮอล์ให้สะอาดไร้คราบอย่างสม่ำเสมอ

9) ไบร่บรองด้านสุขอนามัย การมีของไบร่บรองด้านสุขอนามัยส่งผลต่อความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพียงเล็กน้อย



รูปที่ 6.1 สรุปแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหาร 5 ประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเท่านั้น ผู้วิจัย (2567) มอนูญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ร้านอาหารประเภท
กึ่งเดี่ยว

รูปที่ 6.1 (ต่อ)
ที่มา : ผู้วิจัย (2567)

6.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงกรณีศึกษาในตลาดฟู้ดวิลล่าเท่านั้น ในอนาคตควรมีการศึกษาสภาพแวดล้อมกายภาพของร้านอาหารแผงลอยในตลาดระดับพรีเมียมแห่งอื่นๆ เพื่อความหลากหลายของชุดข้อมูล การสัมภาษณ์ของการวิจัยมุ่งเน้นที่ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก จึงควรเพิ่มการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ชาย เพื่อตรวจสอบความคิดเห็นจากฝั่งผู้ประกอบการ

นอกจากนี้อาจจะมีการศึกษาในช่วงระยะเวลาหลังจากนี้เพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบถึงความเปลี่ยนแปลงด้านการรับรู้ความปลอดภัยว่าส่งผลในระยะยาวหรือไม่

6.4 ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องด้วยพื้นที่การศึกษาเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีคนใช้งานอยู่ ทำให้เป็นอุปสรรคในการได้มาซึ่งตัวเลขที่แน่ชัดของขนาดพื้นที่ และพบอุปสรรคในการได้มาซึ่งความคิดเห็นจากผู้ขาย เนื่องจากในปัจจุบันผู้ขายส่วนใหญ่จ้างแรงงานต่างชาติทำงานที่หน้าร้านเกือบทั้งสิ้น ทำให้ยากต่อการสื่อสารและการได้ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองเจ้าของกิจการไม่ใช่ในฐานะผู้ปฏิบัติงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรกฎ หลอดคำ. 2559. **หลากหลาย ในที่เดียว**. [Online].Available :
<http://www.daybedsmag.com/food-villa-2/>
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (n.d.) **มาตรฐานตลาด**. กรุงเทพฯ.
 กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน. 2566. **ตลาดฟู้ดวิลล่า**.
 [Online].Available :
<http://mwsc.dit.go.th/viewFreshMarket.php?id=24703&page=1&subType=0>.
- เช่าตลาด. 2018. **Food Villa ราชพฤกษ์**. [Online].Available : <https://www.xn--b3cuc8d1cc7gzc.com/packages/%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88/>
- ฤเพ็ญ สกุลโชคชัย และ สุพิชชา ไตรวิชัย. (2563). “รูปแบบการจัดร้านอาหารหาบเร่-แผงลอยบนถนนเยาวราช.” **วารสารวิชาการ ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. 35(2) : 3-22.
- บ้านเมือง. 2561. **พรีเมียมมาร์เก็ต มาตรฐานใหม่ตลาดสะอาด ปลอดภัย**. [Online].Available : <https://www.banmuang.co.th/news/bangkok/120934>
- ปรัชญา นวราช และคณะ. 2020. **FOOD PLACE : Please mind the gap between you and me ร้านอาหาร : พื้นที่ระหว่างเรา ที่อาจจะเปลี่ยนไป**. [Online].Available : <https://theurbanis.com/public-realm/29/04/2020/1227>
- มติชนออนไลน์. 2561. **กทม.มอบรางวัล 340 ตลาดสะอาด เผยอีก 50 แห่ง ยังไม่ผ่านเกณฑ์**. [Online].Available : https://www.matichon.co.th/local/news_1075586
- ศรีดารา ตีเพียร. (2565). “การศึกษาองค์ประกอบเชิงพื้นที่ของสถานประกอบการธุรกิจขนาดและสปีภายในใต้ภาวะวิกฤติโควิด 19 กรณีศึกษาเคหะสป้าในกรุงเทพมหานคร.” **วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์**. 9(1) : 79-99.
- ศิวพงษ์ สปส. 2024. **กทม. การันตี Premium Market ตลาดมาตรฐาน 12 แห่ง สินค้าสะอาด จัดการขยะ ดูแลสิ่งแวดล้อม ผู้ว่าฯ ชัชชาติ ตั้งเป้าเป็นแหล่งสร้างตัวของคนรุ่นใหม่**. [Online].Available : <https://pr-bangkok.com/?p=392373>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร. 2564. **สถิติภาพรวมข้อมูลตลาดของกรุงเทพมหานคร**. [Online].Available :
<https://lookerstudio.google.com/reporting/e313d783-7d33-4995-bd60-9498166d7084/page/SQSTC>
- สรียา พนานุสรณ์และคณะ. (2554). “ความคาดหวังในคุณภาพการบริการของร้านอาหารไทยในญี่ปุ่น.” **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**. 33(127) : 97-118.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร. 2564. **ภาพรวมตลาดของกรุงเทพมหานคร**. [Online].Available :
<https://lookerstudio.google.com/reporting/e313d783-7d33-4995-bd60-9498166d7084/page/SQSTC>
- Wang et al. 2021. “The effects of crowdedness and safety measures on restaurant patronage choices and perceptions in the COVID-19 pandemic.” **International Journal of Hospitality Management**. 95(1) : 1-10.
- Deepak S Kumar, K. Unnikrishnan Nair and Keyoor Purani. 2023. “Servicescape design: balancing physical and psychological safety.” **Marketing Intelligence & Planning**. 41(4) : 473-488.
- Faizan Ali, Woo Gon Kim, Kisang Ryu. 2016. “The effect of physical environment on passenger delight and satisfaction: Moderating effect of national identity.” **Tourism Management**. 57(2016) : 213-224.
- Forest Ma and Robin B. DiPietro. 2022. “Memorable dining experiences amidst the COVID-19 pandemic.” **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 35(3) : 871-892.
- Han Wen and Bingjie Liu-Lastres. 2022. “Consumers’ dining behaviors during the COVID-19 pandemic: An Application of the Protection Motivation Theory and the Safety Signal Framework.” **Journal of Hospitality and Tourism Management**. 51(2022) : 187-195.
- Jinkyung Jenny Kim, Heesup Han and Antonio Ariza-Montes. 2021. “The impact of hotel attributes, well-being perception, and attitudes on brand loyalty: Examining the moderating role of COVID-19 pandemic.” **Journal of Retailing and Consumer Services**. 62(C).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kirk L. Wakefield and Jeffrey G. Blodgett. 1996. "The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service settings." **THE JOURNAL OF SERVICES MARKETING**. 10(6) : 45-61.
- Kisang Ryu and Heesup Han. 2010. "Influence Of Physical Environment on Disconfirmation, Customer Satisfaction, And Customer Loyalty For First-Time And Repeat Customers In Upscale Restaurants." **International Journal of Hospitality Management**. 30 : 599-611.
- Kisang Ryu, Hye-Rin Lee and Woo Gon Kim. 2012. "The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions." **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 24(2) : 200-223.
- Miyoung Jeong, Kawon Kim, Forest Ma, and Robin DiPietro. 2022. "Key factors driving customers' restaurant dining behavior during the COVID-19 pandemic." **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 34(2) : 836-858.
- Scott Taylor Jr.. 2020. "The socially distant servicescape: An investigation of consumer preference's during the re-opening phase." **International Journal of Hospitality Management**. 91 : 1-9.
- Stevens P. และคณะ. 1995. "Dineserv: a tool for measuring service quality in restaurants." **Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly**. 36(2) : 56-60.
- Suzana Markovic, Sanja Raspur and Klaudio Šegaric. 2010. "Does Restaurant Performance Meet Customers' Expectations? An Assessment of Restaurant Service Quality Using A Modified Dineserv Approach." **Tourism and Hospitality Management**. 16(2) : 188-195.
- Sven Tuzovic, Sertan Kabadayi, Stefanie Paluch. 2021. "To dine or not to dine? Collective wellbeing in hospitality in the COVID-19 era." **International Journal of Hospitality Management**. 95 : 102892.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Swagato Chatterjee และคณะ. 2023. “Measuring SERVQUAL dimensions and their importance for customer-satisfaction using online reviews: A text mining approach.” **Journal of Enterprise Information Management.** 36(1) : 22-44.
- Unilever Food Solutions. 2022. ความคาดหวังของลูกค้าต่อร้านอาหารในช่วงสถานการณ์โควิด 19. [Online].Available : <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/restaurant-management/customers-expectation-covid.html>
- Ute Walter and Bo Edvardsson. 2012. “The physical environment as a driver of customers’ service experiences at restaurants.” **International Journal of Quality and Service Sciences.** 4(2) : 104-119.
- กรกฎ หลอดคำ. 2559. หลากหลาย ในที่เดียว. [Online].Available : <http://www.daybedsmag.com/food-villa-2/>
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร. 2564. สถิติภาพรวมข้อมูลตลาดของกรุงเทพมหานคร. [Online].Available : <https://lookerstudio.google.com/reporting/e313d783-7d33-4995-bd60-9498166d7084/page/SQSTC>
- บ้านเมือง. 2561. พรีเมียมมาร์เก็ต มาตรฐานใหม่ตลาดสะอาด ปลอดภัย. [Online].Available : <https://www.banmuang.co.th/news/bangkok/120934>
- มติชนออนไลน์. 2561. กทม.มอบรางวัล 340 ตลาดสะอาด เผยอีก 50 แห่ง ยังไม่ผ่านเกณฑ์. [Online].Available : https://www.matichon.co.th/local/news_1075586
- คิวพงษ์ สปส. 2024. กทม. การันตี Premium Market ตลาดมาตรฐาน 12 แห่ง สินค้าสะอาด จัดการขยะ ดูแลสิ่งแวดล้อม ผู้ว่าฯ ชัชชาติ ตั้งเป้าเป็นแหล่งสร้างตัวของคนรุ่นใหม่. [Online].Available : <https://pr-bangkok.com/?p=392373>
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (n.d.) มาตรฐานตลาด. กรุงเทพฯ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ชุดที่.....

แบบสัมภาษณ์ผู้บริโภคร

เรื่อง การรับรู้ความปลอดภัยต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านค้าแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่

ผู้ทำการศึกษา นักศึกษาหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อการจัดการด้านความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพของร้านอาหารแผงลอยหลังโรคระบาดใหญ่

วันที่สัมภาษณ์.....เวลาเริ่มสัมภาษณ์.....เวลาจบสัมภาษณ์.....รวมระยะเวลา.....

ส่วนที่ 1 การรับรู้ความปลอดภัยต่อการจัดการด้านสภาพแวดล้อมเชิงกายภาพ

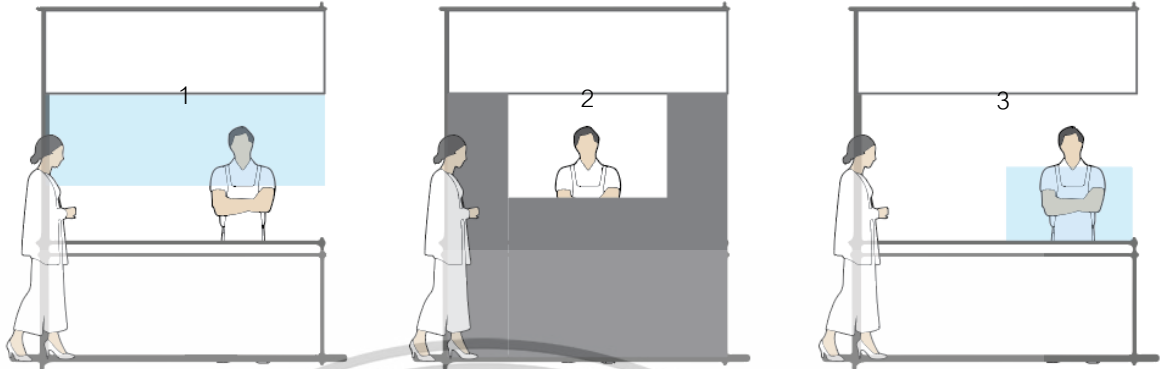
- ทัศนคติและการปฏิบัติตัวช่วงการแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่
- ก่อนโรคระบาดใหญ่ในอาหารประเภทเดียวกัน มีเกณฑ์เลือกร้านอาหารแผงลอยทำให้รู้สึกปลอดภัยต่อการใช้บริการอย่างไร
 - ความสะอาด / เห็นตอนทำอาหาร / อื่นๆ
- หลังโรคระบาดใหญ่ในอาหารประเภทเดียวกัน มีเกณฑ์เลือกร้านอาหารแผงลอยทำให้รู้สึกปลอดภัยต่อการใช้บริการอย่างไร
 - พนักงานใส่แมสก์ / เห็นตอนทำอาหาร / อื่นๆ
- ในร้านอาหารแผงลอยแต่ละประเภทมีเกณฑ์การเลือกร้านอาหารแผงลอยต่างกันหรือไม่ อย่างไร
 - ร้านขนมหรือของหวาน เช่น ลอดช่อง น้ำแข็งใส / ร้านเครื่องดื่ม / ร้านก๋วยเตี๋ยว / ร้านอาหารทานเล่น เช่น ลูกชิ้นทอด ก๋วยเตี๋ยวทอด สาเก ข้าวเกรียบปากหม้อ โดเกี้ยว / ร้านอาหารจานด่วน เช่น ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ข้าวต้ม

การออกแบบเชิงพื้นที่ (Spatial factors)

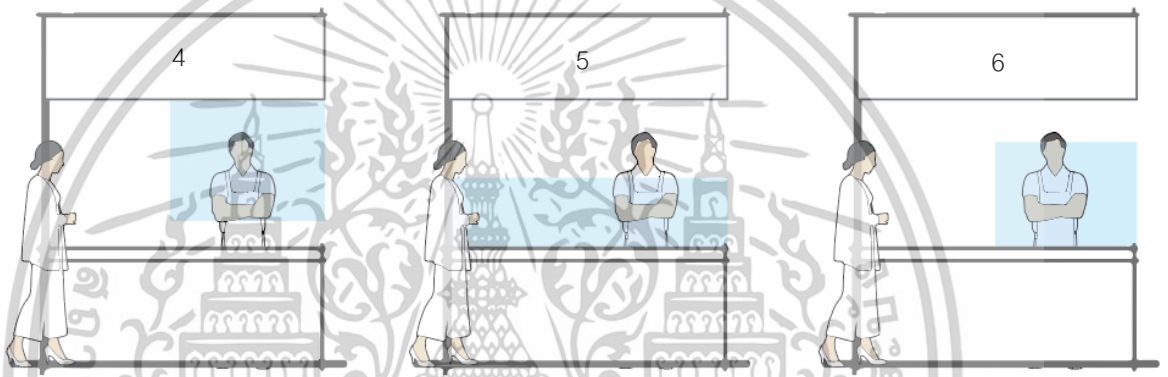
- ท่านคิดว่าการจัดวางอุปกรณ์ต่างๆในร้านอาหารแผงลอยส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยในการป้องกันการแพร่โรคระบาดใหญ่หรือไม่ อย่างไร
 - อุปกรณ์ เช่น อุปกรณ์การทาน พื้นที่การชำระเงิน ซอสปริงรอส แอลกอฮอล์ พื้นที่รออาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ท่านคิดว่าแผงกั้นในร้านอาหารแผงลอยส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยในการป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่หรือไม่ อย่างไร



- การใช้งาน / ตำแหน่งการติดตั้ง / วัสดุที่ใช้ / อื่นๆ



เครื่องหมายและสัญลักษณ์

7. ท่านคิดว่าการใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ในร้านอาหารแผงลอยส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยในการป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่หรือไม่ อย่างไร

- สัญลักษณ์สแกนจ่าย / ป้ายรับรองความปลอดภัยต่อโควิด / รับรองพนักงานฉีดวัคซีน / อื่นๆ / ขนาด

ป้าย / ตำแหน่งการติดตั้ง

ความหนาแน่น

8. ท่านคิดว่าจำนวนพนักงานในร้านอาหารแผงลอยส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัยในการป้องกันการแพร่ระบาดใหญ่หรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง 3) อื่นๆ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. ท่านเคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารทั้งก่อนและหลังการแพร่ระบาดของโรคระบาดใหญ่หรือไม่
 1) เคยทั้งก่อนและหลัง 2) เคยแค่หลังการแพร่ระบาด

- ขอบพระคุณอย่างยิ่งในการสละเวลาให้สัมภาษณ์ -

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ผลสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คนที่เคยใช้บริการร้านอาหารแผงลอยในตลาดอาหารทั้งก่อนและหลังโรคระบาดใหญ่ โดยแบ่งเป็นหัวข้อตามกรอบการศึกษาคือ ปัจจัยพื้นที่ วัสดุและพื้นผิว เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ความสะอาด ความหนาแน่น พนักงาน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ผู้หญิง อายุ 32 อาจารย์

ทัศนคติ

ก็กลัวอยู่ ลดการไปซื้อข้างนอก หลังโควิดออกซื้ออาทิตย์ละ 3 ครั้ง ไม่ชอบซื้อตอนซื้อเท่าที่จำเป็น ตอนแรก 8 เพราะใหม่ ตอนนี้สัก 2 เดียวนี้แอลกอฮอล์ก็ไม่ค่อยใช้ ค่อยๆกลับไปเป็นเหมือนเดิม ตอนนี้อยากล้างมือ ล้างมือแบบมีอ่างเป็นสปู ถ้าที่ไหนไม่มีสปูจะรู้สึกไม่สบายใจ เหมือนล้างแล้วไปจับก๊อกแล้วไม่มีสปูแล้วมีคนจับเยอะมาก จะรู้สึกแปลก ถ้าเกิดมีสปูจะเอาสปูไปล้างก๊อกด้วย หรือถ้าไม่มีจริงๆแอลกอฮอล์ก็ได้ ปกติไปตลาดเดี๋ยวนี้ก็ไม่ใส่หน้ากากแล้ว ติดโควิด 1 รอบ ช่วงกลางโควิด เอาแอลกอฮอล์ฉีดทุกอย่าง ฉีดรวมวันทุกอย่างแล้วล้างอีกที ตอนนี้อยากแล้วใส่ตู้เย็นเลย

เกณฑ์ก่อนโควิด

ความน่ากินของอาหารเป็นอย่างแรก บางทีเกที่โชว์ดูน่ากิน ความสะอาดมาทีหลัง ภาพใหญ่คือความน่ากินของอาหารที่ดังไปก่อน แต่ส่งไปแล้วอาจจะเห็นแมลงสาบเดินที่หลัง ถ้าเวลาช่วงที่อยู่ใกล้ขึ้นแล้วได้สังเกตความสกปรกอันนั้นมาที่สอง ส่วนใหญ่เข้าไปแล้วเพราะสั่งแล้วจ่ายเงินแล้วก็ปฏิเสธไม่ได้

เกณฑ์หลังโควิด

เลือกร้านสะอาด เดี่ยวนี้อาหารข้างทางไม่ค่อยกินแล้ว ถ้าเป็นร้านสตรีทฟู้ดที่อยู่ฟุทบาทพยายามกินให้น้อยลง เพราะเค้าไม่มีที่ล้างมือเป็นทางการ อย่างน้อยต้องอยู่ในที่มีซิงก์ล้างจาน ล้างมือ

ประเภทร้านอาหาร

ร้านของหวานเช่นร้าน ก ไม่ชอบกิน เพราะเค้าชอบเปิดไว้แล้วแมลงวันจะไปเกาะบนนั้น อย่างน้อยควรมีภาชนะปิดให้เรียบร้อย ที่ชอบไปกินอย่างชานมไข่มุกเขาก็มีกล่องใส่ ร้านอยู่ห้องแอร์ เก็บทุกอย่างในตู้เย็น อย่างน้อยแน่ใจว่าไม่ปนเปื้อน ไม่เสีย เป็นคนท้องเสียง่ายบ่อยกว่าโควิด ดังนั้นจะระวัง

เรื่องนี้มาก ควรเป็นภาชนะที่ปิดไม่ใช่เปิดแผ่วไว้ ร้านผลไม้ปั่นปกติผลไม้เป็นลูกเค้าก็จะไม่แกะ แต่ถ้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แกะแล้วฝังไว้ก็จะไม่ยากกินแล้ว หรือข้าวเหนียวมะม่วงก็ควรใส่ในกล่อง ไม่ใช่แฉ่ไว้แมลงวันบินมา เกาะไม่โอเค อาหารทานเล่นดูความสะดวก แพคเกจจิ้ง ถ้าทำเสร็จแล้วจะใส่กล่องไว้ แทนที่จะวางรวมๆ แล้วจิ้มใส่กล่อง รู้สึกว่าอยากให้ใส่กล่องไว้แล้วแมลงวันหรือฝุ่นจะได้ไม่ลงไป ถ้าวางเรียงๆ แล้วทำสดจะซื้อ แต่ถ้าวางเรียงไว้แล้วไม่สดจะไม่อยากซื้อเพราะไม่รู้ว่าจะวางไว้นานแค่ไหน แต่ถ้าร้านขายดีอยากกินสด แต่ถ้าไม่ขายดีแล้วทำเผื่อไว้เยอะๆ คือไม่ยากกิน

การจัดวาง

วางเจลแอลกอฮอล์บางร้านก็ไม่มี ส่วนใหญ่จะอยู่ข้างช้อนส้อม แอลกอฮอล์มีก็ดี เพราะเวลาจะหยิบช้อนส้อม มือจะไปเลอะในกะบะช้อนส้อม ซึ่งส่งเชื้อได้ ชอบใช้แอลกอฮอล์ตอนรับเงินมา ตอนจับถ้วยจะใช้ตรงหน้าร้านบ่อย มีผลมัยก็ไม่ ความรู้สึกชอบสเปรย์มากกว่าฉีดได้ทั่วถึง ไม่เหนียว แล้วแต่แพคเกจจิ้งของสเปรย์ เพราะบางอันเป็นกล่องหิ้วบีบแล้วเป็นสเปรย์ แต่ถ้าเป็นหัวแล้วมาฉีดรู้สึกว่าจะต้องสัมผัสร่วมกับคนอื่นมากเกินไป ขวดบีบนิ้วกลางนิ้วเดียวจิ้มก็ได้แล้ว ขึ้นอยู่กับขวดสเปรย์ว่าจะใช้แบบไหน ขวดสเปรย์ควรอยู่ใกล้ที่วางช้อนส้อมเพราะอย่างน้อยฉีดสเปรย์เสร็จ ตักน้ำจิ้มเสร็จแล้วฉีดสเปรย์ เลยอยากให้อยู่ข้างๆ กัน ขวดสเปรย์เป็นใส่น้ำจิ้มตรงกลางเป็นช้อนส้อมแอลกอฮอล์อยู่ซ้ายสุด เพราะไม่อยากให้ใกล้น้ำจิ้ม กลัวหกแล้วโดนน้ำจิ้ม รู้สึกเป็นการวางที่โอเค พื้นที่ยื่นรอบเป็นจุดเดียวกับจุดสั่งยังได้ เหมือนจุดรอรับจะมีถาดขวามือเป็นแอลกอฮอล์เป็นงานเป็นช้อนส้อมชอส จุดรอเป็นจุดเดียวกันได้ สุดท้ายเขาก็ไปยืนห่างๆ ร้าน ไม่ยืนหน้าร้าน 100% ปกติจะไม่ยืนรอหน้าจุดรับอาหาร จะไปยืนอยู่ฝั่งซ้าย สมมติจุดขวาเป็นจุดรับ มีช้อนส้อม จะอยู่จุดซ้าย ไม่ให้ไปยืนใกล้กับตัวรับอาหาร เพราะคนอื่นก็เดินมารับ

แผงกัน

ส่งในบางจุด ก่อนหน้านี้ไว้ตรงช่วงจ่ายเงิน แต่รู้สึกว่าพอกันไปรับอาหารจากเขามาถ้าเขาจามติดอยู่ที่มือ กันไปก็เท่านั้น เหมือนเลอะอยู่ดี แผงกันไม่มีอิทธิพลอะไร แต่วิธีเก็บอาหาร พวกอาหารสดมีที่ปิด ไม่ใช่แม่ค้าจามแล้วไปโดนผักที่เตรียมไว้ สำคัญที่ของดิบหรือเครื่องเคียงอยู่ในภาชนะที่มีฝาปิด เพราะถ้ามีแผงกันแต่ข้างในไม่ปิดอะไรแล้วจามอยู่ในนั้นก็ไมช่วยอะไร

เครื่องหมายและสัญลักษณ์

ไม่ค่อยมี เพราะเห็นได้จากที่อยู่ข้างหน้า ไม่ค่อยได้ดูพวกนี้ แค่อุสอาดก็จบแล้ว เดี๋ยวนี้จะเดินใกล้ๆ ร้านมากขึ้นแล้วดูว่าสะอาดมัย ถ้าสะอาดก็โอเคไม่ต้องมีพิสูจน์อะไร ถ้า QR จะเป็นเรื่องความสะดวกสบายเพราะไม่ชอบใช้เงินสด ถ้าร้านไหนมี QR ก็อยากจะเข้าเป็นพิเศษเพราะไม่อยากใช้เงินสด เพราะไม่อยากจับเงินเพราะเชื้อโรค ชอบสแกนมากกว่า และร้านค้าหลายๆ แผงก็รับ qr

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพราะฉะนั้น พอคนเขียน qr จะโดนดึงไป แต่ถ้ารับเงินสดปั๊บจะไม่เข้า ความสะอาดดูที่เคาน์เตอร์ครัว เช็ดสะอาดมัยไม่ใช่มีคราบดำๆ ต่อให้เก่าแต่ถ้าเก่าแล้วสะอาดก็มี แต่ก็เห็นได้ว่าการเช็ดสะอาด ไม่ใช่ มีเศษผักเคลื่อนไหวเคาน์เตอร์ พื้นคราบดำๆ มีเศษอาหารกองที่พื้นก็ไม่ไหว

ความหนาแน่น

อาจจะมัยผล เพราะคนเยอะๆชอบจับกลุ่มคุย คิดว่าไม่ควรคุยตอนทำอาหารน้ำลายกระเด็นลงไป ชอบ ที่คนน้อยดีกว่าดูน่ากลัวว่าคนเยอะไปหมดแล้วตะโกนกัน แต่ในเรื่องความน่ากินพอคนเยอะจะมีความ มั่นใจว่าต้องขายดีถึงจ้างคนเยอะได้ มีการรับประกันเนืองๆว่าอร่อย

ความเปลี่ยนแปลง

เปลี่ยนเรื่องความสะอาด แต่ก่อนจะผจญภัยกินร้านแปลกๆ ตอนนี้ไม่เลยเซฟตัวเอง ไม่ว่าจะโควิดหรือ อะไรจะดูเรื่องความสะอาด

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ผู้หญิง 1 อายุ 40 พนักงานบริษัทเอกชน

ความเปลี่ยนแปลงก่อนหลัง

- หลายร้านหายไปบริเวณด้านหน้า ร้านใหม่เข้ามา โกอ้วนออก ถ้ามแม่ค้าด้วยราคาค่าเช่าที่สูงขึ้นเลย อยู่ไม่ได้ แง่การตกแต่งไม่รู้สักถึงการเปลี่ยนแปลง แคร่รู้สึกสบายตาขึ้น ไม่แออัด เช่น การใช้ไฟของบาง ร้านดูสว่างมากขึ้น โชนของสดเหมือนเดิม อาหารเหมือนเดิม เสื้อผ้าเหมือนเดิม สำหรับเรารู้สึกว่า ไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากเท่าไร ความเปลี่ยนแปลงหมายถึงร้านค้ำมากกว่า แต่การตกแต่งภายในไม่ เปลี่ยนสักเท่าไร

ร้านอาหารที่เหมือนกัน เกณฑ์การเลือก

- ราคา ความสะอาด เจ้าย่าน แบรนดของโปรดักส์ สมมติเยาวราชรังี้ ถ้าตั้งแต่ราคาเพิ่มขึ้นไม่เกี่ยว เพราะรู้ว่ารสชาติอาหารเป็นยังไง ถ้ามีสามร้านแล้วไม่รู้จักแบรนดจะดู ราคา ความสะอาด ความ สะอาดที่ว่าเป็นการจัดวางเรียงพวกผัก เครื่องปรุง สอนซ่อม บางร้านจะให้เลย ถ้าเกิดบางร้านเค้าให้ เลยเรามองด้วยตาเปล่าก็รู้แล้วใส่ถุงพลาสติกมา นั่นก็คือความสะอาดอันดับหนึ่งแล้ว แล้วก็ภายใน ของในร้านเพราะร้านไม่ได้เป็นแบบปิดแบบเปิด เราก็จะรู้ว่าการวางของหรือความสะอาดของ เคาน์เตอร์มันก็บ่งบอกได้อยู่แล้ว เพราะว่าที่ฟู้ด(วิลล่า)ร้านอาหารส่วนใหญ่ก็เป็นแบบเปิดไม่ได้เป็น แบบปิด

แฟงกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไม่สังเกตแพ่งกันเพราะอาจจะกินร้านเดิมๆ อย่างข้าวราดแกงก็เหมือนเดิม แต่ว่าแม่ค้าจะใส่แมสก์ เราก็ไม่ใส่แล้วเนอะ การป้องกันของแม่ค้าจะใส่แมสก์

โควิดเคยเป็นแล้วจะเป็นอีกสักรอบก็ช่างมันเถอะ มันหายเร็วไม่ใช่ช่วงแรกที่เข้ามา ไม่เกิดอันตราย มาก 3-5 วันก็หาย

ช่วงโควิดที่รุนแรง เกณฑ์การเลือกต่างกันมัย

- ต่างกันค่อนข้างเยอะ ที่บ้านทำกับข้าวกินเอง ไม่ค่อยได้ออกมาข้างนอก เพราะบางร้านก็ไม่ออกมา อยู่แล้ว แต่พอการป้องกันเช่น เราได้รับวัคซีน แล้วทำให้เราเห็นเรื่อยๆว่ามันไม่ได้น่ากลัวเหมือนตอน แรกๆที่เดลต้าหนัก แต่เกิดกับผู้สูงอายุหรือคนที่พัววัคซีน จริงๆอายุอาจจะไม่มีผล แต่ส่วนใหญ่แล้ว 60 หรือมีโรคประจำตัวอาจจะมีอาการเยอะ แต่หลังจากนั้นแล้วสำหรับเราเราเคยเป็นแล้ว รู้สึก 5-7 วันก็หายแล้วกับคนรอบข้างที่เป็นรอบที่ 2 มันไม่ได้หนักสักเท่าไร ถึงจะฉีดก็เข็ม ก็เกิดขึ้นได้ ถ้าร่างกายเราอ่อนแอ

ฉากัน

- ระยะเวลาที่เราคุยกันแล้วพินหน้าเรา กระจกรู้สึกมันหนาแน่นดี เห็นฉากันแต่ก็ไม่ได้เอ๊ะเพราะมันซา มากแล้ว ระดับที่มันกันหมดระหว่างเราพูด

ป้าย

- ร้านไหนที่สะอาดเราก็ต้องเสียเอง เพราะไม่รู้ว่าจะข้างนอกบางที่เขาล้าง อันนี้เขาอาจจะไม่ล้างแล้วมา วางเรียงแล้วสวยงามดูเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่เราจะมารู้อีกหนึ่งว่ามันกินไปแล้วไม่สะอาดหรือการ ทำอาหารที่ไม่สุกมาก แต่ถ้ามองภายนอกก็จะดูในระดับหนึ่งว่ามันสะอาดแหละ แต่ถ้าเรากลับไปแล้ว เราต้องเสียหรืออาหารเป็นพิษ เรามาดูที่ความสดด้วย สะอาดอย่างเดียวไม่พอ มันต้องดูที่ความสด ของอาหาร สมมติเรากินต้มยำทะเล เรามองภายนอกสะอาดหมดเลย แต่จริงๆแล้วพวกกุ้ง วัตถุดิบเค้า อาจจะมีเชื้อเป็นระยะเวลาหลายวัน

ระหว่างทำไม่ได้มองดูขนาดนั้น ไม่ได้เป็นคนฝึกขนาดนั้น

เครื่องหมายสัญลักษณ์

- มองพวกป้าย เพราะสร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจให้กับลูกค้า เช่น พนักงานร้านนี้รับวัคซีนเท่านี้ แล้วนะ มีผลตอนช่วงแรก แต่ช่วงนี้ไม่แล้ว

รับรองมาตรฐานก็มีผลดูทั้งสองอย่างทั้งพนักงานใส่แมสก์และรับรอง เพราะเขาไม่เอาออกนะ ร้านนี้

พนักงานได้รับวัคซีนแล้วพนักงานก็ใส่แมสก์ ถุงมือ อย่างบางร้านก็ยังเขียนว่าให้ลูกค้าใส่แมสก์อยู่ที่

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มี แต่ช่วงนี้ไม่ได้ใส่เพราะโควิด ใส่เพราะฝุ่นเยอะกับเหมือนรู้สึกว่าเป็นไข้หวัด หรือคนเยอะ แต่ถ้าเป็นที่โปร่งจะไม่ใส่หรือที่คนเยอะก็ยังใส่ เพราะป่วยมันไม่ดี

ความหนาแน่นของพนักงาน

- ความหนาแน่นไม่มีผล ใส่แมสก์ ถุงมือ พื้นที่ดูสะอาด แต่โดยรวมที่นี้ดูสะอาดอยู่แล้ว อยู่ที่นี้มาหลายปี ไม่ได้มองว่าสกปรกไม่น่าทาน มาที่นี้ตั้งแต่เปิด เพราะใกล้บ้าน บางอาทิตย์มาสองสามครั้ง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 ผู้ชาย อายุ 28 งานอิสระ

มาทุกสัปดาห์ วันเว้นวัน เพราะชอบมาซื้อข้าว บางทีไม่ได้ทำข้าวเองก็มาซื้อที่นี้ กลางวันซื้อภายใน ตอนเย็นซื้อตลาดข้างหน้า อย่างบางร้านร้านน้ำปั่นเขาก็ย้ายไปขายข้างหน้าเป็นตลาดกลางคืน หลายๆร้านเขาก็จะย้ายไปข้างหน้า

ความเปลี่ยนแปลงก่อนหลัง

- ก่อนโควิดก็เจียบเป็นปกติ หลังโควิดร้านใหม่เข้ามาเยอะ อยู่แถวโซนไทยากิ ของกินแปลกๆด้วยรุ่นเข้ามา ผลัดเปลี่ยนไปเรื่อยๆ

การตกแต่ง

- ชุมที่นี้ทำใหม่ แต่ส่วนใหญ่ก็ไม่ เขาปล่อยให้มันนิ่งแล้ว โซนหญ้าเทียมด้านหลังก็นิ่ง ส่วนใหญ่เป็นโซนแม่บ้านหรือที่คนล้างรถอยู่ เปลี่ยนแค่โซนตลาด

ความปลอดภัย

- อย่างแรกดูพนักงานใส่หน้ากากมัย ใส่ถุงมือมัย ที่กั้นก็ดูอย่างขายปาทองโก๋ ขายหมูทอด กล้วยทอด เขาเปิดโล่งไว้ เราก็ไม่ค่อยมั่นใจ เพราะคนก็พุดๆไป ถ้าเป็นแผงเปิด แต่ถ้าเป็นร้านน้ำปั่นเหมือนร้านขายขนมหวาน ถ้าเขาต้องโซว์ของแล้วไม่กั้นเลยนิดนึง เราก็ไม่รู้สึกสบายใจจะกิน กั้นบริเวณที่เป็นของที่เรากำลังกินเข้าไป อยากเห็นขั้นตอนการทำอย่างร้าน hungry ที่ขายข้าวผัดมันเนื้อร้านเปิดใหม่

ช่วงนี้ไม่ได้กลัวมากเท่าช่วงแรกที่นี้ปิดหมดเลยและเจลล้างมือเยอะมาก ช่วงนี้มาซื้อเหมือนกัน

ช่วงซาดูแผงกัน พนักงานเป็นร้านๆไป อย่างถ้าเป็นของที่เห็นและหยิบไปกิน เมื่อกี้ไปซื้อเต้าหู้ทอดถ้าเค้าไม่ครอบไว้ก็น่ากลัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อนเกิดโควิด

- ไม่สนใจเรื่องสวมถุงมือต่างๆ ไม่เคย concern เลยจนมีโควิดแล้วส่งผลกระทบต่อเยอะเลยรู้สึกต้องป้องกันตัว แต่ช่วงนี้ถือว่าปล่อยเยอะ ช่วงนี้ปล่อยไม่เหมือนช่วงหนักๆจะเคร่งกว่า ช่วงนี้ก็ติดตามจากช่วงที่เคร่งด้วยว่ามีเลือกบ้าง แต่ก็ระวังน้อยลง เพราะไม่ได้กลัวเท่าเมื่อก่อน จะซื้อเลือกหลายๆ

เลเวลความกลัว 80 กลัวพ่อแม่เพราะอยู่บ้านเดียวกัน พ่อแม่ไม่เคยเป็น กลัวว่าถ้าเป็นจะลำบากกว่าเรา เขาอาจจะเข้าโรงพยาบาล เพราะช่วงนั้นข่าวสารน่ากลัวมาก ช่วงนั้นเลยแทบจะแยกอยู่ ถ้าเสียง สิ่งเดลิเวอรี่เต็มๆที่คุ้นๆตอนโควิดหนัก

ชอบฟู้ดวิลล่ามากกว่าเพราะธนบุรีเค้าไม่ได้จัดหน้าร้านให้ดูดีเท่าที่คิด กับส่วนกลางฟู้ดคอร์ทที่นี่สบายกว่า facility ดีกว่ามีตู้แอร์ มีที่ล้างช้อน มีคนเดินเก็บ ที่นู่นสกปรกกว่าหน่อยข้าวหก เพราะกึ่งๆตลาดสดแต่มีหมูกว่าตลาดนะ ความสบายใจที่นี่มากกว่า ปริมาณคนเรื่อยๆกว่า ตอนเย็นจะแน่นหน่อย แต่ไม่เคยที่ไม่ได้ที่นั่ง ที่นู่นคนวุ่นวายไม่สงบเหมือนที่นี่ และใกล้กว่าเรื่องความหนาแน่นดูอยู่แล้วทั้งก่อนและหลังโควิด เดินห้าง

- แบรินด์ฟานทวอนมันใจเพราะปิดดี ร้านเนื้อแพคเจจิ้งยิบย่อยและเหมือนทำแยกไว้อยู่แล้ว ข้าวก็ผัดให้ดู ก็ค่อนข้างมันใจแต่ก็มากับราคาที่แตกต่างกัน ถ้าเปรียบเทียบกับข้าวมันไก่รัตนอนันท์ก็ทำงานแต่รู้สึกง่ายแต่ก็ทำสะอาดดี ใส่ถุงกระดาษ

แผงกิน

- เชื้อแบคทีเรีย 4 เพราะเป็นผนังขึ้นมา เพราะรู้สึกเวลาพูด ไอหรือจาม ถ้าวัสดุเชื้อกระจก ปิดเต็มติดไม่ใคร่โฟมมันนำราคาอยู่ได้ยืนไม่ซัด กว่าจะสั่งเสร็จ ยืนของกินให้ลำบากเลย ตอนสั่งดูใช้ความพยายามกว่าปกตินิดหน่อย เหมือนเราไม่ได้ยืนเขา มันใจว่าไม่โดนอาหารที่โชว์ก็พอ ระยะห่างระหว่างเรากับคนขายไม่ได้ matter ถ้าต่างคนต่างใส่แมส เพราะพนักงานใส่อยู่แล้ว ก็ไม่กลัวเท่าไร

ถ้าครอบอาหารได้เค เอามีจิ้มอาหารไม่ใส่ถุงมือก็ไม่ไหว ไม่ค่อยสบายใจ แบบข้าวแกงกันแล้วคนยังชะงักได้ก็รู้สึกแปลกและไม่ค่อยกล้ากิน อาจจะไม่ใช่เรื่องเชื้อโรคอย่างเดียว อาจเป็นเรื่องของอาหารดูซัด เค้าแคว่งทิ้งไว้ไม่ได้อุ่นและวางทิ้งไว้ ไม่น่ากินและไม่รู้สึกดี หรือร้านใส่กรอกมีแผงกินกระจกตัวครอบขึ้นมาหน่อยอันนั้นโอเค เราเห็นของโชว์เห็นวัตถุดิบเห็นว่าไม่โดนอะไรแน่ๆก็มันใจกับร้านอย่างนั้นมากกว่า เลือกรู้อะไรก็รู้สึกว่าต้องทำความสะอาดบ่อย แรปอาหารดูมีรอยรั่วถึงจะเปลี่ยนทุกวัน บางร้านจะไม่ได้ปิดมิดชิดแค่ปิดพาด เลยไม่มั่นใจ ดูแค่ครอบได้มากแค่ไหน

เครื่องหมายสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไม่เชื่อ อุบัติการณ์ขึ้นมาได้ ทำจริงมัยแต่ก็ไม่ได้พิสูจน์ให้รู้ว่าทำจริง และไม่รู้สิกว่ามีใครมาตรวจสอบ

เจลแอลกอฮอล์ สแกนจ่าย

- ช่วงพีคสบายใจสุดคือกดทอนเงินด้วยกดหรือสแกนจ่ายเลย สบายใจกว่ากับร้านที่เขียนว่ารับเฉพาะเงินสดแล้วสแกนจ่ายอย่างเดียว รู้สึกสบายใจสุด แอลกอฮอล์เหมือนของฟรี ดูบิ๊บก็ได้ ดูไม่ได้ใช้ทุกคน 7 ใช้หลังกด หรือ atm หรือก่อนโควิดทอนเงินสดก็ไม่ใช้เท่าไร ไม่กลัวมาก แอลกอฮอล์หน้าร้านบางร้านดูหกละๆมันดูอีกว่า

ความหนาแน่นของพนักงาน

- มีผล บางร้านดูอยู่อัดในช่องเล็กๆขยับตัวอะไรแล้ว ถามว่าเคยซื้อร้านที่นี้แล้วเจอผมมัยก็เคย เลยคิดเรื่องนั้นนิดนึง แต่ถ้าอยู่เยอะแล้วเป็นระบบอย่างร้านข้าวต้มนิยมรู้สึกสะอาด เข้าทำเป็นระบบ สั่งแป๊บเดียวได้ คนนี้ตัด ลวก จบให้เราเลย อันนั้นโอเค แต่ถ้าละๆอยู่ข้างในก็อีกอย่าง มันแปลกๆ แต่ไม่มาก

ความต่างก่อนหลังโควิด

ช่วงโควิดคิดเยอะ เรามาร้านนี้โอเคมัย แต่กลางคืนมันจะเปิดกว่าเยอะ ช่วงโควิดเห็นชัดมันกันไม่กัน จำได้ว่าไม่เดินเข้าร้านทอดมันเพราะวางตากไว้ ถ้าก่อนโควิดไม่มายว่าสกปรกแค่นั้น แต่โควิดมาต้องคิด เป็นรอบเดียว เริ่มคิดว่ากันให้ตายก็โดนไหนก็ได้ เลยรู้สึกผ่อนลง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ผู้หญิง อายุ 27 ลูกจ้างหน่วยงานรัฐ

ทัศนคติต่อโควิด

- ช่วงพีคระวังตัวสูงเพราะที่บ้านมีคนแก่ แม่เป็นพยาบาลจึงมีการเตรียมแอลกอฮอล์หรือแมสก์ให้ก่อนออกจากบ้าน ก่อนเข้าบ้านต้องฉีดพ่นแอลกอฮอล์ก่อนและต้องรีบอาบน้ำเลยไม่ฉันทายได้รับเชื้อ ช่วงหลังที่ชาก่อนเข้าบ้านยังต้องตรวจ atk ก่อนทุกครั้ง ตอนออกไปข้างนอกกับที่บ้านต้องใส่แมสก์ตลอด แต่ตอนอยู่กรุงเทพคนเดียวออกไปข้างนอกก็ไม่ใส่แมสก์แล้ว ทุกวันนี้ยังมีฉีดแอลกอฮอล์ก่อนกิน แต่ไม่ได้พก พฤติกรรมที่ติดมาหลังโควิดคือจะไม่อยู่ที่คนแน่นๆ แต่เมื่อก่อนถ้าจำเป็นก็อยู่ได้ แต่พอเป็นช่วงโควิดจะระวังมากขึ้นไม่อยู่ที่แออัด ถ้ารถไฟฟ้าคนเยอะก็เลือกที่จะไปสาย

เกณฑ์เลือกร้าน

- พื้นฐานไม่ได้เป็นคนที่ชอบออกไปซื้อของ ไม่ได้ชอบซื้อกิน ทำกับข้าวกินเองส่วนใหญ่ ซื้อเป็นกับข้าวไปตลาดซื้อของสดมาทำ ไม่ค่อยเดินออกไปซื้อ ไปแค่ 7 ซื้อมาทำเล็กน้อยเองหรือสั่งแกรปมาส่ง ถ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกไปกินข้างนอกจะเลือกร้านที่คนไม่แน่นดูคนที่มีความสะอาด ไม่ชอบร้านที่เขรอะ ร้านสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รก ไม่มีคราบ เช่น บางร้านมีตู้ที่ไม่ผ่านการล้างเลยกับอีกร้านที่ล้างทุกวัน จะเลือกเข้าร้านสะอาดมากกว่า พนักงานใส่แมสก์จะดูช่วงแพร่ระบาดหนัก

ร้านอาหารแต่ละประเภท

- ไม่มีข้อแตกต่าง อย่างร้านอาหารที่มีการปรุงสุกผ่านการฆ่าเชื้อโรค ความร้อนก็ไม่ซีเรียสแล้ว ถึงบ้านก็ฉีดแอลกอฮอล์ทุกครั้ง ช่วงพีคๆตอนแมสมาส่งก็ฉีดก่อนทุกครั้ง ถึงไปซื้อที่ร้านซื้อกลับบ้านก็ฉีดทุกครั้ง ชอบของที่ทำได้แล้วจะไม่ค่อยซื้อ ถึงเป็นร้านอาหารทานเล่นก็จะขอให้อุ่นให้สำหรับอาหารที่เตรียมไว้อยู่แล้ว หรือถ้ามีแมลงวันก็ไม่ซื้อ อย่างร้านของหวานก็ดูเรื่องความสะอาดตา ตู้แช่ดี สะอาดเคลียร์ใส บางจุดมีพลาสติกแรปปูน่ากิน

การจัดวางพื้นที่

- เรื่องฟังก์ชันมากกว่าเรื่องความปลอดภัย ช่วงนี้ชีวิตขึ้นเยอะ พื้นที่วางช้อนส้อมปรกจะไม่อยากใช้ไม่ อยากเข้า อย่างบางที่มีอุปกรณ์ให้หยิบเอง ถ้าตรงนั้นมีความรกจะรู้สึกว่ครั้งหน้าจะไม่มาแล้ว ความสะอาดคือต้องไม่มีคราบหรือมีอะไรครอบ คนมาเช็คดูตลอดเวลา เพราะตรงหยิบจับเองผ่านมือมัน ร้อยคน ไม่รู้เลยว่าผ่านใครบ้าง ตอนไปตลาดจะเน้นซื้อกลับบ้านเพราะไม่ชอบการวางช้อนส้อมหน้าร้าน ยกเว้นฟู้ดคอร์ทบางที่จะแพ็คช้อนส้อมวางไว้ให้ และจะจำว่านี่ทำและจะมาที่นี่ อย่างบางที่มีหม้อ ต้มสัมนจะคิดว่านี่คือน้ำอะไร บางทีจะไม่จุ่มเช็ดทิชชูแทน อย่างร้านก๋วยเตี๋ยวที่เตรียมทุกอย่างแล้ว จะหยิบแล้วมาเช็คจะไม่หยิบแล้วกินเลย เครื่องปรุงจะหยิบร้านที่เตรียมเป็นเช็ดไว้ให้ ถ้าเป็นถ้วยที่ดูมีความเขรอะจะไม่กิน ขวดแอลกอฮอล์ตอนพีคจะใช้แต่ตอนนี้จะใช้แอลกอฮอล์ของเพื่อนแทนไม่ใช่ของร้าน

แผงกัน

- มีแผงกันไม่ช่วยอะไร เพราะสุดท้ายคนที่พยายามชะงักหน้าคุยกัน อย่างร้านที่ 2 เราไม่เห็นอะไร เลยคือน่ากลัว เพราะชอบเห็นตอนคนทำ ทำให้รู้สึกปลอดภัยยังเป็นร้านแผงลอย เขาทำอะไรใส่อะไร สะอาดจริงมัย แต่ถ้าปิดหมตมันต้องมีความไว้ใจเหมือนครัวในบ้าน การมีแผงกันโซนวัตถุดิบรู้สึกช่วย ได้น้อยในการป้องกัน การมีแผงกันรู้สึกบางทีคุยกันยาก สื่อสารไม่ค่อยเข้าใจ ยิ่งถ้าปิดเยอะคนขายจะ ไม่รู้ว่าเราพูดอะไร สั่ง a ได้ b สุดท้ายต้องหาช่องที่คุยรู้เรื่อง ยกเว้นว่าที่กั้นระหว่างเรากับคนขายห่าง กันนิดเดียว แต่จริงๆตรงจุดที่คุยจะมีแผงหรือไม่มีก็ได้ไม่ซีเรียส และตรงบริเวณที่คุยกันไม่ควรวาง อุปกรณ์ วัตถุดิบไว้ ถ้าจะมีแผงกันจริงๆไม่ติดเรื่องวัสดุขอแค่ทำความสะอาด เพราะตอนคุยเห็นหน้า เขาจะเห็นความเขรอะตลอด ต้องขยันทำความสะอาด ยิ่งพูดตอนใส่แมสก์ยิ่งไม่ได้ยิน แต่คนขายยัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำเป็นต้องใส่แมสก์อยู่ เพราะบางทีคนขายก็ไอไปทำไปและพูดตลอดเวลา จึงรู้สึกว่ถ้าเขาใส่แมสก์น่าซื้ออยู่ แต่บางทีก็เห็นว่าไม่ใส่ ก่อนหน้านั้นไม่ชอบร้านที่พูดมากก่อนหน้านั้นไม่ซีเรียสเรื่องนี้ นี่เป็นอีกสาเหตุที่ชอบอาหารปรุงสุกปรุงร้อนตั้งแต่แรกๆ รู้สึกว่าฆ่าเชื้อมาระดับหนึ่ง ถึงปรุงร้อนมาแล้วกลับมาก็อุ่นอยู่ดี

เครื่องหมายและสัญลักษณ์

- ไม่มีผลต่อความปลอดภัย รู้สึกว่าแปะไปเท่านั้น พนักงานทำไม่ได้ มีร้านหนึ่งที่ชอบกินแล้วเห็นแมลงสาบออกจากโซนหั่นผัก หลังจากนั้นไม่กินอีกเลย ไม่รู้ว่าจะมาถ้วยเราวันไหน

ความหนาแน่น

- ไม่มีผล จำนวนคนบ่งบอกความยุ่งในการทำไม่ใช่ความปลอดภัยอาหาร

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 ผู้หญิง อายุ 32 freelance

การใช้พื้นที่ วัสดุ เครื่องหมาย ความสะอาด ความหนาแน่น พนักงาน

ทัศนคติโควิด

- ช่วงโควิดเลือกที่ไม่มีแอร์ โปรง มีอากาศถ่ายเท ตอนออกข้างนอกติดแอลกอฮอล์ ใส่แมสก์เลือกใช้ หลังจับอะไรก็จะพ่น กลับมาเปลี่ยนชุดอาบน้ำ ของที่ซื้อล้างที่อ่างล้างจาน หลังโควิดไม่ได้ใช้แล้ว แอลกอฮอล์ ติดโควิด 4 รอบ ตอนนั้นเลยเฉยๆ แต่ถ้าไปยืมไปจับของส่วนรวมก็ยังล้างมืออยู่ ก่อนโควิดก็ล้างแต่ไม่ได้บ่อยเท่า ตอนนั้นเหมือนออโต้ไปเลยว่าถ้าจับของอื่นทั่วไปก็อยากพ่นแอลกอฮอล์ ทุกอย่าง ที่จับรู้สึกสกปรก

เกณฑ์การเลือกก่อนโควิด

- เห็นที่เขาทำความสะอาดหลังร้าน ถ้าเห็นว่าหลังร้านกว้างมากกองเศษอาหารจะไม่เอาเลือกร้านอื่นแทน เพราะส่วนใหญ่หน้าร้านจะเดาไม่ค่อยได้ ส่วนใหญ่จะเหมือนกัน ตู้โชว์ คนทำ หรือคนใส่หมวกคลุมผม ค่อนข้างแรนด้อม เค้าจะไม่ค่อยใส่กัน ตอนเดินดูอาหารก็จะส่องข้างใน เชียงเป็นยังไง น้อยมากที่จะเห็นขนาดนั้น

เกณฑ์การเลือกหลังโควิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- รู้สึกเปลี่ยน จะดูแมสก์หรือที่กันน้ำลาย เพราะเขาพูดตลอด ให้ค่ากับน้ำลายมากกว่าถุงมือ เพราะดูสกปรกมากกว่า มันเห็นเป็นเม็ด ส่วนแผงกันคนขาย คนซื้อรู้สึกไม่ช่วยอะไร ตั้งไปก็สกปรกอยู่ดี

เกณฑ์การเลือกร้านแต่ละประเภท

- ขนมหวาน มีแมลงวันมัย บางร้านที่ดูจะมีพลาสติกแรปเหมือนห่อไว้ครึ่งหนึ่งไม่ให้แมงไปตอม มีกระดาษกลืนอาหารว่าบูดมัยถ้าร้อนหรือตากนานๆ

- เครื่องดื่ม จะไม่เลือกร้านที่มีถังน้ำแข็งแล้วเอาทุกอย่างไปกองอยู่ในนั้น แก้วพลาสติกไปเตรียมในนั้น มะนาวที่หั่นแล้ว น้ำแข็งที่ตกให้เรากิน สิ่งที่แช่อยู่ดังเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่ร้านพวกนี้จะเปิดถังไว้อยู่แล้วเพราะตกเรื่อยๆ

- กายเดี่ยว ถุงมือเพราะต้องหยิบวัตถุดิบมาใส่กระซอน ถ้าใช้มือเปล่านั้นก็อาจจะ... ใส่ถุงมืออาจจะดีขึ้นหน่อย

- ทานเล่น ลูกชิ้นทอด ถ้าในตู้เก็บวัตถุดิบไม่มีน้ำแข็งจะไม่กิน รู้สึกว่าจะบูด เพราะมันคงอัดแน่น เยอะๆจะมีน้ำแข็งแค่ฐานล่าง รู้สึกว่าความร้อน ทำให้ออกเสีย เพราะบูด ดูจากขอบกะทะอย่างที่ทำจากแป้งพอเทแป้งแล้วรูดกระจายจะมีเศษแป้งที่เค้าไม่เอาออกข้างนอก ถ้าร้านดีก็จะเขี่ยออกไปทิ้ง แต่ถ้าร้านที่สกปรกจะกองไปเรื่อยๆแล้วเป็นชั้นก้อนๆขอบๆ ร้านดีจะรูดทิ้ง

- ร้านจานด่วน ดูเขียง เพราะไม่ว่าในตู้จะเป็นไงแต่พอวางบนเขียงคือก่อนใส่จานให้เรา ดูด้วยข้าว ถ้าร้านดีจะห่อถุงพลาสติกที่ด้วยข้าวจะรู้สึกสะอาดกว่า ไม่รู้ว่าช่วยมัย แต่คนไปซื้อเขาดูมากกว่าร้านอื่น

การใช้พื้นที่

- แอลกอฮอล์ที่ตั้งไว้หน้าร้านไม่เคยกดใช้เพราะดูสกปรก เพราะรู้สึกว่ามือใครก็มากด รู้ว่าพอแอลกอฮอล์ใส่ในมือก็จะสะอาด แต่ขวดพวกนี้คือการ refill มันคือขวดเดิมที่อยู่มานาน โชนสั่งอาหารกับรับข้าวห่างกันนิดนึงจะดี เข้าใจว่าที่ไม่กว้าง ซ้ายขวาที่ได้ สั่งข้าวขวาจ่ายตั้งเสร็จตรงนี้ก็ไปอยู่ซ้ายเพื่อรอรับข้าว แล้วตรงซ้ายก็มีถ้วยน้ำจิ้ม ซ่อนให้หยิบ โพลวจะดีกว่ารู้สึกไม่ออ เพราะถ้าตรงที่จ่ายตั้งและสั่งอาหารมีทั้งซ้น ถ้วย น้ำจิ้ม พอพูดน้ำลายก็ลง หยิบเบงค์หยิงตั้งเพื่อหลบไปในซ้นอีก รู้สึกแยกซ้ายขวาดีกว่า ไม่ซีเรียสเรื่องที่ต้องมีพลาสติกคลุมซ้นถ้วยน้ำจิ้ม เพราะการไปกินตามฟู้ดคอร์ทเค้าไม่น่าจะลงทุนขนาดนั้น การที่ไปกินตรงนี้เรารู้อยู่แล้วว่าจะเป็นอย่างไง ก็รับได้ตั้งแต่แรกอยู่แล้ว แต่ต้องดูว่าตำแหน่งที่วางเสียงที่จะสกปรกกว่าเดิมมัย

แผงกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- **ไม่ช่วย** เชื้อโรคไม่ได้เกิดจากการสัมผัส ลอยในอากาศ ถ้าไปสถานที่แบบนี้เสี่ยงอยู่แล้ว ต่อให้กันปิดทั้งหมด ถึงไม่ได้จากร้านก็ได้จากลูกค้าคนอื่นอยู่ดี ถ้ามี**แผงกันครอบวัตถุที่ปรุงสุกแล้ว** ต้องตั้งอยู่ตรงนั้นนานๆ ถ้ามีกันจะรู้สึกดีกว่า ร้านนี้ให้ความใส่ใจ ช่วงจ่ายตังรับอาหารรู้สึกเฉยๆ แต่ถ้าเป็นวัตถุดิบหลักที่จะทำให้ปรุงสุก รออยู่ตรงนั้นทั้งวันเพื่อรอการปรุงโอเค ประเด็นไม่ใช่ น้ำลายโดนกัน ยิ่งงเขาต้องหยิบอาหารให้ น้ำลายอาจลงข้าวตั้งแต่แรกอยู่แล้วถึงแม้จะมีหรือไม่มีที่กัน ถ้าเป็นบุทอย่างเดียว ไม่เกี่ยวกับใส่แมสก์ไม่ใส่แมสก์รู้สึกไม่จำเป็น

เครื่องหมายและสัญลักษณ์

- **ช่วย** เพราะเหมือนมีการรับรองในระดับหนึ่งว่าร้านเชื่อถือได้ ไม่ได้อยากจะเปิดก็เปิดขึ้นมารู้สึกเหมือนมีการตรวจสอบ ซึ่งไม่รู้ว่าการตรวจสอบมากน้อยแค่ไหน แต่ถ้าได้สติเกอร์นี้มาต้องผ่านระบบสักอย่างก็ช่วย อย่างน้อยก็อาจจะมีกรมอนามัยมาตรวจสอบก็ยังดี **แต่ไม่รู้เชื่อถือได้มั้ย**

ความหนาแน่น

- **สำคัญสุด** รู้สึกว่าในนั้นจะมีเชื้อโรคมกกว่า เพราะในฟู้ดคอร์ทพื้นที่เล็กมากอาจจะมีเส้นผมที่หลุด น้ำลายที่คุ้ยกัน เทื่อ รู้สึกว่ากว่าจะผ่านมาให้งานหนึ่งสี่คนรู้สึกผ่านมาเยอะเกินไป สองคนพอเข้าใจ คนหนึ่งรับออเดอร์ คนหนึ่งไปผัด รู้สึกข้างหลังจะสกปรก รุนวายจะจัดการไม่ค่อยดีเท่าไร

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 ผู้หญิง อายุ 31 พนักงานเอกชน

ทัศนคติโควิด

เฉยๆ บริษัทให้อยู่หอก็หนีไปเที่ยวได้ ตอนออกก็ใส่แมสก์บ้างไม่ใส่บ้าง ล้างมือบ้างไม่ล้างบ้าง ความกลัวให้ 7 อยู่บ้านคนเดียว ก่อนหลังโควิดทำตัวเหมือนเดิมไม่ใส่แมสก์ไม่ล้างมือ

เกณฑ์ก่อนโควิด

เลือกร้านที่คนเยอะกว่า น่ากินกว่า ให้ความสำคัญที่รสชาติ **ความสะอาดดูสแตชั่นที่ทำ โต๊ะ** สภาพบรรยากาศของร้าน **มีเศษอาหารกระจัดกระจายจะดูไม่น่ากิน**

เกณฑ์หลังโควิด

ใส่แมสก์ใส่ถุงมือมั้ย เราก็มึ awareness เรื่องนี้เพิ่มขึ้นนิดหนึ่งมั้ง ถ้าตอนนี้เฉยๆ ช่วงซาใหม่ๆก็ดูนิดหนึ่ง

เพราะตอนนี้ไม่กลัวแล้ว **ร้านขนมหวานดูสแตชั่น** ดูของที่เขาใช้ ตั้งอยู่บนมั้ย สลิมเค้าอาจจะตากลม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มานานแล้วก็ไม่น่ากิน มีอะไรคลุมก็ตีดูป้องกันอะไรตกลงไป ร้านเครื่องตีดูว่าร้านไหนจัด presentation น่ากิน เมนูล่อตาล่อใจรีเปลา ว่าแต่งตัวยังโง่สะอาด แต่ร้านผลไม้ปั่นใส่ถุงมือก็จะมี ดูเมนู ดูสแตชั่น ถ้าทำไว้แล้ววางๆอยู่ก็อาจจะไม่ค่อยอยากกินเท่าไร เพราะว่ามันอาจจะไม่ร้อน ออพชั่นเยอะเมนูเยอะ

การใช้พื้นที่

เครื่องปรุงถ้าอยู่แถวนั้นจะคิดนิดนึง พอเป็นของกินจะคิดแต่ซอสส้มไม่คิด อะไรกระเด็นใส่รีเปลา เพราะกับซอสส้มดูที่เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นด้วยตา ถ้ามีคนทำโรงงไปในเครื่องปรุงเราจะเห็น แต่ถ้าน้ำลายลงซอสส้มเราไม่เห็น พื้นที่ชำระเงินไม่อยากให้คนเก็บเงินเป็นคนเดียวกับที่กำกับข้าวหรือใส่ถุงมือที่จับกับข้าวแล้วมาจับเงิน แล้วจะใส่ถุงมือทำไม ดูร้านที่มีสแกนเพราะไม่พกเงิน ไม่ได้กลัวว่าเงินสกปรก แอลกอฮอล์หน้าร้านไม่เคยใช้เพราะไม่ชอบสัมผัส ถ้าเป็นสเปรย์จะใช้บ้างวันไหนที่รู้สึกมือสกปรกจริงๆ เจลแอลกอฮอล์ไม่ใช่อยู่แล้ว สกปรกกว่า ดูยิ้มๆแข็งๆไม่ชอบ แต่ถ้ามือสะอาดแล้วจะไม่ใช้เลย พื้นที่ร่อยอยากจัดให้เป็นโซนชัดเจน บางทีสั่งแล้วรอแล้วยืนออๆอยู่ตรงนั้น ไม่ชอบที่แออัด เพราะไม่ชอบบออยู่แล้ว

แผงกัน

ความรู้สึกมีผล เชิงวิทยาศาสตร์ไม่รู้ช่วยได้จริงเปล่า แต่ส่งผลต่อจิตใจนิดนึงว่ามีก็ดีกว่าไม่มี รูป 5 ถ้ามีอาหารอยู่ดูป้องกันจากภายนอก แต่ตัวคนแค่ใส่แมสก็พอ ไม่จำเป็นต้องมีอะไรมาปิดหน้า ป้องกันที่ตัวอาหารมากกว่า ตรงที่ชำระเงินไม่น่าต้องมี เครื่องหมายสัญลักษณ์ไม่มีผล ไม่สนใจและเชื่อว่า จะช่วยอะไรได้ หนาแน่นไม่มีผล

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 ผู้ชาย 7 30 พนักงานบริษัท

ทัศนคติโควิด

ช่วงแรกมีคนตายก็กลัว คนใกล้ตัวตาย ระดับความกลัวให้ 8 ตอนนั้นนอกจากบ้านได้แต่ต้องมีเรื่องสำคัญเท่านั้นถึงออก เช่น ต้องไปคุยงาน แต่ถ้าออกไปเดินเล่นก็ไปออก ถ้าจะออกออกก่อนเคอร์ฟิวแป๊บหนึ่ง ตอนนั้นใส่แมสสองชั้นพกแอลกอฮอล์ ข้างในแมสการแพทย์ ข้างนอกแมสผ้า กลัวแมสทั้งหมดเลยรีบซื้อ ตอนนั้นไม่ใส่แมสกลัว เพิ่งมาถอดแมสเมื่อปลายปีที่ซาจริงๆ ที่ส่วนใหญ่ข้างนอกถอดเกินครึ่งค่อยถอด พฤติกรรมที่ติดจากช่วงพีคคือล้างมือ กลับบ้านก็ล้างมือ ชอบล้างมือมากขึ้น ติดการล้างมือ ช่วงนี้ไม่ได้พกแอลกอฮอล์แล้ว ไม่ได้พกติดตัวแต่ก็มีในกระเป๋า เพราะสุดท้ายนึกถึงฟังก์ชัน

มีฟังก์ชันที่ตีก็พกไว้ไม่ได้หนักอะไร โควิดตอนนี้ก็กลัว เหมือนเป็นรอบแรกต้องกักตัว ไม่ค่อยดีต่อจิตใจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้ ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่าไร ตอนนั้นยังหนักมาก ตอนเป็นรอบสองก็ดีขึ้น มีพื้นที่แล้ว ถ้าตรงไหนเป็นพื้นที่แออัดจะรู้สึกไม่ปลอดภัยอย่างแรงระดับ 6-7 อย่างคอนเสิร์ตที่ชิดกันสุดๆ หลังๆก็ไม่ค่อยเพราะตัวเองเลือกที่จะไม่ไปยืนอยู่ที่มันแน่น รอบก่อนหน้าทีไปฮ่องกงอันนั้นแน่นอนจริง ก็วิตกกังวลแต่ไม่ใช่ มีความเชื่อที่ว่าต่างประเทศไม่มี ซึ่งเป็นความเชื่อที่โง่มาก เพราะอากาศดีเกินกว่าจะใส่แมสก์ แต่ก็แออัดเลยไม่ใช่ พฤติกรรมไม่ค่อยเข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่ที่นั่นกันมากๆหรือพื้นที่ปิดขนาดนั้น ล้างมือก่อนกินข้าวเมื่อก่อนถ้าหิวก็จะกินเลยไม่สนใจ แต่เดี๋ยวนี้ไม่ได้ ถึงออฟฟิศก็ต้องล้างมือ ถึงบ้านก็ต้องล้างมือ

เกณฑ์ก่อนโควิด

ดูเมนู ปริ๊เซ็นต์เทชั่นหน้าร้าน ถ้าทำโอคดูรู้เรื่องแล้วส่งง่าย priority คือปริ๊เซ็นต์เทชั่นข้างหน้าเป็นยังไง หน้าตาน่ากินมั๊ย ค่อยดูว่าสั่งยากมั๊ย รู้สึกว่าร้านอาหารตามสั่งที่มี 8 เมนูเยอะมากๆข้างหน้าจะไม่ค่อยเลือก เพราะตัวเลือกเยอะเกิน อยากกินอะไรที่มีแค่ 4 แล้วเลือกได้เลย ตัวเลือกยิ่งน้อยยิ่งดี เพราะแค่ต้องการกิน ไม่ได้ต้องการแพนตาซีขนาดนั้น ร้านไม่ต้องแพนตาซี อย่างมาเวอวัง เพราะรู้สึกว่าร้านเวอวังจะไม่ค่อยออร์ย่อย แบบจัดร้านยังไงวางวัตถุดิบอาหารแบบไหนมากกว่า ดูวิธีการเขาใช้ ดูว่าเขาปรุงยังไง เห็นแล้วก็รู้สึกน่าสนใจเพราะก็ดูได้ว่าวันนี้เขามีอะไร ดูหน้าตาหน้าร้านก่อน แล้วก็มองเข้าไปว่าเขาปรุงยังไง แล้วก็ดูไปเรื่อยๆ สิ่งแรกต้องดูเมนูก่อนถ้าเยอะไปจะไม่อ่าน

เกณฑ์หลังโควิด

คิดว่าไม่เปลี่ยนแปลง อาหารก็คืออาหารไม่ได้เกี่ยวกับโควิดขนาดนั้น ถ้าเป็นในฟู้ดแบวนั้นจะไม่เข้าร้านที่สกปรก จะกินอาหารที่ดูสะอาดเท่านั้น แต่คิดว่าโควิดไม่น่ามีผลขนาดนั้นเรื่องสั่งอาหารในตลาด เหมือนเวลาไป terminal 21 แล้วร้านที่คนเยอะๆ คือจะรีบแล้วทุกอย่างในครัวและมาก ถ้าครัวและจะไม่ค่อยอยากกิน มันมองเห็นครัวเลย อย่าง food villa สั่งเคาน์เตอร์แล้วข้างหลังก็เป็นครัวเลย ร้านไหนที่ครัวดูสะอาดก็จะไม่ค่อยอยากกิน เพราะรู้สึกว่าสตรีทฟู้ดอินเดียนี่เปล่า ถ้าข้างหน้าร้านให้ซอสตักแล้วมีคนตักหกแล้วมันไม่มีคนมาเช็ด ก็จะไม่รู้สึกไม่ดีเพราะรู้สึกว่าเค้าไม่ค่อยดูแล ความเหนอะหนะ อย่างถ้วยตักน้ำจิ้มที่พี่เค้าหล่นไปในนั้นแล้ว จะกินยังไงหรือไม่ดูเลยหรือ ดูคนแต่งตัว ถ้าพูดเชิง food villa จะดูว่าเค้าโอเคมั๊ย ถ้าแบบถอดเออะรู้สึกแปลกๆนิดนึง แต่ถ้าร้านข้างนอกเป็นอาแปะร้านโทรมๆหน่อยจะรับได้

ประเภทร้าน

ของหวานต้องไม่มีฝิ่งอันดับแรก ถ้าเค้ากำจัดฝิ่งไม่ได้ก็เลือกไม่ได้ เพราะกลัวโดนต่อย เข้าใจว่าควบคุมยากแต่ควบคุมได้ ถ้าร้านไหนไม่มีฝิ่งจะเข้าร้านนั้น การจัดร้านวางยังไง ร้านไหนคนเยอะกว่า ร้านนั้นถ้ามีเจ้าของอยู่ไม่ใช่พนักงานอย่างเดียวจะเดินไปกินร้านที่มีเจ้าของ ถ้าเป็นพนักงานจะซุดขาวใส่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวทวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวกขาวถ้าเป็นอาเจียจะอยู่เฉยๆทุกดุนุ่นนี้ รู้สึกว่าถ้ามีคนควบคุมจะตั้งใจทำงาน แต่ถ้าไม่มีคนควบคุม พวกพรนไซส์จะทำแค่ตามสูตร หรือเราสามารถถามอาเจียได้ว่าควรกินอะไร ถ้าเป็นขนมหวานอาเจียดูบออะไรได้ แล้วจะเลือกถ้าร้านไหนจับคู่ได้น่าสนใจกว่าจะเลือกอันนั้น เช่นมี abc รวมกัน จับให้เลย เพราะถ้านั่งเลือกเองอันนั้นก็น้อยากกิน ก็ตามใจตัวเองได้ แต่บางทีก็อยากได้ไค้ชนิดน้อยกว่าถ้าเป็น abc เค้คคงคิดมาแล้วว่ารวมกันแล้วดี ร้านเครื่องดื่มผลไม้ปั่นดูว่าเค้คตั้งใจล้างเครื่องปั่นมากแค่ไหน และดูวิธีต้มน้ำแข็งเค้คแบบใช้มือ ก็ดูไม่น่าเวิร์ค จะดูสีผลไม้ว่าเค้คดูผลผลไม้ดีแค่ไหนจากที่ตั้งโชว์แบบเป็นชั้นหั่นแล้วก็ดี ดูทำงานเป็นดี มาหั่นโชว์ดูไม่จำเป็นขนาดนั้น ถ้าตั้งเป็นตั้งเยอะๆมากๆก็จะคิดว่าตั้งไว้นานแค่ไหนแล้ว ต้องตั้งในปริมาณที่พอดี ถ้าเป็นตลาดนัดทั่วไปเอาน้ำแกว่งสองสามที แต่มันใส่ใจได้ ร้านก๋วยเตี๋ยวร้านที่ไม่ทำเครื่องปรุงหก เพราะร้านก๋วยเตี๋ยวชอบตักนุ่นนี้แล้วหก ร้านที่ตักไม่หกจะเลือกร้านนั้น ความสะอาดจะดูว่าเค้คใช้มือหยิบลูกชิ้นหรือเปล่า เพราะร้านข้างนอกที่อร่อยๆเค้คจะค่อยๆหยิบมาหั่นแล้วหยิบใส่ไม่มีถุงมือ แต่ก็เลือกไม่ได้เพราะอร่อย แต่ถ้าไปฟู้ดวิลล่าถ้ามีที่เค้คแล้ว ก็ดูว่าร้านไหนให้เยอะ ร้านอาหารทานเล่นดูน้ำจิ้มว่าอันไหนน่ากินกว่ากัน ถ้าเป็นของทอดจะดูว่าเค้คทอดทิ้งไว้หรือเปล่า หรือเค้คทอดใหม่ให้แล้วก็ดูสีน้ำมัน ก็ดูร้านไหนที่เพียวๆ ก็ซื้อร้านเพียวๆ แล้วให้เค้คทอดให้ เพราะจะมีร้านที่ยังไม่ทอด แล้วก็ดูสีน้ำมัน ดูวิธีจัดการใดๆของเค้ค อาหารจานด่วนดูความสะอาดโดยรวม ข้าวมันไก่มันง่ายมาก แบบกำแพงร้านจะเมื่อกๆ ร้านไหนที่เมื่อกน้อยกว่าจะเลือกร้านนั้น ต้องดูวิธีการ ไก่หนึ่งตัวเค้คก็จะหั่นออกมาจะดูสภาพไก่ดูวัตถุดิบเค้ค วัตถุดิบมากกว่าว่าเป็นไฉ

การจัดร้าน

ร้านไหนมีหม้อหุงข้าวต้มน้ำร้อนไว้จะไม่ใช้ จะหยิบแต่ช้อนส้อมอย่างเดียว แล้วก็ร้านไหนที่ไม่วางช้อนส้อมไว้ข้างหน้าแต่ว่าหยิบช้อนส้อมให้เองต่างหากแบบจัดมาให้จะเลือกแบบนั้นมากกว่า จะไม่เลือกหยิบเอง เพราะคนอื่นจะมาเลือก คนที่กินก่อนเราเขาจะมาเลือกช้อนส้อมที่เขาอยากเลือกแล้วก็จับๆ สู้ให้เค้คหยิบให้เลยดีกว่า แบบจัดไว้ให้ ถ้าอย่างพวกนี้บางที่จะเอาช้อนส้อมอยู่กับตัวเองแล้วก็วางไว้ให้ข้างๆมาเลย เสริฟมาพร้อมอาหารไม่ต้องหยิบเอง เลือกได้จะไม่หยิบเองเพราะไม่อยากจะเพราะบางคนชอบเลือกมือโดน เป็นมาตั้งแต่ก่อนโควิด พื้นที่จ่ายเงินถ้ามีคนเก็บตั้งอย่างเดียวแยกจะกินร้านนั้น เพราะแสดงว่ายุ่งมากเลยต้องมีคนๆหนึ่งกดแต่เครื่องเก็บตั้ง แปลว่าน่าจะอร่อยเพราะต้องให้คนหนึ่งคนมาทำหน้าที่นั้น เพราะเร็ว ถ้าร้านทั่วไปก็จะ 2 คน คนหนึ่งเตรียมของ คนหนึ่งปรุง พอเตรียมของเสร็จก็ต้องถอดถุงมือ แล้วก็มานั่งกดเครื่อง แล้วก็หยิบถุงมือเข้าไปใส่เหมือนเดิม รู้สึกว่าความสะอาดไม่เกี่ยวขนาดนั้น เจลแอลกอฮอล์ไม่กดเลย เพราะไม่สะอาด เวลากดจะมีตะกรังเกาะอยู่ที่หัว ไม่เช็ดกัน ถ้าฝอวงเวียนใหญ่จะมีเสปซทิ้งไว้เป็นสเปรย์ รู้สึกทางการหน่อย ถ้าให้กดก็ไม่กด

เพราะบางทีผสมน้ำรู้เพราะเหลวเกินที่จะเป็นแอลกอฮอล์ ตอนนี้จะใช้ของตัวเองหรือไม่ก็ซื้อทุกอย่าง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสร็จเดินไปล้างมือแล้วมากินหรือไม่ก็ชงชูปะเปี้ยก ถ้าไปฟู้ดวิลล่าก็จะพกไปเพราะรู้ว่าพอเป็นโต๊ะรวมก็จะเซ็ดโต๊ะแล้วนานๆทีก็ว่าพนักงานจะมาเซ็ดให้เลยเซ็ดเอง พื้นที่รออาหารถ้าคนเยอะจะกลับมานั่งที่โต๊ะ สั่งเสร็จแล้วก็เดินวนไปเรื่อยๆค่อยมาเอา ตอนแรกจะเดินดูก่อนว่าจะกินอะไร ถ้ามีสองร้านก็จะดูก่อนว่าแต่ละร้านเป็นยังไงแล้วค่อยตัดสินใจอีกทีตอนจะกิน

แผงกัน

รู้สึกว่ามันเกี่ยวกับโควิดอย่างเบอร์ 5 เป็นเรื่องกระเด็นคือการแบ่งโซนชัดเจน อย่างถ้ามีคนมาขึ้นแล้วถามว่าอะไร พุดไปไม่รู้ว่าจะลงวัตถุดิบอะไรไป อย่างเบอร์ 5 หรือ 6 ก็ปกคลุมไปเลยว่าได้แค่เห็นแต่ไม่มีสิทธิจะเอามาเลย ก็รู้สึกว่าไม่มีผลเพราะอย่างน้อยเค้าพุดกับเราก็ไม่ได้โดยตรงขนาดนั้น เรื่องกระเด็นด้วยเบอร์ 6 เอาไว้เก็บวัตถุดิบช่องว่างๆหาๆเอาไว้เก็บตั้ง ขอแค่ออกจากวัตถุดิบพอ เพราะพอครัวบางที่ก็ยังไม่ใส่แมสก์อยู่

สัญลักษณ์

วัคซีนไม่มีผล สแกนจ่ายมีผลไม่เกี่ยวกับความปลอดภัย ทุกคนฉีดวัคซีนหมดคนจะเป็นก็เป็น ถ้าแต่งตัวดีบริการดีก็โอเคแล้ว

ความหนาแน่น

ไม่มีผล 4-5 คนน่าจะอ้อยเพราะใช้คนเยอะ จะกี่คนถ้าจะเป็นโควิดก็ต้องเป็น ไม่สามารถควบคุมได้ 4-5 คนดูอ้อยกว่าเพราะใช้คนเยอะ

ภาพรวม

ดูไม่ต่าง เพราะเลือกอาหารที่อาหารเป็นหลักก่อน แล้วที่เหลือเป็นเรื่องตัดสินใจทีหลัง อยู่ที่ว่าร้านนั้นทำอาหารน่ากินรีเปลา่ อยากกินอะไร รองคือร้านแต่ละร้านเป็นยังไง รู้สึกว่าอาหารสกปรกง่ายมาก ออ้อยก่อน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8 ผู้หญิง อายุ 20 นักศึกษา

ทัศนคติโควิด

ตอนแรกยังไม่ได้ทำอะไรขนาดนั้น แต่พอรู้สึกว่าคุณติดยะขึ้นบวกกับข่าวเลยรู้สึกที่น่ากลัว ถึงยังไม่รู้ข้อมูลอะไรเกี่ยวกับโควิดขนาดนั้นเลยรู้สึกว่ามันอันตราย แต่พอหลังๆเริ่มปลงเหมือนอยู่บ้านเยอะๆ ตอนนั้นระหว่างกลัวโควิดกับไปโรงเรียนไปเจอเพื่อน อยากไปโรงเรียนมากกว่า เลยปลงแล้ว แต่พอไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงเรียนแล้วที่โรงเรียนกลัวมาก ถ้าแต่ตัวกันก็ต้องกลับบ้านเลย ทุกคนต้องนั่งแยกโต๊ะ แต่พอนั่งกินข้าวก็กินด้วยกัน ตัวเองไม่ได้ซีเรียสขนาดนั้น มีพกแอลกอฮอล์ก็ฉีด ช่วงพีคแถวบ้านยังเปิดอยู่พวกซูเปอร์มาร์เก็ตก็ออกก็ใส่แมสก์ ตัวเองออกจากบ้านทุกวัน กลัวแต่อยากกลับบ้านเพราะเบื่อ แต่ว่าส่วนใหญ่สั่งแกรปเป็นหลัก ความกลัวให้อยู่ที่ 7 ตอนนั้นไม่เคยติดจนมาปีที่แล้ว ตอนนั้นไม่ได้กลัวติดโควิด แต่ไม่ชอบที่ต้องกักตัวอยู่ที่บ้าน คือใช้ชีวิตเหมือนเดิมแค่ไม่อยากติดโควิดเพราะไม่ชอบการกักตัวอยู่บ้าน ถ้าจะติดก็ติด ถ้าติดแล้วออกมาใช้ชีวิตปกติได้ก็โอเคใส่แมสก์ป้องกันทุกอย่าง ไม่ชอบที่ต้องอยู่แต่ในห้อง 5 วัน ทรมาน ถ้าต้องไปที่ที่รู้สึกไม่สะอาดก็จะพกแอลกอฮอล์ เช่น พื้นที่สาธารณะ ถ้าวันนั้นรู้ว่าต้องขึ้นรถสาธารณะเยอะๆก็จะพกแอลกอฮอล์ ที่ที่คนจับเยอะ ขึ้นรถไฟฟ้าถ้าเลือกได้ก็ไม่อยากจับ แต่ก็ไม่ได้ใส่หน้ากาก แคร่รู้สึกกลัวเฉยๆ

เกณฑ์ก่อนโควิด

ดูจากสีน้ำจิ้มหัวกุ้ง คุณลักษณะคนทำดูตรงมือเขาว่าเล็บเขาเป็นอย่างไร ดูจากคนทำว่าใส่ถุงมือมัย เล็บยาวเล็บสั้นหรืออะไร

เกณฑ์หลังโควิด

ดูในร้านว่าของเขาวางยังไง ดูสะอาดมัย ดูอาหาร ประเด็นไม่ได้ดูที่ความสะอาดขนาดนั้น ดูอาหารน่ากินมัย ร้านกระเพรา ดูหน้าตาอาหารเป็นหลัก ถ้าเป็นอาหารที่ต้องใช้มือไปจับกับอาหารอันนั้นดูอย่างกระเพราะไม่ได้ต้องไปจับใช้ช้อนตะหลิวก็ไม่ได้ซีเรียสขนาดนั้น ถ้าเป็นของหวานอย่างน้ำแข็งใสปกติจะไม่กินร้านริมถนนจะไปกินที่ร้านดังเลย เพราะมีประสบการณ์ตอนไปปิ้งสังน้ำส้มแล้วเห็นว่าร้านสกปรกมาก เป็นคราบเต็มไปหมดตรงที่ตักน้ำส้มกับที่ใส่น้ำแข็ง แต่ในตลาดธนบุรีดูน่าจะคัดคนมาขายมันเป็นแบรนด์ไม่ใช่ตลาดธรรมดาทั่วไป มีร้านอาหารอื่นมาตั้งเลยว่าเขาจะคัดมาประมาณนี้ตอนที่เดินเข้าไปรู้สึกว่ามีพื้นที่หรือการก่อสร้างของเขาดูดี เดินอยู่ในตลาดสดกับตลาดธนบุรีมันต่างกัน ร้านอาหารที่มาดูเป็นแบรนด์แต่ตลาดสดธรรมดาคุณเป็นใครก็ได้ที่ทำอาหารแล้วอยากมาขาย คุณภาพน่าจะต่างกันตรงนั้น ถ้าตลาดสดไม่น่าจะมีใครมาสนใจคุณภาพของอาหารหรือสภาพแวดล้อมในตลาดขนาดนั้น แต่อันนี้ดูต้องดูและระดับหนึ่งเพราะเป็นตลาดใหญ่ขึ้นมา

ประเภทร้าน

ถ้าร้านลูกชิ้นทอดกินหมด แต่ปกติที่บ้านไม่ให้กินของแบบนั้น เพราะแม่บอกไม่สะอาดทำให้ผิงหัว แต่เพิ่งได้มากินตอนโตแล้วตอนไปตลาดเจเจอ พอได้กินแล้วอร่อยมาก หลังจากนั้นถึงได้กิน แต่รู้สึกว่าคุณภาพต่างกันอยู่แล้วร้านข้างทางกับร้านใหญ่ๆ ถ้ากินก็ต้องยอมรับถ้าต้องเสียหรืออาหารเป็นพิษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อให้กินอาหารบางร้านที่ดีมากก็อาหารเป็นพิษอยู่ดีเลยรู้สึกข้างมัน ถ้าเทียบที่ไทยกับปิ้งที่ไทยดู สะอาดกว่าปิ้งอาจจะเพราะสภาพแวดล้อมโดยรวม เหมือนเค้าไม่ชอบเช็ดโต๊ะ ไม่มีกระดาษทิชชู่ ความเปลี่ยนแปลง

จุดทำความสะอาด สเปรย์แอลกอฮอล์ หลังๆดูไม่เคร่ง กับใส่แมสก์

แผงกัน

เหมือนเห็นแค่บริเวณโต๊ะที่กิน รู้สึกว่าแค่นั้นด้านหน้า ตอนทำอาหารเขาก็ไม่ได้ใส่แมสก์เขาพูดปกติก็ไม่ต่างกัน ตรงการทำไม่ได้ป้องกัน มีอย่างนี้ดูคุณยากกว่า รู้สึกว่าโซนที่ทำอาหารควรจะมี ถ้าใส่แมสก์ก็ไม่จำเป็นต้องมีที่กิน

ป้ายและสัญลักษณ์

ถ้าช่วงพีคสแกนจ่ายช่วยเพราะไม่ชอบพกเงินสด พวกใบรับรองไม่ได้ขนาดนั้น แต่ช่วงนั้นถ้าได้เงินสดจะฉีดแอลกอฮอล์ มีใบรับรองไม่ได้รู้สึกปลอดภัย

ความหนาแน่น

ไม่มีผล ถ้า 4-5 คน ถ้าดูแล้วเรื่องความสะอาดก็ไม่ได้ต่างกัน ต่อให้มีคนน้อยถ้าไม่ใส่ใจเรื่องความสะอาดก็ไม่ต่าง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9 ผู้ชาย อายุ 22 นักศึกษา

ทัศนคติ

ช่วงแรกรู้สึกกังวลพอสมควร เพราะไม่ค่อยเข้าใจ ยังไม่ค่อยมีคนใกล้ตัวติด แล้วเสพแต่ข่าวแยๆคนติดแล้วเข้าโรงพยาบาลคนติดแล้วตาย แล้วใหม่ๆ แต่หลังจากนั้นหลังจากฉีดวัคซีนก็ค่อยๆชินเพราะเคยไปทำอาสาสมัครที่ฉีดวัคซีนเจอคนเยอะก็ไม่ได้ติดอะไรก็เลยชินเรื่อยๆ ตอนพีคระวังตัวมากอยู่พกสเปรย์ ใส่แมสก์ ล้างมือบ่อยๆ ตอนแรกความซีเรียสให้ 8 ตอนนี้น้อยต่ำกว่า 3.5 เพราะเคยติดแล้วติดมา 1-2 รอบ ถ้าเสี่ยงกันนอนคอนโดกังวลพ่อแม่ไม่ยอมให้ติด เพราะแม่ติดแล้วหนักหายช้ากว่า 3-4 เท่า ฉีดแอลกอฮอล์และล้างของออนไลน์มากขึ้น เพราะแต่ก่อนอาจจะไม่ล้างเยอะขนาดนั้น แต่ช่วงโควิดอยู่บ้านเยอะขึ้นล้างของออนไลน์ ตอนนี้ก็ยังไม่ล้างเพราะสะดวกกว่าไปซื้อเอง วันนึงเฉลี่ยคนมาส่งอย่างต่ำ 2 รอบ

เกณฑ์ก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนใหญ่เลือกร้านที่มีคนต่อแถว ราคาถูกกว่า ร้านที่ดูยุ่งๆสกปรกกว่า เหมือนมีร้านที่สะอาดแต่ไม่มีคนกินกับอีกร้านวุ่นวายๆผักเลอะๆ จะเลือกร้านนั้นรู้สึกว่าจะขายดี น่าจะอร่อย ร้านไหนที่ดูสะอาดโต๊ะสแตนเลสเรียบร้อยเกินดูไม่อร่อย เป็นคุณลุงแก่ๆกับร้านคนรุ่นใหม่ทำทุกอย่างสะอาดรู้สึกอีกร้านนึงน่าจะอร่อยกว่ามันดูซืดๆ อีกร้านนึงเค้าดูทำมา 30-40 ปีแล้ว

เกณฑ์หลัง

อาจจะดูที่สะอาด เริ่มหลอนๆบ้าง จะดูที่มันสะอาดขึ้นหน่อย หลังโควิดจะดูที่คนขายใส่แมสก์ก็เลยเยอะอยู่ เพราะรู้สึกว่าเขาพูดแล้วลงไปในอาหาร ถ้าคนขายใส่แมสก์ก็จะเลือกร้านนั้นเลย ลุงมีรู้สึกเฉยๆ เพราะรู้สึกว่าเขาใส่แล้วก็จับเงินจับทุกอย่างมีอยู่ดี ส่วนใหญ่หลักๆจะดูที่แมสก์กับเคาน์เตอร์ให้ดูสะอาดดูเขาเก็บเขาเช็ด เคาน์เตอร์ไม่เลอะเช็ดเรื่อยๆ วางของเป็นที่ เชียงไม่ดำ ร้านเก่าๆจะเชียงดำๆมิดทุกอย่างเก่าๆ ร้านที่ดูใหม่ๆหน่อยก็จะรู้สึกสะอาดกว่า

ประเภทร้าน

ของหวานดูยี่ห้อที่เคยกิน ร้านเครื่องดื่มดูราคาเพราะต่างกันเยอะ ดูกราฟฟิคหลังๆเห่อกราฟฟิคแบบหาร้านกราฟฟิคสวยๆดูเป็นคนรุ่นใหม่ทำน่าจะอร่อยไม่หวานมาก เพราะติดภาพที่ป่าแก่ๆทำชอบทำน้ำหวานเกิน เลือกร้านที่ดูเป็นคนรุ่นใหม่ขาย แต่ถ้าอาหารจะเลือกคนรุ่นเก่าเพราะรู้สึกว่าอร่อย แต่เครื่องดื่มรู้สึกว่าคุณตรใหม่ๆคนรุ่นใหม่ทำอร่อยและไม่หวานเกิน และร้านที่มีผลไม้วางเยอะๆเพราะชอบกินผลไม้ ชอบให้วางผลไม้สดที่ยังไม่ปอก จะมีร้านที่กินประจำเขาจะวางแทบจะบังเขาเลยมีผลไม้เห็นผลไม้ก็จะน่ากิน ได้ความสนใจ ร้านทานเล่นดูน้ำมันเพราะโดนแม่พูดมาเยอะ ถ้าน้ำมันไม่ดำก็โอเค ถ้าน้ำมันดำแม่จะบ่นมาตั้งแต่เด็ก ติดตามจากแม่ว่าต้องดูน้ำมัน ดูร้านใหญ่ๆที่คนซื้อเยอะๆที่ทอดเยอะๆ ถ้าเป็นของทอดร้านเล็กๆเค้าจะทอดค่าง้ำมันไม่อร่อย ดูน่าจะเปลี่ยนน้ำมันบ่อยแล้วก็ทอดสดๆ

การจัดวาง

นิดหน่อย มีบางร้านที่เหมือนน้ำตาลไม่เคยเปลี่ยนเป็นก้อนๆอาจจะไม่ค่อยกล้ากินนิดนึง ไม่รู้ว่าเค้าเปลี่ยนล่าสุดเมื่อไหร่ กับขวดน้ำปลาที่เค้ารื้อสแล้วดูรู้สึกว่าไม่ค่อยสะอาดนิดนึงเพราะทุกคนใช้ร่วมกัน ไม่จำเป็นต้องใส่ซอง โอเคที่เป็นแก้วเพราะตักง่ายดี เป็นช่องเปลืองของบางทีก็ไม่พอ รู้สึกว่ากะยาก อันนี้แค่ตักใส่ ที่วางซอสน้ำมันรู้สึกสกปรก ปกติจะใช้ทิชชูเช็ดไม่รู้ดีขึ้นเปล่าแต่สบายใจ เพราะรู้สึกมันเข้าปาก แอลกอฮอล์เฉยๆรู้สึกว่ามาแล้วไม่ได้สะอาดขึ้น ไม่ได้เป็นจุดที่ตัดสินใจว่าจะกินร้านนี้ ถ้ามีก๊อดเล่นๆไม่ได้คิดอะไร ซอสน้ำมันไม่ยอกให้วางตักๆนึกภาพว่าฝุ่นอะไรมันเข้าเยอะๆมีฝาปิดบางที่ขอบวางเปิดไม่ได้เรียงดีๆ ไม่รู้เรียงดีแล้วสะอาดขึ้นเปล่า เพราะบางที่เขาวางสลับด้านกันแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คนชอบจับไปโดนหัวคนอื่น แต่ถ้าวางด้านเดียวกันเรียงมาตีฝ่าปิดก็จะรู้สึกสะอาดหน่อย เพราะมันค่อนข้างบังคับให้คนจับที่ต้ำม

ที่กิน

นิดหน่อย ร้านที่มีตู้กระจกรู้สึกสะอาดขึ้น เพราะเวลาคนไปสั่งก็จะไม่กระเด็นเข้าไป ถ้าเป็นกระจก รู้สึกดีกว่าเพราะรู้สึกเค้าปิดทุกครั้ง แต่ว่าแผ่นพลาสติกดูข้ามๆไปได้ แล้วพลาสติกดูไม่ค่อยสะอาด เพราะว่าแผ่นพลาสติกดูนี้ๆเค้าจะไม่ค่อยได้เช็ดจะมีคราบน้ำมันต่างๆคราบฝุ่นติด แต่ตู้กระจกมันเช็ดง่ายเลยรู้สึกสะอาดกว่า แฝงกันควรอยู่ที่อาหาร ไม่ต้องมีที่แคชเชียร์ ไม่ได้กังวลว่าจะติดจากคนขาย ไม่ต้องกั้นระหว่างเรากับคนขายเพราะรู้สึกว่ามันคุ้ยยาก ถ้าบังตรงอาหารรู้สึกฝุ่นหรือน้ำลายคนไม่เข้า

เครื่องหมาย

เฉยๆ ไม่ได้สังเกต ร้านนี้มีจะเข้าไปกินร้านนี้ ปกติใช้ qr แม่บังคับให้ทำบัญชีรู้สึกง่ายกว่า

หนาแน่น

ไม่เกี่ยว แต่จะกิน 4-5 เพราะรู้สึกอร่อย ขายดี

นิดหน่อย ตอนแรกไม่สนใจเรื่องความขนาดนั้น แต่ตอนนี้ใส่แมสก์ก็ดี ตอนแรกไม่ได้คิดเยอะขนาดนั้น

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10 ผู้หญิง อายุ 43 ลูกจ้าง

ทัศนคติโควิด

กลัวแต่ไม่มากออกมาข้างนอกปกติ เตรียมแอลกอฮอล์ปกติ แต่ไม่ถึงขนาดไปซูปเปอร์ใส่ถุงมือ ความกังวลให้ 5 กลัวเอาไปติดที่บ้าน ส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงเข้าไปใกล้ๆที่บ้าน หลังโควิดติดสั่งอาหาร ชี้เกี่ยจเดินทาง ก่อนหน้าสั่งเดลิเวอรี่น้อยมาก ยกเว้นจำเป็น ผนตกหรือชี้เกี่ยจออกจากบ้าน ทุกวันนี้ยังมีพกหน้ากากแอลกอฮอล์ปกติอยู่ในรถ ยกเว้นไปสถานที่เสี่ยงจริงๆอย่างโรงพยาบาลหรือไปที่คนเยอะๆ รถไฟฟ้า

เกณฑ์ก่อนโควิด

ความสะอาดของคนปรุงอาหาร ต้องใส่หมวกคลุมผม ถุงมือ ผ้ากันเปื้อน ดูความสะอาด จอดรถง่าย ส่วนใหญ่กินร้านเดิมๆ ไม่กินร้านใหม่ ส่วนใหญ่ดูปริมาณคนที่อยู่ในร้านอยู่แล้ว ถ้าร้านไหนคนน่าจะต่อคิวเยอะ ดูน่าจะอร่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์หลัง

ไม่ค่อยต่างต่างแค่ช่วงหน้าๆ ดูที่สะอาดกว่าเดิม อาหารพยายามให้ปิดมิดชิดถ้าต้องซื้อทาน ตอนนี้เหมือนใช้ชีวิตปกติแล้ว ความกลัวตอนนี้มีน้อยกว่าครั้งแรกเพราะเคยเป็นแล้ว รู้สึกว่าไม่ได้ร้ายแรง แต่ตอนเป็นเป็นเยอะ เป็นรอบหนึ่ง เป็นสิบกว่าวัน

ประเภท

ร้านของหวานเลือกที่เกาะชณะปิดมิดชิด บางร้านตัดจากกะละมัง เลือกจากแพคเกจที่ดูสะอาด แพคเกจใส่เป็นถ้วยๆไว้ แต่ก่อนที่เป็นกะละมังใส่ถุง ตอนนี้ขอมืออะไรปกคลุมหน่อย ร้านก๋วยเตี๋ยวเลือกจากราคา การจัดสถานที่ของร้านว่าโต๊ะนั่งสะดวกสบายมี สะอาดมี ถ้าร้านโล่ง หน้าตาการจัดแพคเกจอาหารทานเล่นดูรูปลักษณะอาหาร ไม่มีแมลงวัน อาหารจานด่วนแมลงวันดูปิดมิดชิด ตอนหลังติดแพคเกจให้ดูสะอาด

การจัดพื้นที่

ไม่ค่อยชอบแบบรวม ชอบแบบร้านต่อร้าน ถ้าเป็นก๋วยเตี๋ยวตักปรุงหน้าร้านเลย ไม่ชอบแบบนั้นมากกว่า เพราะรู้สึกว่าตรงนั้นคนเยอะ แล้วไม่รู้ว่ามีใครเอาช้อนอะไรไปตักในส่วนกลาง เป็นชองดีกว่า ไม่งั้นเอาช้อนที่ซิมแล้วไปตักเหมือนมังกาย แอลกอฮอล์ไม่ค่อยใช้เพราะไม่อยากบีบต่อจากใคร พวกชองดีกว่า ไม่ใช่ของร้านเลย เป็นตั้งแต่โควิด รู้สึกจับตอกันมา ชอบร้านก๋วยเตี๋ยวที่ใช้ช้อนชามมากกว่า ดูน้อยมีหน่อย

แผงกัน

เบอร์ 6 แลกเงินพอ บังช่วงหน้าเป็นสำคัญเพราะกันน้ำลาย ควรต้องมี 2 จุดนี้ ไม่ได้กลัวติดเองกลัวติดคนที่บ้าน อาหารชอบให้เป็นตู้กระจก ไม่ต่างเหมือนพวกแผ่นใสการรั่วซึมก็ยังมี ตู้จะมิดชิดกว่า มันเซ็ดทำความสะอาดง่าย แผ่นพลาสติกดูเช็ดยาก มันคงทนตอนจะทำความสะอาด

เครื่องหมาย สัญลักษณ์

ฉีควัคซีนแล้วไม่ค่อยเท่าไร กรมอนามัยมีผลบางที่ ส่วนใหญ่ดูหน้างานเป็นหลักดีกว่า บางคนมีป้ายเขาก็ทำแค่ตอนมาตรวจ ดูหน้างานดูร้านดีกว่า

ความหนาแน่น

ไม่มี ที่ส่งผลคือ การแต่งกายมากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าเลือกได้ติดที่ร้านโปร่งๆสะอาด แต่ก่อนนั่งยังงี้ก็ได้ แฝงลอยดูที่แพคเกจพร้อมเสิร์ฟ ถ้าเป็นเค้กชอบแบบแพคเกจแล้วไม่ใช่มาตัดหน้าร้าน

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11 ผู้ชาย อายุ 66 พนักงานบริษัท

ทัศนคติโควิด

ช่วงโควิดเริ่มระบาดมีความกังวลสูงมาก เพราะทุกสิ่งทุกอย่างก็เปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน ร้านค้าอะไรต่างๆก็ปิดหมด แล้วทุกคนระวังตัวหมดร้อยเปอร์เซ็นต์ ปฏิบัติตัวตามมาตรการไม่มีไปร้านอาหาร เวลาซื้อของก็ไปร้านเปิด เตรียมตัวมีแอลกอฮอล์มีแมสก์ทุกครั้ง เนื่องจากเป็นผู้สูงอายุตอนนี้ก็ยังสวมแมสก์อยู่ในพื้นที่ปิดหรือร้านอาหาร สวมแมสก์ออกข้างนอกก็ยังสวมออกตลอดถ้าต้องมีติดต่อกับคนอื่น แต่พอเข้าสวนก็ไม่ได้ใช้ ช่วงหลังสุดถือว่าอาการของโรคไม่ได้ร้ายแรง ความกลัวเหลือสัก 2

เกณฑ์ก่อน

ร้านประจำที่เคยใช้บริการ เป็นตามที่เราชอบ หลังโควิดยังเป็นแบบเดิม ยังเป็นแบบเดิมไปตามที่ตัวเองชอบ ลองร้านใหม่ค่อนข้างน้อย ไปร้านใหม่น้อยมากสัก 10% ต้องเป็นร้านที่รู้สึกว่ามีมาตรฐานในของตัวสินค้า อาหาร ดูว่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานความน่าเชื่อถือของคนทำ ดูออกว่ามีความสามารถในการปรุงอาหาร ความสะอาด เช่น คนปรุงบุคคลประเภทนี้เขาทำอาหารเก่งหรือไม่ หรือบุคคลที่เป็นลูกจ้างโดยสโตร์ไม่ชอบที่เป็นร้านใหญ่แล้วมีลูกจ้างมาทำอาหาร ถ้าร้านใหญ่ที่มีลูกจ้างที่มีฝีมือก็โอเค คิดว่าเค้าสามารถผลิตอาหารที่มีคุณภาพได้ ถ้าเป็นร้านทั่วไป เช่น ในฟู้ดคอร์ท บางร้านเป็นลูกจ้างซึ่งมันหมุนเวียนมาทำพูดตรงๆว่าไม่มีความมั่นใจ เพราะฉะนั้นจะไม่เลือกใช้บริการแบบนั้น ความสะอาดดูที่สถานที่ อาหารที่จะผลิตออกมา ลักษณะทั่วไปของการจัดร้าน การวางอาหาร บุคคลที่ปรุงอาหาร ว่ามีสุขลักษณะที่ดีหรือเปล่า

เกณฑ์หลัง

ไม่นิยมสั่งเดลิเวอรี่ เพราะไม่รู้ว่าจะซื้อจากร้านไหนยังงี้ ซึ่งเคยเห็นจากประสบการณ์ข้างๆบ้านก็อยู่ๆในบ้านก็ทำอาหารขึ้นมาเลย แต่ก็โฆษณาแล้วดั่งโนโซเซี่ยล จากประสบการณ์ก็ไม่เคยสั่ง ช่วงโควิดก็ยังทำงานอยู่ ก็จะทำกินเองสัก 50%

ประเภทร้านอาหาร

ร้านของหวาน กินของซ้ำกัน ใช้หลักเกณฑ์อันเดียวกัน ถ้าไม่เคยกินมาก่อนทั้งสองร้าน **คนที่** ทำอาหารคือไครยังงี้ ทั้งของคาวของหวาน พอจะเดาได้ว่าเขาทำของหวานอร่อย มีคุณภาพถูกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุขอนามัย ส่วนใหญ่พิจารณาจาก คนนี้เป็นคุณยายที่ทำมีประสบการณ์ในการทำ แน่نونว่าทำนานก็ มีรสชาติที่ดี ส่วนมากเวลาซื้อจะใช้เงื่อนไขในการพิจารณา ค่าขายมานานต้องมีความได้คุณภาพหรือ ความซื้อตรงพอสมควรถึงอยู่ได้ แต่ไม่ได้ปิดรับคนใหม่ๆที่มีโอกาสถ้าเป็นไปได้ถ้าสามารถพิสูจน์ว่าทำ ได้ดี ถ้าซื้อติดใจ ครั้งต่อไปก็เป็นลูกค้าประจำเหมือนกัน

การจัดวาง

การจัดโซนก็ การจัดโซนแบบปัจจุบันเขาก็จัดการเป็นปกติแล้ว แต่รู้สึกยังไม่เพียงพอ ถ้าให้เพียงพอ ก็ ต้องเข้มงวดต่อผู้ปฏิบัติงานตรงนั้น หมายถึงพนักงานที่เอาเข้ามาตามหรือทำความสะดวกที่วาง อุปกรณ์ประเภทนั้นเขามีการตรวจสอบดูแลเอาใจใส่ดีแค่ไหน ความเชื่อมั่นของตัวเองต่อผู้คอร์ดท ประเภทนั้นให้ 6 เต็ม 10 เพราะไม่ค่อยได้ไปผู้คอร์ดทประเภทนั้นบ่อย ที่ใกล้ที่ทำงานเห็นมีการ ละเลยพอสมควร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งเพราะการบริการก็ตั้งแต่ 10 โมงเช้าถึง 4 ทุ่มถ้าทำให้พนักงานถ้า เขาจ้างเป็นจ้างเหมาอาจจะได้คุณภาพขนาดไหนก็ไม่รู้ การละเลย เช่น การแยกชั้นส้อมตามตำแหน่ง ต่างๆให้ผู้บริโภคสามารถหยิบมาได้ ซึ่งก็มีหยิบไปใช้ทำความสะอาดหยิบมาเติม พนักงานที่จ้างมา บริการด้านนี้มาเติมมาทำความสะอาดอาจจะไม่ได้มี 100% เปรียบเทียบระหว่างผู้คอร์ดทกับร้าน เดี่ยวๆ ร้านเดี่ยวๆดูแล้วดีกว่าได้สัก 7 ร้านผู้คอร์ดทจะได้สัก 3-4 น่าจะต้องเอาใจใส่มากขึ้นเรื่องความ สะอาด แอลกอฮอล์รู้สึกไม่จำเป็นแล้วที่ต้องใช้ ตัวเองก็ไม่ใช้ น้อยมากยกเว้นว่าเลอะมากๆถึงมี โอกาสได้ใช้ แต่ร้านทั่วไปที่มีความสะอาดระดับหนึ่งก็ไม่ได้ใช้ หลังโควิดชะลอลงหนึ่งปีหลังไม่ใช้เลย เมื่อก่อนก็มีใช้อยู่หลังจากไปตลาดก็อาจมีฉีดพ่นบ้างก่อนขึ้นรถ

แผงกัน

ถ้ามีแบบที่หนึ่งก็รู้สึกดี แต่คือสถานที่พวกแบงค์ สำนักงานราชการ ยังมีอยู่ แต่ในส่วนของ ร้านอาหารไม่ค่อยเห็นแล้ว ตอนนี่คิดว่าคงไม่จำเป็นแผงกัน ส่วนมากก็ยังเห็นพนักงานใส่แมสก์อยู่ ประมาณ 60% ปัจจุบันตัวแผงกันถ้าเป็นประชาชนทั่วไปไม่มีแล้วนะ มีน้อย จริงๆพวกตู้เก็บอาหารมี พวกเบเกอร์รี่มีตู้มีกล่องใส พวกแผงอาหารสำเร็จรูป กับข้าวก็ต้องอยู่ในตู้ปิด ก่อนโควิดก็จะมีอยู่ ปัจจุบันก็มีอยู่ ถ้าบางร้านยังไม่มี บางร้านค้าไม่ได้ปกปิดดีก็จะมองว่าไม่ค่อยสะอาดนัก วัสดุส่วนมากก็ ปกปิด คนเยอะไปยืนหน้าร้านแล้วต่างคนพูดสั่ง มันมีโอกาสที่น้ำลายทุกๆคนลงไป **อะไรก็ได้ที่ปิดไว้ก็ ดีขึ้น** มันก็ปกกันไ้ระดับหนึ่ง ดังนั้นไม่ว่าวัสดุอะไรก็ได้ก็คงจะไม่แตกต่างอะไรเท่าไร

เครื่องหมาย สัญลักษณ์

เมื่อก่อนมี อย่างตอนนี้ไม่มีแล้วนะปัจจุบัน เห็นเมื่อก่อนยังมีตรวจโควิดก่อนที่จะมาบริการ มีการตรวจ มันก็ดี เพราะปัจจุบันที่ไปติดต่อสถานที่บางที่ยังต้องการรีพอร์ตให้เขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหนาแน่น

ไม่ได้มีผล ถ้าพนักงานเยอะต้องเปรียบเทียบกับขนาดของร้าน ถ้ามีพนักงานเยอะก็ต้องมีจำนวนในการขายที่เยอะด้วย ถ้าห้องเท่ากันแต่ร้านหนึ่งมีคนหนึ่งคนในการขาย ร้านหนึ่งมี 4 คนในการขายแน่นอนว่าร้านที่มี 4 คนต้องมีคนที่เข้าซื้อในจำนวนคนที่เยอะกว่าอยู่แล้ว ไม่มีผลต่อความรู้สึกว่าร้านไหนปลอดภัยไม่ปลอดภัยแต่คงให้ความรู้สึกกว่าขายดีหรือขายไม่ดี

สรุป

ก่อนโควิดก็เป็นตลาดที่มันเปิดแบบกว้างช่วงปี 18-19 เมืองไทยก็บูมพอสมควร ร้านก็ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ช่วงโควิดร้านก็กลายเป็นเดลิเวอรี่ หลังโควิดก็กลับมาพยายามจะฟื้นฟูอย่างเต็มที่ แต่ก็เจอปัญหาเศรษฐกิจที่ยุบตัวลงไป เพราะฉะนั้นการที่เราจะไปใช้บริการแบบเดิมมันก็อาจจะมันน้อยลง

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 12 ผู้หญิง อายุ 65 แม่บ้าน

ทัศนคติโควิด

ตอนนั้นทุกคนก็น่าจะกลัวกันหมดเพราะไม่รู้ความรุนแรง และมีข่าวเรื่องการตายก็รู้สึกว่่ากลัวมันรุนแรงเพราะฉะนั้นอะไรที่ป้องกันก็จัดหาเตรียมไว้ อย่างแอลกอฮอล์ ยา ก็ต้องเตรียมความพร้อม จัดมาเยอะมาก ระดับความกลัวอยู่ที่ 10 ช่วงนั้น wifi อยู่แต่ในบ้าน ออกน้อยมาก ช่วงแรกฉีดวัคซีน ใส่แมสก์ ฉีดแอลกอฮอล์ เวลาจะจับอะไรก็ระวัง แต่ใช้รถส่วนตัวอาจจะปลอดภัยกว่าใช้รถสาธารณะ ที่ทำงานปรับเป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทุกอย่างลดการสัมผัส ทำให้การสัมผัสของเราลดลง หลังโควิดคนเริ่มชีวิต เหลือระดับความกลัวแค่ 2-3 คล้ายเป็นหวัด ถ้าไม่กลัวไปติดคนอื่นเราก็คงออกจากบ้าน รู้สึกชีวมมากขึ้น ใส่แมสก์ยังใส่ แต่แอลกอฮอล์ค่อนข้างละลายไม่ค่อยได้ใช้เท่าไร ทุกวันนี้ก็ยังไม่ใส่แมสก์อยู่ ก็อาจจะช้อนกลางที่กินร่วมกับคนอื่นยังเป็นอยู่

เกณฑ์ก่อนโควิด

ปกติมักจะเดินมองสินค้าก่อนว่าน่ากินมั๊ย แล้วดูชื่อร้านประกอบ เช่น โจ๊กต้องสามย่าน ที่มีชื่อ แต่ก่อนหน้านั้นมีโฆษณาไก่เบตง ก็ตั้งใจไปเดินตลาดเพื่อซื้อไก่เบตง โฆษณามาก่อน แล้วแต่ทำอะไรมาก่อนแล้วเราอยากกิน แต่ส่วนใหญ่ถ้าไปเดินแบบไม่มีเป้าหมายจะดูว่าอยากกินอะไร อะไรน่าทานแล้วซื้อร้านประกอบเพราะบางทีมีหลายยี่ห้อ

เกณฑ์หลังโควิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนใหญ่หลังโควิดมาตรการเรื่องความสะอาดการป้องกันทั้งตัวคนขายต้องมาประกบกัน แต่ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยกินอาหารนอกบ้าน แต่ก่อนโควิดจะไม่ค่อยทานอาหารนอกบ้านเลย แต่ถ้าต้องทานก็จะดูมาตรการ ความปลอดภัยที่ร้านเค้ามีพร้อมให้เราแค่นั้น แล้วก็แยกทาน คนขายก็ต้องปกป้องกัน บังจมูก ถูมือ ก็ต้องดู แล้วก็ร้านเค้ามีฉากกั้นให้หนึ่ง ก็จะต้องประกบพวกนั้น ช่วงโควิดจะดู มาตรการก่อนความนำทาน

ประเภทร้านอาหาร

ร้านของหวานเลือกจากหน้าตาอาหารว่ามีลักษณะน่าทาน องค์ประกอบอาหารหลายอย่าง สีสน่ากิน ก่อนจะได้ชิมความอร่อยหน้าตาต้องมาก่อน ร้านพวกนี้จะดูมาตรการความสะอาด หน้าตาน่าทาน อาจจะมาก่อนความสะอาดนิดนึงถ้าเทียบสองร้านแล้วน่าจะกิน

การจัดวาง

ก็ส่งผล อย่างน้อยมีการแยกการปน อย่างจับเงินทุกวันนี้ก็ยังเป็นอย่างนี้อย่างในแบงค์ ตะกร้าจ่ายเงิน แม้มายังไม่หยิบเงิน เราก็จะวางเงินในตะกร้าเอง หยิบเงินตนเอง แม้ม้าเขาก็ไม่ได้หยิบอะไร ก็คิดว่า เป็นมาตรการป้องกันที่ดี ความสะอาดไม่ใช่ว่าหนูวิ่งแล้วเข้า อันนี้คนละเรื่อง พื้นที่ชำระเงินไม่ถึงว่าเป็นปัจจัย ที่มีการจ่ายเงินต่างกัน ถ้าต้องจ่ายเงินสดก็ยังไม่ได้อยู่ ที่วางซ้อนซ้อนหรือเครื่องปรุง ไม่ได้ concern มากเพียงแต่ที่วางมีความสะอาดอะอันพอละ แต่ถ้าเป็นช่วงก่อนที่ทำงานจะแยกใส่ถุงใส่ซองต่างหากให้รู้ว่าถูกซึลค่าเข้ามาอย่างดี ช่วงแรกๆของการระบาด แต่ช่วงนี้ก็ไม่ได้สนอะไร เจล แอกอฮอล์ไม่ได้ใช้เลย ก็ดูจากการติดมันต้องเกิดจากคนที่มีการคัดหลังแล้วจับ

แผงกั้น

ช่วยให้ปลอดภัยถ้ามีการต้องพูดกับคนที่ยืนอยู่ใกล้ ถ้าคนซื้อไม่ได้ใส่แมสก์ก็ไม่ช่วยอะไร เพราะแค่ใส่แมสก์พอแล้ว น่าจะปลอดภัยกว่า ถ้าเค้าไม่ได้ปิดแมสก์แล้วกั้นแบบนี้มันไม่ได้ช่วย ถ้ามีคนจามเข้ามา แต่โซนที่สำคัญคืออาหารที่สำเร็จรูปแล้ว ในตัววัตถุดิบถ้าปรุงแต่งความร้อนแล้วไม่ได้ซีเรียสว่าต้องมีตัวกันขนาดนี้ แต่อาหารที่พร้อมทานแล้วควรมีป้องกัน วัสดุไม่ได้ซีเรียส

เครื่องหมายและสัญลักษณ์

มีผล ความสะอาดปลอดภัยมีมาตรการของกม นอกจากโควิด เรื่องความสะอาดและอื่นๆ อย่างน้อยๆคนที่ร้านต้องพึงระวังให้ได้เกณฑ์มาตรฐาน ก็มีส่วนถือว่าเป็นจุดที่อยู่ สแกนจ่ายไม่ซีเรียส ยังมีพกเงินสดอยู่

ความหนาแน่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ได้ส่งผล เพียงแต่ร้านขายดีแล้วมีคือน้อยก็จะรู้สึกหงุดหงิด แต่ถ้าจำนวนคนกับจำนวนให้บริการพอเหมาะก็พอใจในระดับการบริการแล้ว แต่ถ้าร้านขายดีแล้วมีคือน้อยอาจจะหงุดหงิดในการรอนาน

ความเปลี่ยนแปลง

ยุคหลังมาแทบจะกลับไปเหมือนก่อนโควิด นอกจากการจ่ายเงินที่เปลี่ยนไปสแกนจ่าย เริ่มกลับไปเหมือนเดิม เดียวนี้เราซื้อของออนไลน์มากขึ้น ไม่ค่อยได้เดินห้างซูเปอร์มาร์เก็ตน้อยลง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล ปุริมา น้อยอิม
 วัน เดือน ปีเกิด 12 มีนาคม 2535 จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 ที่อยู่ 307 ซอยเทอดไท 55 แขวงปากคลองภาษีเจริญ เขตภาษีเจริญ
 จังหวัดกรุงเทพมหานคร โทร. 086-9997250

ประวัติการศึกษา

2562 Master in Living and Design, Domus Academy
 2558 ปริญญาตรีสถาปัตยกรรมบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประสบการณ์ทำงาน

2562-ปัจจุบัน มัณฑนากรอิสระ
 2559-2561 ผู้ช่วยนักวิจัย Able Lab มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 2559-2561 มัณฑนากรอิสระ

ผลงานวิจัย

2567 ปุริมา น้อยอิม และพิยะรัตน์ นันทะ. 2567 “การสำรวจสภาพแวดล้อมกายภาพ
 ร้านอาหารแผงลอยเพื่อการรับรู้ความปลอดภัยของผู้บริโภคหลังโรคระบาดใหญ่ :
 กรณีศึกษา ตลาดฟู้ดวิลล่า เขตตลิ่งชัน.” โครงการประชุมวิชาการระดับ
 บัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้