



ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
THE IMPACT OF GOVERNMENT MEASURES ON BUFFET RESTAURANT BUSINESS
DURING THE COVID-19 SITUATION

ชนัดพล อภาภาวิวัฒน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19



ชนิดพล อภาภักดิ์

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการจัดการสาธารณะ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



CHANATPON ARPAPIWAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION
(Public Policy and Management)

Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

2023

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

ของ

ชนัตพล อภาภาวิวัฒน์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการจัดการสาธารณะ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุลศักดิ์ ชาญณวงศ์) (รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬณี ตันติกุลานันท์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญาณ์ นักพื่อน)

ชื่อเรื่อง	ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วง สถานการณ์ COVID-19
ผู้วิจัย	ชนัตพล อาภาวิวัฒน์
ปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. จุลศักดิ์ ชาญณรงค์

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นการมุ่งศึกษาถึงมาตรการของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ผลกระทบ และการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในขอบเขตพื้นที่ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 ร้าน ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 รัฐบาลได้ประกาศเพื่อควบคุมสถานการณ์ โดยใช้มาตรการทางกฎหมาย เข้าควบคุมหรือบริหารสถานการณ์ เพื่อความรวดเร็วและบูรณาการ โดยการห้ามเข้าออกสถานที่ บางแห่ง ห้ามหรือจำกัดการเข้าออกราชอาณาจักรและการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้าม เขตพื้นที่ การควบคุมการใช้นานพาหนะ เส้นทางจราจร การควบคุมสินค้า การบริการ และ เวชภัณฑ์ จนสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ประสบความสำเร็จ ผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 พบว่า ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงในช่วงเวลา ดังกล่าว ซึ่งเกิดจากทั้งการประกาศใช้มาตรการของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงความหวาดกลัวต่อโรค และจากต้นทุนของสถานประกอบการเอง ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการทำการเปลี่ยนวิธีขายหน้าร้านแทนการขายภายในร้านซึ่ง โดยรูปแบบการส่งเสริมการขาย 4 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) แบบซั๊กกิโยขาย (แบบพร้อมปรุงสำเร็จ) 2) แบบขายเป็นชุด/เซต (แบบปรุงสำเร็จพร้อมทาน) 3) ปรับเปลี่ยนโดยเข้าร่วมเดลิเวอรี่ เช่น Lineman, Grab, Food Panda, Robinhood เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และ 4) เข้าร่วมโครงการของรัฐ เช่น โครงการคนละครึ่ง (แบ่งออกเป็น 2 รอบ) โครงการชิม-ช้อป-ใช้

คำสำคัญ : ผลกระทบ, ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์, สถานการณ์ COVID-19

Title	THE IMPACT OF GOVERNMENT MEASURES ON BUFFET RESTAURANT BUSINESS DURING THE COVID-19 SITUATION
Author	CHANATPON ARPAPIWAT
Degree	MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION
Academic Year	2023
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Chulasak Channarong

The research focuses on studying the government measures that affected buffet restaurant businesses, the impact and the adaptation on these businesses during the COVID-19 pandemic. It used qualitative research methods, gathering data from eight buffet restaurants in Bangkok. The study found that during the COVID-19 situation, the government implemented legal measures to control and manage the situation in a swift and integrative manner. This included restrictions on movement into certain areas, limitations on international travel, and controlling the movement of large groups of people across regions, vehicle use, traffic routes, and the control of goods, services, and medical supplies, leading to successful management of the situation. The buffet restaurant businesses were significantly impacted during this period, resulting from both governmental measures and fear of the disease, along with the operational costs. To survive, most businesses adapted by changing their sales methods, including the following: (1) selling pre-cooked items by weight; (2) sold in sets or ready-to-eat packages; (3) partnering with delivery services, like Lineman, Grab, Food Panda, and Robinhood to increase sales channels; and (4) participating in government projects such as the "Half-Half" program and the "Taste-Shop-Spend" initiative.

Keyword : coronavirus 2019 (COVID-19) situation, Impact on buffet restaurant business

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ดำเนินการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความเมตตาอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร. จุลศักดิ์ ชาญณรงค์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ข้อมูลอัน เป็นประโยชน์ต่อการศึกาและการปรับแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา อีกทั้ง ขอกราบ ขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬณี ตันติกุลนันท์ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย) และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญาณ์ นักพ่อน กรรมการสอบปริญญานิพนธ์ในครั้งนี้ โดยคณะกรรมการ ทุกท่านได้กรุณาให้คำ แนะนำ ด้านวิชาการ และคำ ปรึกษาวิธีการดำเนินการแก้ไขปัญหา และ เพิ่มเติมความรู้วิชาการในประเด็นต่าง ๆ จนสามารถทำให้การศึกษาประสบผลสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และกรรมการบริหารหลักสูตร สาขานโยบายและการ จัดการสาธารณะคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ได้กรุณาประสิทธิ ประสาท ความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัยตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ อันประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านอาหารบุฟเฟต์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความกรุณาเสียสละเวลาในการ สัมภาษณ์ และสนับสนุนข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกา โดยผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อ การพัฒนาการดำเนินงานของโครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงคุณของบิดา มารดา และครอบครัว ซึ่งเป็นองค์ประกอบ สำคัญที่สนับสนุนและให้กำลังใจในการศึกาครั้งนี้ ที่เป็นที่พึ่งทางจิตใจถือเป็นแรงผลักดันแรงใจที่ สำคัญในการจัดทำปริญญานิพนธ์ให้สำเร็จ รวมถึงบุคคลอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ที่ เป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด และขอบคุณตัวเองที่ไม่ยอมแพ้ และสามารถทำให้ปริญญานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ชนัตพล อาภาวิวัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2.....	8
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ประเภทของร้านจำหน่ายอาหาร	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบ	15
2.4 แนวคิดการปรับตัว	16
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	24
บทที่ 3	26
ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.2 ลักษณะตัวอย่างหรือประชากรที่ทำการศึกษา	27
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.5 การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล	28
3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	28
3.7 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	28
บทที่ 4	29
ผลการวิจัย	29
4.1 มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19	29
4.2 ผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19	40
บทที่ 5	57
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
5.1 สรุปผลการศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19	57
5.2 สรุปผลการศึกษาแนวปฏิบัติเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19	58
5.3 สรุปผลการศึกษาผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19	59
5.4 สรุปผลการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการ	60
5.5 อภิปรายผลการศึกษา	64
5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างนี้	67

บรรณานุกรม	69
ประวัติผู้เขียน.....	74



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงถึงผลกระทบจากมาตรการของรัฐ ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วง สถานการณ์โควิด-19 ดังนี้	55
ตาราง 2 แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวตามกลยุทธ์ทางการตลาด 7P's ดังนี้.....	63



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 การเข้าพื้นที่สัมผัสภาชนะร้านยางเนย สาขาปิ่นเกล้า	41
ภาพประกอบ 2 การเข้าพื้นที่สัมผัสภาชนะร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน	43
ภาพประกอบ 3 การเข้าพื้นที่สัมผัสภาชนะร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์	45
ภาพประกอบ 4 ภาพบรรยากาศร้านบ้านสุกกี้ บุฟเฟต์	47
ภาพประกอบ 5 ภาพประกอบ 5 ภาพบรรยากาศร้าน OASIZZ	49
ภาพประกอบ 6 การเข้าพื้นที่สัมผัสภาชนะร้านแจ๊ฮ้อนสาวขอนแก่น	51
ภาพประกอบ 7 การเข้าพื้นที่สัมผัสภาชนะร้าน Hana Korean BBQ	52
ภาพประกอบ 8 การเข้าพื้นที่สัมผัสภาชนะร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง	54

บทที่ 1

บทนำ

สำหรับงานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19” ในบทนี้ผู้วิจัยกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ส่งผลให้ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์งานวิจัย รวมถึงการกำหนดขอบเขตงานวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และนิยามศัพท์ ตามลำดับ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โรคโควิด-19 เริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายปี 2019 ที่เมืองอู่ฮั่น ภาคกลางของประเทศจีนจากการระบาดที่เกิดขึ้นได้เพิ่มระดับความรุนแรงการแพร่ระบาดเป็นวงกว้าง ซึ่งพบผู้ป่วยยืนยันได้ในหลายประเทศทั่วโลก และทางองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นสภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ ให้เป็นโรคระบาดใหญ่ระดับโลก (Pandemic) หลังจากพบผู้ป่วย ยืนยันติดเชื้ออย่างน้อย 110 ประเทศทั่วโลก และมีผู้ติดเชื้อกว่า 1.2 แสนคน ซึ่งมีผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเสียชีวิตจากทั่วโลก ประมาณร้อยละ 4.2 (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2563) จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลทำให้เศรษฐกิจโลกหดตัวลงอย่างมาก ประเทศไทยจากการประชุมของคณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติการป้องกันและการระบาดของโรคโควิด-19 เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2563 ให้มีการปิดสถานบันเทิง โรงภาพยนตร์ สถานศึกษาและพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อการระบาดในกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นเวลา 14 วัน ต่อมาในวันที่ 24 มีนาคม 2563 ได้มีการประกาศใช้ พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 โดยมีผลบังคับใช้ในวันที่ 26 มีนาคม 2563 และมีผลตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน 2563 โดยประชาชนทั่วประเทศห้ามออกนอกที่พักระหว่างเวลา 22.00 น. ถึง 04.00 น. ยกเว้นว่ามีความจำเป็น เช่น เป็นผู้ปฏิบัติการด้านการแพทย์หรือการขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภค วันที่ 2 เมษายน 2563 ทั่วโลกมีผู้ป่วยโรคโควิด-19 จำนวน 1 ล้านคน วันที่ 10 เมษายน 2563 ผู้ป่วยทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 1.6 ล้านคน

เนื่องจากการแพร่ระบาดมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และในวันที่ 12 เมษายน 2563 ผู้ว่าราชการจังหวัด 76 จังหวัดทั่วประเทศ ในฐานะผู้กำกับการบริหารราชการในสถานการณ์

กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาออกคำสั่งปิดร้านค้าและสถานประกอบการจำหน่ายสุราเป็นการชั่วคราว ต่อมาได้กำหนดให้ร้านอาหาร หรือเครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อ รถเข็น หาบเร่แผงลอย ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร โรงอาหาร (เว้นร้านอาหารในสนามบิน) ให้บริการรับประทานที่ร้านได้ ระหว่างเวลา 06.00-21.00 น. หลังเวลา 21.00 น.รับเฉพาะส่งกลับบ้าน (Take Away) เท่านั้นเพื่อลดความเสี่ยงของประชากรในการสัมผัสเชื้อโรคในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งต่อมา ศบค. มีมติเห็นชอบให้ผ่อนปรนกิจการกิจกรรมหลายกิจกรรมยกเว้นสนามมวยและสถานบันเทิง เนื่องจากเป็นกลุ่มเสี่ยงสูง และอนุญาตให้เปิดบริการได้ถึง 21.00 น. มีการออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินตามความในมาตรา 9 โดยในข้อ 5 เรื่องการปรับมาตรการควบคุมแบบบูรณาการสำหรับพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวดให้คณะกรรมการโรคติดต่อกรุงเทพมหานคร หรือคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด กำกับดูแลและติดตามการดำเนินการของสถานที่ กิจการ หรือกิจกรรมในพื้นที่สถานการณ์ที่กำหนด เป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวดที่ได้ปรับมาตรการตามข้อกำหนดนี้เพื่อให้เปิดดำเนินการได้ โดยต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข เงื่อนไขเวลา การจัดระบบ ระเบียบ และมาตรการป้องกันโรคที่ทางราชการกำหนดรวมทั้งมาตรการตามกฎหมายว่าด้วยโรคติดต่อที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบกำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะ โดยกำหนดให้ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม สามารถเปิดให้บริการบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มในร้านได้ไม่เกินเวลา 21.00 นาฬิกา โดยห้ามการบริโภคสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในร้าน และจำกัดจำนวนผู้นั่งบริโภคในร้าน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ 1) ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม โดยการให้บริการในห้องปรับอากาศ ให้มีจำนวนผู้นั่งบริโภคได้ไม่เกินร้อยละ 50 ของจำนวนที่นั่งปกติ 2) ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม โดยการให้บริการในพื้นที่แบบเปิดที่อากาศสามารถระบายถ่ายเทได้ดี เช่น ร้านอาหารขนาดเล็ก หาบเร่ แผงลอย รถเข็น ให้มีจำนวนผู้นั่งบริโภคไม่เกินร้อยละ 75 ของจำนวนที่นั่งปกติ ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มอาจจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นได้ แต่ต้องมีผู้แสดง ไม่เกินจำนวน 5 คน โดยต้องมีการเว้นระยะห่าง จัดการติดต่อสัมผัสกับผู้ให้บริการ (พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ฉบับที่ 32) ซึ่งมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด (Lockdown) ทำให้กิจกรรมภายในกรุงเทพมหานครเกิดการชะงัก การปิดประเทศหรือปิดเมืองนั้นเป็นมาตรการสร้างความปลอดภัย ให้กับส่วนรวม เพื่อที่จะควบคุมการแพร่ระบาด ซึ่งเป็นมาตรการที่ควบคุมไปจนถึงการเดินทางการจัดกิจกรรมในที่สาธารณะไปจนถึงการกักตัวเองให้อยู่ในบริเวณที่พักอาศัย แม้ภายหลังจะมีมาตรการคลาย Lockdown ประชาชนก็ยังคงปฏิบัติตามข้อระเบียบว่าด้วยการเว้นระยะห่างทางสังคม หรือ Social distancing คือ การสร้างระยะห่างระหว่างตัวเรากับบุคคลอื่นในสังคม รวมถึงลดการออกไปนอก

บ้านโดยไม่จำเป็น หลีกเลี่ยงการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งทางสาธารณะ การไม่เข้าร่วม หรือจัดกิจกรรมร่วมกับผู้อื่นไม่รับประทานอาหารนอกบ้าน และการทำงานอยู่บ้าน (Work from home) เป็นต้น ทั้งนี้การรักษาระยะห่างทางสังคมนั้นจะช่วยลดอัตราการแพร่ระบาดของไวรัสที่ติดต่อกันจากคนสู่คน วิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า New Normal ขึ้นเป็นการปรับวิถีความเป็นอยู่ของผู้คนด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสผู้คนได้มีการปรับหาวิถีการใช้ชีวิต ควบคู่ไปกับการรักษาและฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากผลกระทบการแพร่ระบาด นำไปสู่นวัตกรรมใหม่ ๆ แนวคิด วิสัยทัศน์ ตลอดจนกิจกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เช่น การสวมหน้ากากอนามัยการรับประทานอาหารเช้า การศึกษา การสื่อสาร การทำธุรกิจ และการคมนาคมเป็นต้น ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ ท้ายที่สุดผู้คนจะเกิดความคุ้นชิน และพฤติกรรมใหม่เหล่านี้จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนในสังคม (นฤพร ไชรสวรรณ, 2563)

จากปัญหาของการระบาดโรคโควิด-19 ประกอบกับการประกาศยกระดับมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล ได้ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อธุรกิจร้านอาหาร ทำให้มูลค่ารวมของธุรกิจร้านอาหารในกรณีพื้นฐานทั้งปี 2564 จะเหลือเพียง 3.5 แสนล้านบาท (ดำรงเกียรติ มาลา, 2564, 5 พฤษภาคม) การบังคับใช้มาตรการในควบคุมโรคโควิด-19 จากการปรับเวลาการให้บริการของร้านอาหารได้ไม่เกิน 21.00 นาฬิกา และต้องมีจุดคัดกรองก่อนเข้าร้าน เพื่อให้สามารถติดตามผู้ที่มาเข้าใช้บริการได้เมื่อพบผู้ป่วยที่มาใช้บริการ และการเว้นระยะห่างของผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหาร การให้บริการภายในร้านจะต้องมีการแยกส่วนระหว่างผู้ที่มารับประทานอาหารภายในร้านและผู้ที่มาซื้อกลับบ้าน เพื่อลดความแออัดภายในร้านเพื่อไม่ให้ผู้มาใช้บริการใกล้ชิดกัน ซึ่งในช่วงแรกของการระบาดได้มีมาตรการห้ามไม่ให้นั่งรับประทานอาหารที่ร้าน จะส่งผลกระทบอย่างหนักต่อธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะจากการระบาดระลอกที่ 3 ส่งผลกระทบอย่างมากต่อกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่รายได้หลักมาจากการให้บริการนั่งทานในร้าน (Full Service) เช่น สวนอาหาร ร้านอาหาร บุฟเฟต์ ร้าน Fine Dining ซึ่งมีรายได้มากกว่า 70% จากช่องทางดังกล่าว รวมถึงมีข้อจำกัดในการปรับตัวทำให้จะได้รับผลกระทบค่อนข้างสูง ขณะที่ร้านอาหารกลุ่มอื่น อาทิ ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) และร้านอาหารข้างทาง (Street food) จะมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการสูงกว่า จะได้รับผลกระทบที่ลดหลั่นลงไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ร้านอาหารเหล่านี้ได้รับผลกระทบอย่างมากทั้งภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่าที่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างร้านอาหารเกือบทุกประเภท และความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มี

รูปแบบตายตัว และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบของธุรกิจให้สามารถปรับตัวตามความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำไปปรับรูปแบบของสินค้าการให้บริการ และกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา ซึ่งในช่วงแรกที่มีมาตรการงดให้บริการในร้าน ให้บริการเฉพาะซื้อกลับบ้าน หรือแบบจัดส่งเท่านั้น ทำให้ธุรกิจร้านอาหารต้องมีการปรับตัวอย่างมากในการหาช่องทางการขาย เพื่อให้รายได้ที่สูญเสียกลับคืนมา และเพื่อให้ผู้บริโภคมีช่องทางในการเข้าถึงธุรกิจร้านอาหารของตนได้มากขึ้น เช่นการสั่งอาหารแบบออนไลน์ ซึ่งตลาดของการสั่งอาหารออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมาก และคาดการณ์ว่าความนิยมของแอปพลิเคชันสั่งอาหารจะเพิ่มขึ้นสูงกว่า 41% ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหลายรายได้มีการปรับตัวสู่ Food Delivery (ดำรงเกียรติ มาลา, 2564, 5 พฤษภาคม) ซึ่งในปัจจุบันร้านอาหารมีการปรับตัวมาเป็นการให้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เนื่องจากเป็นช่องทางสำหรับร้านค้ามีรายได้ และช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกสบาย ได้ทานอาหารโดยไม่ต้องเดินทางออกจากบ้านไปเสี่ยงรับเชื้อไวรัสโควิด-19

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไม่เพียงกระทบกับสุขภาพ และความเป็นอยู่ของคนทั่วโลก แต่กระทบต่อเศรษฐกิจและแทบทุกภาคส่วนของไทย โดยเฉพาะภาคธุรกิจร้านอาหารอย่างมากภายใต้สภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ การปรับตัวและการดำเนินกิจการของธุรกิจร้านอาหารต้องสอดคล้องกับมาตรการของรัฐที่ประกาศบังคับใช้และความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งร้านอาหารแบบบุฟเฟต์ (Buffet) มีรูปแบบการให้บริการ 2 แบบ รูปแบบแรก เป็นรูปแบบของการให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (Full Service) ลูกค้าสามารถเลือกเมนูอาหารแล้วให้พนักงานเสิร์ฟมาบริการดูแล และอีกรูปแบบเป็นการให้บริการตนเอง ร้านอาหารบุฟเฟต์ของไทยนั้นมักที่จะมีความหลากหลายของอาหาร มากกว่าในประเทศอื่น ซึ่งในประเทศไทย ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์เป็นที่นิยม เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปส่งผลทำให้พฤติกรรมในการบริโภคอาหารเปลี่ยนตามไปด้วย ซึ่งร้านอาหารบุฟเฟต์ เป็นร้านอาหารประเภทที่มีราคาเดียว แต่มีอาหารหลากหลาย จึงทำให้ได้รับความนิยมเนื่องจากสามารถรับประทานอาหารได้หลายอย่าง และสามารถรับประทานได้ไม่จำกัด แต่ในปัจจุบันเมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 เป็นเหตุทำให้ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติตามมาตรการป้องกันการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความร่วมมือเพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบโดยตรงในด้านรายได้ และการทำธุรกิจที่ยังคงมีรายจ่ายประจำเดือนเป็นจำนวนมากทำให้ผู้ประกอบการ

ต้องปรับตัวในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เพราะไม่สามารถให้บริการได้อีกทั้งรูปแบบของการให้บริการร้านประเภทบุฟเฟ่ต์จะต้องให้ผู้บริโภคเข้ามารับประทานภายในร้านและรับประทานกันเป็นกลุ่ม 2 คนขึ้นไป แต่จากสถานการณ์ของโรคโควิด ประกอบกับมาตรการของรัฐ ที่ต้องมีการเว้นระยะห่าง ในการรับประทานอาหารระหว่างกัน ทำให้ประชาชนรับประทานอาหารแบบเป็นกลุ่มลดลง ส่งผลทำให้รายได้ของร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ลดลงเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และดำเนินกิจการต่อไปได้ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะทำการศึกษาผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจร้านอาหารให้ดำเนินต่อไปได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวให้กับธุรกิจร้านอาหารให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

1.2 คำถามการวิจัย

1. มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นอย่างไร
2. ผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นอย่างไร
3. การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
3. เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษครั้งนี้มุ่งศึกษาใน 3 ประเด็นหลัก คือ

1.1 เพื่อศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นการศึกษามาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์

1.2 เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จะเป็นการศึกษาว่าภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ส่งผลกระทบอย่างไรต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

1.3 เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

เป็นการศึกษาร้านอาหารบุฟเฟต์ในขอบเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

เป็นการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษครั้งนี้ มุ่งศึกษาผลกระทบธุรกิจร้านอาหารในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งเริ่มต้นการแพร่ระบาดในประเทศตั้งแต่ช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน โดยจะเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงมาตรการในการบังคับใช้ของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

2. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 และนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อเสนอแนะและเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถานการณ์ COVID-19 หมายถึง โรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบตั้งแต่ปี ค.ศ. 2019 มีกำเนิดที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน และกำลังแพร่ระบาดอยู่ทั่วโลก ซึ่งมีผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างรวดเร็ว

2. วิธีชีวิตใหม่ (New Normal) หมายถึง ความปกติใหม่ ฐานชีวิตใหม่ของผู้บริโภค

3. ร้านอาหาร หมายถึง อาคารหรือสถานที่ ที่จัดไว้เพื่อประกอบอาหาร หรือปรุงอาหารสำเร็จ และ จำหน่ายให้ผู้ซื้อสามารถบริโภคได้ทันที โดยมีพื้นที่เกิน 200 ตารางเมตร มีโต๊ะ เพื่อไว้สำหรับรับประทานอาหารอย่างน้อย 2 โต๊ะขึ้นไปมีสถานที่เพื่อไว้สำหรับลูกค้าจอดรถ มีอ่างล้างมือและมีห้องน้ำที่ถูก สุขลักษณะไว้บริการทั้งสำหรับลูกค้าทั่วไป

4. ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ (Buffets) หมายถึง ร้านอาหารที่มีอาหารหลากหลายชนิดให้ลูกค้าเลือก ลูกค้าสามารถตักอาหารได้ทุกประเภทภายในร้าน โดยผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการเหล่านั้นได้ไม่จำกัดจำนวน และคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคล โดยมีหลายประเภททั้ง แบบปิ้งย่าง หมูกระทะ ชาบู เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ดังรายละเอียดในบทที่ 1 สำหรับในบทนี้จึงเป็นการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการตอบสนองวัตถุประสงค์ดังกล่าว ศึกษาประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับ ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแล้วสามารถสรุปแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. ประเภทของร้านอาหาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.
3. แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบจากการจัดการภาครัฐ
4. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ
4. แนวคิดการปรับตัว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประเภทของร้านอาหาร

ร้านอาหารคือ สถานที่ที่ให้บริการอาหารแก่ลูกค้า โดยประกอบด้วยพนักงานที่ทำอาหารและบริการลูกค้าที่มาทานอาหาร ณ สถานที่นั้น ๆ ร้านอาหารมีลักษณะทางการค้าและสังคมที่แตกต่างกันตามประเภทของอาหารที่บริการ รวมถึงยังมีลักษณะทางการค้าที่แตกต่างกัน เช่น ร้านอาหารริมทางวิถี ร้านอาหารระดับหรู ร้านอาหารบุฟเฟต์ ร้านอาหารนานาชาติ เป็นต้น โดยจากการศึกษาของ สำอาง สืบสมาน, อภิรัตน์ ศุภนาททรัพย์และคณะ (2559) ได้อธิบายประเภทของร้านอาหารไว้ดังนี้

1. ประเภทของร้านอาหารที่แบ่งตามหน่วยงานของรัฐ

1.1 กระทรวงพาณิชย์ แบ่งประเภทของร้านอาหารเป็น 4 แบบ โดยจำแนกตามการตกแต่งเป็นหลัก ได้แก่

1.1.1 ประเภทร้านอาหารระดับหรู (fine dining) หมายถึง สถานบริการที่มีการตกแต่งประณีตเลือกใช้อวัสดุ เฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปลักษณ์ราคาแพง การให้บริการในระดับ

มาตรฐานสากล โดยมีการจัดแต่งจานอาหารให้ออกมาอย่างหรูหรา และบรรยากาศร้านอาหารที่สงบผ่อนคลายเป็นส่วนตัว แต่มีความหรูหรา

1.1.2 ร้านอาหารระดับกลาง (casual dining) เป็นสถานบริการที่มีการออกแบบตกแต่งเน้นบรรยากาศของร้านมีความผ่อนคลายพอสมควร เป็นกันเอง ราคาอาหารอยู่ในระดับปานกลาง และการให้บริการไม่มีแบบแผนมากนัก

1.1.3 ร้านอาหารระดับทั่วไป (fast dining) เป็นสถานบริการที่มีการออกแบบตกแต่งแบบเรียบง่าย สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย เน้นบริการอาหารจานด่วน มีรายการอาหารจำกัด และหมุนเวียนลูกค้าได้ปริมาณมาก

1.1.4 ร้านฟู้ดริมบาทวีกี (kiosk) เป็นสถานบริการที่จัดเป็นการประกอบธุรกิจขนาดเล็กโดยเจ้าของธุรกิจเป็นผู้ประกอบอาหารและเป็นผู้ให้บริการเองมีการออกแบบตกแต่งแบบง่าย ๆ เน้นอาหารจานเดียว สามารถปรุงได้ง่ายและรวดเร็ว

1.2 กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานโครงการสุขภาพิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ความหมายของร้านอาหารประเภทต่างๆ โดยจำแนกเป็น 5 ประเภท คือ

1.2.1 ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารตั้งอยู่ภายในโรงแรม

1.2.2 ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป ที่รับประทานอาหารภายในอาคาร พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบ

1.2.3 สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่รับประทานอาหารอยู่นอกอาคาร บรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบ

1.2.4 ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ในอาคาร ส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำถิ่นหรือเป็นอาหารเฉพาะอย่าง เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ส้มตำ เป็นต้น

1.2.5 ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวานหรือไอศกรีม เท่านั้น

2. ประเภทของร้านอาหารตามลักษณะของการให้บริการ

2.1 ร้านอาหารที่มีการบริการแบบเต็มรูปแบบ (fine dining) โดยสถานบริการด้านอาหารประเภทนี้ถูกจัดอยู่ในมาตรฐานระดับสากลซึ่งมีอาหารนานาชาติและเครื่องดื่มพิเศษให้บริการ รูปแบบการให้บริการและอาหารในร้านประเภทนี้จะบ่งบอกถึงคุณภาพที่ดี โดยจะตกแต่งอย่างหรูหรา ใช้วัสดุอย่างดี มีคุณภาพ เครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร เช่น ช้อน ส้อม

จาน แก้ว ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพ ร้านอาหารประเภทนี้จะมีพนักงานจำนวนมากคอยให้บริการ ตั้งแต่ตอนรับเมื่อลูกค้ามาถึง พาลูกค้าไปยังโต๊ะซึ่งจะมีการสำรองที่นั่งไว้ล่วงหน้า พนักงานจะมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ ไม่ว่าจะเป็นความรู้เรื่องอาหารหรือความรู้เรื่องเครื่องดื่ม สามารถอธิบายความเป็นมาของอาหาร เครื่องปรุงที่ใช้ในอาหาร และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของเครื่องดื่มต่าง ๆ การบริการมีพิธีรีตองและธรรมเนียมปฏิบัติตามแต่ละประเภทของอาหารอย่างเคร่งครัด ส่วนมากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะมาในโอกาสพิเศษ เช่น วันคล้ายวันเกิด วันสำคัญต่าง ๆ หรือเมื่อต้องเลี้ยงรับรอง ราคาสำหรับอาหารและบริการในร้านอาหารประเภทนี้ค่อนข้างสูง และมีการคิดค่าบริการ (service charge) ร้อยละ 10 เนื่องจากมีต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงและใช้บุคลากรเป็นจำนวนมาก ร้านอาหารแบบนี้ส่วนใหญ่จึงอยู่ในโรงแรม ปัจจุบันร้านอาหารประเภทนี้ที่เป็นลักษณะประเภทร้านเดี่ยว (stand-alone) คือ เนื้อที่ใช้งานไม่อยู่ภายในอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ มากขึ้นเรื่อย ๆ

2.2 ร้านอาหารที่มีการบริการแบบกึ่งเต็มรูปแบบ (casual dining) สถานบริการด้านอาหารประเภทนี้ เน้นการให้บริการแบบกึ่งเต็มรูปแบบ มีพนักงานคอยบริการเช่นเดียวกับร้านอาหารที่มีการบริการแบบเต็มรูปแบบ แตกต่างคุณภาพของการบริการและความพิเศษของอาหารมีคุณภาพที่ลดหลั่นลงมา กล่าวคือ ผู้ให้บริการมีความเป็นกันเองกับลูกค้า ไม่เคร่งครัดในระดัการให้บริการและธรรมเนียมในปฏิบัติการให้บริการที่มากนัก โดยมากอาหารที่ให้บริการในประเภทนี้จะเป็นอาหารที่ลูกค้ารู้จักดีเข้าถึงได้ง่าย ไม่จำเป็นต้องมีคำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการจากผู้ให้บริการมากนัก การแต่งร้านจะทำให้เกิดความรู้สึกสบายและเข้าถึงได้ง่าย เหมาะสำหรับครอบครัว ร้านอาหารแบบนี้จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการได้ง่ายและหลากหลายกว่า และลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้บ่อยกว่าร้านอาหารที่มีการบริการแบบเต็มรูปแบบ การตกแต่งร้านใช้วัสดุที่ราคาไม่แพงมาก แต่เน้นที่ความคงทนถาวร เพราะปริมาณการใช้งานจะสูงกว่าร้านอาหารที่มีการบริการแบบเต็มรูปแบบ ราคาสำหรับอาหารและบริการในร้านอาหารประเภทนี้เป็นระดับกลาง ๆ ราคาจะไม่ต่ำมากเพราะยังต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ตัวอย่างของร้านอาหารที่มีการบริการแบบกึ่งเต็มรูปแบบ ได้แก่ สวนอาหาร หรือร้านอาหารที่อยู่ตามห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารประเภทนี้อาจจะหมายรวมถึง คาเฟ่ (cafe) ถ้าแปลความหมายตรงตัวหมายถึงร้านกาแฟ แต่คาเฟ่ สามารถหมายถึง ร้านอาหารแบบกึ่งเต็มรูปแบบ แต่ให้บริการเน้นเครื่องดื่มเป็นหลักมากกว่าความหลากหลายของรายการอาหาร ร้านอาหารประเภทนี้เปิดบริการให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการ และนั่งนานเท่าไรก็ได้

2.3 ร้านอาหารแบบบริการอย่างรวดเร็ว (quick service หรือ fast casual restaurant) ร้านอาหารประเภทนี้เป็นร้านอาหารที่มีการตกแต่งแบบฟั้น ๆ และธรรมดา ส่วนใหญ่ลูกค้าจะต้องเดินไปสั่งอาหารที่เคาน์เตอร์ ส่วนรายการอาหารจะติดไว้ด้านบนกระดานเหนือเคาน์เตอร์ รายการอาหารจะมีจำนวนค่อนข้างจำกัด แต่เป็นอาหารที่ลูกค้าคุ้นเคย ลักษณะเด่นคือความเร็วในการปรุงอาหาร อาหารบางส่วนมีการทำไว้ก่อนแล้ว และราคาของอาหารไม่แพง สำหรับอาหารตะวันตกส่วนใหญ่จะเป็นอาหารประเภทแซนด์วิชหรือแฮมเบอร์เกอร์ ส่วนร้านอาหารตะวันออกจะเป็นร้านขายก๋วยเตี๋ยว ร้านขายข้าวแกง ร้านอาหารแบบนี้จะมีพนักงานบริการจำกัด ดังนั้นจึงเน้นให้ลูกค้าบริการตนเอง

2.4 ร้านอาหารแบบเคลื่อนย้ายได้ (mobile restaurant) มีได้หลายรูปแบบ เช่น ร้านอาหารริมบาทวิถี ร้านอาหารที่เป็นเรือในตลาดน้ำ ร้านอาหารในตลาดนัด ร้านอาหารแบบนี้เป็นสถานที่บริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ยึดติดกับสิ่งปลูกสร้างถาวร ประเทศไทยมีร้านอาหารริมบาทวิถีที่ทำอาหารอย่างง่าย ๆ ให้บริการบุคคลทั่วไปที่ผ่านไปมา อาจจะมีโต๊ะและที่นั่งให้บริการลูกค้าหรือไม่ก็ได้ ร้านอาหารสามารถเกิดขึ้นบนเรือเหมือนร้านอาหารที่เป็นเรือในตลาดน้ำ ส่วนใหญ่ครัวจะอยู่บนเรือและลูกค้านั่งรับประทานบนบกในประเทศตะวันตกนิยมรถบรรทุกขายอาหาร (food truck) ซึ่งเป็นรถบรรทุกที่ครบครันไปด้วยอุปกรณ์ครัว ทำอาหารได้หลากหลายรูปแบบ ลูกค้าจะซื้ออาหารจากหน้าต่างด้านข้างของรถและส่วนใหญ่จะยืนรับประทานอยู่บนบาทวิถี ร้านอาหารแบบเคลื่อนย้ายได้ยังมีอีกหนึ่งประเภท คือ ร้านอาหารชั่วคราว หรือที่เรียกว่า pop-up restaurant ร้านอาหารแบบนี้เปิดขึ้นชั่วคราว และใช้สถานที่ที่แปลกออกไปเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น ในห้องแสดงงานศิลปะ ในพิพิธภัณฑ์ ร้านอาหารอาจจะถูกจัดขึ้นเพียง 1 วัน หรือ 1 สัปดาห์และย้ายไปให้บริการในสถานที่อื่น ๆ ต่อไป ปัจจัยหลักในการจำแนกประเภทร้านอาหาร คือ ลักษณะของการบริการ ลักษณะของอาหารหรือสินค้าที่ขาย ซึ่งจะสะท้อนในเรื่องของทำเลที่ตั้ง การกำหนดราคา การตกแต่งร้าน และกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ

3. ประเภทร้านอาหารตามลักษณะของอาหารที่บริการ

3.1 สถานบริการด้านอาหารเฉพาะในแต่ละสัญชาติ เช่น ร้านอาหารไทย ฝรั่งเศส อิตาลี ญี่ปุ่น หรือแม้กระทั่งร้านอาหารอินเดีย เป็นต้น

3.2 สถานบริการด้านอาหารประจำถิ่น (ethnic cuisine) จะเป็นการขายสินค้าอาหารเป็นประเภทประจำท้องถิ่นที่มีอยู่ของในแต่ละประเทศ เช่น อาหารปักษ์ใต้ อาหารเหนือ ของประเทศไทย หรืออาหารอิตาลีแบบโรม หรือร้านอาหารฝรั่งเศสแบบทางตอนใต้ เป็นการให้บริการ

ทางด้านอาหารที่เฉพาะเจาะจงของแต่ละพื้นที่ที่มีความโดดเด่นมากพอที่จะสามารถดึงดูดลูกค้า เข้าให้เข้ามาใช้บริการได้

3.3 สถานบริการด้านอาหารพิเศษเฉพาะทาง (specialty food) เป็นการให้บริการ ทางด้านอาหารที่การจัดเตรียมแตกต่างและมีความจำเพาะมากกว่าอาหารทั่วไป เช่น มังสวิรัติ อาหารเจ อาหารทะเล อาหารชีวจิต หรือแมโครไบโอติกส์ ร้านขายเนื้ออย่างโดยเฉพาะ

3.4 สถานบริการด้านอาหารที่แบ่งตามวิธีการปรุงอาหาร เช่น ร้านสุกี้ ร้านปิ้งย่าง และร้านอาหารที่นำความรู้ทางวิทยาศาสตร์ขั้นสูงมาประยุกต์กับการปรุงอาหารที่เรียกว่า อาหาร โมเลกุล (molecular gastronomy)

3.5 สถานบริการด้านอาหารนานาชาติ เป็นอีกประเภทหนึ่งที่เปิดให้บริการกันอยู่ ทั่วไป โดยส่วนมากสถานบริการด้านอาหารประเภทนี้มักจะเลือกการบริการแบบบุฟเฟต์ ซึ่งเป็นการบริการตนเองและคิดราคาเหมาจ่าย ราคาเดียวให้กับลูกค้า

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นคุณสมบัติหรือลักษณะที่มีความสำคัญในการสร้าง หรือเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ โดยอาศัยวิสัยทัศน์ ความคิด ความมุ่งมั่นหรือความรับผิดชอบ ของแต่ละบุคคล ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการหนุนเสริมความสำเร็จและประสิทธิภาพของ ธุรกิจหรือองค์กรโดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ไว้ดังนี้

ผู้ประกอบการเป็นบุคคลหรือองค์กรที่ก่อตั้งและดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมทางธุรกิจขึ้นมา เพื่อผลกำไรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร ภายใน กิจกรรมนี้ ผู้ประกอบการมักต้องดำเนินการตลาด การบริหารงานและการจัดการทรัพยากรเพื่อให้ ธุรกิจเจริญรุ่งเรือง ตามความคิดของ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) อธิบายว่า ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ รวบรวมข้อมูล มีการวางแผนเพื่อที่จะดำเนินการก่อตั้งธุรกิจ ขึ้นมา โดยการนำเอาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เช่น ทุน ที่ดิน แรงงาน และเทคนิคการบริหารจัดการ มาดำเนินการด้วยวิธีที่สร้างสรรค์ นำมาเสนอขายในตลาดเพื่อหวังผลกำไร และพร้อมที่จะยอมรับ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง โดยมีเจตจำนงในการเผชิญกับความเสี่ยงที่ หาโอกาสขยายกิจการไปตลาดใหม่ ๆ โดยการผลิตสินค้าใหม่ ๆ ขึ้นดีและบริการยอดเยี่ยม โดย บางโอกาสก็อาจทำตามแบบผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาแล้วก็ได้ ซึ่งจะต้องอาศัย

ความคิดสร้างสรรค์ หรือมีเจตจำนงที่ต้องใช้จ่ายจำนวนมากเพื่อการเสี่ยงโชค McCrimmon (1995 ; อ้างถึงใน สวลี วงศ์ไชยา, 2560)

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลหรือองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขึ้นมาเพื่อผลกำไร โดยนำเอาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มาบริหารจัดการให้เกิดผลลัพธ์สูงสุด โดยมีความกล้าได้กล้าเสีย เผชิญหน้ากับความเสี่ยงหรือความท้าทายทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่ได้อธิบายถึงคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ

ซึ่งตามความคิดของ วิมพิวิภา เกตุเทียน (2556; อ้างถึงใน ฐะธรรมานนท์ (2564)) ได้อธิบายว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการจะมีลักษณะเฉพาะบุคคลโดยมีความสามารถส่งเสริมสนับสนุนศักยภาพการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จได้ นอกจากนั้นคุณลักษณะของผู้ประกอบการยังช่วยให้พร้อมเผชิญกับความเสี่ยงในระดับปานกลาง หรือระดับที่ผู้ประกอบการได้คำนวณไว้แล้วอีกด้วย และ Shane (2003 ; อ้างถึงใน (สรเสริมสมบัติ, 2563)) อธิบายว่า เป็นคุณลักษณะของบุคคลที่จะส่งผลให้เกิดการแสดงถึงพฤติกรรม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความสามารถที่จะแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ หากบุคคลมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันแล้ว ย่อมจะมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมในสถานการณ์เดียวกันแตกต่างกันด้วย ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะมีโอกาส มีทักษะ ข้อมูล และต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เหมือนกันก็ตาม นอกเหนือจากนั้นยังอธิบายถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์การ Covin & Slevin (1991; อ้างถึงใน (อะทะวงษา, 2556)) ประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1. การเผชิญกับความเสี่ยง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน และดำเนินกลยุทธ์ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอน
2. จำนวนความถี่และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี
3. ลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหาร ที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุกเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม

วรรณชัย พรหมมานะ (2557 ; อ้างถึงใน (ยิ่งงามแก้ว, 2558)) อธิบายถึงคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ที่หนุนเสริมให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอธิบายไว้ 10 ด้าน คือ

1. มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ คือ การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องทั้งลงทุนลงแรง ต้องทำงานหนักแทบไม่จะมีวันหยุด เพราะต้องวางแผนตัดสินใจดำเนินการ และแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ

2. มีความมั่นใจในตนเอง คือ คนที่เชื่อมั่นในตนเองจะเป็นคนที่มีกำลังใจให้ตนเองโดยไม่กลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาอุปสรรค จึงมีโอกาสสูงที่จะบรรลุกับความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คุณสมบัตินี้จะทำให้คนที่ทำงานด้วยหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องมีความเชื่อมั่นตามไปด้วย

3. มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างชัดเจน คือ ผู้ประกอบการจะต้องรู้ว่าตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไร ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนคืออะไร ธุรกิจของตนเมื่อเทียบกับคู่แข่งมีจุดอ่อนและจุดแข็งอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังต้องรู้ยุทธวิธีว่าทำอย่างไร ธุรกิจของตนจึงจะสำเร็จได้

4. มีแผนงานที่เป็นระบบ กล่าวถึงการมีแนวคิดทางธุรกิจที่ดีไม่ได้เป็นเครื่องยืนยันว่าผู้ประกอบการจะสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ประกอบการก็ควรจะมีแผนธุรกิจที่เป็นระบบด้วย ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการสร้างแผนธุรกิจที่ชัดเจนจะช่วยให้เราวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

5. มีความสามารถในการบริหารการเงิน คือ ผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากสร้างขึ้นได้จากการใช้ทักษะด้านการตลาด หรือการผลิต แต่มักจะเลยไม่พัฒนาทักษะในเรื่องบัญชีและการเงิน โดยมักจะโยนให้เป็นหน้าที่พนักงานบัญชี ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการรั่วไหลของเงินทุนในกิจการ ยิ่งเมื่อกิจการเติบโตความซับซ้อนและปริมาณของกิจกรรมทางการค้ายิ่งมีมากขึ้น ผู้ประกอบการควรทราบว่าขนาดที่แท้จริงของกิจการเป็นอย่างไร เช่น มีสินทรัพย์ รายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย กำไร เป็นอย่างไร ควรรู้วิธีการตรวจสอบฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการจะได้รู้ปัญหาและหนทางแก้ไขปัญหาก่อนได้

6. มีความสามารถทางการตลาด คือ ในยุคของการแข่งขันแบบนี้ ความสามารถทางการตลาดเป็นทักษะที่สำคัญที่จะทำให้กิจการอยู่รอดได้ ผู้ประกอบการจะต้องแสดงฝีมือด้านนี้ให้เห็นชัดเจนว่า ตนเองรู้วิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้

7. มีความสามารถมองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคตได้ คือ ในการทำธุรกิจนั้นแนวคิดแผนงานมักกระทำกันในวันนี้ แต่การดำเนินงานจริงมักจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความไม่แน่นอน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องคาดการณ์ได้แม่นยำว่าสภาพตลาดและการแข่งขันจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และทำการวางแผนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งถือว่าเป็นการเตรียมความพร้อมและไม่ได้รอคอยโอกาสทางธุรกิจเข้ามาแต่ฝ่ายเดียว

8. มีแหล่งสนับสนุนที่ดี คือ ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้นมักจะเป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตน เช่น ผู้ประกอบการอาวุโสที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันที่สามารถสนับสนุนแนวคิด และวิธีการแก้ไขปัญหาในลักษณะที่คล้ายกัน สถาบันการเงินที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเงินทุนและการขยายกิจการ เป็นต้น

9. มีทักษะการประสานงาน กล่าวคือ ผู้ประกอบการควรทราบในเรื่องขีดจำกัดของตนเองและรู้จักการแบ่งและการกระจายบทบาทหน้าที่ให้กับผู้อื่น โดยเฉพาะเมื่อกิจการเริ่มขยายตัวการมีทักษะการประสานงานทั้งภายในกิจการและกับภายนอกกิจการ จะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น ทักษะในการประสานงานนี้รวมการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีทักษะในการสื่อสาร การสั่งการ ภาวะความเป็นผู้นำ และการถ่ายทอดงาน เป็นต้น

10. มีการจัดองค์กรที่เหมาะสม คือ การจัดองค์กรที่เหมาะสมไม่ได้หมายความว่า จะต้องมีการสร้างองค์กรเหมือนบริษัทใหญ่โดยทันที แต่หมายถึงการมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อนเหมาะกับขนาดกิจการ และสามารถปรับเปลี่ยนได้เป็นระยะ ๆ ตามขนาดขององค์กรที่เติบโตขึ้น

สรุปได้ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในการบริหารธุรกิจและการสร้างความสำเร็จ มีความซับซ้อนและความสำคัญ รวมถึงเป็นหัวใจหลักของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในเรื่องของการบริหารที่ผู้ประกอบการจะต้องไม่เพียงแต่เก่งเพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น แต่จะต้องมีทักษะและความเข้าใจในการจัดการธุรกิจของตนเอง ซึ่งเกิดจากความเชื่อมั่นในตนเอง การสนับสนุน ความสามารถในการบริหาร การประสานงานที่ดี รวมไปถึงความเข้าใจต่อกระแสสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งศึกษาจากความรู้และประสบการณ์ของบุคคลนั้นๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบ

ผลกระทบเกิดขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์นั้น ๆ โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ผลกระทบสามารถเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบ ผลกระทบมักเกิดขึ้นจากเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลที่สร้างความเปลี่ยนแปลง อาจเกี่ยวข้องกับด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม ฯลฯ และผลกระทบนั้นมีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น

โดย Vanclay et al. (2000 ; อ้างถึงใน (สุพัตรา รุ่งรัตน์, 2563)) ได้อธิบายถึงผลกระทบทางสังคมที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่านั้น ดังต่อไปนี้

1. วิธีการดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐาน การทำงาน หรือแม้แต่การละเล่น รวมถึงการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันในชีวิตประจำวันแต่ละวัน

2. วัฒนธรรม ค่านิยมประจำกลุ่ม หรือแม้แต่ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารในกลุ่มและภาษาท้องถิ่นก็สามารถส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้

3. ชุมชน เกิดจากการเป็นชุมชนได้จะมาจากการรวมพลังเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว ดังนั้นการให้บริการและสนับสนุนให้เกิดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชนย่อมเป็นฐานในการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีมากกว่า

4. สิ่งแวดล้อม ในด้านของคุณภาพอากาศ น้ำ เสียง อาหาร โดยในปัจจุบันค่าฝุ่นละอองเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพเป็นสำคัญ ความพอเพียงของอนามัยชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องสามารถเข้าถึงและควบคุมได้

5. สุขภาพ ความเป็นอยู่ที่ดี หมายถึง ความสมบูรณ์ทางกายและใจที่เป็นเป็นไปในทางที่ดี รวมถึงการมีสังคมที่ดี ปลอดภัย

6. ความวิตกกังวลและความปรารถนาที่ในเรื่องเกี่ยวกับความปลอดภัยและความวิตกกังวลเกี่ยวกับอนาคตของชุมชน และความปรารถนาที่ชุมชนต้องการให้เป็น เพื่ออนาคตของบุตรหลานของตน

2.4 แนวคิดการปรับตัว

การปรับตัวเป็นกระบวนการที่สำคัญที่มนุษย์จะสามารถเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นทางด้านส่วนบุคคล อาชีพ สังคม หรือสภาพแวดล้อม ซึ่งการปรับตัวเป็นกระบวนการที่ต้องพัฒนาความยืดหยุ่นและความสามารถในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในชีวิต โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ “การปรับตัว” ไว้ดังนี้

จารุวรรณ เกษสมบูรณ์ (2557) ได้กล่าวถึง การปรับตัวโดยอ้างอิงจากทฤษฎีการปรับตัวของรอย Roy's Adaptation Model ว่าในแต่ละวันบุคคลต้องเผชิญกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อันมีผลกระทบกับบุคคลนั้น ด้านชีวภาพ จิตใจและสังคมทำให้บุคคลต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยการปรับตัวนั้นเป็นผลมาจากสิ่งเร้า 3 ประการ ได้แก่ สิ่งเร้าตรง (Focal stimulus) สิ่งเร้าร่วม (Contextual stimulus) และสิ่งเร้าแฝง (Residual stimulus) การที่มนุษย์หรือสิ่งที่มีชีวิตต่าง ๆ พยายามปรับสภาพแวดล้อมตนเองให้สามารถดำเนินชีวิตได้เป็นไปตามสภาพแวดล้อมสังคมภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตนเองอยู่ตลอดเวลา โดยเมื่อมนุษย์หรือสิ่งที่มีชีวิตต่าง ๆ ต้องไปเผชิญกับสภาพแวดล้อมเหล่านั้น ก็จะมีปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อทำให้เกิดสมดุล

ระหว่างความต้องการของตนเอง และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น โดยหากสามารถปรับตัวได้เข้ากับสภาวะสามารถดำเนินชีวิตอยู่สภาพแวดล้อมนั้นได้อย่างปกติ ทั้งนี้แต่ละสังคมหรือชุมชนจะมีการปรับตัวที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละสังคมหรือชุมชนเป็นอย่างไรนั่นเอง

Roy & Andrews (1999 ; อ้างถึงใน (สุกฤษา, 2559)) ได้อธิบายว่า เมื่อเกิดเหตุการณ์หรือมีการเปลี่ยนแปลงเข้ามาในชีวิต โดยการปรับตัวเป็นกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความคิดและความรู้สึกจากการใช้ความตระหนักรู้ทางสติปัญญาและการสร้างสรรค์ในการบูรณาการระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมให้กลมกลืนกัน และได้อธิบายว่าบุคคลเป็นเหมือนระบบ การปรับตัวที่มีความเป็นองค์รวม (Holistic adaptive system) และเป็นระบบเปิด ประกอบด้วย สิ่งนำเข้า (Input) กระบวนการเผชิญปัญหา (Coping process) สิ่งนำออก (Output) และการบวนการป้อนกลับ (Feedback process) โดยแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียว โดยเมื่อสิ่งเร้าที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกผ่านเข้าสู่ระบบการปรับตัว จะทำให้กระตุ้นต่อบุคคลเกิดการปรับตัวตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้น

วันยรัตน์ คุณาพันธ์ (2561); อ้างถึงใน (ยอดเสนีย์, 2563)) มีความเชื่อว่า บุคคลเป็นระบบการปรับตัวระบบหนึ่ง” ซึ่งมีการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในตัวเองและภายนอกตลอดเวลา ในทุกสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่อยู่รอบตัวบุคคล สิ่งแวดล้อมจัดเป็นตัวป้อนเข้า (Input) ที่ส่งไปที่ระบบการปรับตัว ซึ่งตามแนวคิดของ Roy (1976) ได้จัดแบ่งสิ่งแวดล้อมซึ่งเปรียบเสมือนสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลปรับตัวออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. สิ่งเร้าตรง หรือสิ่งเร้าเฉพาะ (Focal Stimuli) คือ สิ่งเร้าที่บุคคลกำลังเผชิญอยู่โดยตรงและมีความสำคัญมาก เป็นสิ่งที่บุคคลต้องปรับตัว เช่น ความเจ็บป่วยที่กำลังเป็นอยู่ เป็นต้น

2. สิ่งเร้าร่วม หรือสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้อง (Contextual Stimuli) หมายถึง สิ่งเร้าอื่น ๆ ที่มีอยู่ในสิ่งแวดล้อมนอกเหนือจากสิ่งเร้าเฉพาะหรือสิ่งเร้าตรง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา การสนับสนุนทางสังคมจากบุคคลรอบข้าง รายได้ของครอบครัว ลักษณะของครอบครัว เป็นต้น

3. สิ่งเร้าแฝง หรือสิ่งเร้าเงียบ (Residual Stimuli) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล เช่น ความเชื่อ ทศนคติ อุปนิสัย ประการณเดิม และการดำเนินชีวิต เป็นต้น

เมื่อมีการปะทะสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือสิ่งเร้าดังกล่าวแล้ว บุคคลจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมถือเป็นกระบวนการสำคัญในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเกิดได้จากสภาพอากาศ สถานการณ์เศรษฐกิจ สถานะสังคม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เมื่อสิ่งแวดล้อมมีการ

เปลี่ยนแปลงบุคคลจะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เหล่านั้น โดยกลไกในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. กลไกการควบคุม (The Regulator Mechanism) เป็นกระบวนการการปรับตัวที่เกิดขึ้น โดยที่บุคคลไม่รู้สึกรู้สีกตัว เป็นการทำงานร่วมกับระบบประสาท ระบบต่อมไร้ท่อ การรับรู้และการตอบสนองเพื่อที่จะควบคุมการทำงานของร่างกายให้อยู่ในสภาพสมดุล

2. กลไกการรับรู้ (The Cognate Mechanism) เป็นกระบวนการการปรับตัวที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ ประสบการณ์เป็นกระบวนการทางจิตสังคมที่บุคคลใช้ในการปรับตัวต่อสภาวะการปรับตัวในสิ่งนี้เป็นการทำงานทางสมองในระดับที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การจดจำ การตัดสินใจต่อการแก้ไขปัญหา และการแสดงอารมณ์ เช่น บุคคลมีการเรียนรู้กระบวนการต่าง ๆ เมื่อรู้สึกเคืองโกรธจะแสดงพฤติกรรมอย่างไร จึงจะเป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นต้น

Roy (1976 ; อ้างถึงใน วัณยรัตน์ คุณาพันธ์, 2561) อธิบายต่อว่า กลไกการปรับตัวจะเกิดขึ้นควบคู่กันเสมอซึ่งจะมีสื่อกลางเป็นการรับรู้และพฤติกรรมการแสดงออก คือ

1. พฤติกรรมการปรับตัวตามความต้องการทางด้านสรีระ (Physiological Needs) มีพื้นฐานมาจากความต้องการในส่วนของด้านร่างกาย โดยครอบคลุมความต้องการพื้นฐานเรื่องของการพักผ่อน การออกกำลังกาย โภชนาการ หรือการขับถ่าย น้ำ รวมถึงอากาศที่ดี การไหลเวียนของเลือด และภาวะสมดุลของร่างกาย

2. พฤติกรรมปรับตัวด้านอัตมโนทัศน์ (Self Concept) เป็นพฤติกรรมที่ปรับตัวเพื่อตอบสนองจิตใจที่มีความต้องการที่เกิดจากการคิด สำนึกู้ ที่เกิดจากประสบการณ์ ความสัมพันธ์กับผู้อื่นภายในสังคมที่มีผลต่อจิตใจของตนเองเช่นกัน รวมถึงการมองตนเองตามสภาวะความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ทั้งในเชิงบวกมีความเชื่อมั่นและมองเห็นคุณค่าแห่งตน การปรับตัวต่อภาวะความกดดันต่าง ๆ จะเป็นไปได้ดีกว่าบุคคลที่มีความรู้สึกต่อตนเองในเชิงลบ ที่จะรู้สึกว่าตนไม่สามารถทำประโยชน์ได้ ขาดความเชื่อมั่นตนเอง น้อยเนื้อต่ำใจ ตามทัศนะของรอยอัตมโนทัศน์ซึ่งจะแบ่งออกย่อย ดังนี้

2.1 อัตมโนทัศน์ทางด้านร่างกาย (Physical Self) คือ การรับรู้สภาพร่างกายผ่านทางรูปลักษณ์ หน้าตา การทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมถึงสมรรถภาพทางเพศ กรณีถ้าบุคคลไม่อาจยอมรับการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของตนเองได้ บุคคลเหล่านั้นอาจจะเกิดความสูญเสียอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย

2.2 อัตมโนทัศน์ด้านส่วนบุคคล (Personal Self) คือ เป็นอัตมโนทัศน์ส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตนเองตามความเชื่อ ค่านิยม อุดมคติ คุณค่า ความคาดหวัง ปณิธานทุกอย่างที่บุคคลยึดถืออยู่อัตมโนทัศน์ด้านนี้ แบ่งออกเป็น

2.2.1 อัตมโนทัศน์ด้านส่วนบุคคล (Personal Self) การที่บุคคลแต่ละคนใช้กฎเกณฑ์ทางจริยธรรมศีลธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่คนทั่วไปมองว่าเป็นค่ามาตรฐานทางศาสนาตามความสำนึกของตนเองในการปฏิบัติและประเมินสิ่งต่าง ๆ โดยใช้กฎเกณฑ์ทางจริยธรรมศีลธรรมเป็นเกณฑ์การพิจารณาตัดสินถูก ผิด ในสถานการณ์ที่ตนรับรู้ที่กำลังละเมิดกฎเกณฑ์หรือค่านิยมทางสังคมและก็จะแสดงออกว่าตนนั้นรู้ถึงความผิดบาป (Guilt) หรือตำหนิตนเอง

2.2.2 อัตมโนทัศน์ด้านความมั่นคง (Self Consistency) ตามสถานการณ์ปกติในตัวแต่ละบุคคลจะพยายามรักษาความมั่นคงและความสม่ำเสมอในตนเองไว้เพื่อเป็นเกราะป้องกันความรู้สึกเมื่อถูกคุกคามจนทำให้ตนนั้นรู้สึกกลัวและวิตกกังวล

2.2.3 อัตมโนทัศน์ด้านปณิธานและความคาดหวังที่ตนมี (Self-Ideal and Expectancy) เป็นความคาดหวังจากบุคคลอื่นมาสร้างจินตนาการ สร้างความคาดหวังให้กับตนว่าตนจะต้องเป็นดังเช่นความคาดหวังของบุคคลอื่น แต่ในทางความเป็นจริงจินตนาการและความคาดหวังเหล่านั้นไม่ได้สะท้อนไม่เหมาะสมถึงการเป็นตนเองจนก่อให้เกิดเป็นความท้อแท้หมดหวัง (Powerlessness)

2.2.4 อัตมโนทัศน์ด้านคุณค่าและความสำคัญ (Self-Esteem) เป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความรู้สึกมั่นคงทางด้านจิตใจ ความรู้สึกว่าตนเองมีค่า ได้รับการยอมรับจากผู้อื่น สถานการณ์ใดที่ก่อให้เกิดความรู้สึกด้อยค่า บุคคลจะพยายามรับความรู้สึกของตนเองซึ่งสำเร็จหรือไม่ ขึ้นกับระดับความเชื่อมั่น ความเข้าใจ ตลอดจนบุคลิกลักษณะโดยส่วนรวมของบุคคลนั้น

3. พฤติกรรมการปรับตัวต่อบทบาทหน้าที่ (Role Function) คือการปรับตัวในการสนองความต้องการให้คงไว้แก่ความมั่นคงทางสังคมและการยอมรับจากบุคคลอื่นไม่ว่าในสถานการณ์ใด ๆ ที่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของตนได้ บุคคลจะต้องมีการปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อให้การปฏิบัติตนเป็นไปตามปกติตามบทบาทของตนเอง ไม่ว่าจะสำเร็จหรือไม่ในทุกอย่างก็จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของบุคคลนั้น โดยปัญหาที่เกิดขึ้นในส่วนนี้จะแสดงออกได้ใน 3 ลักษณะ ดังนี้

3.1 การแสดงบทบาทไม่ตรงตามความเป็นจริง (Role Distance) หมายถึง การแสดงพฤติกรรมได้เหมาะสมกับบทบาทแต่ไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ทั้งนี้ เพื่อต้องการปกปิดสิ่งที่ตนรู้สึกไม่สบายใจ

3.2 ความขัดแย้งในการแสดงบทบาท (Role Conflict) หมายถึง ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลไม่สามารถแสดงพฤติกรรมให้เหมาะสมกับบทบาทของตนได้ในบางสถานการณ์ เนื่องจากความขัดแย้งที่เกิดขึ้นมาจากความคาดหวังของตนเองและความคาดหวังของผู้อื่นที่มีต่อตนไม่ตรงกัน

3.3 ความล้มเหลวในการแสดงบทบาท (Role Failure) หมายถึง ภาวะการณ์ของบุคคลไม่สามารถแสดงบทบาทของตนเองได้เลย

4. พฤติกรรมการปรับตัวด้านการพึ่งพากันและกัน (Interdependence) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลในอันที่จะคงไว้ซึ่งความมั่นคงทางสังคม (Social Integrity) เนื่องจากคนเราต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ความพอเหมาะพอสมระหว่างพึ่งตนเอง (Indolence) การพึ่งพาผู้อื่น (Dependence) และการให้ผู้อื่นได้พึ่งพามีส่วนช่วยให้เกิดความมั่นคงทางด้านจิตใจและสังคม

สรุปได้ว่า การปรับตัวเป็นกระบวนการสำคัญที่เกิดจากสภาพแวดล้อม อาทิ สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น โดยการปรับตัวเป็นกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดจากความคิด ความรู้สึกจากใช้ความตระหนักรู้ทางสติปัญญาและการสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความยืดหยุ่นในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการเรียนรู้จากข้อผิดพลาดและประสบการณ์ของบุคคลนั้นๆ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรรณราย อินทุรัตน์ (2563) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการปรับตัวศูนย์อาหารในมุมมองผู้บริโภคช่วงสถานการณ์โควิด-19 ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก ค้นพบว่า การปรับตัวศูนย์อาหารช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก มีการปรับตัวตามหลักระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และชีวิตวิถีใหม่ (New normal) ได้อย่างมีมาตรฐาน ซึ่งให้ความสำคัญในด้านความสะดวก ความปลอดภัย รวมไปถึงการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการและมีความพึงพอใจ สูงสุดต่อการใช้บริการศูนย์อาหาร ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก รวมไปถึง

คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ความต้องการผู้บริโภค ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้บริโภค ส่งผลต่อความพึงพอใจ ต่อการปรับตัวศูนย์อาหารในมุมมองผู้บริโภคช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ธุรกิจการค้าในจังหวัด พิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สุภาวดี ธงภักดิ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และสันติธร ภูริภักดิ์มหาวิทยาลัยศิลปากร (2564) ได้ศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัญหาและอุปสรรค ทำให้ร้านอาหารประสบปัญหาของจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลงจากเดิม ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ร้านอาหารมีรายได้ ลดน้อยลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายภายในร้านอาหารเท่าเดิม 2) แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการ ประกอบด้วย การกำหนดแนวทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการมีการคำนึงถึงแนวทางปฏิบัติในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน การจัดการรูปแบบการบริการ ผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ โดยยึดหลักตามมาตรฐานในการเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดการความเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมการใช้ชีวิต และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการมีการนำกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด รูปแบบ บริการจัดส่งถึงบ้าน ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการช่วยเหลือกันในระบบ ผู้ประกอบการมี ทัศนคติในการช่วยเหลือกันในระบบทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อเป็นการประคับประคองทั้งระบบให้ สามารถดำรงอยู่ได้

กฤษฎวัฒน์ จิตวโรภาสกุล (2566) ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ของธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยทางด้านการสินค้าที่นำมาวัตถุดิบที่นำมาใช้โดยพิจารณาถึงต้นทุนและใช้วิธีการปรับลดปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบ ด้านราคาไม่ได้มีการปรับราคา และพยายามรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการ รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น

พรพนนารา ปวงคำ และวันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ (2565) ศึกษาเรื่อง บุฟเฟต์ปิ้งย่าง สถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้บริโภคและกิจการร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคมองว่าค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารที่ร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่างในช่วงสถานการณ์โควิด-19 มีราคาถูกลง เพราะเนื่องจากการจัดโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการร้านอาหารร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่าง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมี

รายได้ลดลงจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ลดลง ซึ่งส่งกระทบต่อรายได้ของร้านอาหาร รวมถึงผลกระทบจากมาตรการของรัฐที่เป็นข้อจำกัดในการให้บริการ ร้านอาหารจึงเกิดการเรียนรู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ โดยเพิ่มช่องทางการในการเพิ่มขึ้นในรูปแบบของ Delivery ถึงแม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 ได้คลี่คลายลง การขายแบบ Delivery ก็ยังคงมีมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นการปรับตัวการใช้ชีวิตแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal)

จิรพรรณ กิตินารัตน์ (2565) มองว่า การขายในรูปแบบ Delivery ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกการรับประทานอาหารที่มากขึ้น รวมถึงการออกแคมเปญการตลาดและโปรโมชั่นที่ดึงดูดลูกค้าในร้านอาหารทั่วไป อีกทั้งอธิบายว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการเนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลในการรับประทานอาหารที่ร้าน จึงควรสร้างมาตรฐานการให้บริการส่งอาหารอย่างรวดเร็ว ทั้งในรูปแบบที่ให้ผู้ค้าซื้อกลับบ้าน (Takeaway) และรูปแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) เนื่องจากผู้บริโภคต้องมีการปรับตัวพฤติกรรมในการใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านมากขึ้น รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เน้นความสะดวกมากขึ้น โดยธุรกิจจะต้องใส่ใจในความสะดวกของอาหารที่ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการร้านอาหารมากขึ้น

เรืองฉาย เรืองยังมี (2565) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็กช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กเริ่มปรับตัวจากการใช้เมนูเดิมที่ถนัดนำมาขาย โดยเริ่มจากการยกระดับคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเพิ่มช่องทางการขายในช่องทางของบริษัทรับส่งอาหาร เพื่อความสะดวกสบายต่อผู้บริโภค รวมถึงการลดต้นทุนของวัตถุดิบ เพราะวัตถุดิบบางชนิดที่มีอยู่ไม่มีความแน่นอนจากมาตรการของทางภาครัฐ และมองหาวัตถุดิบใหม่ที่มีต้นทุนต่ำลง

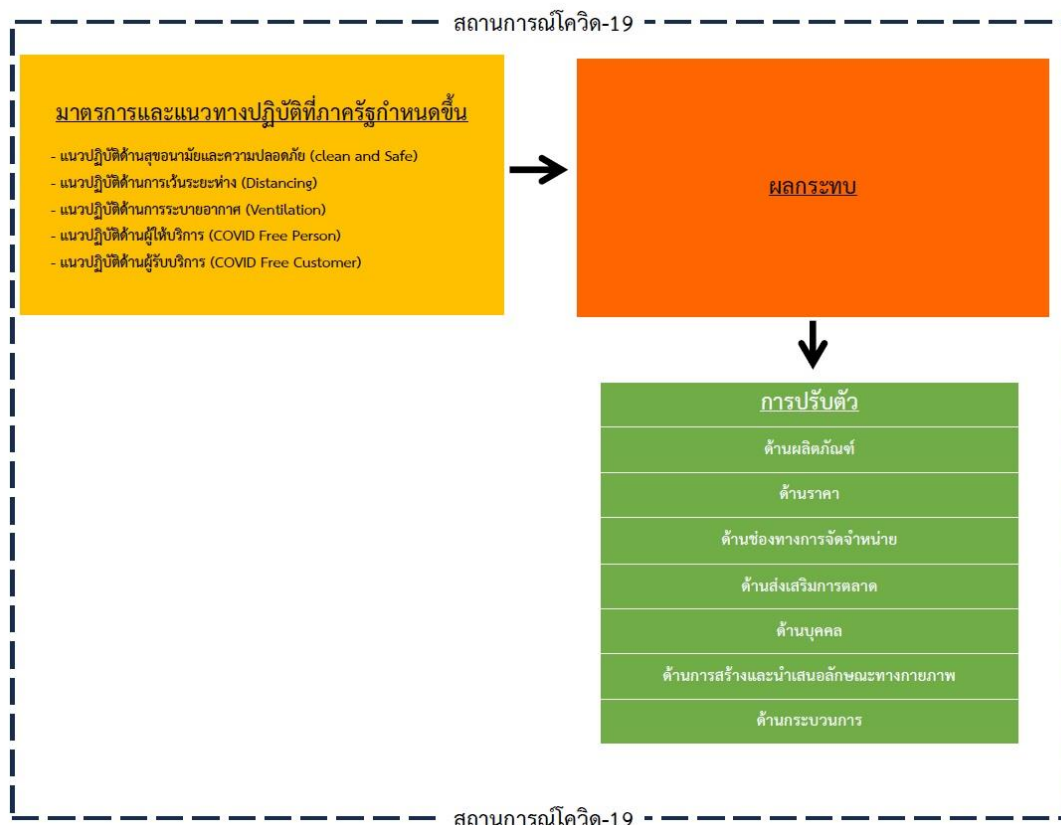
ธารทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล (2566) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารเพื่อการดำรงอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่า ผู้ประกอบการปรับตัวในด้านรายได้ โดยอธิบายว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการทำ Delivery ผ่านแอปพลิเคชันเป็นหลัก ซึ่งเป็นการสร้างรายได้และสามารถรักษารายรับให้ยังคงอยู่ไปเรื่อย ๆ รวมถึงการโฆษณาโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และด้านควบคุมค่าใช้จ่าย ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ได้เผชิญกับปัญหาหลากหลาย อาทิ การเลิกจ้างพนักงาน การขอลดค่าเช่า และการขายกิจการเพื่อลดจำนวนสาขา ซึ่งปัญหาเหล่านี้คือการพยายามปรับและหรือลดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

วณิชสรา ช่วยมี และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2565) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

พบว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 โดยผู้ประกอบการจัดสรรพื้นที่ร้านอาหาร ทำความสะอาด สร้างที่กั้นระหว่างรับประทาน มีจุดบริการล้างมือ การกำหนดจำนวนผู้ให้บริการ รวมถึงการสั่งอาหารผ่านระบบออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส และปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการที่ปลอดภัยภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำ เอาแนวคิด ผลกระทบมาใช้ เพื่อจะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพรรณนา เพื่อแสดงให้เห็นถึงประเด็นสำคัญ ในแต่ละด้านที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการมาใช้ เพื่อให้เห็นถึงกลยุทธ์ที่ร้านเลือกนำมาใช้ และแนวคิดการปรับตัวเพื่อแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ โดยจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีดังกล่าวนี้ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย สำหรับตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาต่อไป

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



กรอบแนวคิดการศึกษาค้นคว้าผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 นั้น เป็นการศึกษา 2 ประเด็น ประกอบด้วย

ประเด็นที่ 1 มาตรการของรัฐ เป็นศึกษาโดยอาศัยจากมาตรการของรัฐที่ออกมาบังคับใช้ได้แก่

- แนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (clean and Safe)
- แนวปฏิบัติด้านการเว้นระยะห่าง (Distancing)
- แนวปฏิบัติด้านการระบายอากาศ (Ventilation)
- แนวปฏิบัติด้านผู้ให้บริการ (COVID Free Person)
- แนวปฏิบัติด้านผู้รับบริการ (COVID Free Customer)

ประเด็นที่ 2 ผลกระทบเป็นการศึกษาอาศัยแนวคิดผลกระทบประกอบด้วย 4 ขั้นตอน

- ด้านรายได้
- ด้านช่องทางการขาย
- ด้านเงินทุน

ประเด็นที่ 3 การปรับตัวเป็นการศึกษาโดยอาศัยกลยุทธ์ที่นำมาใช้กับการบริการ
ประกอบด้วย 7 ด้าน

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)
4. ด้านส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคคล
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
7. ด้านกระบวนการ

การศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ศึกษาผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 และผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นการศึกษาภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดภายในประเทศไทย พ.ศ. 2563

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา “การวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เป็นการมุ่งศึกษาถึงมาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ผลกระทบ และการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยผู้ศึกษาสามารถแสดงรูปแบบการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary research) รวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ รายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการของรัฐ และผลกระทบ และนำไปวิเคราะห์ประกอบผลของการศึกษาต่อไป เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับมาตรการของรัฐ และผลกระทบที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และนำไปวิเคราะห์ประกอบผลของการศึกษาต่อไป

2. การวิจัยภาคสนาม เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยจะทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เพื่อเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยกำหนดวิธีในการวิจัยภาคสนาม เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเจาะจงไปที่ผู้ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการ หรือดูแลร้านอาหาร เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ นโยบาย แนวทางการปฏิบัติงาน รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

3.2 ลักษณะตัวอย่างหรือประชากรที่ทำการศึกษา

ประชากรเป้าหมาย

เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ข้อสอง ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับประเด็นการศึกษา ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการ หรือดูแลร้านอาหาร

ขนาดตัวอย่าง

เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ข้อสอง ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับประเด็นการศึกษาผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการ หรือดูแลร้านอาหาร ประกอบด้วย ร้านอาหารขนาดใหญ่ จำนวน 5 ร้าน และร้านอาหารขนาดเล็กจำนวน 5 ร้าน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนั้น แบบสัมภาษณ์ของการศึกษาคั้งนี้จะอาศัยข้อมูลจากเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา และความถูกต้องเหมาะสมของภาษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และนำผลการพิจารณาไปปรับแก้ตามข้อเสนอแนะเพื่อสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ สังเคราะห์และประมวลผลของข้อมูล ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อแสวงหาข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.5 การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้ศึกษาได้พิจารณาแบบสัมภาษณ์จากมาตรการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบ และการปรับตัว รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา และความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้จากอาจารย์ที่ปรึกษาและ/หรือผู้เชี่ยวชาญ และนำผลการพิจารณาไปปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3.7 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาและอนุมัติจริยธรรม การวิจัยโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เลขที่ 086/2566 ลงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ภายหลังการอนุมัติ ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามเกณฑ์คัดเข้า และเข้าพบผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การวิจัยเพื่อชี้แจงรายละเอียด อธิบายขั้นตอนการวิจัย และประโยชน์ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญการวิจัยจะได้รับ ถ้าผู้ให้ข้อมูลสำคัญยินดีเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยจะให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือผู้แทนโดยชอบธรรมเป็นผู้เซ็นเอกสารยินยอมเข้าร่วมการวิจัย ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับประเด็นการศึกษาผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการ หรือดูแลร้านอาหาร ประกอบด้วยร้านอาหารขนาดเล็ก และร้านอาหารขนาดใหญ่ รวมทั้งศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ จากผลการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และแบ่งเนื้อหาการนำเสนอตามวัตถุประสงค์วิจัย 2 ประเด็น ดังนี้

4.1 มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

4.2 ผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

4.1 มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

4.1.1 มาตรการของรัฐบาลในช่วงสถานการณ์ COVID-19

4.1.1.1 มาตรการทั่วไป

นับตั้งแต่มีการระบาดจากสนามมวย และสถานบันเทิง ในช่วงเดือนมีนาคม 2562 รัฐบาลโดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม ได้ออกคำสั่งตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) หรือ ศบค. ซึ่งมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการอำนวยการศูนย์ ศบค. และวันที่ 17 มีนาคม 2563 คณะรัฐมนตรี มีมติได้ออกมาตรการ 6 ด้าน เพื่อลดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ต่อมาในวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 ทางรัฐบาลได้ออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (ฉบับที่ 1) เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่ออันตรายร้ายแรง ซึ่งทำให้การบริหารจัดการกับการระบาดของโรคโควิด-19 ทำได้คล่องตัวยิ่งขึ้น โดยมีมาตรการ 6 ด้าน ที่เป็นมติเห็นชอบในการประชุมคณะรัฐมนตรี ในวันที่ 17 มีนาคม 2563 เป็นมาตรการที่บังคับใช้ให้กับประชาชน รวมถึงร้านค้าที่ให้บริการทุกประเภท (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2565) ดังนี้

4.1.1.1.1 มาตรการด้านสาธารณสุข

1. ป้องกันและสกัดกั้นการนำเชื้อเข้าสู่ประเทศไทย คือ

ได้ออกคำสั่งให้ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจากประเทศ ที่เป็นพื้นที่เขตติดโรคติดต่ออันตราย ขาเข้าจะต้องมีใบรับรองแพทย์ และมีอายุไม่เกิน 3 วัน ต้องมีประกันสุขภาพ ยินยอมใช้ Application ติดตามของรัฐ ในส่วนของชาวต่างชาติที่เดินทางมาจากประเทศ ที่เป็นพื้นที่ระบาดต่อเนื่อง (ยังไม่ได้ประกาศให้เป็นเขตติดโรคติดต่ออันตราย) ขาเข้าต้องมีใบรับรองแพทย์อายุไม่เกิน 3 วัน มีประกันสุขภาพ มีที่พักที่สามารถติดต่อได้ภายในประเทศ และต้องยินยอมใช้ Application เพื่อติดตามของรัฐ โดยมาตรการนี้บังคับใช้กับการเข้าเมืองทุกทาง ทั้งทางบก-น้ำ-อากาศ เพื่อสังเกตอาการเป็นเวลา 14 วัน

สั่งห้ามไม่ให้ข้าราชการ พนักงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ เดินทางไปต่างประเทศ ยกเว้นแต่มีเหตุจำเป็น และเตือนประชาชนให้งดการเดินทางไปในประเทศ ที่เป็นเขตติดโรคติดต่ออันตราย และเป็นพื้นที่ระบาดต่อเนื่อง

2. พัฒนาระบบและกลไกการ เพื่อกักกันผู้ที่เป็นหรือผู้ที่สงสัยว่าเป็นโรคติดต่ออันตราย ณ ที่พัก ตาม พ.ร.บ. โรคติดต่อ พ.ศ. 2558

3. ได้ออกคำสั่งให้ชาวต่างชาติ รวมถึงคนไทยที่เดินทางมาจากต่างประเทศ ให้มีการใช้แอปพลิเคชัน ในการติดตามตัว

4. จัดหาและเพิ่มบุคลากรทางการแพทย์ รวมถึงอุปกรณ์ เครื่องมือที่จำเป็น ในปริมาณที่เพียงพอสำหรับรับมือระยะ 3

5. แนะนำให้คนไทยที่พำนักอาศัยในต่างประเทศ ให้ชะลอการเดินทางกลับประเทศไทย หรือจนกว่าสถานการณ์การระบาดของโรคภายในประเทศจะดีขึ้น

4.1.1.1.2 มาตรการด้านเวชภัณฑ์ป้องกัน

เร่งการผลิตในประเทศ รวมถึงจัดหาจากต่างประเทศเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการ และเร่งผลิตหน้ากากอนามัย หน้ากากอนามัยผ้า เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการป้องกัน เจลแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ มีการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปใช้หน้ากากผ้า หากเดินทางเข้าสถานที่ชุมนุม/ชุมชน รวมถึงนำหน้ากากอนามัยของกลางที่ยึดได้ส่งศูนย์ฯ เพื่อกระจายต่อไป และสำรวจความต้องการของเวชภัณฑ์ที่จำเป็น อาทิ ชุดป้องกันสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ (PPE) หน้ากากอนามัยแบบ N95 และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่จำเป็น และประสานกับต่างประเทศในการจัดหาเพิ่มเติมให้เพียงพอ พร้อมทั้งตรวจสอบการขายของออนไลน์ การกักตุน และการระบายของสินค้า

4.1.1.1.3 มาตรการด้านข้อมูล

การสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ของรัฐบาลมาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งแถลงเฉพาะด้านข้อมูลทางการแพทย์ และการสาธารณสุขศูนย์ข้อมูลโควิด-19 เป็นการแถลงภาพรวมในทุกด้านที่เกี่ยวข้อง

4.1.1.1.4 มาตรการด้านต่างประเทศ

มีการจัดตั้งทีมงานเพื่อดูแลคนไทยในต่างประเทศ และให้กระทรวงการต่างประเทศ ใช้ประโยชน์จาก Team Thailand ในต่างประเทศ ซึ่งเป็นทีมเฉพาะกิจ (Team Thailand COVID-19) ที่ดูแลคนไทยในต่างประเทศ โดยมีท่านทูตเป็นหัวหน้าทีม

4.1.1.1.5 มาตรการด้านป้องกัน

เพื่อลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความเสี่ยงสูง

1. มีคำสั่งให้ปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคเพิ่มขึ้น

สถานที่ซึ่งผู้คนมาร่วมเป็นกิจกรรม โดยทำกิจกรรมร่วมกันอาจแพร่เชื้อได้ง่าย แม้จะป้องกันแล้ว และยังมีทางเลือกอื่นทดแทนการชุมนุม ได้แก่ มหาวิทยาลัย โรงเรียน นานาชาติ สถาบันกวดวิชา และทุกสถาบัน ให้ปิดชั่วคราว ตั้งแต่วันที่ 18 มีนาคม 63 รวมถึงให้สถานศึกษาดำเนินการป้องกันโรคตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด

สถานที่ซึ่งผู้คนไม่ได้มาชุมนุมเป็นกิจกรรม แต่มาเพื่อทำกิจกรรมที่มีการเบียดเสียดใกล้ชิด ซึ่งเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อง่ายทางปาก และการสัมผัสถูกเนื้อถูกตัวหรือใช้สิ่งของร่วมกันง่าย มีคำสั่งให้ปิดชั่วคราว หรือจนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลาย โดยสำหรับสนามมวย สนามกีฬา สนามม้า ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล สั่งให้ปิดชั่วคราว สำหรับผับ สถานบันเทิง สถานบริการ นวดแผนโบราณ และโรงแรมหรู ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

งดการจัดกิจกรรมที่มีการรวมคนจำนวนมาก ซึ่งมีความเสี่ยงสูงต่อการแพร่ระบาดของโรค เช่น จัดคอนเสิร์ต การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ กิจกรรมทางศาสนาวัฒนธรรม และกีฬา โดยให้ผู้ว่าราชการจังหวัด รวมถึงคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดพิจารณาให้ความเห็นชอบด้วย และเพิ่มมาตรการป้องกันสำหรับพื้นที่/สถานที่ที่ยังต้องเปิด

2. ลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อในสถานที่ที่มีประชาชนใช้บริการจำนวนมาก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาด สถานที่ราชการ และรัฐวิสาหกิจ ซึ่งดำเนินการตามมาตรการป้องกันที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

3. ร้านค้า ร้านอาหาร ได้ออกมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ เช่น การทำความสะอาด พื้นผิวสัมผัส การคัดกรองอุณหภูมิ และการใช้น้ำกาอนามัย รวมถึงลดความแออัด ลดความแออัดในการเดินทาง และเพื่อลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรค

4. ยับยั้งการแพร่ระบาดภายในประเทศ ได้แก่งดวันหยุดสงกรานต์ โดยให้เลื่อนออกไปก่อน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด ซึ่งจะชดเชยวันหยุดให้ในช่วงเวลาที่เหมาะสม

5. ลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อในระบบขนส่งสาธารณะในประเทศ รวมถึงเพิ่มความถี่ของการเดินรถ

6. ให้งดกิจกรรมที่มีการเคลื่อนย้ายคนข้ามจังหวัดของหน่วยงานที่มีคนจำนวนมาก เช่น ค่ายทหาร เรือนจำ โรงเรียน และหากจำเป็นต้องเคลื่อนย้าย จะต้องมีการป้องกันการแพร่ของโรค รวมถึงการจำกัดการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างด้าวด้วย

7. ให้ทุกหน่วยงานพิจารณามาตรการเหลื่อมเวลาในการทำงานและการทำงานที่บ้าน รวมถึงส่งเสริมให้ใช้ระบบอินเตอร์เน็ต เช่น ประชุมทางไกล โดยให้หน่วยงานราชการทุกหน่วยทำแผนการทำงานจากบ้าน รายงานผลการปฏิบัติต่อศูนย์ฯ รวมถึงเพิ่มกลไกการกำกับดูแลในระดับพื้นที่มากยิ่งขึ้น

8. ให้ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด รวมถึงคณะกรรมการโรคติดต่อกรุงเทพมหานคร โดยใช้อำนาจตาม พ.ร.บ. โรคติดต่อพ.ศ. 2558 มาตรา 35 ในการจำกัด ดูแล การเคลื่อนย้ายที่จะทำให้เกิดการแพร่ระบาด หรือกำหนดมาตรการที่เหมาะสม โดยการจำกัดพื้นที่เสี่ยงตามข้อมูลที่มีการแพร่ระบาด หรือแจ้งมาตรการที่จะดำเนินการต่อศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ทราบเพื่อให้ความเห็นชอบโดยเร็ว และพร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกวัน

9. ให้มีหน่วยปฏิบัติการควบคุมโรคในทุกอำเภอ เขต หมู่บ้าน และมีบุคคลจากภาคเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย

สืบเนื่องจากการประกาศใช้มาตรการทั้ง 6 ด้านที่รัฐบาลได้ประกาศไว้ข้างต้น ต่อมาในวันที่ 26 มีนาคม 2563 รัฐบาลได้ออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินฯ เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่ออันตรายร้ายแรงในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ต่อมาวันที่ 26 มีนาคม 2563 จนถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 และต่อมาขยายถึงสิ้นเดือนมิถุนายน ตามอำนาจการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี ทั้งนี้การระบาดของโรคดังกล่าว โดยเป็นสถานการณ์อันตรายกระทบต่อความสงบเรียบร้อย รวมถึงความปลอดภัยของประชาชน โดยต้องใช้มาตรการเข้มงวดและ

เร่งด่วนเพื่อควบคุมมิให้โรคแพร่ระบาดออกไปในวงกว้าง และมีการกักตุนสินค้าที่จำเป็นต่อการเฝ้าระวังและควบคุมติดตามการระบาด การป้องกัน และการรักษาโรค ตลอดจนการกักตุนเครื่องอุปโภคบริโภค พร้อมทั้งสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน เพื่อป้องกันมิให้เกิดภาวะขาดแคลนอันจะเป็นการซ้ำเติมความเดือดร้อนของประชาชน จึงจำเป็นต้องใช้มาตรการเร่งด่วนเพื่อรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยของประชาชน หรือการดำรงชีวิตโดยปกติสุขของประชาชน ส่วนประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรงในเขตท้องที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ยังคงมีผลบังคับใช้ต่อไปควบคู่กัน

จากมาตรการของรัฐบาลไทย ที่ได้ประกาศเพื่อควบคุมสถานการณ์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จะเห็นได้ว่า รัฐบาลจะมีช่องทางตามกฎหมายเข้าควบคุมหรือบริหารสถานการณ์ได้ เช่น จะมีการโอนอำนาจบางประการของรัฐมนตรีตามกฎหมายบางฉบับมาเป็นของนายกรัฐมนตรีเท่าที่จำเป็น และเป็นการชั่วคราว เพื่อความรวดเร็วและบูรณาการ จะมีการออกข้อกำหนดคือข้อห้ามหรือข้อปฏิบัติบางอย่าง เช่น ห้ามเข้าออกสถานที่บางแห่ง ห้ามหรือจำกัดการเข้าออกราชอาณาจักรและการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้ามเขตพื้นที่ การควบคุมการใช้ยานพาหนะ เส้นทางจราจร การควบคุมสินค้าและเวชภัณฑ์

4.1.1.2 มาตรการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

นอกจากพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (ฉบับที่ 1) ที่เป็นมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งครอบคลุมประชาชนทั่วไป และยักรวมถึง ร้านค้า ร้านอาหาร ที่อยู่ภายใต้ พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินฯ รัฐบาลไทยมีมาตรการในการป้องกันการแพร่เชื้อ ได้แก่ การทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัส การตรวจอุณหภูมิ การสวมหน้ากากอนามัย อีกทั้งการลดความแออัดในการใช้บริการ และการลดความแออัดในการเดินทาง เพื่อลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยหลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 เบาบางลง ภายใต้การดำเนินงานของรัฐบาลกระทรวงสาธารณสุขได้มีการกำหนด แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีเปิดสถานประกอบการในพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด มาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) สำหรับร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 ในช่วงเดือนเมษายน 2564 ได้เกิดขึ้นหลายพื้นที่ และแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่พบในกลุ่มผู้สัมผัสผู้ป่วยยืนยันต่อเนื่องจากกลุ่มการแพร่ระบาดในสถานบันเทิง การเดินทางจากพื้นที่เสี่ยง และการติดเชื้อต่อเนื่องจากสถานที่เฉพาะกลุ่ม ได้แก่ ชุมชนแออัด โรงงาน สถานที่พักของแรงงานต่างด้าว รวมถึง

ตลาดและร้านอาหาร ทำให้มีจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่และผู้ป่วยสะสมเพิ่มขึ้น โดยรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการตรวจคัดกรองเชิงรุกเพิ่มขึ้น อีกทั้งเร่งรัดดำเนินการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชน และสมควรให้ผ่อนคลายมาตรการควบคุมบางกรณี เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการค้าทางชีวิตและการประกอบอาชีพของประชาชนเกินสมควร ส่งผลให้การดำเนินชีวิตของประชาชน รวมไปถึงการขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับมาตรการด้านสาธารณสุข โดยในสถานประกอบการ “ร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม” กำหนดข้อปฏิบัติไว้ ดังนี้

1. แนวปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม (COVID Free Environment)

1.1 แนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Clean and Safe)

1.1.1. ทำความสะอาดพื้น หรือพื้นผิวสัมผัสบ่อย ๆ และกำจัดมูลฝอยทุกวัน
ล้าง เพิ่มการฆ่าเชื้อภาชนะ สัมผัสอาหาร ดังนี้

1. ทำความสะอาด โต๊ะ และที่นั่ง ทันทีก่อน-หลังใช้บริการ โดยจัดทำสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการทำความสะอาด และดูแลบริเวณพื้น โต๊ะ ที่นั่ง บริเวณที่รับประทานอาหารให้สะอาด โดยทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรือผงซักฟอก รวมถึงฆ่าเชื้อด้วยโซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) ที่มีความเข้มข้น 1,000 ส่วนในล้านส่วน (ใช้โซเดียมไฮโปคลอไรท์ 6% ในอัตราส่วน 1 ช้อนโต๊ะต่อน้ำ 1 ลิตร) และใช้แอลกอฮอล์ 70 เปอร์เซ็นต์ เป็นการใช้สเปรย์หรือหยดแอลกอฮอล์ลงบนผ้าสะอาด พอหมาด ๆ เช็ดไปในทิศทางเดียวกัน

2. ทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วม หรือห้องน้ำ ทุก 1 – 2 ชั่วโมง ซึ่งเน้นบริเวณจุดเสี่ยง ได้แก่ ที่จับสายฉีดชำระ ที่รองนั่ง โถส้วม ที่กดโถส้วม โถปัสสาวะ ที่เปิดก๊อก หรืออ่างล้างมือ และกลอนหรือลูกบิดประตู เป็นต้น โดยทำความสะอาดก๊อกน้ำที่ใช้ในสถานที่ปรุงอาหาร และใช้น้ำยาทำความสะอาดและล้างด้วยน้ำให้สะอาด

3. สั่งให้ล้างภาชนะ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใส่อาหารให้สะอาดตามหลักสุขาภิบาลอาหารด้วยน้ำยาล้างจาน พร้อมทั้งแช่ในน้ำร้อน 80 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 2 นาที หรือใช้วิธีการแช่ในน้ำผสมน้ำปูนคลอรีน ที่มีความเข้มข้น 50 พีพีเอ็ม (ไม่เกิน 200 พีพีเอ็ม) อุณหภูมิ 38 องศาเซลเซียส เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 นาที ต่อมาล้างน้ำให้สะอาด และอบหรือผึ่งให้แห้งก่อนใช้ใส่อาหาร

1.1.2 กำหนดให้มีที่ล้างมือพร้อมสบู่ พร้อมน้ำสำหรับล้างมือ และจัดบริการเจลแอลกอฮอล์ประจำโต๊ะ

1.1.3 กำหนดให้มีรูปแบบในการรับประทานอาหารแบบส่วนบุคคล

1.1.4 งดบริการอาหารรูปแบบผู้บริโภคบริการตนเอง ได้แก่ กรณีของร้านจำหน่ายอาหารแบบบุฟเฟต์ ให้งดบริการอาหารในรูปแบบการให้ลูกค้า หยิบ และตักอาหารด้วยตนเอง

1.1.5 ออกคำสั่งให้สวมหน้ากากอนามัย หรือหน้ากากผ้าให้ลูกค้าวิธีตลอดเวลา สำหรับผู้ปฏิบัติงานและผู้ให้บริการ ในขณะที่ผู้ให้บริการกำลังรับประทานอาหาร

1.2 แนวปฏิบัติด้านการเว้นระยะห่าง (Distancing)

1.2.1 เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล โต๊ะ และที่นั่ง สำหรับรับประทานอาหาร 1 – 2 เมตร

1.2.2 มาตรการควบคุมความแออัดของผู้ใช้บริการภายในร้านอาหาร

1. การจัดที่นั่งสำหรับบริโภคภายในร้าน

(ก) พื้นที่มีเครื่องปรับอากาศ โดยมีที่นั่งรับประทานอาหารภายในร้านได้ไม่เกินร้อยละ 50 ของจำนวนที่นั่งทั้งหมด ถ้าจากเดิมมีที่นั่งรับประทานอาหาร 100 ที่นั่ง สามารถจัดที่นั่งได้ไม่เกิน 50 ที่นั่ง

(ข) พื้นที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ ต้องเป็นพื้นที่เปิด ที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ดี ได้แก่ ร้านอาหารขนาดเล็ก หาบเร่ แผงลอย รถเข็น มีการจัดที่นั่งรับประทานอาหารในร้านได้ไม่เกินร้อยละ 75 ในจำนวนที่นั่งปกติทั้งหมด ถ้าจากเดิมมีที่นั่งรับประทานอาหาร 100 ที่นั่ง สามารถจัดที่นั่งได้ไม่เกิน 75 ที่นั่ง

2. ออกคำสั่งให้มีระยะห่างของที่นั่งไม่น้อยกว่า 1 เมตร หรือไม่นั่งตรงข้ามกัน

กรณี (ก) พื้นที่จำกัด มีระยะไม่ถึง 1 เมตร กำหนดให้มีฉากกั้น และจัดที่นั่งเพียงฝั่งเดียว ห้ามนั่งตรงข้ามกัน ทั้งนี้ ฉากกั้นต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการระบายอากาศ

กรณี (ข) พื้นที่ ที่มีเครื่องปรับอากาศ กำหนดให้เพิ่มระยะห่างระหว่างโต๊ะ ไม่น้อยกว่า 2 เมตร รวมถึงจัดที่นั่ง ไม่ให้นั่งตรงข้ามกัน

3. กำหนดให้มีระยะเวลารับประทานอาหาร ไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมง

1.3 แนวปฏิบัติด้านการระบายอากาศ (Ventilation)

1.3.1 เปิดประตู และหน้าต่าง หรือมีการเดินระบบจ่ายอากาศสะอาด อย่างน้อย ครึ่งชั่วโมง ก่อนใช้เครื่องปรับอากาศ

1.3.2 กำหนดให้มีการระบายอากาศ หรือหมุนเวียนอากาศที่เหมาะสม

1.3.3 พื้นที่ปรับอากาศ ให้เปิดระบายอากาศในพื้นที่รับประทานอาหาร ทุก 1 ชั่วโมง

1.3.4 ห้องน้ำต้องมีระบบระบายอากาศที่ดี

2. แนวปฏิบัติด้านผู้ให้บริการ (COVID Free Personal)

2.1 เจ้าของ หรือผู้จัดการร้านอาหารให้ดำเนินการตามมาตรการ ดังนี้

2.1.1 มาตรการมีภูมิคุ้มกัน ดังนี้

1. พนักงานต้องฉีดวัคซีนอย่างน้อย 1 เข็ม หรือมีหลักฐานการติดเชื้อมาก่อนไม่เกิน 3 เดือน

2.1.2 มาตรการหากไม่พบเชื้อโดยการคัดกรอง ดังนี้

1. พนักงานควรมีการตรวจ ATK ทุก 7 วัน หรือให้ตรวจ ATK เมื่อมีผลการประเมินจาก Thai Save Thai ความเสี่ยงสูง

2. พนักงานทุกคนได้รับการคัดกรองความเสี่ยงด้วย Thai Save Thai หรือ แอปพลิเคชัน ที่ราชการกำหนด ทุกวัน และ

2.1.3 มาตรการยกระดับ Universal Prevention – DMHTA ดังนี้

1. กำหนดให้เจ้าของร้านต้อง กำกับ ติดตาม พนักงาน เพื่อปฏิบัติตาม มาตรการ UP-DMHTA

2. กำหนดให้เจ้าของร้าน กำกับ ติดตาม ไม่ให้พนักงานรวมกลุ่มในขณะปฏิบัติงาน หรือขณะพัก และห้ามไม่ให้อาหารรับประทานร่วมกัน

2.2 ควรสวมหน้ากากอนามัย รวมถึงหน้ากากผ้าให้ถูกต้อง ในระหว่างปฏิบัติงาน บริเวณหน้าร้าน หรือหลังร้าน และลดการสัมผัส การพูดคุยระหว่างผู้ปฏิบัติงาน หรือระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้ให้บริการ

2.3 ควรล้างมือบ่อย ๆ ด้วยน้ำหรือสบู่ ตั้งแต่เริ่มทำงาน ไปจนถึงการเตรียมอาหาร รวมถึงระหว่างและหลังปรุงอาหารเสร็จ หรือหลังจับและสัมผัสสิ่งต่าง ๆ

2.4 กำหนดให้ผู้ประกอบอาหาร หรือผู้ที่เสิร์ฟอาหาร ควรสวมผ้ากันเปื้อน ถุงมือ หรือสวมใส่หน้ากากอนามัย หน้ากากผ้าระหว่างปฏิบัติงานให้ถูกต้องตลอดเวลา เป็นการป้องกันตนเองและใจ จาม ไม่ให้ปนเปื้อนอาหาร

2.5 ผู้ปฏิบัติงานที่สัมผัสอาหารโดยตรง (ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการเตรียม ประกอบ หรือปรุงอาหาร เสิร์ฟอาหารและจำหน่าย รวมไปถึงการล้าง หรือเก็บภาชนะอุปกรณ์) ต้องไม่เข้าไปในพื้นที่เสี่ยง ในระยะเวลา 14 วัน

3. แนวปฏิบัติด้านผู้รับบริการ (COVID Free Customer)

3.1 เจ้าของ หรือผู้จัดการร้านอาหารดำเนินการคัดกรองผู้ที่รับบริการ ดำเนินการตามมาตรการ ดังนี้

3.1.1 ให้มีการคัดกรองความเสี่ยงของผู้ใช้บริการก่อนเข้าร้าน โดยการใช้ Thai Save Thai หรือ Application ที่ราชการกำหนด

กรณี เป็นร้านที่มีเครื่องปรับอากาศ และอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า คอมมูนิตี้มอลล์ ควรฉีดวัคซีน อย่างน้อย 1 เข็ม และมีประวัติการติดเชื้อมาก่อนไม่เกิน 3 เดือน หรือ ATK เป็นลบไม่เกิน 7 วัน

3.1.2 กำหนดให้เจ้าของร้าน กำกับ ติดตาม การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล Universal Prevention - DMHTA ต่อผู้รับบริการ อย่างเคร่งครัด

3.2 ให้ผู้รับบริการสวมหน้ากากอนามัยให้ถูกต้องตลอดเวลา ยกเว้นเฉพาะตอนรับประทานอาหารเท่านั้น และนั่งรับประทานอาหารหรือใช้บริการได้ไม่เกิน 2 ชั่วโมง

3.3 ลงทะเบียนประเมินตนเองก่อนเข้าใช้บริการสถานประกอบการทุกครั้ง ได้แก่ ไทยชนะ หรือ Thai Save Thai และหากมีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อย หอบ งดไปใช้บริการ

3.4 ให้เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ในการซื้ออาหาร หรือการนั่งรับประทานอาหาร

3.5 ควรล้างมืออย่างสม่ำเสมอด้วยน้ำ หรือสบู่ก่อนรับประทานอาหาร และหลังออกจากห้องส้วมทุกครั้ง

3.6 ปฏิบัติตามมาตรการของร้านอย่างเคร่งครัด โดยใช้บริการตามเวลาที่กำหนด ไม่ใช้ภาชนะหรืออุปกรณ์ร่วมกัน

3.7 ให้ประเมินสถานประกอบการผ่าน QR code โดยใบประกาศของระบบ Thai Stop COVID Plus หรือร้องเรียนผ่านช่องทางอื่นๆ

4) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ช่องทางให้ความรู้ต่าง ๆ ได้แก่ การสวมหน้ากากที่ถูกวิธี ขั้นตอนการล้างมือที่ถูกต้อง หรือตามข้อปฏิบัติสำหรับผู้รับบริการ เป็นต้น

5) กำหนดให้มีจุดคัดกรองผู้ปฏิบัติงานและผู้รับบริการ เช่น ระบบลงทะเบียนการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย รวมถึงหากมีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อย หอบ ให้หยุดปฏิบัติงานและไปพบแพทย์ทันที

จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการค้าดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชนเกินสมควร เพื่อให้การดำเนินชีวิตของประชาชน รวมถึงการขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ให้ดำเนินไปได้ตามข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 (ฉบับที่ 6) ได้กำหนดให้ร้านอาหารปฏิบัติตามแนว เพื่อให้ร้านอาหารบางประเภทที่ได้รับการผ่อนปรน สามารถประกอบกิจการได้ตาม แนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย, แนวปฏิบัติด้านการเว้นระยะห่าง, แนวปฏิบัติด้านการระบายอากาศ และแนวปฏิบัติด้านผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยทั้งต่อตัวผู้ใช้บริการ และผู้ที่มารับบริการ

4.1.1.3 มาตรการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์

เนื่องจากการบังคับใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน และแนวทางการปฏิบัติของกระทรวงสาธารณสุขที่ได้มีมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (COVID Free Setting) เพื่อให้ร้านปฏิบัติตามนั้นจะเห็นได้ว่าร้านอาหารประเภทที่ต้องบริการตัวเองจะถูกห้ามไม่ให้เปิดบริการได้ ซึ่งรวมไปถึงร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ที่เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างมากเพราะร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์บางส่วนมีลักษณะการให้บริการแบบให้ลูกค้าบริการตนเอง

4.1.2 มาตรการของกรุงเทพมหานครในช่วงสถานการณ์ COVID-19

4.1.2.1 มาตรการทั่วไป

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบเป็นวงกว้างนั้น กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 กรุงเทพมหานครจึงได้ทำการออกประกาศ เรื่องสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราวอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 35(1) แห่งพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ได้สั่งให้ปิดสถานที่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 18-31 มีนาคม 2563 ได้แก่

1. สถานประกอบกิจการอาบ อบ นวด ยกเว้นให้บริการดังกล่าว ในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
2. สถานประกอบกิจการอาบน้ำ อบไอน้ำ อบสมุนไพร ยกเว้นให้บริการดังกล่าวในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
3. ประกอบกิจการโรงมหรสพ (โรงภาพยนตร์ โรงละคร โรงมหรสพ)
4. สถานประกอบกิจการสถานที่ออกกำลังกาย
5. สถานบริการและ สถานประกอบการที่คล้ายสถานบริการ

6. สนามมวย

7. สนามกีฬา

8. สนามม้า

ภายหลังกรุงเทพมหานครออกประกาศ เรื่องสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 2) ซึ่งเป็นการกำหนดให้ร้านอาหารบางประเภทสามารถเปิดให้บริการได้ (ให้เปิดเฉพาะร้านที่ทำการจำหน่ายอาหารเพื่อนำกลับไปบริโภคที่อื่น) รวมไปถึงร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า และได้มีการเพิ่มร้านอาหารที่อยู่ในคูหา รถเข็น และแผงลอยจำหน่ายอาหาร (ให้เปิดเฉพาะร้านที่ทำการจำหน่ายอาหารเพื่อนำกลับไปบริโภคที่อื่น) ตามประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่องสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 3)

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ รวมถึงการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว มีการติดเชื้อต่อเนื่องจากสถานที่เฉพาะกลุ่ม เช่น แคมป์ก่อสร้าง และตลาด ส่งผลให้ทางกรุงเทพมหานคร ออกประกาศ กรุงเทพมหานคร เรื่อง มาตรการเฝ้าระวัง ป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อลดเคลื่อนย้ายแรงงานเกินความจำเป็น

4.1.2.2 มาตรการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีการออกประกาศ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในการจำกัดรูปแบบการให้บริการและการดำเนินการของร้านอาหาร ให้งดการจำหน่ายอาหารหน้าร้าน และให้จำหน่ายอาหารได้เฉพาะการส่งกลับบ้านเท่านั้นแล้ว ต่อมาเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การกำหนดมาตรการของร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งให้บริการได้ ไม่เกินเวลา 20.00 น. โดยร้านอาหารที่อยู่นอกอาคาร รวมถึงในอาคารที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ สามารถนั่งรับประทานได้ 75 % ส่วนในร้านอาหารที่มีเครื่องปรับอากาศ สามารถนั่งรับประทานได้ 50 %

4.2 ผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

4.2.1 ร้านย่างเนย สาขาปิ่นเกล้า

จากการสัมภาษณ์ คุณศิริศักดิ์ ศรีวงศ์ษา ตำแหน่งผู้จัดการสาขา พบว่า ลักษณะของกิจการ เป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดใหญ่ ร้านย่างเนยเป็นร้านอาหารบุฟเฟต์โคขุนกระทะร้อน ซึ่งราคาให้บริการสำหรับผู้ใหญ่ 219 บาท (ไม่จำกัดเวลา) สำหรับเด็กสูง 101 – 130 เซนติเมตร ราคา 110 บาท (เด็กสูง 0 - 100 เซนติเมตร ฟรีไม่มีค่าบริการ) ค่าน้ำรีฟิลราคา 39 บาท เพิ่มเตาราคา 50 บาท และชีสราคา 29 บาท ร้านเปิดให้บริการทุกวันเวลา 16.00–23.00 น. ในส่วนร้านย่างเนยมีอาหารให้บริการ 2 ประเภท ดังนี้

1) ของสดได้แก่ เนื้อโคขุน หมูสามชั้น หมูสันคอ กุ้ง ปลาหมึก ปลาต่อลิ้น หมูหมัก ไก่หมัก ตับหมัก หมูแดง (สูตรย่างเนย) หมักบั้ง เต้าหู้ปลา แฮมไก่ ไก่ยอ ปูอัดเบนโตะ ไข่กรอกชีส

2) ของทานเล่นได้แก่ เฟรนฟราย ไข่กรอกแดง และยำรวมมิตร ผักสดๆ หลากหลายชนิด และไอศกรีม

4.2.1.1 ผลกระทบช่วงโควิด

ข้อมูลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลร้านร้านย่างเนย สาขาปิ่นเกล้าสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 120 โต๊ะ ประมาณ 480 คน และพบว่า ในช่วงของการแพร่ระบาดของโควิด19 ทางร้านได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากโดยลูกค้าของร้านหายไปกว่าร้อยละ 90 ทั้งจากความหวาดกลัวของเชื้อ และมาตรการของภาครัฐ ด้วยที่ร้านจะต้องดูแลพนักงานจึงจำเป็นต้องประคองสถานการณ์ของร้านไปเรื่อย โดยใช้กำไรที่ได้จากการขายมาดูแลพนักงาน มีบางช่วงที่ทางร้านต้องปิดให้บริการเป็นช่วงเวลาหนึ่งจากมาตรการของภาครัฐ ซึ่งคุณศิริศักดิ์ ศรีวงศ์ษา ตำแหน่งผู้จัดการสาขา กล่าวถึงผลกระทบที่มีต่อร้านย่างเนย สาขาปิ่นเกล้าว่า...

“...ร้านย่างเนย สาขาปิ่นเกล้า ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากส่วนหนึ่ง

มากจากฐานลูกค้าลดน้อยลง ลูกค้าของเราหายไป 90%

จากในช่วงก่อนโควิดก็คือเต็ม 120 โต๊ะ ที่นั่งตอนนี้คือ 100 คิว

พอช่วงโควิดเหลือเพียง 15 - 20 โต๊ะด้วยความที่ร้านจะต้องเลี้ยงพนักงาน

เราก็ต้องยืดต่อไปโดยกำไรที่ได้จากการขายก็เอามาเลี้ยงพนักงาน...”

(ศิริศักดิ์ ศรีวงศ์ษา, สัมภาษณ์, 1 พฤศจิกายน 2566)



ภาพประกอบ 1 การเข้าพื้นที่สัมภาษณ์ร้านยางเนย สาขาปิ่นเกล้า

ที่มา:สัมภาษณ์ 1 พฤศจิกายน 2566

4.2.1.2 การปรับตัวช่วงโควิด

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสาขา พบว่า จากมาตรการของรัฐที่ออกมาในช่วงแรก ไม่ได้มีการทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการก่อน ทำให้ทางร้านไม่ค่อยเข้าใจในแนวปฏิบัติ และไม่ได้มีการเยียวยาอะไรจากทางภาครัฐ ส่วนมากทางร้านก็ไม่ได้เข้าร่วมโครงการของภาครัฐด้วย ทั้งนี้เนื่องจากแบรนด์ของร้านยางเนย มองว่าด้วยการเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งมันจะมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งทางร้านมองเห็นข้อเสียมากกว่าเลยเลือกที่จะยังไม่เข้าร่วมโครงการ ทางร้านได้พยายามหาแนวทางในการประคับประคองธุรกิจด้วยตัวเอง โดยการทำบะหมี่หยก, ข้าวหมูแดง ข้าวหมูกรอบ และปรับรูปแบบการจำหน่ายในรูปแบบของการเดลิเวอรี่ ด้วยการแถมกระทะปิ้งย่าง การขายแบบนี้ทำให้ทางร้านสามารถประคับประคองตัวเองได้ในระดับหนึ่งในช่วงแรก และเริ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ก็เริ่มมีคู่แข่งดำเนินกิจการในรูปแบบเดียวกันในขณะนั้นกว่า 10 ราย แต่ในระยะต่อมาทางร้านก็เริ่มกลับมาเปิดให้บริการได้ปกติ ลูกค้าเริ่มกลับมาใช้บริการของทางร้านมากขึ้น ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ทางสาขาปิ่นเกล้าถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการวางแผนแก้ไขปัญหาหรือปรับตัว ทำให้สาขาอื่นสามารถปรับตัวไปพร้อมกันได้ ทั้งนี้ ทางร้านยอมรับว่าได้รับผลกระทบอย่างมากจากภาวะดังกล่าว แต่ก็สามารถผ่านพ้นวิกฤตการณ์นั้นมาได้ ดังคำให้สัมภาษณ์บางตอนของสัมภาษณ์ คุณศิริศักดิ์ ศรีวงศ์ษา ตำแหน่งผู้จัดการสาขา ที่กล่าวว่า...

“...มาตรการที่ภาครัฐออกมาตอนแรกไม่ได้ทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการก่อน ช่วงแรกเราก็เลยไม่ค่อยเข้าใจ แต่พอมาช่วงหลังก็ไม่ได้มีภาครัฐมาเยียวอะไร ส่วนมากเราก็ไม่ได้เข้าร่วมโครงการอะไรของเขาด้วย ทางร้านต้องดิ้นรนด้วยตัวเอง เพราะว่าถ้าวันนั้นเราไม่ดิ้นด้วยตัวเอง วันนี้ร้านเราก็อาจจะปิดไปแล้วก็ได้ เพราะมันมีช่วงหนึ่งที่เรารู้สึกว่ามันไปต่อไม่ได้แล้วเหมือนกัน เราไปลงทุนขายข้าวมันหมูแดง ข้าวหมูกรอบ และปรับรูปแบบการขายเป็นแบบเดลิเวอรี่ เพื่อที่จะได้กำไรนิดหน่อยดูแลพนักงานอยู่ต่อไปได้...”

(ศิริศักดิ์ ศรีวงศ์ษา, สัมภาษณ์, 1 พฤศจิกายน 2566)

4.2.2 ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน

จากการสัมภาษณ์ คุณนิธยา นิตนารา ผู้จัดการด้านการเงิน ลักษณะของกิจการ เป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดใหญ่ ประเภทชาบู โดยมีราคาเริ่มต้น 259 บาท (ไม่รวมเครื่องดื่ม) ราคา 329 บาท และ 429 บาท (รวมเครื่องดื่ม) ร้านเปิดให้บริการทุกวันเวลา 11.00 - 22.00 น.ร้านสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 15 โต๊ะ ประมาณ 80 คน

4.2.2.1 ผลกระทบช่วงโควิด

จากการสัมภาษณ์คุณนิธยา นิตนารา ผู้จัดการด้านการเงิน ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน พบว่า ช่วงการแพร่ระบาดเชื้อโควิด19 แทบไม่มีลูกค้ามาใช้บริการกับทางร้านเลย สำหรับมาตรการภาครัฐในระยะแรกที่ประกาศให้หยุดบริการเป็นเวลา 1 เดือน และตามด้วยมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ทางร้านต้องจำกัดจำนวนคนต่อโต๊ะ และจำนวนที่เข้ามาใช้บริการกับทางร้าน ซึ่งทำให้รายได้ลดไปกว่า 50% แต่หลังจากที่มาตรการให้เปิดร้านจึงทำให้สถานการณ์ทางการเงินดีขึ้นเป็นลำดับ

เนื่องจากทางร้านมีค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าเช่าสถานที่ ค่าวัตถุดิบ ซึ่งในช่วงแรกทางร้านยังไม่ได้เข้าร่วมโครงการกับภาครัฐ ทางร้านให้พนักงานหยุดทำงานไปแต่ก็ยังต้องจ่ายค่าจ้างอยู่บางส่วนโดยเฉพาะพนักงานประจำ ทำให้ทางร้านแบกรับภาระค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก สำหรับพนักงาน Part Time แทบจะไม่มีรายได้อะไรเลยถือว่าจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบในวงกว้างเลยทีเดียว



ภาพประกอบ 2 การเข้าพื้นที่สัมภาษณ์ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน

ที่มา: วันที่สัมภาษณ์ 5 พฤศจิกายน 2566

4.2.2.2 การปรับตัวช่วงโควิด

สำหรับการปรับตัวของทางร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน ช่วงแรกทางร้านเลือกที่ปิดให้บริการ เพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงินไว้ก่อน ทางร้านเห็นว่าถ้ายังเปิดให้บริการ รายจ่ายของร้านทั้งค่าแอร์

ทั้งค่าวัตถุดิบ ค่าพนักงานไม่คุ้มต่อการเปิดให้บริการ ในการปรับตัวของทางร้านจากการซื้อวัตถุดิบโดยเฉพาะของสด ทางร้านปรับตัวโดยปรับลดจากที่ซื้อในปริมาณที่เยอะ ๆ ก็จะเปลี่ยนเป็นซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่พอดีกับลูกค้าในแต่ละวัน ทางร้านเห็นว่าถ้าเกิดทุนไว้แล้วจะทำให้วัตถุดิบค้างสต็อกและไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของอาหาร ทางร้านเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการวัตถุดิบ จากที่ช่วงแรกสต็อกวัตถุดิบไว้ก็ไว้ แต่พอทราบถึงมาตรการให้หยุดให้บริการทางร้านก็ระงับการสั่งวัตถุดิบ ส่วนวัตถุดิบตัวไหนที่พอใช้ได้ไม่นาน ๆ ทางร้านก็ยังใช้การแช่ฟรีซไว้ โดยเฉพาะอาหารทะเล ส่วนวัตถุดิบที่อยู่ได้ไม่นานทางร้านก็จำเป็นต้องรีบปล่อยออกเราจะไม่สั่งเพิ่ม ดังคำให้สัมภาษณ์ คุณนิทยา นิตนารา ผู้จัดการด้านการเงินร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน ที่กล่าวว่า...

“...ถ้าทางร้านยังเปิดให้บริการ รายจ่ายของร้านทั้งค่าแอร์ ทั้งค่าวัตถุดิบ ค่าพนักงาน มันก็ไม่คุ้ม เพราะถ้าไม่มีลูกค้าก็จะปิดแอร์แล้วเพื่อลดค่าใช้จ่าย ผลกระทบในส่วนเรื่องของวัตถุดิบก็ต้องปรับลดจากที่ซื้อในปริมาณที่เคยจะ ๆ ก็จะเปลี่ยนเป็นซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่พอดีกับลูกค้าในแต่ละวัน เพราะถ้าเกิดตุนไว้ แล้วของค้างไว้หลายวันก็ไม่ค่อยสด พอทราบว่าปิดวันนี้เราก็จะระงับการสั่งของไว้ วัตถุดิบตัวไหนที่พอแช่ไว้ได้นาน ๆ ก็ยังมีอยู่แต่ถ้าเป็นอาหารทะเลที่ต้องแช่ฟรีซ จะอยู่ได้ไม่นานก็ต้องปล่อยออกเราจะไม่สั่งเพิ่ม...”

(นิตยา นิตนารา, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2566)

นอกจากนี้คุณนิตยา นิตนารา ยังให้ข้อมูลอีกว่าแต่ละสาขามีกระบวนการการปรับตัวคล้ายกัน เนื่องจากการติดต่อสื่อสารกันเพื่อหาแนวทางในการช่วยกันแก้ไขปัญหา ในกลุ่มเครือข่ายของแบรนด์ และยืนยันว่าในแต่ละสาขาจะใช้วิธีการปรับตัวรูปแบบเดียวกันหรือคล้ายกัน ทั้งนี้ถ้าเกิดสาขาไหนยังพอมีลูกค้าก็จะเปิดให้บริการอยู่แต่ถ้าสาขาไหนลูกค้าเบาบางลง ก็จะปิดไปก่อน ทั้งหมดของแบรนด์มีอยู่ 100 กว่าสาขา ยืนยันว่าทุกสาขาได้รับผลกระทบค่อนข้างหนักเหมือนกัน โดยหลังจากที่ผ่านโควิด19

ทางร้านกลับมาเปิดให้บริการผลประกอบการก็ดีขึ้นตามลำดับ แต่แนวโน้มจำนวนของลูกค้าลดลงเนื่องจากว่ามีคู่แข่งที่ให้บริการลักษณะเดียวกันในบริเวณนี้มากขึ้น ทางร้านจึงมีโปรโมชั่นเสริมเข้ามาเพื่อดึงดูดลูกค้าตามแผนการจัดการของทางร้าน

4.2.3 ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์

จากการสัมภาษณ์ คุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อน เจ้าของร้าน พบว่า ลักษณะของกิจการเป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดเล็ก เป็นอาหารทะเลสด โดยมีราคาเริ่มต้น 499 -1,499 บาท (รวมทุกอย่างแล้ว) ร้านเปิดให้บริการทุกวันเวลา 12.00 - 22.00 น.ร้านสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 7 โต๊ะ

4.2.3.1 ผลกระทบช่วงโควิด

คุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อน สะท้อนผลกระทบที่เกิดช่วงโควิด19 แพรวะบาดว่า ในอดีตร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์ มีทั้งหมด 6 สาขา แต่ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จจนต้องปิดตัวลงทุกสาขา และหยุดประกอบการเป็นเวลา เวลา 1 ปี แล้วกลับมาเปิดใหม่ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด รัฐบาลสั่งให้สถานประกอบการปิดการให้บริการกระทันหัน ทำให้วัตถุดิบที่กักตุนไว้เสียหายแทบทั้งหมด และด้วยไม่มีความแน่นอนทางร้านเลยปิดให้บริการไปเป็นเวลา 1 ปี แล้วเปิด

ใหม่หลังสถานการณ์สงบในช่วงแรกแต่ได้กำไรน้อยจนตกอยู่ในภาวะการขาดทุนในที่สุด ซึ่งคุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อนกล่าวกับผู้วิจัยถึงสาเหตุของการขาดทุนว่า...

“...จากการเพิ่มโต๊ะหรือการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด
ตอนนั้นทางร้านมีการปฏิบัติตามมาตรการแต่ทำไปก็เท่านั้น
เพราะเราเลือกเปิดโซนมหาชัย โซนตลาด แล้วรัฐบาลก็ไม่ชัดเจน
เดี๋ยวเปิด เดี่ยวปิด กลายเป็นว่าเราลงวัตถุดิบไป
แต่ทางตลาดก็สั่งเราว่าต้องปิดโซนนี้เปิดให้บริการไม่ได้
และมีการกำหนดระยะเวลาในการเปิด-ปิด
กลายเป็นว่าวัตถุดิบของเราที่ลงทุนมาเสียทิ้ง แล้วก็โดนหลายรอบ
มันก็เกิดสภาวะการขาดทุน...”

(พัชรินทร์ อินทร์อ่อน, สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2566)



ภาพประกอบ 3 การเข้าพื้นที่สัมภาษณ์ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์

ที่มา: สัมภาษณ์ วันที่ 8 พฤศจิกายน 2566

4.2.3.2 การปรับตัวช่วงโควิด

จากข้อมูล พบว่า หลังจากที่มีการซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้านเริ่มได้รับความนิยม และระบบรองรับมากขึ้น ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์ จึงปรับตัวโดยการจำหน่ายให้ลูกค้าซื้อกลับบ้าน (take away) ได้และเปิดช่องทางการรับออเดอร์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ในช่วงแรกยังขายไม่ดีเท่าที่ควร

ในขณะเดียวกันทางร้านยังต้องมีภาระเรื่องค่าจ้างพนักงานภายในร้าน ค่าเช่าสถานที่ ที่ต้องแบกรับไว้ทุกเดือน ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ (Fixed cost) ที่ทางร้านต้องจ่าย ท้ายที่สุดก็ไม่สามารถพยุงไหว จนต้องปิดกิจการลง โดยในช่วงแรกที่เกิดโควิด19 ทั้ง 6 สาขา ที่ปิดไปขาดทุนกว่า 10 ล้านบาท จนต้องกลายเป็นบุคคลล้มละลาย

นอกจากนี้คุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อน ยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า ยังมีร้านอาหารที่ประเทศจีนด้วย แต่ที่ประเทศจีนได้รับผลกระทบมากกว่าในประเทศไทย เพราะในช่วงนั้นประเทศจีนบังคับใช้มาตรการสั่งให้ปิดร้านอาหารเลย ในปัจจุบันคุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อน เปิดร้านบุฟเฟต์เล็ก ๆ และยังขาดทุนไปกว่า 3 ล้านบาท ยังไม่ได้ทุนคืน ทางร้านยังต้องประครองร้านเอาไว้เพราะเป็นร้านที่เพิ่งเปิด นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนชื่อ เปลี่ยนทำเลสถานที่ตั้ง ซึ่งเป็นทำเลที่ต้องทำโฆษณาเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาทานที่ร้าน

คุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อน ยังกล่าวต่ออีกไปว่าหากหยุดทำการตลาดเมื่อไหร่จะทำให้ร้านได้แค่ลูกค้าประจำเท่านั้น ทางร้านเป็นร้านอาหารบุฟเฟต์ของสด ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเข้ามาในช่วงวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ แต่ในส่วนของวันจันทร์ถึงพฤหัสบดี ลูกค้าจะไม่ค่อยเข้าการทำร้านบุฟเฟต์ อาหารสดมีความเสี่ยงในการขาดทุนสูงอยู่แล้ว เพราะต้นทุนคงที่ (Fixed cost) ค่อนข้างสูงทางร้านจึงต้องปรับตัวโดยการทำโฆษณาเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาทานที่ร้านเป็นหลัก ซึ่งคุณพัชรินทร์ อินทร์อ่อน ได้ยืนยันถึงผลกระทบที่เกิดจากมาตรการของรัฐบาลไว้ตอนท้ายการสัมภาษณ์ว่า...

“...รัฐบาลประกาศว่า สถานประกอบการในตลาด ให้ปิดกิจการเป็นการชั่วคราว ซึ่งทางร้านไม่ได้มีการเตรียมการรับมือไว้ ทำให้เกิดสภาวะการขาดทุน ไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้จนต้องพักเป็นเวลา 1 ปี...”

“...ถ้าทางรัฐบาลมีการแจ้งก่อนที่จะบังคับใช้มาตรการ ล่วงหน้าหนึ่งอาทิตย์ จะให้สั่งปิดร้าน ทางร้านจะได้ไม่ต้องให้ลงของ

ยกตัวอย่างร้านเราเจอโควิดมาหลายรอบ
แล้วเราตอนนั้นเราปิดกิจการไปหมดแล้วทุกสาขาทุกอย่างเลย...”

(พัชรินทร์ อินทร์อ่อน, สัมภาษณ์, 8 พฤศจิกายน 2566)

4.2.4 ร้านบ้านสุกี้ บัฟเฟต์

จากการสัมภาษณ์ คุณจริยะ แซ่เล้า เจ้าของกิจการ ได้ข้อมูลว่า ลักษณะของกิจการ ร้านบ้านสุกี้ บัฟเฟต์ เป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดเล็ก ซึ่งเป็นร้านสุกี้มีแบบหม้อและแบบปิ้งย่างให้เลือก หรือจะเลือกทั้ง 2 แบบก็ได้ ราคาท่านละ 239 บาท (ไม่จำกัดเวลา) น้ำซุปมี 3 แบบฟรี ซุปใส ซุปเห็ดหอม ซุปน้ำดำ และซุปหม่าล่า (เพิ่ม 80 บาท) เปิดให้บริการวันจันทร์ - อาทิตย์ เวลา 16:00-01:30 น. ร้านสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 15 โต๊ะ

4.2.4.1 ผลกระทบช่วงโควิด

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณจริยะ แซ่เล้า พบว่า ร้านเปิดก่อนช่วงการแพร่ระบาดโควิด 19 เพียง 2 - 3 เดือน แล้วก็ประสบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด 19 ทางร้านได้มีความพยายามในการปรับตัวประกอบกิจการอย่างเต็มกำลัง จนท้ายที่สุดทางร้านจำเป็นต้องปิดกิจการเนื่องจากลูกค้าหายไปประมาณ 80 % และด้วยเนื่องจากรูปแบบการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนไปโดยซื้อแบบชั่งกิโล เริ่มไม่ค่อยมีคนเดินมาใช้บริการในร้าน ประกอบกับทำเลของร้านไม่ค่อยจะดีเท่าไร เพื่อความอยู่รอดทางร้านจึงตัดสินใจปิดกิจการในช่วงการแพร่ระบาด



ภาพประกอบ 4 ภาพบรรยากาศร้านบ้านสุกี้ บัฟเฟต์

ที่มา: สัมภาษณ์ วันที่ 9 พฤศจิกายน 2566

4.2.4.2 การปรับตัวช่วงโควิด

คุณจริยะ แซ่เล้า ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า ทางร้านได้มีการพยายามปรับลดจากพนักงานทั้งหมด จาก 12 คน ให้เหลือ 4 คน ในช่วงที่มีมาตรการสั่งให้ปิดร้าน วัตถุประสงค์ที่ทางร้านสั่งมาแล้วไม่สามารถขายให้ลูกค้าได้ ปัจจุบันทางร้านมีสาขาเดียว มีการวางแผนจะเปิดสาขา 2-3 แต่ก็ยังต้องหยุดไว้ก่อน เนื่องจากประสบการณ์จากการแพร่ระบาดของโควิด19 ก็ทำให้ต้องวางแผนและประเมินความเสี่ยงให้ดีกว่าก่อน

ปัจจุบันร้านบ้านสุกกี้ บุฟเฟต์ มีการเปลี่ยนจากการขายบุฟเฟต์ภายในร้าน เป็นการตั้งชั่งกิโลหน้าร้านแทน ซึ่งเปลี่ยนรูปแบบเป็นเวลากว่า 2-3 เดือน ทำให้ทางร้านมีรายได้เข้ามาทดแทนในช่วงการแพร่ระบาดโควิดได้พอสมควร และทางร้านได้มีการเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งทำให้กิจการพอเดินหน้าไปได้แต่เมื่อหมดโครงการสภาพคล่องของทางร้านก็ยังไม่ค่อยจะสู้ดีเท่าที่ควร ซึ่งเจ้าของร้านบ้านสุกกี้ บุฟเฟต์ กล่าวถึงมาตรการของภาครัฐไว้ว่า...

“...รัฐบาลช่วยให้พอมีก็น่าจะมีลูกค้าเข้ามา
แต่เมื่อหมดโครงการคนก็ลดน้อยลงไปเช่นเดิม
และเมื่อก่อนร้านเปิด 12.00–00.00 น. แต่ไม่มีลูกค้า
ร้านจึงต้องปรับเปลี่ยนเวลาเป็นเปิดให้บริการในช่วง 16.00–01.30 น.
แทนเพื่อให้ได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น...”

(จริยะ แซ่เล้า, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2566)

4.2.5 ร้าน OASIZZ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณฉัตรชนก ตริรัตน์วาทีน ตำแหน่งเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ร้าน OASIZZ ลักษณะของกิจการ เป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดใหญ่ ซึ่งร้าน OASIZZ เดิมคือร้าน BAR-B-Q Resort ที่มีการรีแบรนด์ ซึ่งอยู่ภายใต้ บริษัท เอมอนันต์ กรุ๊ป จำกัด โดยมีปิ่นเกล้า เป็นสาขานำร่อง ปัจจุบันมีจำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขานวนคร สาขาบางแค สาขาวงศ์สว่าง สาขาบางนา สาขาปากเกร็ด และสาขารังสิตโดยร้าน OASIZZ เป็นบุฟเฟต์สไตล์ หมูกระทะ ที่มีเตาทั้งแบบปิ้งย่าง และมีอาหารปรุงสำเร็จที่ทำใหม่โดยเชฟ ให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความชอบ โดยมีราคาเริ่มต้น 599 บาท (ไม่จำกัดเวลา) ร้านสามารถรองรับลูกค้าได้ถึง 120 โต๊ะ ประมาณ 480 คน

4.2.5.1 ผลกระทบช่วงโควิด

จากการสัมภาษณ์ คุณฉัตรชนก ตริรัตน์วาทีน เล่าว่าตนเองเพิ่งเข้ามาดูแลร้าน ช่วงตอนที่โควิดดีขึ้นแล้ว แต่เท่าที่ทราบในตอนช่วงนั้นคือ ร้านได้รับผลจากมาตรการสั่งให้ปิดร้าน ทำให้ร้านไม่สามารถเปิดให้บริการภายในร้านได้ตามปกติ และร้านยังต้องแบกรับต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ภายในร้านต่อไปแต่รายได้ที่ร้านได้รับกลับลดลง ทางร้านยังคงรักษาพนักงานไว้ (ไม่มีการเลย์ออฟพนักงาน) ใช้วิธีในการหาจุดขายอื่น ๆ เข้ามาทดแทนรายได้ที่ต้องประคองไว้แทน และในช่วงโควิดทางร้านใส่ใจในเรื่องของสุขอนามัย

มากเป็นพิเศษเพื่อให้ได้มาตรฐานที่สุด ตามที่ภาครัฐอยากให้ทางผู้ประกอบการปฏิบัติตาม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการเข้ามาใช้บริการ ภายหลังจากการประกาศยกเลิกมาตรการสั่งปิดร้าน ทางร้านสามารถประกอบกิจการได้ตามปกติแล้ว และถึงแม้ว่าทางร้านจะใส่ใจรักษาความสะอาดภายในร้าน

แต่จำนวนของลูกค้ากลับลดลงส่งผลทำให้รายได้ของร้านลดลงไปกว่า 60% ซึ่งร้านพยายามที่จะพลิกฟื้นให้มันกลับไปเป็นเหมือนเดิมและพยายามที่จะประคองร้านเอาไว้ให้ถึงที่สุด



ภาพประกอบ 5 ภาพประกอบ 5 ภาพบรรยากาศร้าน OASIZZ

ที่มา: สัมภาษณ์ วันที่ 11 พฤศจิกายน 2566

4.2.5.2 การปรับตัวช่วงโควิด

เมื่อร้าน OASIZZ ไม่สามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติทำให้ ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โดยการใช้วิธีขายแบบเดลิเวอรี่เพิ่มเข้ามา เพื่อให้ลูกค้าสามารถทานหมูกระทะที่บ้านได้ ซึ่งทางร้านมีความพยายามที่จะจัดเปลี่ยนสินค้า ให้เป็นชุดเพื่อให้สามารถส่งแบบเดลิเวอรี่ โดยมีให้เลือก 3 ขนาด S ราคา 200 บาท, M ราคา 300 บาท และ L ราคา 400 บาท หรือการขายแบบเป็นชุดที่ส่งพร้อมทั้งกระทะมีทั้งแบบที่ขายและแบบเช่า ประกอบกับการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน โดยการขายแบบชั่งกิโล เพื่อให้ลูกค้าได้มีตัวเลือกเพิ่มขึ้น หลังจากที่ทางร้าน OASIZZ ผ่านพ้นวิกฤตแล้ว คุณฉัตรชนก ตริรัตน์วาทิน ยังมองเห็นโอกาสและมีแนวคิดที่จะยกระดับปิ้งย่างหมูกระทะให้มีความเป็นสากลที่ชาวต่างชาติเข้ามาเมืองไทยแล้วจะต้องมาทานหมูกระทะ ซึ่งคุณฉัตรชนก ตริรัตน์วาทิน กล่าวไว้ว่า...

“...อยากทำให้หมูกระทะยกระดับขึ้นไปเป็นสากลจริง ๆ

แล้วเราก็เชื่อว่าคนไทยไม่ว่าจะยากดีมีเงินยังไงก็ต้องทานหมูกระทะ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน่าจะเข้าถึงและยอมรับอาหารประเภทนี้ได้ง่ายขึ้น...”

(ฉัตรชนก ตริรัตน์วาทิน, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2566)

4.2.6. ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์ คุณนราพร ใจอิน พบว่า ลักษณะของกิจการ เป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดเล็ก มีเพียงสาขาเดียว ร้านเปิดให้บริการมากกว่า 5 ปี เป็นร้านอาหารสไตล์ชาบู โดยมีราคา 238–338 บาทร้านเปิดให้บริการทุกวันเวลา 11.00-22.00 น. ร้านแบ่งออกเป็น 2 ชั้นรวมทั้งหมด 10 โต๊ะ

4.2.6.1 ผลกระทบช่วงโควิด

จากข้อมูลพบว่า ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก เนื่องจากรัฐบาลในช่วงนั้นมีมาตรการป้องกันคือการสั่งปิดร้านอาหาร ทำให้ทางร้านไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้ ได้รับผลกระทบในด้านการจัดเก็บวัตถุดิบ คุณภาพความสดของอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเลจะเก็บไว้ไม่ได้ ซึ่งทางร้านไม่ใช้อาหารแช่แข็ง ทางร้านให้ความสำคัญกับความสดของวัตถุดิบ ซึ่งส่งผลทำให้รายได้ลดลง ทำให้ขณะนั้นต้องมีการลดเงินเดือนพนักงานลงบางส่วน เพื่อประคองร้านให้ไปต่อได้ นอกจากนี้ทางร้านยังต้องแบกรับค่าใช้จ่ายภายในร้าน อาทิ ค่าเช่า ค่าไฟ ที่ต้องจ่ายทุกเดือน และเมื่อร้านสามารถกลับมาเปิดให้บริการได้ แต่ลูกค้าหายไปกว่า

70% เนื่องจากลูกค้ายังไม่กล้าออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน ส่งผลให้ทางร้านยังคงประสบปัญหาภาวะการณ์ขาดทุนอย่างต่อเนื่อง



ภาพประกอบ 6 การเข้าพื้นที่สัมภาษณ์ร้านร้านแจ๊ฮ้อนสาวขอนแก่น

ที่มา: สัมภาษณ์ วันที่ 13 พฤศจิกายน 2566

4.2.6.2 การปรับตัวช่วงโควิด

คุณนราพร ใจอิน ให้ข้อมูลว่าจากที่มาตรการภาครัฐให้เปิดร้านขายแบบบุฟเฟต์ ทางร้านก็ปฏิบัติตามมาตรการภาครัฐทุกประการ โดยทางร้านหาทางแก้ไขโดยการทำอาหารและส่งเดลิเวอรี่

แบ่งจำหน่ายตามตลาดนัดบ้าง ด้วยวิธีต้มขายเป็นชุด ๆ แต่ถึงอย่างไรก็ยังเทียบไม่ได้กับรายได้ในตอนที่สามารถเปิดร้านแบบปกติ ในช่วงนั้นทางร้านได้เข้าร่วมโครงการชิมช้อปใช้ และโครงการคนละครึ่ง แต่ในระยะหลังก็ตัดสินใจไม่เข้าร่วมโครงการในช่วงครึ่งหลังด้วยเงื่อนไขบางประการของโครงการ เนื่องจากร้านแจ๊ฮ้อนสาวขอนแก่น เป็นสถานประกอบการขนาดเล็กการปรับตัวในช่วงสถานการณ์จึงค่อนข้างคล่องตัว มีรูปแบบการปรับตัวประกอบธุรกิจหลายวิธี

4.2.7. ร้าน Hana Korean BBQ

จากการสัมภาษณ์ คุณพรพกา กองพิมพ์ ตำแหน่งผู้จัดการ ซึ่งลักษณะของกิจการ เป็นร้านบุฟเฟต์ขนาดเล็ก มีเพียง 2 สาขา ร้านเปิดให้บริการมาแล้วกว่า 4 ปี เป็นร้านบุฟเฟต์สไตล์ปิ้งย่างเกาหลี มีราคาเริ่มต้น 289 บาท และยังมีบุฟเฟต์ หอยนางรมเกาหลี แคลม่อนดอง กุ้งดอง ไม่อั้น 589 บาท, บุฟเฟต์ปูไข่ดอง หอยนางรมเกาหลี แคลม่อนดอง กุ้งดอง ใส่หมูเกาหลี ไม่อั้น 689 บาท สามารถทานได้ 90 นาที (ราคารวมเครื่องดื่มแล้ว) ร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00 - 22.00 น

4.2.7.1 ผลกระทบช่วงโควิด

จากการสัมภาษณ์ คุณพรพกา กองพิมพ์ ยอมรับว่าทางร้านได้รับผลอย่างมาก เพราะช่วงนั้นต้องปิดร้านตามมาตรการของรัฐ ทำให้ร้านไม่สามารถเปิดให้บริการต่อไปได้ และยังมีภาระด้านค่าเช่า และค่าจ้างพนักงาน แต่ทางร้านต้องประคองไว้โดยทางร้านยังมีการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานอยู่แต่ลดจำนวนลงเพื่อประคองร้านให้ไปต่อได้ ในส่วนเรื่องของวัตถุดิบได้รับผลกระทบอย่างมาก ซึ่งของที่ซื้อมาก่อนที่รัฐบาลประกาศใช้มาตรการต้องทิ้งทั้งหมดเลย เพราะร้านไม่สามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติทำให้เกิดผลกระทบอย่างหนัก หลังจากที่ร้านสามารถกลับมาเปิดได้ พบว่าจำนวนลูกค้าหายไปมากถึง 80%



ภาพประกอบ 7 การเข้าพื้นที่สัมภาษณ์ร้าน Hana Korean BBQ

ที่มา: สัมภาษณ์ วันที่ 15 พฤศจิกายน 2566

4.2.7.2 การปรับตัวช่วงโควิด

จากการที่ร้านต้องปิดร้านตามมาตรการของรัฐ ทำให้ร้านต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายภายในร้าน มาเป็นการขายแบบอาหารปรุงสำเร็จ พร้อมทานสำหรับลูกค้าแทน ร้านมีการเข้าร่วมไลน์แมนเพื่อเพิ่มช่องทางในการส่งแบบเดลิเวอรี่ และมีลูกค้าบางส่วนที่มารับเองบ้าง ทางร้านเริ่มใช้ช่องทางในการสื่อสาร/โฆษณา บนสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น โดยคุณพรพกา กองพิมพ์ ได้กล่าวว่า...

“...เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบข่าวสารและโปรโมชั่นของทางร้านมากขึ้น ทางร้านจึงเลือกใช้สื่อผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเข้ามาช่วยในการโฆษณา ซึ่งขณะนั้นถือว่าเป็นช่องทางที่ประชาชนเข้าถึงง่ายที่สุด...”

(พรพกา กองพิมพ์, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2566)

4.2.8. ร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง

จากการสัมภาษณ์ คุณพรประภา แซ่เบ้ เจ้าของร้าน พบว่าลักษณะของกิจการเป็นร้านบุฟเฟต์ (ขนาดเล็ก) ที่มีทั้งเตาหมูกระทะ หม้อชาบู และเตาปิ้งย่าง บุฟเฟต์รวมเครื่องต้มไม่จำกัดเวลาราคา 329 บาท เด็กสูง 90 -130 เซนติเมตร ราคา 139 บาท ถ้าลูกค้ามาทานเดี่ยว ราคา 339 บาท เพิ่มเตาย่าง คัดเตาละ 99 บาท เปิดทุกให้บริการทุกวัน เวลาทำการ 16.00 – 24.00 น. ร้านเปิดให้บริการมากกว่า 10 ปี มีทั้งหมด 4 สาขา

4.2.8.1 ผลกระทบช่วงโควิด

คุณพรประภา แซ่เบ้ ให้ข้อมูลว่าร้านได้รับผลกระทบแทบทุกอย่าง ในช่วงโควิดซึ่งผลกระทบชัดเจนคือรายได้ที่หายไปอย่างมีนัย แต่ค่าใช้จ่ายทุกอย่างของทางร้านยังคงเท่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าเช่าที่ ค่าวัตถุดิบ จากมาตรการของรัฐที่บังคับให้ปิดร้านอาหาร ทำให้ร้านไม่สามารถดำเนินกิจการได้ และเมื่อกลับมาเปิดให้บริการได้แต่ก็ยังไม่สามารถให้บริการภายในร้านได้ ทำให้รายได้ของร้านลดลง คุณพรประภา แซ่เบ้ เล่าเพิ่มเติมว่า...

“...เข้าใจกับการใช้มาตรการสั่งปิดร้านอาหารในช่วงนั้น เพราะสถานการณ์ ณ ตอนนั้น คือมันก็น่าจะเป็นแบบนี้ทั่วโลก แต่มาตรการในตอนนั้นก็ยิ่งพอเอาตัวรอดมาได้...”

(พรประภา แซ่เบ้, สัมภาษณ์, 18 พฤศจิกายน 2566)

ในส่วนร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง เข้าใจถึงสถานการณ์ทุกอย่าง แต่เห็นว่าภาครัฐควรมีมาตรการให้ครอบคลุมกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ถ้าหากผู้ประกอบการบางราย ที่ทุนไม่มากและ/หรือร้านยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควรมีโอกาสในการปิดกิจการสูงและอาจล้มละลายได้



ภาพประกอบ 8 การเข้าพื้นที่สัมภาษณ์ร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง

ที่มา: สัมภาษณ์ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2566

4.2.8.1 การปรับตัวช่วงโควิด

เจ้าของร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวอย่างน่าสนใจว่า...เมื่อไม่สามารถให้บริการภายในร้านได้ ทางร้านจึงเลือกใช้วิธีในการจำหน่ายผ่านช่องทางเดลิเวอรี่ ซึ่งตอนนั้นคือ เราจะขายเดลิเวอรี่ โดยเฉพาะช่วงที่รัฐบาลสั่งปิด ร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง ปรับตัวโดยการขายเดลิเวอรี่เป็นหลัก แต่เมื่อสถานการณ์ผ่อนคลายลงสามารถกลับมาเปิดให้บริการภายในร้านได้ปกติ พบว่าสถานการณ์เรื่องยอดขายหนักกว่ายอดขายแบบเดลิเวอรี่ แต่ในขณะเดียวกันทางร้านได้เข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ทำให้ในช่วงนั้นลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะมากขึ้น ถือว่าช่วยทดแทนได้บ้างแต่ก็ไม่สามารถทดแทนกับสิ่งที่ร้านต้องเผชิญได้เท่าไหร่นัก ด้วยทางร้านได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นทุนเดิมซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งจึงทำให้ทางร้านฝ่าวิกฤตมาได้ ประกอบกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์มากขึ้นซึ่งแต่เดิมทางร้านไม่ค่อยได้ประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ซึ่งทำให้ทางร้านค่อนข้างที่จะได้รับ

การยอมรับมากขึ้นและสามารถฟื้นตัวได้ตามลำดับ ซึ่งคุณพรประภา แซ่เบ้ เจ้าของร้าน ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า...

“...ปกติจะไม่ค่อยทำโลกโซเชียลเท่าไรแต่ตอนนี้ก็มาโพสต์มากขึ้น
แต่เพราะเราเป็นคนรับลูกค้าเองทำงานเองมันไม่มีเวลามานั่งถ่ายรูป
แต่พอจ้างเขาามาเห็นค่าแรงแล้วไม่ไหว ยิ่งแอดก็ไม่ค่อยได้ผล
ก็เลยลองไลฟ์สดดู ก็ดีขึ้นแต่ก็ต้องทำโปรโมชั่นเพื่อสู้กับตลาด...”

(พรประภา แซ่เบ้, สัมภาษณ์, 18 พฤศจิกายน 2566)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปผลกระทบจากมาตรการของรัฐ ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงถึงผลกระทบจากมาตรการของรัฐ ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ดังนี้

รายชื่อผู้ประกอบการ	ผลกระทบจากมาตรการของรัฐ				
	ด้านเงินทุน	ด้านรายได้	ด้านช่องทางการขาย	พนักงาน	วัตถุดิบ
1. ร้านย่างเนย สาขาปิ่นเกล้า	✓	✓	✓		
2. ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน		✓		✓	✓
3. ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์	✓	✓	✓		✓
4. ร้านบ้านสุกี้ บุฟเฟต์	✓	✓	✓	✓	✓
5. ร้าน OASIZZ		✓	✓		
6. ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น	✓	✓	✓	✓	✓
7. ร้าน Hana Korean BBQ	✓	✓		✓	✓
8. ร้านอุ๊ข้าว อุ๊น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนอง	✓	✓	✓	✓	✓
รวม (ร้าน)	6	8	6	5	6

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าผลกระทบจากมาตรการของรัฐ ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ทุกสถานประกอบการได้รับผลกระทบคือรายได้ที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดซึ่งจากข้อมูลบางสถานประกอบการถึงกับต้องมีการปิดกิจการเป็นระยะเวลายาว และบางสาขาต้องปิดกิจการถาวรและส่งผลต่อการลดลงของเงินทุนสะสม การที่ต้องปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่าย การลดวัตถุดิบ และการลดพนักงานซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง โดยจากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นว่าผู้ประกอบการต่างก็มีความพยายามในการประคับประคองกิจการอย่างเต็มความสามารถแต่ด้วยความรุนแรงของสถานการณ์และมาตรการของภาครัฐที่ยังไม่มีความชัดเจนในช่วงแรกจึงทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการค่อนข้างรุนแรงไปพร้อมกัน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ภายใต้การศึกษาค้นคว้าผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้วิจัยได้พยายามนำเสนอถึง มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ผ่านการอธิบายปรากฏการณ์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในบทนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งสรุปผลการวิจัยที่ได้จากการลงพื้นที่ศึกษาและได้นำเสนอผลการศึกษาไว้ในบทก่อนหน้านี้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 รัฐบาล พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีคำสั่งจัดตั้ง ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดและลดผลกระทบทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ในวันที่ 17 มีนาคม 2563 ได้ออกมาตรการ 6 ด้าน คอยควบคุมตรวจสอบวินิจฉัยโรคโควิด-19 เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีรายละเอียด คือ

5.1.1 มาตรการด้านสาธารณสุข มีการกำหนดมาตรการให้ชาวต่างชาติที่เดินทางจากต่างประเทศที่เป็นพื้นที่เขตโรคติดต่ออันตราย จำเป็นต้องมีใบรับรองแพทย์อายุไม่เกิน 3 วัน โดยต้องเข้ารับการกักกันโรคเพื่อสังเกตอาการเป็นเวลา 14 วัน และให้ประชาชนงดการเดินทางออกนอกประเทศยกเว้นมีเหตุจำเป็น รวมถึงคนไทยที่พำนักรออาศัยในต่างประเทศชะลอการเดินทางกลับจนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น

5.1.2 มาตรการด้านข้อมูล การสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ของรัฐบาลมาจาก 2 แหล่ง คือ กระทรวงสาธารณสุข และ การสาธารณสุขศูนย์ข้อมูลโควิด-19 เพื่อการสื่อสารผ่านข้อมูลที่ถูกต้อง ลดผลกระทบและความวิตกกังวลของประชาชน จากแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง

5.1.3 มาตรการด้านเวชภัณฑ์ป้องกัน ผลิตและจัดหาหน้ากากอนามัยให้กับประชาชน รวมถึงชุดป้องกันทางการแพทย์ (PPE) หน้ากากอนามัยแบบ N95 และอุปกรณ์อื่นที่จำเป็น โดยประสานกับต่างประเทศในการจัดหาเพิ่มเติมให้เพียงพอแก่ความต้องการ

5.1.4 มาตรการด้านต่างประเทศ ให้กระทรวงการต่างประเทศมีการจัดตั้งทีมงานเฉพาะกิจ (Team Thailand COVID-19) ดูแลคนไทยในต่างประเทศ โดยการตรวจสอบความปลอดภัยจากโรคโควิด-19 การพูดคุยปรึกษาด้านสุขภาพผ่านระบบทางไกลและการประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่

5.1.5 มาตรการด้านการป้องกัน ประชาชนงดการเดินทางหรือทำกิจกรรม เพื่อลดอัตราการติดเชื้อ และการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมในวันสำคัญ อาทิ มหาวิทยาลัย โรงเรียน สถานบันเทิง สนามกีฬา การจัดคอนเสิร์ต อีกทั้งห้างสรรพสินค้าและร้านอาหาร ที่มีประชาชนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เป็นการลดความเสี่ยงและโอกาสในการแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกทั้งให้อำนาจแก่ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้ราชการกรุงเทพมหานคร จำกัดดูแล หรือกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการจำกัดพื้นที่เสี่ยง

5.1.6 มาตรการช่วยเหลือเยียวยา พิจารณามาตรการรองรับเพื่อช่วยเหลือ โดยกลุ่มธุรกิจและสถานประกอบการ ในกรณีที่ต้องชะลอการเลิกจ้างพนักงานและลูกจ้าง โดยเสนอยกเลิกเก็บค่าธรรมเนียมจากเจ้าของธุรกิจ และกลุ่มประชาชนที่ได้รับผลกระทบมีการเสนอให้ผ่อนผันการชำระหนี้

จากมาตรการของรัฐบาล ที่ได้ประกาศเพื่อควบคุมสถานการณ์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จะเห็นได้ว่า รัฐบาลจะมีช่องทางตามกฎหมายเข้าควบคุม และสามารถบริหารสถานการณ์ได้ เช่น มีการโอนอำนาจบางประการของรัฐมนตรีตามกฎหมาย ในบางฉบับมาเป็นของนายกรัฐมนตรีเท่าที่จำเป็น หรือเป็นการชั่วคราว เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และเกิดการบูรณาการ ซึ่งมีการออกข้อกำหนด ข้อห้าม และข้อปฏิบัติบางอย่าง ได้แก่ ห้ามเข้าออกสถานที่บางแห่ง ห้ามหรือจำกัดการเข้าออกภายในราชอาณาจักร รวมถึงการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้ามเขตพื้นที่ การควบคุมการใช้ยานพาหนะ เส้นทางในการจราจร การควบคุมสินค้า บริการ หรือเวชภัณฑ์ ดังพบได้จากประกาศของหน่วยงานภาครัฐโดยทั่วไป

5.2 สรุปผลการศึกษาแนวปฏิบัติเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

และจากมาตรการดังกล่าวข้างต้น ได้นำมาสู่การกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการดำเนินการเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยเฉพาะช่วงการแพร่ระบาด แต่มีการควบคุมสถานการณ์ได้ ผ่านการประกาศใช้แนวปฏิบัติ และควบคุมอย่างเข้มงวด ซึ่งผู้วิจัยสามารถทำการสรุปได้ ดังนี้

5.2.1 แนวปฏิบัติด้านการเว้นระยะห่าง (Distancing)

การเว้นระยะห่างในธุรกิจร้านอาหารไม่เพียงแต่เป็นมาตรการทางสุขภาพและความปลอดภัย แต่ยังเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ภายใต้สถานการณ์ที่จำกัด ซึ่งแนวปฏิบัติการเว้นระยะห่าง (Distancing) ตามมาตรการด้านสาธารณสุขให้ร้านอาหารมีการจัดระเบียบสร้างระยะห่างระหว่างโต๊ะโดยมีระยะ 1-2 เมตร เพื่อลดความเสี่ยงและโอกาสการติดเชื้อโควิด-19 ผ่านการหายใจหรือการสัมผัส เป็นการสร้างพื้นที่ให้กับผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในความพร้อมในการป้องกันโรคระบาด

5.2.2 แนวปฏิบัติด้านการระบายอากาศ (Ventilation)

ตามมาตรการสาธารณสุข ธุรกิจร้านอาหารจะต้องเปิดประตู หน้าต่าง และให้เดินระบบจ่ายอากาศสะอาดอย่างน้อยครึ่งชั่วโมงก่อนเปิดหรือปิดระบบปรับอากาศ มีการระบายอากาศและหมุนเวียนที่เหมาะสมต่อจำนวนคน และในพื้นที่ที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศจะต้องเป็นพื้นที่เปิดที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ดี เพื่อลดความเสี่ยงของการสะสมเชื้อไวรัสโควิด-19 ในอากาศ เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการช่วยลดความแออัดและความเสี่ยงที่เกิดจากโรคระบาด

5.2.3 แนวปฏิบัติด้านผู้ให้บริการ (COVID Free Person)

ตามมาตรการสาธารณสุข เจ้าของธุรกิจร้านอาหารจะต้องให้พนักงานทุกคนฉีดวัคซีนอย่างน้อย 1 เข็ม รวมถึงพนักงานมีหลักฐานประวัติการติดเชื้อมาก่อนไม่เกิน 3 เดือน ซึ่งจะต้องมีระบบคัดกรองตรวจสอบการติดเชื้อด้วย ATK ทุก 7 วัน รวมถึงเจ้าของธุรกิจร้านอาหารจะต้องกำกับ ติดตามพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการ

5.2.4 แนวปฏิบัติด้านผู้รับบริการ (COVID Free Customer)

เจ้าของธุรกิจร้านอาหารจะต้องคัดกรองความเสี่ยงของผู้เข้ารับบริการก่อนเข้าร้าน โดยผู้เข้ารับบริการจะต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ยกเว้นเฉพาะตอนรับประทานอาหารเท่านั้น หรือนั่งรับประทานอาหาร และให้ใช้บริการในร้านอาหารไม่เกิน 2 ชั่วโมง ซึ่งจะต้องเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ และจะต้องประเมินสถานประกอบการทุกครั้ง

5.3 สรุปผลการศึกษาผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

จากแนวปฏิบัติเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ของภาครัฐ และความรุนแรงของสถานการณ์การแพร่ระบาด ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงถึงวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างรุนแรง และรวดเร็ว ทำให้ทุกภาคส่วนของ

สังคมต้องทำความเข้าใจยอมรับและปรับตัวให้สามารถอยู่รอดได้ ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งหมายรวมถึงธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ที่ผู้วิจัยได้เลือกเป็นหน่วยในการศึกษาภายใต้การวิจัยครั้งนี้ และจากผลการศึกษา พบว่า ผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1) **ผลกระทบที่เกิดจากมาตรการของรัฐ** : รัฐบาลไม่ได้ทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการก่อนประกาศใช้มาตรการหรือแนวปฏิบัติ ส่งผลให้การบริหารจัดการวัตถุดิบที่ซื้อมาเสียหาย และต้องทิ้งหรือทำลายจากการสั่งปิดจากภาครัฐ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุน และอยู่ในภาวะการณ์ขาดทุน ประกอบกับในบางมาตรการต้องมีการจัดเตรียมและเพิ่มวัสดุอุปกรณ์เพื่อป้องกันภายในร้านตามมาตรการของภาครัฐ และเพื่อเพิ่มความไว้วางใจในความปลอดภัยของลูกค้า ล้วนแต่ส่งผลต่อต้นทุนการให้บริการของผู้ประกอบการ

2) **ผลกระทบที่เกิดจากความหวาดกลัวต่อโรค**: ประชาชนมีความกลัวต่อความร้ายแรงของโรค เนื่องจากยังไม่มีทำความเข้าใจต่อลักษณะของโรค และในช่วงของการแพร่ระบาดยังไม่มีวิธีการป้องกันและรักษาที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนไม่กล้าเดินทางออกมาใช้บริการกับทางร้าน แต่ทั้งนี้ พบว่า เป็นเช่นเดียวกับสถานประกอบการประเภทอื่น

3) **ผลกระทบที่เกิดจากต้นทุนของสถานประกอบการ** : เนื่องจากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาด และมาตรการของภาครัฐ ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการลดลงอย่างมีนัย หรือบางร้านในบางช่วงเวลาไม่มีรายได้เข้ามาหมุนเวียนภายในร้าน ทำให้ทางร้าน (ผู้ประกอบการ) ต้องแบกรับรายจ่ายและทำให้เกิดภาวะการณ์ขาดทุนสะสม สำหรับร้านที่มีขนาดใหญ่มีทุนสำรองยังสามารถปรับตัวและพยุงธุรกิจได้แต่สภาพคล่องอาจจะไม่สู้ดีนัก และร้านขนาดกลาง และขนาดเล็กทุนสำรองน้อยทำให้ต้องหยุดพักกิจการชั่วคราวเพื่อลดต้นทุนการบริหารซึ่งหากทำการให้บริการต่อไป (ในช่วงการแพร่ระบาด) อาจทำให้ขาดทุน

5.4 สรุปผลการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่พื้นที่กรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาถึงการเปลี่ยนรูปแบบการ ให้บริการภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล และ

พนักงาน 6) ด้านการสร้างหรือนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ โดยผลการศึกษาพบดังนี้

5.4.1 ในด้านผลิตภัณฑ์จากการศึกษา ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับลดจำนวนวัตถุดิบลงให้พอดีกับต้นทุน และผู้ประกอบการซื้อในปริมาณที่เพียงพอขายวันต่อวัน ได้แก่ ร้านยางเนย, ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์, ร้านบ้านสุกกี้ บุฟเฟต์, ร้าน OASIZZ, เล่าถึงการเปลี่ยนรูปแบบด้านผลิตภัณฑ์ว่า “มีการปรับลดจำนวนวัตถุดิบลงจากที่เคยสั่งมาเยอะ ก็ปรับลดลงให้พอดีกับต้นทุนขายวันต่อวัน ไม่มีของตกค้าง”

5.4.2 ด้านราคา จากการศึกษากิจการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ยังขายราคาเดิมและเลือกใช้วัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอขายวันต่อวันแต่มีคุณภาพเท่าเดิม และมีการจัดโปรโมชั่นใน เมนูอาหารที่ขายดี แต่ราคาไม่แพงเกินไปเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า หรือมีการลดราคาอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ ได้แก่ ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์, ร้านบ้านสุกกี้ บุฟเฟต์, ร้าน OASIZZ เล่าถึงการเปลี่ยนรูปแบบด้านราคาว่า “มีการจัดโปรโมชั่นอาหาร เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า รวมถึงมีการลดราคาอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เป็นการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจ”

5.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษากิจการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้มีการปรับตัวโดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอาหารเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า และทางร้านมีบริการจัดส่งอาหารถึงมือลูกค้าโดยมีพนักงานในร้านเป็นผู้จัดส่งอาหารในบริเวณใกล้เคียง หรือมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ผ่านทางออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถช่วยให้เพิ่มยอดขายร้านได้อีกช่องทาง ซึ่งนอกจากจะตอบโจทย์ลูกค้าที่ไม่ต้องการออกมาในที่สาธารณะ ที่มีความเสี่ยงแล้ว ยังช่วยให้ประหยัดการเดินทางได้ด้วยค่าส่งที่ถูกกว่า ดังเช่นร้านยางเนย สาขาปิ่นเกล้า, ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน, ร้านบ้านสุกกี้ บุฟเฟต์, ร้าน OASIZZ, ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น และร้าน Hana Korean BBQ เล่าถึงการเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายว่า “มีการเพิ่มช่องทางการขายคือขายผ่าน Delivery ต่าง ๆ เช่น Grabfood, Foodpanda, line man เป็นต้น ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มยอดขายให้ร้าน และทางร้านยังมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการขายแบบ Delivery”

5.4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษากิจการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อส่งเสริม

การตลาด เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ การถ่ายรูปร้านเสนอรายการอาหารใหม่ ๆ การจัดราคาโปรโมชั่นโดยจัดอาหารเป็นชุด เพื่อให้เห็นความคุ้มค่าทั้งปริมาณและราคา เพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ การคัดสรรวัตถุดิบที่สด สะอาดอยู่เสมอ ซึ่งช่องทางที่ร้านอาหารนำเสนอคือผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค (ไลน์ หรือเฟสบุ๊ก แพลนเพจ) นับเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึกความต้องการ หรือความพึงพอใจในสินค้า รวมถึงบริการโดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้าให้เกิดความต้องการ ในการซื้ออาหาร และร้านย่างเนย สาขาปิ่นเกล้า, ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน, ร้านเป็นเป็น ซีฟู้ดบุฟเฟต์, ร้านบ้านสุกี้ บุฟเฟต์, ร้าน OASIZZ, ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น, ร้าน Hana Korean BBQ และร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนองเล่าถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งเสริมทางการตลาดว่า “ร้านมีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ Facebook Instagram มีการถ่ายรูปภาพวัตถุดิบที่สดสะอาดและใหม่ และมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า”

5.4.5 ด้านบุคคลหรือพนักงาน จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับลดจำนวนพนักงาน จะเหลือแค่พนักงานที่มีหน้าที่สำคัญคือ พนักงานที่อยู่ในห้องครัว ซึ่งมีการปรับหน้าที่การทำงานจากเดิมที่พนักงาน 1 คนทำหน้าที่เพียงอย่างเดียว ต้องมีการเพิ่มหน้าที่เพื่อให้บริการลูกค้า สำหรับแบบเดลิเวอรี่ การลดเวลาการทำงานลง หากพนักงานคนไหนต้องการจะลางานในระยะยาว โดยไม่ขอรับเงินเดือนก็สามารถแจ้งกับทางผู้ประกอบการได้ดังเช่น ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน, ร้านบ้านสุกี้ บุฟเฟต์, ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น, ร้าน Hana Korean BBQ เล่าถึงการปรับตัวด้านพนักงานหรือการปรับเปลี่ยนหน้าที่ในการทำงานในร้านว่า “ทางร้านมีการปรับของพนักงานในร้านให้ลดน้อยลงโดยส่วนใหญ่จะมีเฉพาะพนักงานที่จำเป็นเท่านั้น เพื่อลดรายจ่ายลง”

5.4.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับปรุงสภาพภายนอกและภายในร้านใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า หรือเพิ่มบริการอื่นเข้าไป ดังเช่น ร้าน OASIZZ, ร้านอุ๋ข้าว อุ๋น้ำ ซีฟู้ด หมูกระทะ ดาวคะนองเล่าถึงการปรับตัวด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ว่ามีการปรับปรุงร้านให้แปลกใหม่เพื่อเรียกลูกค้ากลับมาใช้บริการ หรือมีการเพิ่มบริการในการทานแบบใหม่เช่น การเพิ่มอาหารแบบปรุงสำเร็จพร้อมทานเข้าไปในบุฟเฟต์

5.4.7 ด้านกระบวนการจากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีขั้นตอน และมีกระบวนการในการ

ให้บริการรวมถึงวิธีการทำงาน โดยเกี่ยวข้องกับการผลิตและนำเสนอบริการ และในธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความใส่ใจในการดูแลลูกค้าได้เป็นอย่างดี แต่ยังคงไม่สามารถแก้ปัญหาให้ ลูกค้าได้ทั้งหมด ได้แก่ การเข้าแถวรอคิว เป็นต้น เช่น ร้าน OASIZZ, ร้านอุ๊ข้าว อุ๊น้ำ ซี่ฟู้ด หมูกะทะ ดาวคะนอง ที่มีการสำรองที่นั่งหรือการแจกบัตรคิวให้ลูกค้า

ตาราง 2 แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวตามกลยุทธ์ทางการตลาด 7P's ดังนี้

รายชื่อผู้ประกอบการ	การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์						
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางจัดจำหน่าย	ส่งเสริมการตลาด	บุคคล	การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	กระบวนการ
ร้านยางเนย สาขาปิ่นเกล้า	✓		✓	✓			
ร้านชาบูอินดี้ สาขาสามเสน	✓		✓		✓		
ร้านเป็นเป็น ซี่ฟู้ดบุฟเฟต์	✓	✓		✓			
ร้านบ้านสุกี้ บุฟเฟต์	✓	✓	✓		✓		
ร้าน OASIZZ	✓		✓	✓		✓	✓
ร้านแจ่วฮ้อนสาวขอนแก่น			✓	✓	✓		
ร้าน Hana Korean BBQ			✓	✓	✓		
ร้านอุ๊ข้าว อุ๊น้ำ ซี่ฟู้ด หมูกะทะ ดาวคะนอง		✓		✓		✓	✓

5.5 อภิปรายผลการศึกษา

ด้วยธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ (Buffets) เป็นธุรกิจที่ให้ลูกค้าบริการตนเอง ลูกค้าสามารถตักอาหารได้ทุกประเภทภายในร้าน โดยผู้บริโภครู้สึกสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการเหล่านั้นได้ไม่จำกัดจำนวนในระยะเวลา ความถี่ และราคาคงที่ แต่ขายอาหารผู้ขายจัดอาหารไว้เป็นจาน ๆ หรือจัดอาหารไว้หลากหลายอย่าง และคิดราคาอาหารเหมาเป็นรายบุคคล ผู้บริโภคเลือกแต่ผู้บริโภคต้องไปหยิบอาหารเหล่านั้นเอง และรับประทานได้ตามความพอใจ ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และจากผลการศึกษาที่ พบว่า ภาครัฐได้มีแนวทางเพื่อควบคุมสถานการณ์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยใช้อำนาจตามกฎหมายเพื่อเข้าควบคุมหรือควบคุมสถานการณ์ผ่านอำนาจบางประการของรัฐมนตรีตามกฎหมายบางฉบับมาเป็นของนายกรัฐมนตรีเท่าที่จำเป็นและเป็นการชั่วคราว เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและเกิดการบูรณาการ จนนำมาสู่การออกข้อกำหนด คือ ข้อห้ามและข้อปฏิบัติบางอย่าง ได้แก่ ห้ามเข้าออกในสถานที่บางแห่ง มีการห้ามและจำกัดการเข้าออกราชอาณาจักร รวมถึงการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้ามเขตพื้นที่ การควบคุมการใช้ยานพาหนะ เส้นทางจราจร การควบคุมสินค้า ควบคุมการให้บริการ และเวชภัณฑ์ นั้นถือเป็นแนวทางการกำหนดนโยบาย และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และมีการควบคุมอย่างเข้มงวด จนนำมาสู่การควบคุมสถานการณ์ได้ในที่สุด

ส่วนมิติของผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่พบว่า จากมาตรการหรือแนวปฏิบัติของภาครัฐ ส่งผลให้การบริหารจัดการวัตถุดิบที่ซื้อมาเสียหาย และต้องทิ้งหรือทำลายจากการสั่งปิดจากภาครัฐ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุน และอยู่ในภาวะการณ์ขาดทุน ประกอบกับในบางมาตรการต้องมีการจัดเตรียมและเพิ่มวัสดุอุปกรณ์เพื่อการป้องกันภายในร้านตามมาตรการของภาครัฐ และเพื่อเพิ่มความไว้วางใจในความปลอดภัยของลูกค้า ล้วนแต่ส่งผลต่อต้นทุนต่อการให้บริการของผู้ประกอบการ ซึ่งก็พบเช่นเดียวกับธุรกิจประเภทอื่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่นกัน

ซึ่งจากสถานการณ์ทำให้ประชาชนมีความกลัวต่อความร้ายแรงของโรค เนื่องจากยังไม่มี ความเข้าใจต่อลักษณะของโรค และในช่วงของการแพร่ระบาดยังไม่มีวิธีการป้องกันและยังไม่มีวิธีรักษาที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนไม่กล้าเดินทางออกมาใช้บริการกับทางร้าน แต่ทั้งนี้ พบว่า เป็นเช่นเดียวกับสถานประกอบการประเภทอื่น จากผลการวิจัย สะท้อนว่า จากสถานการณ์ ความรุนแรงของการแพร่ระบาด และมาตรการของภาครัฐ ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการลดลงอย่างมีนัย หรือบางร้านในบางช่วงเวลาไม่มีรายได้เข้ามาหมุนเวียนภายในร้าน ทำให้ทางร้าน

(ผู้ประกอบการ) ต้องแบกรับรายจ่ายและทำให้เกิดภาวะการณ์ขาดทุนสะสม สำหรับร้านที่มีขนาดใหญ่มีทุนสำรองยังสามารถปรับตัวและพยุงธุรกิจได้แต่สภาพคล่องอาจจะไม่สู้ดีนัก และร้านขนาดกลาง และขนาดเล็กทุนสำรองน้อยทำให้ต้องหยุดพักกิจการชั่วคราวเพื่อลดต้นทุนการบริหารซึ่งหากทำการให้บริการต่อไป (ในช่วงการแพร่ระบาด) อาจทำให้ขาดทุน ทำให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัว อันประกอบด้วย 1) เปลี่ยนวิธีขายหน้าร้าน แทนการขายภายในร้านซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่ มีรูปแบบการขายและส่งเสริมการขาย 4 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) แบบซั๊กกิโยขาย (แบบพร้อมปรุงสำเร็จ) 2) แบบขายเป็นชุด/เซต (แบบปรุงสำเร็จพร้อมทาน) 3) ปรับเปลี่ยนโดยเข้าร่วมเดลิเวอรี่ อาทิเช่น Lineman, Grab, Foodpanda, Robinhood เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย 4) เข้าร่วมโครงการของรัฐ เช่น โครงการคนละครึ่ง (แบ่งออกเป็น 2 รอบ) โครงการชิม-ช้อป-ใช้ ซึ่งรูปแบบการขายที่ผู้วิจัยพบภายใต้งานวิจัยนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัย ของ กฤษฎวัฒน์ จิตวิโรภาสกูล (2566) ที่พบว่า กลยุทธ์การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยทางด้านสินค้าที่นำมาวัตถุดิบที่นำมาใช้โดยพิจารณาถึงต้นทุนและใช้วิธีการปรับลดปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบ ด้านราคาไม่ได้มีการปรับราคา และพยายามรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการ รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับ พรพรรณนา ปวงคำ และวันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ณ สถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อปรับตัวของผู้บริโภคและกิจการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคมองว่าค่าใช้จ่ายสำหรับการรับประทานอาหารที่ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างในช่วงสถานการณ์โควิด-19 มีราคาถูกลง เพราะเนื่องจากการจัดโปรโมชั่น เป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการร้านอาหารร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมีรายได้ลดลงจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของร้านอาหาร รวมถึงผลกระทบจากมาตรการของรัฐที่เป็นข้อจำกัดในการให้บริการ ร้านอาหารจึงเกิดการเรียนรู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ โดยเพิ่มช่องทางการเพิ่มขึ้นในรูปแบบของ Delivery แม้ว่าสถานการณ์จะผ่อนคลายลง แต่การขายแบบ Delivery ก็ยังคงมีมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน จนกลายเป็นการปรับตัวการใช้ชีวิตแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) จิรวรรณ กิตตินารัตน์, นพวรรณ วิเศษสินธุ์ และภัทรา สุขะสุนนท์ (2565) มองว่า การขายในรูปแบบ Delivery ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกการรับประทานอาหารที่มากขึ้น รวมถึงการออกแคมเปญการตลาดและโปรโมชั่นที่ดึงดูดลูกค้าในร้านอาหารทั่วไป อีกทั้งยังอธิบายว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการ เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลในการรับประทานอาหารที่ร้าน จึงควรสร้าง

มาตรฐานในการส่งอาหารให้เกิดความรวดเร็ว ทั้งในรูปแบบที่ให้ลูกค้าซื้อกลับบ้าน (Takeaway) และในรูปแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) เนื่องจากผู้ประกอบการมีการปรับตัวพฤติกรรมในการใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านมากขึ้น ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เน้นความสะดวกมากขึ้น โดยธุรกิจจะต้องใส่ใจเรื่องของความสะดวกในอาหาร ช่วยให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการร้านอาหารมากขึ้น

ในขณะที่ ธารทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารเพื่อการดำรงอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 พบว่าผู้ประกอบการปรับตัวในด้านรายได้ โดยอธิบายว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการทำ Delivery ผ่านแอปพลิเคชันเป็นหลัก ซึ่งเป็นการสร้างรายได้และสามารถรักษารายรับให้ยังคงอยู่ไปเรื่อย ๆ รวมถึงการโฆษณาโปรโมชัน เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และด้านควบคุมค่าใช้จ่าย ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ได้เผชิญกับปัญหาหลากหลาย อาทิ การเลิกจ้างพนักงาน การขอลดค่าเช่า และการขายกิจการเพื่อลดจำนวนสาขา ซึ่งปัญหาเหล่านี้คือการพยายามปรับและหรือลดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นส่วนวิชชรา ช่วยมี และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2565) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด-19 โดยผู้ประกอบการจัดสรรพื้นที่ร้านอาหาร ทำความสะอาด สร้างที่กั้นระหว่างรับประทาน มีจุดบริการล้างมือ การกำหนดจำนวนผู้ใช้บริการ รวมถึงการส่งอาหารผ่านระบบออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส และปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการที่ปลอดภัยภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการศูนย์อาหารก็มีการปรับตัวไปในทิศทางที่สอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ โดยจะเห็นได้จากผลการศึกษาของ (พรรณราย อินทรัตน์, 2563) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อการปรับตัวศูนย์อาหารในมุมมองผู้บริโภคช่วงสถานการณ์โควิด-19 เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งพบว่า การปรับตัวของศูนย์อาหารช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก มีการปรับตัวตามหลักระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และชีวิตวิถีใหม่ (New normal) โดยให้ความสำคัญกับเรื่องของความสะดวก ความปลอดภัยและในด้านการพัฒนานวัตกรรม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการในการให้บริการและความพึงพอใจสูงสุด ต่อการให้บริการศูนย์อาหาร ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก

5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งนี้

ภายใต้ข้อค้นพบ ที่เกิดจากการศึกษาผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นพบข้อมูลบางประการ ที่สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการในภาวะการเกิดภัยพิบัติ (Disaster Management) หรือภาวะการณ์เกิดโรคอุบัติใหม่ในอนาคต ดังนี้

5.6.1 ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

- 1) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรมีการสำรองเงินทุนของร้าน ในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อสำรองสำหรับใช้จ่ายในภาวะที่ไม่ปกติหรือ ภาวะที่ร้านขาดสภาพคล่อง
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรมีการปฏิบัติการการให้บริการที่มีความปลอดภัยด้านสุขภาวะอย่างเป็นปกตินิสัย เพื่อความเป็นมาตรฐานและเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของลูกค้า
- 3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรนำระบบสารสนเทศ (IT: Information Technology) หรือระบบออนไลน์เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มพื้นที่ทางการตลาดอันจะเป็นการลดความเสี่ยงการแพร่ระบาดหรือลดการติดต่อของโรค
- 4) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ควรปรับตัวโดยเปิดช่องทางการเรียนรู้ทั้งในระดับเจ้าของกิจการและพนักงาน ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสถานการณ์เพื่อเตรียมพร้อมในการปรับตัวได้ทันทั่วทั้ง

5.6.2 ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย

ในส่วนมิติด้านนโยบายของภาครัฐ ควรมีการดำเนินการ ดังนี้

- 1) ภาครัฐควรมีการศึกษาและประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้ประกอบการ และ/หรือสังคม ให้รวดเร็วและถูกต้องก่อนกำหนดแนวทางหรือแนวปฏิบัติ
- 2) ภาครัฐควรมีการกำหนดมาตรการ ให้มีระบบประกันภัยความเสียหายในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ หรือธุรกิจร้านอาหารประเภทอื่นเพื่อลดความเสียหาย และจะเป็นการลดภาระของภาครัฐในการเยียวยา/ชดเชยหลังประสบภัย
- 3) รัฐบาลควรมีนโยบายในการกำกับดูแล ควบคุมราคาสินค้าและราคาวัตถุดิบให้สอดคล้องกับกลไกการตลาดในภาวะประสบภัยให้ทันทั่วทั้ง เป็นการลดภาระให้กับผู้ประกอบการ

4) ภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในทุกระดับด้านสาธารณะสุข เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้ทันกับพลเมืองในรัฐ อันจะเป็นการเตรียมความพร้อมหากเกิดสถานการณ์อื่น

5.6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ด้วยการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้หน่วยในการศึกษา เฉพาะธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งอาจยังไม่ครอบคลุมกับ ธุรกิจประเภทอื่น และในบางประเด็นผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีความสนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

- 1) ควรศึกษาการปรับตัวในการรับบริการของผู้บริโภคในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ หรือร้านอาหารประเภทอื่น หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
- 2) ควรนำผลการศึกษาไปกำหนดเป็นรูปแบบในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์
- 3) ควรนำผลการวิจัยไปต่อยอดเป็นงานวิจัยเชิงพยากรณ์ เพื่อคาดการณ์ความเสี่ยงของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ อันจะเป็นการลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของธุรกิจ

บรรณานุกรม

- กฤษฎวัฒน์ จิตวโรภาสกุล, เ. ศ., ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และสโรชนี ศิริวัฒนา. (2566). กลยุทธ์การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 8(1).
- เกษมสมบูรณ์, จ. (2557). การปรับตัวของชุมชนบ้านกระเช้าขาวต่อปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง. (บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- คุณาพันธ์, ว. (2561). การศึกษากระบวนการปรับตัวที่มีประสิทธิผลสำหรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. (ดุษฎีนิพนธ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- จิรวรรณ กิตตินารัตน์, น. ว. แ. ส. (2565). การปรับตัวธุรกิจร้านอาหารหลังวิกฤตโควิด-19. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 24(2).
- เจริญตระกูลปิติ, พ. ป. แ. (2565). บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ณ สถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้บริโภคและกิจการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วารสารสังคมศาสตร์และศาสตร์ร่วมสมัย, 3(1).
- ดำรงเกียรติ มาลา. (2564, 5 พฤษภาคม). ศูนย์วิจัยกสิกราคา ห้ามนั่งรับประทานในร้านจุดมูลค่าธุรกิจร้านอาหารปีนี้ลง 5.5-7 หมื่นล้าน เน้นรัฐเร่งออกมาตรการช่วยเหลือครอบคลุมมากขึ้น. THE STANDARD.
- ฐะธรรมานนท์, พ. (2564). ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์. (ปริญญา มหบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- นฤกร ไชรสวรรณ. (2563). การศึกษาพฤติกรรมและความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต (New Normal) ของผู้ประกอบการบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชาในช่วงการระบาดของ COVID-19. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2563). การปรับตัวของธุรกิจหลังยุค COVID - 19. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 12, 101-105.

- พรรณราย อินทุรัตน์. (2563). ความพึงพอใจต่อการปรับตัวศูนย์อาหารในมุมมองผู้บริโภคช่วงสถานการณ์โควิด-19 ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจการค้าในจังหวัดพิษณุโลก (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2565). โควิด-19 และระบาดวิทยา. สืบค้นจาก <https://learning.covid.ku.ac.th/course/?c=8&l=1>
- ยอดเสนีย์, จ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 หลักสูตร 4 ปี ภาคปกติ ที่เข้าศึกษาปีการศึกษา 2563. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ยิ่งงามแก้ว, ส. (2558). การถอดบทเรียนคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านหม้อ จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- เรืองยังมี, เ. (2565). กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหารขนาดเล็กช่วงการระบาดของโรคโควิด 19 ในเขตจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิเทศศึกษา, 13(1).
- สรเสริมสมบัติ, ภ. (2563). คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 15(2).
- สุกฤษา, ข. (2559). พฤติกรรมการปรับตัวด้านการทำงานของแรงงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานีภายหลังเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. (ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สุพัตรา รุ่งรัตน์, ช. ม. แ. ก. (2563). ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา จังหวัดยะลา. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- สุภาวดี ธงภักดิ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และสันติธร ภูริภักดิ์มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2564, กรกฎาคม-ธันวาคม). แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19. 4(2), 761-771.
- เหล่าวิโรจน์กุล, ธ. (2566). การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารเพื่อการดำรงอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19. วารสารสยามวิชาการ, 24(1).
- อะทะวงษา, ส. (2556). คุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารศรีปทุมปริทัศน์, 13(1).

เอื้อจิระพงษ์พันธ์, ว. ช. แ. (2565). พฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารสมาคมนักวิจัย, 27(4).



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายชนัดพล อภาภาวิวัฒน์



