

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

DURING THE COVID-19 SITUATION

ชนัตพล อภาภิวัฒน์¹, จุลศักดิ์ ชาญณรงค์²

Chanatpon Arpapiwat¹, Chulasak Channarong²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹ Student of Master of Public Administration Program, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University.

² Lecturer of the Master of Public Administration Program, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

E-mail : daimonsdu2559@gmail.com¹, chulasak@swu.ac.th²

Received: May. 2, 2024; Revised: May. 24, 2024; Accepted: Jun. 6, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เป็นการมุ่งศึกษาถึงมาตรการของรัฐที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ผลกระทบ และการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในขอบเขตพื้นที่ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 ร้าน ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 รัฐบาลได้ประกาศเพื่อควบคุมสถานการณ์ โดยใช้มาตรการทางกฎหมายเข้าควบคุมหรือบริหารสถานการณ์เพื่อความรวดเร็วและบูรณาการ โดยการห้ามเข้าออกสถานที่บางแห่ง ห้ามหรือจำกัดการเข้าออกราชอาณาจักรและการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้ามเขตพื้นที่ การควบคุมการใช้ยานพาหนะ เส้นทางจราจร การควบคุมสินค้า การบริการ และเวชภัณฑ์ จนสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ประสบความสำเร็จ ผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 พบว่า ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งเกิดจากทั้งการประกาศใช้มาตรการของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงความหวาดกลัวต่อโรค และจากต้นทุนของสถานประกอบการเอง ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ส่วนใหญ่พบว่า 1) มีการปรับลดจำนวนวัตถุดิบลงให้พอดีกับต้นทุน 2) ขยายราคาเดิม และมีการจัดโปรโมชั่น 3) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายอาหารแบบบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ผ่านทางออนไลน์ 4) ปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อส่งเสริมการตลาด ดึงดูดใจลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งช่องทางที่ร้านอาหารนำเสนอคือผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค (ไลน์ หรือเฟสบุ๊ก แฟนเพจ) 5) ปรับลดจำนวนพนักงาน เหลือแค่พนักงานที่มีหน้าที่สำคัญ 6) ปรับปรุงสภาพภายนอกและภายในร้านใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า และมีการเพิ่มมาตรการป้องกันภายในร้านตามมาตรการของรัฐ เช่น การมีจุดคัดกรอง การทำที่กันที่นั่งให้ลูกค้าห่างกัน 7) ปรับขั้นตอนและกระบวนการให้บริการ รวมถึงวิธีการทำงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตและนำเสนอบริการให้กับลูกค้า กระบวนการในการส่งมอบบริการอาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อลดการติดต่อของโรคโควิด 19 จากการสัมผัสโดยตรง

คำสำคัญ: ผลกระทบ ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ สถานการณ์ COVID-19 มาตรการของรัฐ

Abstract

The research focuses on studying the government measures that affected buffet restaurant businesses and the impact 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) the amount of raw materials was reduced to suit the cost 2) selling at the same price and organizing promotions 3) increasing food distribution channels such as home food delivery (Delivery) via the online system 4) changing type Marketing promotion format Attract customers through various channels that restaurants offer is through social networks (Line or Facebook fan pages) 5) Reduce the number of employees Only employees with important duties remain. 6) Improve the exterior and interior of the store to attract customers. And preventive measures have been added within the store according to government measures, such as having screening points. Arrange seating to separate customers. 7) Adjust service steps and processes, including work methods. Involved in the production process and offering services to customers. The food service delivery process is critical to reducing the spread of COVID-19. through direct contact

Keywords: the impact, buffet restaurant business, coronavirus 2019 situation (COVID-19), Measure

บทนำ

จากช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น รัฐบาลได้พิจารณาออกคำสั่งปิดร้านค้าและสถานประกอบการจำหน่ายสุราเป็นการชั่วคราว จากปัญหาของการระบาดในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ประกอบกับการประกาศยกระดับมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร ทำให้มูลค่ารวมของธุรกิจร้านอาหารในกรณีพื้นฐานทั้งปี 2564 จะเหลือเพียง 3.5 แสนล้านบาท (ดำรงเกียรติ มาลา, 2564) การบังคับใช้มาตรการในการควบคุมช่วงสถานการณ์ COVID-19 จากการปรับเวลาการให้บริการของร้านอาหารได้ไม่เกิน 21.00 นาฬิกา และต้องมีจุดคัดกรองก่อนเข้าร้าน เพื่อให้สามารถติดตามผู้ที่มาเข้าใช้บริการได้ เมื่อพบผู้ป่วยที่มาใช้บริการ และการเว้นระยะห่างของผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหาร การให้บริการภายในร้านจะต้องมีการแยกส่วนระหว่างผู้ที่มารับประทานอาหารภายในร้านและผู้ที่มาซื้อกลับบ้าน (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2563) เพื่อลดความแออัดภายในร้านเพื่อไม่ให้ผู้มาใช้บริการใกล้ชิดกัน ซึ่งในช่วงแรกของการระบาดได้มีมาตรการห้ามไม่ให้นั่งรับประทานอาหารที่ร้าน จะส่งผลกระทบต่ออย่างหนักต่อธุรกิจร้านอาหาร เนื่องจากมีข้อจำกัดในการปรับตัวทำให้จะได้รับผลกระทบค่อนข้างสูง ทั้งภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่า ค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างร้านอาหารเกือบทุกประเภท และความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีรูปแบบตายตัวมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบของธุรกิจให้สามารถปรับตัวตามความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำไปปรับรูปแบบของสินค้าการให้บริการ และกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของในช่วงสถานการณ์ COVID-19 นั้นส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจร้านอาหารอย่างมากภายใต้สภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ การปรับตัวและการดำเนินกิจการของธุรกิจร้านอาหารต้องสอดคล้องกับมาตรการของรัฐที่ประกาศบังคับใช้และความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งร้านอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ (Buffet) เป็นเหตุทำให้ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ เนื่องจากมาตรการป้องกันการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความร่วมมือ ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบโดยตรงในด้านรายได้ ซึ่งการประกอบธุรกิจที่ยังคงมีค่าใช้จ่ายประจำเดือนเป็นจำนวนมากทำให้ผู้ประกอบการ

ต้องปรับตัวตามปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เพื่อให้สถานประกอบการของตนสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ เพราะไม่สามารถให้บริการได้อีกทั้งรูปแบบของการให้บริการร้านอาหารแบบเดิมได้ก็อีกต่อไป ที่ต้องมีการเว้นระยะห่างในการรับประทานอาหาร ทำให้ประชาชนรับประทานอาหารแบบเป็นกลุ่มลดลงส่งผลทำให้รายได้ของร้านอาหารบุฟเฟต์ลดลงไปอย่างมาก ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และดำเนินกิจการต่อไปได้ ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะทำการศึกษาผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจร้านอาหารให้ดำเนินต่อไปได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวให้กับธุรกิจร้านอาหารให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
3. เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีรวบรวมข้อมูล

การศึกษาผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 การวิจัยเอกสาร รวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ รายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการของรัฐ และผลกระทบ และนำไปวิเคราะห์ประกอบผลของการศึกษาต่อไป เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับมาตรการของรัฐ และผลกระทบที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และนำไปวิเคราะห์ประกอบผลของการศึกษาต่อไป

1.2 การวิจัยภาคสนาม เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยจะทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจะกำหนดวิธีในการวิจัยภาคสนาม เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเจาะจงไปที่ผู้ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการ หรือดูแลร้านอาหาร และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ นโยบาย แนวทางการปฏิบัติงาน รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

2. วิธีการกำหนดสื่อ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้ที่มีบทบาทในการบริหารจัดการ หรือดูแลร้านอาหาร เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ นโยบาย แนวทางการปฏิบัติงาน รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อาศัยวิธีการกำหนดสื่อแบบเฉพาะเจาะจง แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากขนาดของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ประกอบด้วย ร้านอาหารขนาดใหญ่ จำนวน 3 ร้าน และร้านอาหารขนาดเล็ก จำนวน 5 ร้าน ซึ่งผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการแบ่งขนาดของธุรกิจ โดยทำการคัดเลือกตัวแทนผู้ประกอบการ และผู้ดูแลกิจการร้านอาหารบุฟเฟต์ เฉพาะที่มีจดทะเบียนพาณิชย์ถูกต้อง และมีการประกอบกิจการในช่วงของการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ทำการเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้ดูแลกิจการ ร้านอาหารบุฟเฟต์ขนาดใหญ่จำนวนไม่น้อยกว่า 3 สถานประกอบการ หรือทำการสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัวในกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ทั้งนี้ ร้านอาหารบุฟเฟต์ขนาดใหญ่ พิจารณาจากการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ที่มีหุ้นส่วนในการประกอบธุรกิจ มีพนักงานตั้งแต่ 100 ขึ้นไป และมีสาขาตั้งแต่ 2 สาขาขึ้นไป

2.2 ทำการเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้ดูแลกิจการ ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดเล็กจำนวนไม่น้อยกว่า 5 สถานประกอบการ หรือทำการสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัวในกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ทั้งนี้ ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดเล็ก พิจารณาจากการจดทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดา มีพนักงานตั้งแต่ 10 คน แต่ไม่เกิน 100 คน เพื่อสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในด้านผลกระทบที่ได้รับจากมาตรการของรัฐ และการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

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

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลกระทบจากมาตรการของรัฐต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษามาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

รัฐบาล พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีคำสั่งจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดและลดผลกระทบทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2563 ได้ออกมาตรการ 6 ด้าน เพื่อควบคุมตรวจสอบวินิจฉัย COVID-19 เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดที่เพิ่มมากขึ้น (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2563) โดยมีรายละเอียด คือ

1. มาตรการด้านสาธารณสุข มีการกำหนดมาตรการให้ชาวต่างชาติที่เดินทางจากต่างประเทศที่เป็นพื้นที่เขตโรคติดต่ออันตรายจำเป็นต้องมีใบรับรองแพทย์อายุไม่เกิน 3 วัน โดยต้องเข้ารับการรักษาที่กักกันโรคเพื่อสังเกตอาการเป็นเวลา 14 วัน และให้ประชาชนงดการเดินทางออกนอกประเทศยกเว้นมีเหตุจำเป็น รวมถึงคนไทยที่พำนักอาศัยในต่างประเทศชะลอการเดินทางกลับจนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น

2. มาตรการด้านข้อมูล การสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ของรัฐบาลมาจาก 2 แหล่ง คือ กระทรวงสาธารณสุข และการสาธารณสุขศูนย์ข้อมูลโควิด-19 เพื่อการสื่อสารผ่านข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อลดผลกระทบและความวิตกกังวลของประชาชน จากแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง

3. มาตรการด้านเวชภัณฑ์ป้องกัน ผลิตและจัดหาหน้ากากอนามัยให้กับประชาชน รวมถึงชุดป้องกันทางการแพทย์ (PPE) หน้ากากอนามัยแบบ N95 และอุปกรณ์อื่นที่จำเป็น โดยประสานกับต่างประเทศในการจัดหาเพิ่มเติมให้เพียงพอแก่ความต้องการ

4. มาตรการด้านต่างประเทศ ให้กระทรวงการต่างประเทศมีการจัดตั้งทีมงานเฉพาะกิจ (Team Thailand COVID-19) ดูแลคนไทยในต่างประเทศ โดยการตรวจสอบความปลอดภัยจาก COVID-19 การพูดคุยปรึกษาด้านสุขภาพผ่านระบบทางไกลและการประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่

5. มาตรการด้านการป้องกัน ประชาชนงดการเดินทางหรือทำกิจกรรม เพื่อลดอัตราการติดเชื้อ และการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมในวันสำคัญ อาทิ มหาวิทยาลัย โรงเรียน สถาบันเทิง สนามกีฬา การจัดคอนเสิร์ต อีกทั้งห้างสรรพสินค้าและร้านอาหาร ที่มีประชาชนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

เป็นการลดความเสี่ยงและโอกาสในการแพร่ระบาดของ COVID-19 อีกทั้งให้อำนาจแก่ผู้ว่าราชการจังหวัด จำกัดดูแลหรือกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการจำกัดพื้นที่เสี่ยง

6. มาตรการช่วยเหลือเยียวยา พิจารณามาตรการรองรับเพื่อช่วยเหลือ โดยกลุ่มธุรกิจและสถานประกอบการ ในกรณีที่ต้องชะลอการเลิกจ้างพนักงานและลูกจ้าง โดยเสนอยกเลิกเก็บค่าธรรมเนียมจากเจ้าของธุรกิจ และกลุ่มประชาชนที่ได้รับผลกระทบมีการเสนอให้ผ่อนผันการชำระหนี้จากมาตรการของรัฐบาลที่ได้ประกาศเพื่อควบคุมสถานการณ์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จะเห็นได้ว่ารัฐบาลจะมีช่องทางตามกฎหมายเข้าควบคุมหรือบริหารสถานการณ์ได้ เช่น จะมีการโอนอำนาจบางประการของรัฐมนตรีตามกฎหมายบางฉบับมาเป็นของนายกรัฐมนตรีเท่าที่จำเป็นและเป็นการชั่วคราว เพื่อความรวดเร็วและบูรณาการจะมีการออกข้อกำหนดคือข้อห้ามหรือข้อปฏิบัติบางอย่าง เช่น ห้ามเข้าออกสถานที่บางแห่ง ห้ามหรือจำกัดการเข้าออกร้านอาหารและเครื่องดื่มและการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้ามเขตพื้นที่ การควบคุมการใช้นายพาหนะ เส้นทางจราจร การควบคุมสินค้าบริการ และเวชภัณฑ์ พบได้จากประกาศของหน่วยงานภาครัฐโดยทั่วไป

จากมาตรการข้างต้นนำไปสู่การกำหนดมาตรการกำกับดูแลผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ภายในเขตพื้นที่ควบคุม เพื่อเป็นการลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 โดยเฉพาะเขตพื้นที่ที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อสูงอย่างต่อเนื่องจึงต้องมีการควบคุมสถานการณ์เพื่อให้พื้นที่นั้น ๆ มีแนวปฏิบัติที่เฝ้าระวัง และควบคุมอย่างเข้มงวด ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. แนวปฏิบัติด้านการเว้นระยะห่าง (Distancing) สำหรับธุรกิจร้านอาหารไม่เพียงแต่เป็นมาตรการทางสุขภาพและความปลอดภัย แต่ยังเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ภายใต้สถานการณ์

2. แนวปฏิบัติด้านการระบายอากาศ (Ventilation) ธุรกิจร้านอาหารจะต้องเปิดประตู หน้าต่าง อัดระบบจ่ายอากาศสะอาดอย่างน้อยครึ่งชั่วโมงก่อนเปิดและปิดระบบปรับอากาศ มีการระบายอากาศและหมุนเวียนที่เหมาะสมต่อจำนวนคน และในพื้นที่ที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศจะต้องเป็นพื้นที่เปิดที่อากาศสามารถถ่ายเทได้ดี เพื่อลดความเสี่ยงของการสะสมเชื้อไวรัส COVID-19 ในอากาศ เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการช่วยลดความแออัดและความเสี่ยงที่เกิดจากโรคระบาด

3. แนวปฏิบัติด้านผู้ให้บริการ (COVID Free Person) พนักงานทุกคนฉีดวัคซีนอย่างน้อย 1 เข็ม หรือพนักงานมีหลักฐานประวัติการติดเชื้อมาก่อนไม่เกิน 3 เดือน ซึ่งจะต้องมีระบบคัดกรองตรวจสอบการติดเชื้อด้วย ATK ทุก 7 วัน รวมถึงเจ้าของธุรกิจร้านอาหารจะต้องติดตามพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการ

4. แนวปฏิบัติด้านผู้รับบริการ (COVID Free Customer) คัดกรองความเสี่ยงของผู้เข้ารับบริการก่อนเข้าร้าน โดยผู้เข้ารับบริการจะต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ยกเว้นเฉพาะตอนรับประทานอาหารเท่านั้น และนั่งรับประทานอาหารหรือใช้บริการในร้านอาหารไม่เกิน 1-2 ชั่วโมง ซึ่งจะต้องเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ และจะต้องประเมินสถานประกอบการทุกครั้ง

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19
ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ผลกระทบที่เกิดจากมาตรการของรัฐบาล รัฐบาลไม่ได้ทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการก่อนประกาศใช้มาตรการหรือแนวปฏิบัติ ส่งผลให้การบริหารจัดการวัตถุดิบที่ซื้อมาเสียหาย และต้องทิ้งหรือทำลายจากการสั่งปิดจากภาครัฐ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุน และอยู่ในภาวะการณ์ขาดทุน ประกอบกับในบางมาตรการต้องมีการจัดเตรียมและเพิ่มวัสดุอุปกรณ์เพื่อการป้องกันภายในร้านตามมาตรการของภาครัฐ และเพื่อเพิ่มความไว้วางใจในความปลอดภัยของลูกค้า ล้วนแต่ส่งผลต่อต้นทุนการให้บริการของผู้ประกอบการ

2. ผลกระทบที่เกิดจากความหวาดกลัวต่อโรค ประชาชนมีความกลัวต่อความร้ายแรงของโรค เนื่องจากยังไม่มีประสิทธิภาพต่อลักษณะของโรค และในช่วงของการแพร่ระบาดยังไม่มีวิธีการป้องกันและรักษาที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนไม่กล้าเดินทางออกมาใช้บริการกับทางร้าน แต่ทั้งนี้ พบว่า เป็นเช่นเดียวกับสถานประกอบการประเภทอื่น

3. ผลกระทบที่เกิดจากต้นทุนของสถานประกอบการ เนื่องจากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาด และมาตรการของภาครัฐ ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการลดลง หรือบางร้านในบางช่วงเวลาไม่มีรายได้

เข้ามาหมุนเวียนภายในร้าน ทำให้ทางร้าน (ผู้ประกอบการ) ต้องแบกรับรายจ่ายและทำให้เกิดภาวะการณ์ขาดทุนสะสม สำหรับร้านที่มีขนาดใหญ่มีทุนสำรองยังสามารถปรับตัวและพยุงธุรกิจได้แต่สภาพคล่องอาจจะไม่สู้ดีนัก และขนาดเล็ก ทุนสำรองน้อยทำให้ต้องหยุดพักกิจการชั่วคราวเพื่อลดต้นทุนการบริหารซึ่งหากทำการให้บริการต่อไป (ในช่วงการแพร่ระบาด) อาจทำให้ขาดทุน

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19

ผู้วิจัยได้ใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน เป็นกรอบในการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงการ ให้บริการ ภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับลดจำนวนวัตถุดิบลงให้พอดีกับต้นทุน ชื้อในปริมาณที่เพียงพอขายวันต่อวัน

2. ด้านราคา จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ยังขายราคาเดิมและใช้วัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอขายวันต่อวันแต่คุณภาพเท่าเดิม มีการจัดโปรโมชั่นใน เมนูอาหารที่ขายดีและราคาไม่แพงเกินไปเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และมีการลดราคาอาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอาหารเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าคือ ทางร้านมีบริการจัดส่งอาหารถึงมือลูกค้าโดยมีพนักงานในร้านเป็นผู้จัดส่งอาหารในบริเวณใกล้เคียง และมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ผ่านทางออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถเข้าไปช่วยเพิ่มยอดขายให้ร้านได้อย่างรวดเร็ว เพราะนอกจากจะตอบโจทย์ลูกค้าที่ไม่ต้องการออกมาในที่สาธารณะซึ่งมีความเสี่ยงแล้ว ยังประหยัดการเดินทางได้ด้วยค่าส่งที่ถูกกว่า

4. ด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อส่งเสริมการตลาด ดึงดูดใจลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ การถ่ายรูปนำเสนอรายการอาหารใหม่ ๆ การจัดราคาโปรโมชั่นโดยจัดอาหารเป็นชุด เพื่อความคุ้มค่าและดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ การคิดสรรวัตถุดิบที่สด สะอาดอยู่เสมอ ซึ่งช่องทางที่ร้านอาหารนำเสนอคือผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค (ไลน์ หรือเฟสบุ๊ก แพนเพจ) นับเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึกความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้า และบริการโดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการ ในการซื้ออาหาร

5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับลดจำนวนพนักงาน จะเหลือแค่พนักงานที่มีหน้าที่สำคัญคือ พนักงานที่อยู่ในห้องครัว แต่อาจมีการปรับหน้าที่การทำงานจากเดิมที่พนักงาน 1 คนทำหน้าที่เพียงอย่างเดียว ต้องปรับเพิ่มหน้าที่เพื่อการบริการลูกค้าในรูปแบบเดลิเวอรี่ และมีการลดเวลาในการทำงานลง หรือหากพนักงานคนไหนมีความประสงค์ต้องการจะลางานระยะยาว โดยไม่ขอรับเงินเดือนก็สามารถแจ้งกับทางผู้ประกอบการได้

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีการปรับปรุงสภาพภายนอกและภายในร้านใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า หรือเพิ่มบริการอื่นเข้าไป อีกทั้งยังมีการเพิ่มมาตรการป้องกันภายในร้านตามมาตรการของรัฐ เช่น การมีจุดคัดกรอง การทำที่กั้นที่นั่งให้ลูกค้าห่างกัน การเพิ่มแอลกอฮอล์เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำความสะอาด และปรับลดจำนวนโต๊ะเพื่อให้มีพื้นที่เพิ่มขึ้นลดการแออัดภายในร้าน)

7. ด้านกระบวนการ จากการศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า สถานประกอบการร้านอาหารในพื้นที่กรุงเทพมหานครปรับขั้นตอนและกระบวนการให้บริการรวมถึงวิธีการทำงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตและนำเสนอบริการให้กับลูกค้า กระบวนการในการส่งมอบบริการอาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อลดการติดต่อของโรคโควิด 19 จากการสัมผัสโดยตรง แม้ว่าผู้ให้บริการจะให้ความใส่ใจดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาให้การติดต่อของโรคจากการสัมผัสได้อย่างดีพอ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดด้วยการเปลี่ยนช่องทางจัดจำหน่ายหรือเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายเป็นอันดับแรกเพื่อความอยู่รอด ร่วมกับการส่งเสริมการตลาดที่ทางร้านกำหนด และร่วมกับภาครัฐช่วยกระตุ้น/ส่งเสริมผ่านกิจกรรมหรือโครงการในช่วงเวลานั้นๆ และเป็นที่น่าสังเกตว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่เลือกที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์/การให้บริการไปจากรูปแบบเดิม ร่วมกับการลดพนักงาน ปรับลดราคา ปรับกระบวนการจัดการจัดการสถานประกอบการ และสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์รวมถึงสถานประกอบการ ตามลำดับความจำเป็นของแต่ละสถานประกอบการ ทั้งนี้ การปรับตัวของผู้ประกอบการดังกล่าวขึ้นอยู่กับปัจจัยของแต่ละสถานประกอบการ อาทิ เงินทุนสำรอง ขนาดของสถานประกอบการ ความนิยม/การยอมรับในแบรนด์ของสถานประกอบการ ทักษะของผู้ประกอบการด้านธุรกิจ

ดังนั้น ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ร้านขนาดใหญ่ และร้านขนาดเล็กทั้ง จึงมีการปรับตัวไม่ต่างกัน เนื่องจากร้านขนาดเล็กมีการปรับตัวมากกว่าซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องของต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ที่ส่วนทางกันรายได้ที่ลดลง จึงทำให้ไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาในช่วงดังกล่าวได้ มีการปรับตัวโดยการลดจำนวนพนักงานลดเวลาในการขายและบริการปรับเปลี่ยนเวลาในการจำหน่ายสินค้า และร้านขนาดใหญ่มีการปรับตัวเช่นกัน แต่จะปรับตัวได้ง่ายกว่าในเรื่องของเงินทุนที่มีมากกว่า ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดใหญ่ไม่ได้มีปัญหาในเรื่องของการจ้างพนักงาน อีกทั้งยังส่งผลให้ร้านธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดใหญ่มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหรือรับเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายให้มีตัวเลือกเพิ่มขึ้น

ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดเล็ก จะปรับตัวได้ง่ายกว่า เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กมีเจ้าของเพียงคนเดียวหากมาตรการของรัฐที่กำหนดใช้ทำให้ร้านไม่สามารถประกอบกิจการได้ ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดเล็กก็จะมีคล่องตัว สามารถดำเนินการได้ทันที ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดเล็กมีพนักงานจำนวนน้อยหากต้องมีการปรับลดจำนวนคนลงก็สามารถควบคุมได้ง่าย ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดใหญ่ จะปรับตัวได้ยากกว่า เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มีเจ้าของและมีหุ้นส่วนหลายคน หากมาตรการของรัฐที่กำหนดใช้ทำให้ร้านไม่สามารถประกอบกิจการได้ ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดใหญ่ก็จะมีคล่องตัวน้อยกว่า ไม่สามารถดำเนินการได้ทันทีที่ต้องรอให้ได้รับการพิจารณาจากหลายส่วนก่อน ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดใหญ่ จะมีพนักงานจำนวนมากหากต้องมีการปรับลดจำนวนคนลงก็จะสามารถควบคุมได้ยาก ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ขนาดเล็กและขนาดใหญ่มีการปรับตัวเหมือนกัน แต่จะมีวิธีในการใช้ที่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ เป็นธุรกิจที่ให้ลูกค้าบริการตนเอง ซึ่งจากสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากผลการศึกษาภาครัฐได้มีแนวทางเพื่อควบคุมสถานการณ์ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยใช้อำนาจตามกฎหมายเข้าควบคุมหรือบริหารสถานการณ์ผ่านอำนาจบางประการของรัฐมนตรีตามกฎหมายมาเป็นของนายกรัฐมนตรีเป็นการชั่วคราวเพื่อความรวดเร็วจนนำมาสู่การออกข้อกำหนด เช่น ห้ามเข้าออกสถานที่บางแห่ง ห้ามหรือจำกัดการเข้าออกรถสาธารณะและการเคลื่อนย้ายประชาชนจำนวนมากข้ามเขตพื้นที่ การควบคุมเส้นทางจราจร การควบคุมสินค้าบริการ และเวชภัณฑ์ ถือเป็นแนวทางการกำหนดนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติที่มีการควบคุมอย่างเข้มงวด

มิติของผลกระทบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่พบว่า มาตรการหรือแนวปฏิบัติของภาครัฐ ส่งผลให้การบริหารจัดการวัตถุดิบที่ซื้อมาเสียหาย และต้องทิ้งหรือทำลายจากการสั่งปิดจากภาครัฐ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับต้นทุน และอยู่ในภาวะการณ์ขาดทุน ประกอบกับในบางมาตรการต้องมีการจัดเตรียมและเพิ่มวัสดุอุปกรณ์เพื่อการป้องกันภายในร้านตามมาตรการของภาครัฐ และเพื่อเพิ่มความไว้วางใจในความปลอดภัยของลูกค้า ล้วนแต่ส่งผลต่อต้นทุนการให้บริการของผู้ประกอบการ จากสถานการณ์ทำให้ประชาชนมีความกลัวต่อความร้ายแรงของโรค เนื่องจากยังไม่มีมีความเข้าใจต่อลักษณะของโรค ในช่วงของการแพร่ระบาดยังไม่มียูทิลิตี้ป้องกันและยังไม่มีวิธีการรักษาที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนไม่กล้าเดินทางออกมาใช้บริการกับทางร้าน



ภาพที่ 1 ผลการศึกษา

ทั้งนี้ สถานประกอบการประเภทอื่น จากผลการวิจัย สะท้อนว่า จากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาด และมาตรการของภาครัฐ ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการลดลงอย่างมีนัย หรือบางร้านในช่วงเวลาไม่มีรายได้เข้ามาหมุนเวียนภายในร้าน ทำให้ทางร้าน (ผู้ประกอบการ) ต้องแบกรับรายจ่ายและทำให้เกิดภาวะการเงินขาดทุนสะสม สำหรับร้านที่มีขนาดใหญ่มีทุนสำรองยังสามารถปรับตัวและพยุงธุรกิจได้แต่สภาพคล่องอาจจะไม่สู้ดีนัก และร้านขนาดกลาง และขนาดเล็กทุนสำรองน้อยทำให้ต้องหยุดพักกิจการชั่วคราวเพื่อลดต้นทุนการบริหารซึ่งหากทำการให้บริการต่อไป (ในช่วงการแพร่ระบาด) อาจทำให้ขาดทุน ทำให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวอันประกอบด้วย 1) มีการปรับลดจำนวนวัตถุดิบลงให้พอดีกับต้นทุน ชื่อในปริมาณที่เพียงพอขายวันต่อวันลดการกักตุนวัตถุดิบ 2) ยังขายราคาเดิมและใช้วัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอขายวันต่อวันแต่คุณภาพเท่าเดิม มีการจัดโปรโมชั่นใน เมนูอาหารที่ขายดีและราคาไม่แพงเกินไปเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และมีการลดราคาอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ 3) มีการปรับโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอาหารเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าคือ ทางร้านมีบริการจัดส่งอาหารถึงมือลูกค้าโดยมีพนักงานในร้านเป็นผู้จัดส่งอาหารในบริเวณใกล้เคียง และมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบการบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ผ่านทางออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถเข้าไปช่วยเพิ่มยอดขายให้ร้านได้อย่างรวดเร็ว เพราะนอกจากจะตอบโจทย์ลูกค้าที่ไม่ต้องการออกมาในที่สาธารณะซึ่งมีความเสี่ยงแล้ว ยังประหยัดการเดินทางได้ด้วยค่าส่งที่ถูกกว่า 4) ปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อส่งเสริมการตลาด ดึงดูดใจลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ การถ่ายรูปนำเสนอรายการอาหารใหม่ ๆ การจัดราคาโปรโมชั่นโดยจัดอาหารเป็นชุด เพื่อความคุ้มค่าและดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ การคัดสรรวัตถุดิบที่สด สะอาดอยู่เสมอ ซึ่งช่องทางที่ร้านอาหารนำเสนอคือผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค (ไลน์ หรือเฟสบุ๊ค แพนเพจ) นับเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้า และบริการโดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหาร 5) มีการปรับลดจำนวนพนักงาน จะเหลือแค่พนักงานที่มีหน้าที่สำคัญคือ พนักงานที่อยู่ในห้องครัว แต่อาจมีการปรับหน้าที่การทำงานจากเดิมที่พนักงาน 1 คนทำหน้าที่เพียงอย่างเดียว ต้องปรับเพิ่มหน้าที่เพื่อการบริการลูกค้าในรูปแบบเดลิเวอรี่ และมีการลดเวลาในการทำงานลง หรือหากพนักงานคนไหนมีความประสงค์ต้องการจะลางานระยะยาว โดยไม่ขอรับเงินเดือนก็สามารถแจ้งกับทางผู้ประกอบการได้ 6) มีการปรับปรุงสภาพภายนอกและภายในร้านใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้า หรือเพิ่มบริการอื่นเข้าไป อีกทั้งยังมีการเพิ่มมาตรการป้องกันภายในร้านตามมาตรการของรัฐ เช่น

การมีจุดคัดกรอง การทำที่กันที่นั่งให้ลูกค้าห่างกัน การเพิ่มแอลกอฮอล์เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำความสะอาด และปรับลดจำนวนโต๊ะเพื่อให้มีพื้นที่เพิ่มขึ้นลดการแออัดภายในร้าน 7) ปรับขั้นตอนและกระบวนการให้บริการรวมถึงวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตและนำเสนอบริการให้กับลูกค้า กระบวนการในการส่งมอบบริการอาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อลดการติดต่อของโรคโควิด 19 จากการสัมผัสโดยตรง แม้ว่าผู้ให้บริการจะให้ความใส่ใจดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาให้การติดต่อของโรคจากการสัมผัสได้อย่างดีพอ ซึ่งรูปแบบการขายที่ผู้วิจัยพบภายใต้งานวิจัยนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัย ของ กฤษวัฒน์ จิตวโรภาสกุล (2566) ที่พบว่า กลยุทธ์การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยทางด้านสินค้าที่นำมาวัตถุดิบที่นำมาใช้โดยพิจารณาถึงต้นทุนและใช้วิธีการปรับลดปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบ ด้านราคาไม่ได้มีการปรับราคา และพยายามรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการ รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับพรณนารา ปวงคำ และวันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ณ สถานการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อปรับตัวของผู้บริโภคและกิจการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคมองว่าค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารที่ร้านบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างในช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีราคาถูกลง เพราะเนื่องจากการจัดโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมีรายได้ลดลงจากสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของร้านอาหาร รวมถึงผลกระทบจากมาตรการของรัฐที่เป็นข้อจำกัดในการให้บริการ ร้านอาหารจึงเกิดการเรียนรู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ โดยเพิ่มช่องทางการในการเพิ่มขึ้นในรูปแบบของ Delivery ถึงแม้ว่าสถานการณ์ COVID-19 ได้คลี่คลายลง แต่การขายแบบ Delivery ก็ยังคงมีอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันจนกลายเป็นการปรับตัวการใช้ชีวิตแบบวิถีปกติใหม่ (New Normal) จิรวรรณ กิตวรินทร์, นพวรรณ วิเศษสินธุ์ และภัทรา สุขะสุนธ์ (2565) มองว่า การขายในรูปแบบ Delivery ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกการรับประทานอาหารที่มากขึ้น รวมถึงการออกแคมเปญการตลาดและโปรโมชั่นที่ดึงดูดลูกค้าในร้านอาหารทั่วไป อีกทั้งอธิบายว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการ เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลในการรับประทานอาหารที่ร้าน จึงควรสร้างมาตรฐานการให้บริการส่งอาหารอย่างรวดเร็ว ทั้งในรูปแบบที่ลูกค้าซื้อกลับบ้าน (Takeaway) และรูปแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) เนื่องจากผู้บริโภคต้องมีการปรับตัวกรรมในการใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านมากขึ้น รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เน้นความสะดวกมากขึ้น โดยธุรกิจจะต้องใส่ใจในความสะดวกสบายของอาหารที่ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการร้านอาหารมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ด้วยการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้หน่วยในการศึกษา เฉพาะธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ซึ่งอาจยังไม่ครอบคลุมกับ ธุรกิจประเภทอื่น และในบางประเด็นผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีความสนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

1. ควรศึกษาการปรับตัวในการรับบริการของผู้บริโภคในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ หรือร้านอาหารประเภทอื่น หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
2. ควรนำผลการศึกษาไปกำหนดเป็นรูปแบบในการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์
3. ควรนำผลการวิจัยไปต่อยอดเป็นงานวิจัยเชิงพยากรณ์ เพื่อคาดการณ์ความเสี่ยงของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ อันจะเป็นการลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

กฤษวัฒน์ จิตวโรภาสกุล, เอี่ยมพร ศิริรัตน์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และสรโรชนี ศิริวัฒนา. (2566). กลยุทธ์การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, 8(1).

- จิรวรรณ กิตตินารัตน์, นพวรรณ วิเศษสินธุ์ และภัทรา สุขะสุนนท์. (2565). การปรับตัวธุรกิจร้านอาหารหลังวิกฤตโควิด-19. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(2)
- ดำรงเกียรติ มาลา. (2564, 5 พฤษภาคม). ศูนย์วิจัยกสิกราคาด ห้ามนั่งรับประทานอาหารในร้านลดมูลค่าธุรกิจร้านอาหารปีนี้ลง 5.5-7 หมื่นล้าน ภาครัฐเร่งออกมาตรการช่วยเหลือครอบคลุมมากขึ้น. *THE STANDARD*.
- ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2563). การปรับตัวของธุรกิจหลังยุค COVID - 19. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 12, 101-105.
- พรรณนารา ปวงคำ และวันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ. (2565). บุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง ณ สถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้บริโภคและกิจการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์และศาสตร์ร่วมสมัย*, 3(1).
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (12 มีนาคม 2563). *การจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)*. เลขที่เอกสาร 76/2563.