



ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม
ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม
ในสภาวะวิกฤติจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

IMPACT AND ADJUSTMENT OF FOOD AND BEVERAGE RESTAURANT
BUSINESS OPERATION AT COVID-19 CRISIS SITUATION



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

Silpakorn University

Academic Year 2022

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและ
เครื่องดื่ม
ในสถานะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
โดย นายธนวรรณ เหม่งเวหา
สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ดร. ปริชญ์ หรุ่นโพธิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช)



641220001 : การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2

นาย ธนวรรณ เหม่งเวหา: ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

การวิจัยครั้งนี้ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเป็นการดำเนินการวิจัยในรูปแบบเชิงคุณภาพโดยศึกษาเรื่องผลกระทบและการปรับตัว ด้วยวิธีวิทยาการศึกษากรณีเฉพาะ (Case Study Approach) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจบริการประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีการดำเนินการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลจากวรรณกรรม ทฤษฎี เพื่อนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถือเป็นวิกฤตเร่งด่วนที่กระทบไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย การกระจายแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของโรคส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ จึงจำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อควบคุมสถานการณ์ของโรค มีข้อจำกัดในหลากหลายด้านเกิดขึ้นเป็นผลให้ภาคธุรกิจมากมายได้รับผลกระทบบางธุรกิจจำเป็นต้องปิดกิจการลง ผู้ประกอบการจึงต้องหาวิธีการแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ นอกจากนี้ยังมีการปรับตัวทางพฤติกรรมของประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ และจากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมบริการได้รับผลกระทบโดยตรงจากมาตรการควบคุมการกระจายแพร่ระบาดของโรค และจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไป ส่งผลต่อกำไรและรายได้ แต่ในขณะเดียวกันต้นทุนบางอย่างยังคงที่ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในสภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น ทั้งนี้การปรับตัวของผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงรูปแบบธุรกิจของตนเป็นหลัก โดยจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ ปรับโครงสร้าง บทบาทการทำงานของพนักงาน มีการเพิ่มช่องทางปรับเปลี่ยนการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและสถานการณ์ที่ปรับเปลี่ยนไป

641220001 : Major PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

MR. Tanawat MANGWAHA : Impact and Adjustment of Food and Beverage Restaurant Business Operation At COVID-19 Crisis Situation Thesis advisor : Pitak Siriwong

The purpose of research was to study the impact and adaptation of food and beverage business operation in a critical situation caused by the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19), which is qualitative research conducted to study the impact and adaptation with a case study. The key informants are food and beverage business entrepreneurs. The research was conducted to collect data from interviews and observations, including information from literature and theory to be analyzed to conclusions according to the objective. The situation of the spread of the Coronavirus Disease 2019, is considered an urgent crisis that affects all over the world including Thailand, the rapid spread of the disease affected the economy. Therefore, measures are needed to control the situation of the disease. There are limitations in many aspects. As a result, many business sectors are affected and some businesses are forced to shut down. Entrepreneurs must find new ways to adapt for the business can continue. There is also a general behavioral adaptation of people which affects business operation. The research study found that food and beverage business, which is a part of business in the service industry, has been directly affected by the spread of the disease control measures. Consumer behavior changes affect profits and income but at the same time, some costs remain constant. Therefore, it is necessary to adjust for continuing the business in the face of the crisis. However, the adjustment of entrepreneurs must be primarily concerned with their business model. This will require a strategy adjustment, employee role restructure, and additional channels to modify communication with customers in response to consumer behavior and changing situations.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 บรรลุตามวัตถุประสงค์สำเร็จไปอย่างดีนั้น เนื่องจากการอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ที่กรุณาเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินการวิจัย ครั้งนี้และจัดทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ จึงต้องขอกล่าวขอบพระคุณเป็นอย่างสูง รวมทั้ง ขอขอบคุณคณะกรรมการและคณาจารย์ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้และ ประสบการณ์ในการศึกษาเล่าเรียนครั้งนี้จนบรรลุผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้อีก โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับการสละเวลาให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมการทำวิจัยเป็น อย่างดีมาโดยตลอด

ผู้วิจัยปรารถนาเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะสามารถสร้างคุณประโยชน์กับผู้ที่มีความ สนใจ และหวังว่างานวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์และผลดีต่อผู้ที่มาศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขมาความดี ความชอบเหล่านี้ให้แก่บรรดาบุคคลข้างต้น อย่างไรก็ตามหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยยินดี น้อมรับ และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นาย ชนวรธรณ์ เหม่งเวหา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญรูปภาพ	ฌ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์.....	3
3. ขอบเขตการวิจัย.....	4
4. ประโยชน์ที่ได้รับ	4
บทที่ 2	6
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
1. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการ	6
2. แนวคิดเกี่ยวกับการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ (Resilience)	9
3. แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ	11
4. แนวคิดการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ	15
5. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะวิกฤตในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	16
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3	22
ระเบียบวิธีวิจัย	22

1. ผู้ให้ข้อมูล	22
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	22
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
4. วิธีการเก็บข้อมูล	24
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	24
6. การวิเคราะห์ข้อมูล	25
7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	25
บทที่ 4	26
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	26
1. ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสถานะวิกฤตจากโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)	26
2. การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสถานะวิกฤตจากโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)	33
บทที่ 5	41
สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	41
1. สรุปผลการวิจัย	41
2. อภิปรายผล	44
3. ข้อเสนอแนะ	52
รายการอ้างอิง	53
ภาคผนวก	58
ประวัติผู้เขียน	68

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ภาพแสดงสรุปผลการวิจัย.....51



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีการรายงานว่ามีโรคปอดอักเสบที่ไม่ทราบสาเหตุ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับตลาดอาหารทะเลที่เมืองอู่ฮั่น และพบว่ามีโรคติดต่อสู่คนจากการสัมผัสกับเนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ ที่วางขายในตลาด และเนื่องจากเมืองอู่ฮั่นเป็นเมืองใหญ่ที่มีประชาชนอยู่หนาแน่น จึงทำให้เกิดการระบาดแพร่กระจายของโรคไปอย่างรวดเร็ว มีการพบผู้ป่วยหนักและผู้เสียชีวิตจำนวนมาก หลังจากพบการระบาดของเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในเมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ต่อมาองค์การอนามัยโลกได้ออกมาระบุว่า ไวรัสชนิดดังกล่าว คือ SARS-CoV-2 เรียกว่า COVID-19 (ย่อมาจาก CO แทน Corona, VI แทน Virus D แทน Disease และ 19 แทน 2019) ตามการประกาศ โดยเป็นชื่ออย่างเป็นทางการที่ใช้เรียกโรคทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ขององค์การอนามัยโลก และพบการแพร่เชื้อจากคนสู่คน ผ่านละอองฝอยขนาดเล็ก (Aerosol) จากการแพร่ระบาดในวงกว้างอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ออกประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern – PHEIC) เนื่องจากพบผู้ป่วยยืนยันในหลายประเทศทั่วโลก (กรมควบคุมโรค, 2564)

สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศไทย กรมควบคุมโรค ได้เปิดศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน (Emergency Operation Center: EOC) เพื่อดำเนินการเฝ้าระวังและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อีกทั้งกระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยกำหนดให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2563 กำหนดให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่ออันตราย ลำดับที่ 14 ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย ในระยะต่อมาได้พบการแพร่ระบาดใหญ่ โดยเป็นการติดเชื้อเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) คือ การแพร่ระบาดในสนามมวยและสถานบันเทิง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และแพร่ระบาดในอีกหลายจังหวัดทั่วประเทศ (กรมควบคุมโรค, 2564)

จากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก ได้สร้างผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งห่วงโซ่ระหว่างประเทศทั่วโลก เนื่องจากในหลายประเทศมีมาตรการการปิดพรมแดน และการห้ามเคลื่อนย้ายผู้คน ส่งผลทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงักอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน และคนหลายล้านคนต้องเผชิญกับโอกาสที่จะตกงาน เนื่องจากสถานการณ์ส่งผลต่อภาคธุรกิจอย่างรุนแรง บางแห่งจำเป็นต้องลดขนาดธุรกิจลงหรือร้ายแรงขนาดต้องปิดกิจการ ส่งผลต่อภาวะการว่างงาน ทั้งนี้รัฐบาลทุกประเทศได้พยายามออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างเข้มข้น เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรงอย่างไรก็ตามการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีระยะเวลายาวนานยากต่อการคาดการณ์ทิศทางในการดำเนินการของผู้ประกอบการ (โสภิต นาสืบ, 2564) จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นถือได้ว่าวิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นับเป็นปรากฏการณ์ “หงส์ดำ” ที่เกิดขึ้นกะทันหันและคาดการณ์ไม่ได้ทำให้ยากต่อการตั้งรับและจัดการความเสี่ยง (เสาวณี จันทะพงษ์, 2564)

อย่างไรก็ตามจากการที่ภาคเศรษฐกิจได้รับผลกระทบอย่างมาก ส่งผลต่อผู้ประกอบการในหลายภาคส่วน หนึ่งในภาคธุรกิจที่สำคัญที่ได้รับผลกระทบคือ ภาคธุรกิจบริการไม่ว่าจะเป็นธุรกิจรีสอร์ทและโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสถานบันเทิง ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดอีเวนท์หรือจัดงาน ก็ล้วนแล้วแต่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง อีกทั้งปัจจุบันสำหรับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ยังคงมีสายพันธุ์ใหม่อุบัติขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้การดำเนินชีวิตและบริบทต่าง ๆ ของผู้ประกอบการภาคธุรกิจจำเป็นต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับผู้วิจัย จึงให้ความสนใจในการศึกษาหัวข้อ “ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019” เพื่อเป็นการศึกษาว่าผู้ประกอบการจะมีแนวคิดและวิธีการปรับตัวอย่างไรให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปในสภาพวิกฤตของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้น การแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วเป็นเหตุให้ต้องมีมาตรการในการควบคุมการแพร่กระจายของโรค ไม่ว่าจะเป็นมาตรการการเดินทางข้ามประเทศและมาตรการควบคุมการเดินทางภายในประเทศ ซึ่งเป็นมาตรการควบคุมจำกัดการเดินทาง รวมถึงการยกเลิกกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ การประกาศปิดห้างสรรพสินค้าและสถานประกอบการหลาย ๆ ประเภทที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ รวมถึงมาตรการจำกัดจำนวนคนการรวมกลุ่มในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดรุนแรง แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ส่งผลกระทบในทางกลับกันต่อภาคการท่องเที่ยวและภาคการบริการให้ลดลงอย่างมาก ซึ่งสุดท้ายได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ดาว ชุ่มตะขบ, 2563)

ธุรกิจบริการมีหลากหลายประเภท ธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจถึงแนวทางการปรับตัวจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือธุรกิจร้านอาหารที่พบว่ามีการดำเนินธุรกิจ มียอดขายลดลงที่มากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ โดยลูกค้ามีความกลัวโรคระบาดทำให้ไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ ส่วนพนักงานกังวลที่ร้านอาหารจะถูกปิดจากมาตรการของรัฐ หากมีการระบาดอีกเนื่องจากในประเทศไทยได้มีมาตรการกำกับให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มต้องปฏิบัติตาม เช่น การห้ามรับประทานอาหารที่ร้านหรือการจำกัดที่นั่งในร้านอาหารให้เว้นระยะห่างตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข มีร้านอาหารหลายแห่งประสบปัญหาอย่างมาก จากการที่ต้องแบกรับต้นทุนคงที่เท่าเดิม อาทิ ค่าเช่า ค่าน้ำ และค่าไฟ จนถึงต้องตัดสินใจเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการบางแห่งมีการคิดกลยุทธ์และวิธีการใหม่ ๆ ในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์จนสามารถดำเนินธุรกิจต่อในสภาวะวิกฤต (เสาวณี จันทะพงษ์, 2564) อีกหนึ่งธุรกิจที่ประสบปัญหาอย่างมากไม่แพ้กันคือ ธุรกิจการจัดงาน ธุรกิจนี้โดยสถานการณืปกติจะมีหน้าที่และดำเนินการในการจัดงาน จัดประชุม สัมมนา แสดงสินค้า คอนเสิร์ตหรือนิทรรศการต่าง ๆ โดยธุรกิจการจัดงานมีการนำเสนอในรูปแบบบริการในการจัดงานต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้าง ด้วยมาตรการการรวมกลุ่มหรือจำกัดพื้นที่ในการรวมกลุ่ม อีกทั้งจากการที่มีการจำกัดการเดินทางข้ามประเทศ ซึ่งกระทบต่อการท่องเที่ยว ทำให้ไม่มีการจัดงานในช่วงวิกฤตที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ได้รับผลกระทบกันทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็ก เมื่อไม่เกิดงานก็ไม่มีการจัดงาน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานมีรายได้ขาดหายไปอย่างมาก เป็นที่น่าสนใจว่าในช่วงวิกฤตเช่นนี้ผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานจะสามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้อย่างไร (สรวิทย์ สมสวัสดิ์ และชนมณี ทะนันเปง, 2564)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบ ปัญหา อุปสรรคจากสภาวะวิกฤต รวมไปถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา การปรับตัวของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดราชบุรี เพื่อสะท้อนถึงเรื่องราวมุมมอง วิสัยทัศน์และทัศนคติในการดำเนินธุรกิจในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ผู้การเป็นผู้ประกอบการที่สามารถประคับประคองธุรกิจให้คงอยู่ในตลาดต่อไป โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยศึกษาในหัวข้อ “ผลกระทบและการปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019” มีขอบเขตด้านการวิจัย รายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ในครั้งนี้มีรูปแบบลักษณะการศึกษา โดยศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบการค้นหาคำความจริงจากเหตุการณ์สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริงตามข้อเท็จจริง โดยผู้วิจัยต้องการศึกษาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการด้านบริการในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยดำเนินการศึกษาถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจนกระทั่งไปถึงแนวทางวิธีการแก้ไขปัญหา การปรับตัวของธุรกิจให้สามารถคงอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน รวมทั้งทัศนคติและมุมมองของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจในอนาคตต่อไป

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ให้หัวข้อนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยกำหนดกลุ่มประชากร คือ ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของธุรกิจในรูปแบบธุรกิจบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดราชบุรี จำนวน 2 สถานประกอบการ ซึ่งเป็นสถานประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์สภาวะวิกฤตในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่ยังคงสามารถดำเนินการธุรกิจให้คงอยู่ได้ในสภาวะเศรษฐกิจที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอน นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์พนักงานภายในร้าน และลูกค้า รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ส่วน จำนวน 20 คน

3.3 ขอบเขตด้านเวลา

กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยเริ่มต้นจาก เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

4.1 ทำให้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในหลากหลายด้านและหลากหลายมุมมองจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสภาวะวิกฤตในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ เพื่อที่จะสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมทั้ง

ในด้านความพร้อมทางจิตใจและความพร้อมในการดำเนินธุรกิจเมื่อต้องเจอสถานการณ์วิกฤตให้สามารถก้าวข้ามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเข้มแข็ง

4.2 ทำให้ทราบถึงกระบวนการดำเนินการในการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปและคงอยู่ในสภาวะวิกฤตในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบรวมทั้งมุมมองทัศนคติ และแนวคิดของผู้ประกอบการที่จะดำเนินธุรกิจในแต่ละช่วงของสถานการณ์ ตลอดจนการวางแผนการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตเพื่อนำมาประยุกต์และปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในการกำหนดกลยุทธ์ วิธีการรับมือต่อสถานการณ์ การเตรียมความพร้อมสู่สถานการณ์ใหม่ ๆ สร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ ด้วยการสร้างความเข้าใจถึงรูปแบบแนวทางดำเนินธุรกิจด้วยความยืดหยุ่นพร้อมเผชิญต่อการปรับเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นรวดเร็วได้ตลอดเวลา



บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดตลอดจนผลงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดในประเด็นการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ (Resilience)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ
4. แนวคิดการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ
5. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพวิกฤตในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากไม่ใช่เฉพาะรูปแบบทางกายภาพเท่านั้น แต่จากอดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในแต่ละยุคสมัยมีปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากมาย สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการดำเนินชีวิตของผู้คนก็มีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ภาคธุรกิจก็ล้วนแล้วแต่มีการปรับตัวให้ก้าวทันสถานการณ์ต่าง ๆ ธุรกิจเป็นการดำเนินกิจกรรมที่ส่งผลให้สังคมเกิดการพัฒนาปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งในการดำเนินชีวิตประจำวันของทุกคนล้วนแล้วแต่จะต้องเกี่ยวข้องกับธุรกิจเสมอ เช่น การซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า และการให้บริการต่าง ๆ เพราะกิจกรรมใด ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้กำไรจะถือว่าเป็นธุรกิจทันที (นวฤทธิ์ คุ่มม่วง, 2563)

ธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญ คือ “ธุรกิจบริการ” หากพูดถึงความสำคัญของธุรกิจดังกล่าวแล้วนั้น ถือได้ว่าธุรกิจบริการมีความสำคัญต่อรูปแบบโครงสร้างเศรษฐกิจในแต่ละประเทศทั่วโลก สำหรับธุรกิจบริการมีรูปแบบที่หลากหลายและเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีมูลค่าสูงรวมทั้งควรได้รับการพัฒนายกระดับให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่าธุรกิจบริการมีลักษณะรูปแบบธุรกิจใน

การดำเนินกิจกรรมในรูปแบบแลกเปลี่ยนสินค้าที่ไม่เป็นตัวตนมีรูปแบบที่ตอบตรงกับความ ต้องการของลูกค้า โดยให้ความสำคัญในด้านความพึงพอใจ และความคาดหวัง เพื่อตอบตรงกับความ ต้องการของผู้บริโภคธุรกิจบริการมีหลากหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับการ คมนาคมขนส่ง ธุรกิจเกี่ยวกับที่พักอาศัย ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารธุรกิจให้บริการความ งาม ธุรกิจเกี่ยวกับพลาสมาธุรกิจการศึกษา ธุรกิจบันเทิงสถานเริงรมย์ ธุรกิจเกี่ยวกับการเงินการ ธนาคาร ธุรกิจสปา และธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น ด้วยธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ไม่มีตัวตนสินค้า สัมผัสโดยประสาทสัมผัสไม่ได้ คุณภาพของการบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญหนึ่งในการตัดสินใจ เลือกรับบริการของผู้บริโภค ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ซึ่ง ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการต้องทราบความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด โดยในแต่ละราย ก็มีความพึงพอใจแตกต่างกันออกไป ซึ่งในปัจจุบันโลกเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่หยุด นิ่ง การบริการเองก็เช่นกันมีระดับการแข่งขันที่สูงขึ้น ความรับผิดชอบและความจริงใจมี ความสำคัญต่อรูปแบบธุรกิจบริการ ทำให้ต้องมีการพัฒนาให้เกิดความทันสมัย และสามารถใช้ ประโยชน์ได้จริงที่เรียกว่า “นวัตกรรม” (มนัษริดา ทองเกิด, 2565)

นวัตกรรมในด้านการบริการถือเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญสำหรับโลกปัจจุบัน ในการ สร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ การนำเทคโนโลยีหรือแนวคิดใหม่ๆ มาปรับปรุงเพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการให้มีความโดดเด่นและตรงกับความ ต้องการความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ธุรกิจสมัยนี้ไม่ควรมองข้าม แต่กลับต้องให้ความสำคัญเป็น อย่างมาก ในองค์กรธุรกิจปัจจุบันมีการแข่งขันด้านนวัตกรรมที่สูง มีการสร้างแนวคิดสิ่งใหม่ๆ ความคิดใหม่ๆ สิ่งแปลกใหม่ด้วยวิธีการใหม่ ๆ เพื่อตรงกับความ ต้องการความต้องการของลูกค้า และเพื่อสร้างจุดเด่นในการเป็นตัวเลือกที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการให้บริการที่โดดเด่น เป็นการสร้างความประทับใจ นวัตกรรมบริการกลายเป็นจุดเด่น และสร้างความแตกต่างให้กับ สินค้าและบริการซึ่งสามารถพัฒนาให้เกิดความแตกต่างหลากหลายและตรงกับความ ต้องการ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อการดำเนินทุกธุรกิจให้อยู่รอดในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ทุกวันนี้จึงพบว่าธุรกิจ การบริการมีแนวโน้มเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในระยะยาว อย่างไรก็ตามสามารถสรุปประเด็น ด้านกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ ที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้อง นำมาพิจารณาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ 1. นวัตกรรมการพัฒนาองค์กรธุรกิจ

ประกอบด้วย รูปแบบของรายได้และกำไร การจัดการภายในองค์กร และพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจ 2. นวัตกรรมการพัฒนาสินค้าและบริการประกอบด้วย คุณสมบัติของสินค้าและบริการ และระบบนิเวศทางธุรกิจ 3. นวัตกรรมบริการกับลูกค้า ประกอบด้วย การสร้างภาพลักษณ์ การเข้าถึงลูกค้า และบริการเสริม ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นกลยุทธ์ เพื่อให้ลูกค้าที่รับบริการด้วยเทคนิคต่าง ๆ สามารถสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรมบริการและนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างแท้จริง (มนัษริดา ทองเกิด, 2564) ในด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกันคุณภาพ และด้านการเอาใจใส่ เป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างพัฒนาคุณภาพการบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องคำนึงและให้ความสำคัญ เพื่อเป็นการเพิ่มความท้าทายให้กับธุรกิจ และทันต่อการเปลี่ยนแปลง (แสงอรุณ วรากุลศิริศักดิ์ และอุมาวรรณ วาทกิจ, 2564)

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบตรงกับความ ต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ให้เหนือกว่าคู่แข่งกันได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็น สิ่งที่ต้องกระทำผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ (บุญญาพร บุญธรรมมา, 2563) แนวคิดด้านคุณภาพ การให้บริการมีความเกี่ยวข้องในด้านความสามารถขององค์กรและธุรกิจ ที่ต้องให้ความสำคัญเพื่อ เป็นการตอบสนองและตรงกับความต้องการกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นคุณภาพบริการจึงมี การกำหนดอยู่บนพื้นฐานของการรับรู้ของกลุ่มลูกค้า โดยธุรกิจบริการควรจะต้องพัฒนาคุณภาพของ การบริการ และใช้คุณภาพที่ดีต่าง ๆ สร้างความแตกต่างเพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน โดยควร จะต้องมีการประเมินจากผู้รับบริการเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและแนวทางในการปรับปรุง การ รับฟังความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาพัฒนา และต่อยอดใน ธุรกิจบริการต่อไป คุณภาพบริการถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการใน องค์กรต่าง ๆ จึงเน้นถึงความสำคัญของ คุณภาพบริการที่มอบให้กับลูกค้าเพื่อตอบตรงกับความ ต้องการต่าง ๆ จึงสามารถกล่าวได้ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นหน้าที่และบทบาทหลักที่สำคัญใน การบริหารธุรกิจ (โศภิชญา เต็มรัตน์, 2561)

จากการศึกษาผู้วิจัยนิยามบทสรุปของคุณภาพการบริการว่าเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญในการนำมากำหนดกลยุทธ์ทางด้านบริการของการดำเนินกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นจุดเด่นในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หากธุรกิจบริการมีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้โดดเด่นย่อมเป็นกลยุทธ์จุดขายที่สำคัญในการแข่งขันในภาคธุรกิจบริการ

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจบริการ ไปเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบคำถามเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ด้านบริการของผู้ประกอบการ รวมทั้งนำไปวิเคราะห์ในประเด็นคำตอบ เพื่อหาข้อสรุปที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ (Resilience)

ความหมายของการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ

การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ คือ ความสามารถในการกลับสู่สภาพเดิม ความหืดได้ ความยืดหยุ่น อย่างไรก็ตามแนวคิดของการฟื้นคืนสู่สภาวะปกตินั้น มีความซับซ้อน ลึกซึ้ง และเป็นระบบที่เข้าใจได้ยาก ต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องการปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นอย่างดี

การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ หรือที่เรียกว่า พลังใจ ความเข้มแข็งทางใจ พลังสุขภาพจิต ภูมิคุ้มกันทางใจ เป็นความสามารถของคนที่มีอยู่ในตัวเอง และนำความสามารถนั้นมาใช้เมื่อต้องเอาชนะปัญหา อุปสรรค หรือความยากลำบากที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้คนเราสามารถผ่านพ้นภาวะวิกฤต หรือเหตุการณ์ร้ายๆ ต่าง ๆ ไปได้ และอาจกล่าวได้ว่าเป็นการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยสามารถยกระดับทางด้านความคิด จิตใจ และการดำเนินชีวิตไปในทางที่ดีขึ้นหลังเหตุการณ์ผ่านพ้นไป โดยมีการฟื้นฟูสภาพอารมณ์และจิตใจได้อย่างรวดเร็ว ไม่จมอยู่กับความทุกข์ มีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้ดีสามารถกลับมาดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุขอีกครั้ง (กรมสุขภาพจิต, 2563)

การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ หลายคนอาจจะนึกถึงความหมายของความยืดหยุ่น แต่จริง ๆ แล้วคำนี้มีความหมายที่ลึกกลงไปกว่านั้น และยังพูดถึง การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติขององค์กร (Organizational Resilience) แล้ว คำว่าพลิกฟื้นอย่างเดียวก็น่าจะไม่สามารถอธิบายคำนี้ได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติขององค์กร คือลักษณะความสามารถขององค์กรในการคาดการณ์ เตรียมพร้อมตอบสนอง และปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา รวมถึงการ

หยุดชะงัก (Disruption) ที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหันเพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้าขององค์กร หรือพุดง่าย ๆ ก็คือ ‘ล้มเร็ว ลุกเร็ว’ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2564)

การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ มีความหมายในภาษาไทยที่บ่งบอกได้อีกความหมายว่า “ภูมิคุ้มกันทางใจ” ซึ่งภูมิคุ้มกันทางใจเป็นองค์ประกอบหนึ่งของจิตวิทยาเชิงบวก และการปรับเปลี่ยนความสนใจไปในทุกสถานการณ์ไม่ใช่สนใจแต่เฉพาะสถานการณ์ที่มีความเครียด หรือมีการบาดเจ็บทางใจเป็นการเปลี่ยนความสนใจจากความผิดปกติไปสู่ความเข้มแข็งและลักษณะที่ดีขึ้น (พัชรี ถุงแก้ว, วินิรณี ทศนะเทพ, เสาวรัตน์ ทศตะ และพนาลินธุ์ ศรีวิเศษ, 2563)

การให้ความสำคัญกับทฤษฎีในหัวข้อเรื่องการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ เป็นการประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นสามารถช่วยให้องค์กรพบจุดแข็งใหม่ ๆ เนื่องจากจุดแข็งแบบเก่าใช้ไม่ได้อีกต่อไป กลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นจะช่วยเสริมความคิดสร้างสรรค์ ทำให้มุมมองกว้างขึ้นและเห็นถึงสิ่งที่ต้องทำเพื่อก้าวไปข้างหน้าต่อไปได้ เป้าหมายระยะยาวของกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่น คือ เพื่อให้แน่ใจว่าองค์กรมีศักยภาพในระยะยาวโดยการปรับปรุงความสามารถในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงสำหรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเป็นกลยุทธ์การตั้งรับที่ช่วยให้องค์กรเป็นองค์กรที่มีความยั่งยืน สามารถคงอยู่และปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี การนำแนวคิดและทฤษฎีการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติมาเป็นแนวคิดหลักในการกำหนดกลยุทธ์สำคัญของบริษัทหรือองค์กรย่อมเป็นผลดีในการสร้างเกราะป้องกันที่ดีเมื่อเจอสถานการณ์หรือปัญหาต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิด (พสุ เศษะรินทร์, 2564)

การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติมีหลากหลายมิติ เช่น การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

1. การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติทางสังคม คือ ความสามารถของชุมชน หรือสังคมในการรักษาค่านิยมหลัก อัตลักษณ์ และความสอดคล้องกันในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง และความท้าทายทางสังคม

2. การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติทางเศรษฐกิจ หมายถึง ความสามารถของเศรษฐกิจในการทนต่อแรงกระแทก และความสามารถในการรักษาเสถียรภาพของการทำงาน ซึ่งรวมถึงตลาดแรงงาน ภาคการเงินกระแสการค้า และคุณลักษณะสำคัญอื่น ๆ

3. การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติของสิ่งแวดล้อม หมายถึง ระบบนิเวศการทำงานที่ชัดเจนปัจจัยความเครียดที่เกิดขึ้นจาก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติ หรือโรคระบาดได้ดีเพียงใดเพื่อให้สามารถทำงานต่อไปได้โดยยังรักษามาตรฐานไว้ได้

อย่างไรก็ตามการจะย่นหยัดในเส้นทางธุรกิจได้บริษัทจำเป็นต้องเรียนรู้จากทุกวิกฤตและปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่พบเจอซึ่งแต่ละธุรกิจก็มีวิธีที่แตกต่างกันออกไป การนำแนวคิดการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติมาใช้รับมือวิกฤตให้สามารถปรับใช้ให้เข้ากับองค์กร เพราะถึงแม้จะมีการวางแผนดีเพียงใดแต่ก็ไม่สามารถครอบคลุมทุกอย่างได้ทั้งหมด ดังนั้นสิ่งจำเป็นสำคัญที่ต้องทำ คือการเรียนรู้ที่จะปรับตัวเพื่อต้องเผชิญกับปัญหาที่ไม่มีอยู่ในแผนการเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินผ่านวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (วิภาวรรณ ลิมป์ไพฑูรย์, 2565)

จากการศึกษาผู้วิจัยให้นิยามคำว่า การฟื้นคืนสู่สภาวะปกติว่าคือความสามารถในการปรับตัวเปลี่ยนแปลงมีลักษณะที่มีความยืดหยุ่นในกระบวนการคิดและกระบวนการทำงาน รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการปรับสภาพทางจิตใจ เพื่อก้าวข้ามการเปลี่ยนแปลงทั้งในทางบวกและทางลบสู่การปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้นเป็นการพัฒนาสภาพจิตใจสู่สภาพการทำงานเสมือนมีเกาะป้องกันหรือภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะสถานการณ์ใดก็สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างเข้มแข็ง

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ เป็นแนวคิดหลักในการสร้างกรอบประเด็นคำถามเพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวในธุรกิจของผู้ประกอบการว่าสามารถประกอบธุรกิจให้ฟื้นคืนสู่สภาวะปกติได้อย่างไร มีวิธีการปรับตัวเมื่อต้องเผชิญปัญหาอย่างกะทันหัน

3. แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ

สถานการณ์ในปัจจุบันโลกกำลังอยู่ในกระแสการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และรุนแรงขึ้น ซึ่งจะส่งกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและแนวทางวิถีการใช้ชีวิตของเราทุกคน ดังนั้นด้วยสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถึงเวลาแล้วที่จะต้องทำความเข้าใจและเตรียมรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างเท่าทันการเปลี่ยนแปลงในภาพใหญ่ที่กระทบไปในทุกภาคส่วน ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจว่าสิ่งที่มากระทบตัวเราเป็นการเปลี่ยนแปลงระยะสั้นหรือเป็นเรื่องที่ใหญ่กว่านั้นเพื่อจะรับมือได้ถูกต้อง นั่นหมายถึงจะต้องเข้าใจสถานการณ์และรู้จักที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นสำหรับการ

เปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจไทยประกอบด้วยเรื่องที่สำคัญ ดังนี้ (วิโรท สันติประภพ, 2563)

เรื่องแรก คือ เทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประสิทธิภาพสูงขึ้นมาสามารถตรงกับความต้องการหลากหลายด้วยต้นทุนที่ถูกลงมาก เช่น เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้การซื้อขายและการทำธุรกรรมทางการเงินมาอยู่บนสมาร์ตโฟน เทคโนโลยีแพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทำให้เกิดเศรษฐกิจเชิงแบ่งปัน (Sharing Economy) ธุรกรรมต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของทรัพยากรเอง สามารถใช้ร่วมกันได้ นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีอีกมากกำลังจะเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจในโลกไม่ว่าจะเป็นการพิมพ์สามมิติ (Artificial Intelligence (AI) หรือเทคโนโลยีชีวภาพ (Machine Learning) เรียกได้ว่าไม่มีธุรกิจใดที่จะไม่ได้รับประโยชน์และผลกระทบจากเทคโนโลยีที่นับวันจะยิ่งเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น

เรื่องที่สอง คือ ห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain) เมื่อระบบอัตโนมัติ (Automation) และหุ่นยนต์สามารถทำงานแทนคนได้เกือบทั้งหมด ทำให้หลายธุรกิจซึ่งเดิมกระจายขั้นตอนการผลิตไปสู่สังคมสูงวัย (Hyper-aged Society) ตามคำนิยามขององค์การอนามัยโลก หมายถึง ประเทศที่ร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด มีอายุมากกว่า 65 ปี หลายจุดทั่วโลกย้ายกลับมาผลิตในภูมิภาค (Regionalization) มากขึ้นหรือดึงกลับ ไปผลิตภายในประเทศปลายทาง (Onshoring) เพื่อตอบสนองตรงกับความต้องการของตลาดได้เร็วขึ้น การเปลี่ยนแปลงด้านนี้สำคัญมากเพราะประเทศไทยเป็นเศรษฐกิจแบบเปิดที่พึ่งพาการส่งออก และภาคอุตสาหกรรมไทยก็เป็นส่วนหนึ่งของโลกด้วยห่วงโซ่การผลิต นอกจากนี้ภาคบริการจะมีบทบาทมากขึ้นในห่วงโซ่การผลิต ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบทรัพย์สินทางปัญญาหรือบริการหลังการขาย กิจกรรมบริการจะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ทำให้ธุรกิจมีอำนาจต่อรองเรื่องการจัดราคา

เรื่องที่สาม คือ ภาวะโลกร้อน ซึ่งนำไปสู่สถานการณ์หลายอย่างที่เราไม่คาดคิดมาก่อน อย่างในปี 2562 บางพื้นที่ในประเทศไทยประสบทั้งภัยแล้งรุนแรงและน้ำท่วมฉับพลันในเวลาใกล้กัน น้ำสะอาดจะเป็นสิ่งที่ขาดแคลนในอนาคตเรื่องเหล่านี้เป็นความเสี่ยงโดยตรงต่อธุรกิจและกระทบกับคนทั้งโลก นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงทางอ้อมที่อาจเป็นผลต่อเนื่องมาจากกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ และความคาดหวังของสังคมถึงมาตรฐานในการทำธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมสำหรับประเทศไทย

เรื่องที่สำคัญที่สุด คือ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในปี 2578 เราจะเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศแรกของโลกที่ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย ทั้งนี้จะมีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้นและคนวัยทำงานน้อยลง โครงสร้างแรงงานที่เปลี่ยนไปทำให้การทำธุรกิจรูปแบบเดิมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากอาจไม่เหมาะสมอีกต่อไปและโครงสร้างทางการตลาดและการบริโภคของประชาชนก็จะเปลี่ยนไปมาก

บริษัทและองค์กรควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการปรับตัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยพบว่ามีกรณีแบ่งขนาดองค์กรและบริษัทออกเป็นทั้ง 3 ขนาด และมีการเลือกใช้กลยุทธ์การปรับตัวที่คล้ายและแตกต่างกัน ดังนี้ (อุษงค์ สติรพิพัฒน์กุล, 2563)

1. บริษัทขนาดใหญ่ เลือกใช้หมวดส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดเน้นการจัดกิจกรรมทางการตลาดมีการปรับเทคโนโลยีบริการ และราคาเพื่อกระจายสินค้า ลำดับรองลงมาคือหมวดการกำหนดกลุ่มเป้าหมายมีแนวคิดและกลุ่มเป้าหมายใหม่ตามพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป
2. บริษัทขนาดกลาง เลือกใช้หมวดส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด เน้นการจัดกิจกรรมทางการตลาด การปรับราคา และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงออนไลน์ และหมวดการจัดการสภาพคล่องเน้นการจัดการกระแสเงินสด ค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการดำเนินการ
3. บริษัทขนาดเล็กพบว่าเลือกใช้หมวดส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุด เน้นในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และหมวดการจัดการโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีการรับมือและช่วยเหลือพนักงานลูกค้า และสาธารณะ

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าจะเป็นบริษัทขนาดใหญ่ก็มีการดำเนินการในการปรับตัวธุรกิจในด้านต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการเรียนรู้ที่จะปรับตัวของธุรกิจผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญและเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ อีกทั้งต้องรู้จักธุรกิจของตนเองเป็นอย่างดี เพื่อที่จะสามารถสร้างกลยุทธ์ในการปรับตัวที่ได้ประสิทธิภาพเหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง

สำหรับแนวทางการปรับตัวพลิกวิฤตเป็นโอกาสในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หากภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาคธุรกิจ ภาครัฐ หรือส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ล้วนแล้วแต่ต้องปรับตัว อย่างไรก็ตามทุกปัญหาย่อมมีทางออกเสมอ

และทุกอย่างจะต้องมีความเชื่อว่ายังมีโอกาสไปต่อได้ แนวทางจากองค์กรและภาครัฐกิจ ซึ่งดูเหมือนจะปรับตัวได้เร็วได้นำเสนอแนวทางเพื่อเป็นแนวคิดโดยประกอบไปด้วย 4 แนวทาง ที่จะต้องพัฒนาให้ดีขึ้นหลังจบจากการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย ดังนี้ (กรมสุขภาพจิต, 2563)

1. การเร่งปรับตัวช่องทางในธุรกิจ ให้มีช่องทางขายที่สามารถติดต่อได้เข้ามาเพิ่มเติมโดยเฉพาะช่องทางบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพราะท้ายที่สุดหลังจบการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การสั่งซื้อสินค้ากับช่องทางที่สามารถติดต่อได้จะกลายเป็นพฤติกรรมติดตัวผู้บริโภค ส่วนด้านสุขภาพ นอกจากการติดต่อสื่อสาร ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์แล้ว การบริการสุขภาพผ่านช่องทางดังกล่าวน่าจะได้รับความสนใจต่อผู้คนในสังคมมากยิ่งขึ้น

2. การขยายพื้นที่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค ในด้านเศรษฐกิจที่เห็นชัดเจนในช่วงวิกฤตที่ผ่านมา คือ ผู้ให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เพราะเป็นโอกาสเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการจากพฤติกรรมสั่งฟู้ดเดลิเวอรี (Food Delivery) ที่เป็นรูปแบบพฤติกรรมแบบใหม่ จากนั้นไปเราคงจะเห็นบริการด้านสุขภาพมีบริการขนส่งมากขึ้นเช่นเดียวกัน

3. พัฒนาโลจิสติกส์ จากการเรียนรู้ในพฤติกรรมผู้บริโภคในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หากโลจิสติกส์บริการส่งล่าช้า จะเป็นปัญหาต่อการเติบโตของธุรกิจ

4. ขยายแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละธุรกิจให้เข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด เพราะเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้ใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก ต้องใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ให้มากที่สุด

จากการศึกษาของผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจมักมีสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา รวมทั้งมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน ที่ทั้งควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของธุรกิจอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งด้วยปัจจุบันสังคมออนไลน์มีผลอย่างมากในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการสมัยนี้ต้องใส่ใจและให้ความสำคัญในการทำการตลาดผ่านรูปแบบสังคมออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่และก้าวทันโลกที่มีการ

เปลี่ยนแปลง ปรับตัวก่อนยอมได้เปรียบก่อน ในขณะที่เดียวกันหากไม่มีการปรับตัวธุรกิจนั้นก็ต้องล้มหายไปจากภาคธุรกิจนั้น ๆ

ผู้วิจัยนำแนวคิดการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ มาเป็นทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์การปรับตัวของผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นแนวการตั้งคำถามเพื่อตีกรอบการสัมภาษณ์ให้ตรงประเด็น

4. แนวคิดการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ

แนวคิดการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ เป็นการนำหลักการมาประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ 1. การนำหลักพอประมาณมาใช้ก่อนการทำธุรกิจ โดยวิเคราะห์ในสิ่งที่ตนมี ไม่ว่าจะเป็น ประสบการณ์ ความชำนาญ ความสามารถทางการเงิน โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการนำมาใช้ 2. การนำหลักการมีเหตุผล การดำเนินกิจกรรมทั้งหลายต้องมีเหตุและผลอย่างเหมาะสม มีมาตรฐานรองรับเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นของลูกค้า 3. การนำหลักการคุ้มกันเป็นการเตรียมตัวสำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หรือกรณีมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ธุรกิจจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ มีแผนสำรองหรือแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับ 4. การนำหลักเงื่อนไขความรู้มาปรับใช้ โดยผู้ดำเนินธุรกิจต้องศึกษาอย่างเข้าใจกับสิ่งที่ต้องการจะทำ เพื่อนำความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ 5. การนำเงื่อนไขคุณธรรมมาประยุกต์ใช้สำหรับดำเนินธุรกิจ โดยต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ (ปาริชาติ คุณปลื้ม ,2563)

จากการศึกษาของผู้วิจัยสรุปได้ว่า สามารถสรุปแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวคิดที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืน นำมาปรับใช้ในกระบวนการแก้ปัญหาเพื่อวางแผนธุรกิจให้มั่นคง ซึ่งจากหลักการทั้ง 5 ข้อ สามารถนำมาใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างปลอดภัยและมั่นคง

ผู้วิจัยนำแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวคิดในการวิเคราะห์การแก้ปัญหาและการปรับตัวในด้านการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ เพื่อหาความสอดคล้องกับทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะวิกฤตในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

เชื้อไวรัสโคโรนาเป็นอาร์เอ็นเอไวรัส สายเดี่ยว (Single-stranded RNA virus) ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด โดยมีเส้นผ่านศูนย์กลางเมื่อตรวจด้วยกล้องจุลทรรศน์อิเล็กตรอนอยู่ที่ประมาณ 70 - 80 นาโนเมตร ไวรัสมีเปลือกหุ้ม (Envelop) และบนผิวของเปลือกหุ้มมีไกลโคโปรตีนยื่นออกไปรอบด้านทำให้รูปร่างของไวรัสคล้ายกับมงกุฎอันเป็นที่มาของชื่อโคโรนา (Corona) เริ่มต้นสภาวะวิกฤตเริ่มจากเมื่อสำนักงานสาธารณสุขเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ได้ออกประกาศเป็นทางการว่ามีการพบโรคปอดอักเสบไม่ทราบสาเหตุ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของไวรัสระบาดแห่งศตวรรษ ต่อมาวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลกได้ออกประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคระบาดใหญ่ทั่วโลกซึ่งทวีปยุโรป ได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส อังกฤษ สเปน รัสเซีย เป็นต้น ทวีปอเมริกาเหนือและทวีปอเมริกาใต้ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา บราซิล เป็นต้น ตลอดจนทวีปเอเชียและทวีปแอฟริกาตามลำดับ ได้ทยอยเป็นศูนย์กลางการระบาดและเป็นพื้นที่ระบาดต่อเนื่องหรือระลอกใหม่ ซึ่งพบว่าการเกิดวิกฤตกลายพันธุ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นสาเหตุของการแพร่กระจายที่รวดเร็ว (กรมควบคุมโรค, 2564) อย่างไรก็ตามโรคดังกล่าวเป็นเชื้อไวรัสอุบัติใหม่ที่ยังมีข้อจำกัดในเรื่ององค์ความรู้และการดำเนินโรค แต่พบอัตราการเสียชีวิตเพิ่มสูงขึ้นในผู้ที่มีโรคร่วมหรือโรคประจำตัว ดังนั้นการดูแลสุขภาพอนามัยของตนเองโดยสวมหน้ากากอนามัยหลีกเลี่ยงการสัมผัสบริเวณหน้า รักษาสุขภาพให้แข็งแรงเลี่ยงพื้นที่แออัด และการใกล้ชิดผู้ป่วย รวมทั้งกินอาหารร้อน ใช้ช้อนกลางเฉพาะของตนเอง และหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยสบู่อย่างถูกวิธี หรือใช้เจลแอลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ การเฝ้าระวังและสังเกตอาการของตนเอง พบแพทย์หรือรายงานต่อแพทย์เมื่อมีความเสี่ยง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไวรัส การติดตามข้อมูลข่าวสาร มีความตระหนักให้มีความสำคัญ เพื่อเป็นการเตรียมรับมือรวมถึงการป้องกันและการควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศไทยได้ ในขณะเดียวกันปัจจุบันก็ยังไม่มียารักษาโรคมีแต่เพียงการรักษาตามอาการเท่านั้น (สุรียา หมานมานะ, โสภณ เอี่ยมศิริถาวร และสุนนมาลย์ อุทัยมกุล, 2563)

5.1 สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าผู้ติดเชื้อรายแรกเมื่อช่วงเดือนมกราคม 2563 โดยมีรายงานว่า เป็นหญิงชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว ทำให้กรมควบคุมโรคได้เปิดศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉิน (Emergency Operation Center: EOC) ตั้งแต่ 4 มกราคม 2563 เพื่อรับมือกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หลังจากที่ประเทศจีนประกาศ พบผู้ป่วยเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562 และเริ่มคัดกรองหาผู้ติดเชื้อที่ช่องทางเข้าออกประเทศพบผู้ติดเชื้อรายแรกเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้าประเทศไทยเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2563 ภายในระยะเวลา 1 สัปดาห์ หลังจากมีรายงานการระบาดในประเทศไทย การติดเชื้อในช่วงแรกของประเทศไทยนั้นเป็นผู้เดินทางมาจากต่างประเทศแล้วจึงค่อยๆ พบผู้ติดเชื้อชาวไทยในระยะเวลาต่อมา อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าสถานการณ์ในภาพรวมของประเทศไทยตอนนี้จะมีแนวโน้มลดลง แต่ก็ยังมีการพบการติดเชื้อ โดยมักจะเป็นการติดเชื้อภายในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้นั้น ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจทั้งในภาครัฐ และภาคธุรกิจต่าง ๆ (กรมควบคุมโรค, 2564)

5.2 ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย

จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดโรคระบาดที่สามารถแพร่ระบาดจากคนสู่คน (Person to person transmission) จึงเป็นเหตุให้จำเป็นต้องมีการออกมาตรการในการจำกัดการเดินทางของบุคคล และเว้นระยะห่างของบุคคลทางกายภาพ (Physical distancing) โดยเฉพาะจากพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของการระบาด ทำให้มีการจำกัดพื้นที่ทั้งประเทศเพื่อควบคุมการระบาด ซึ่งส่งผลในให้เศรษฐกิจหยุดนิ่ง เกิดข้อจำกัดในการใช้จ่ายใช้สอย ภาคธุรกิจต่าง ๆ มีการชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด ทุกอย่างหยุดนิ่งซึ่งส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมาก รวมทั้งมีมาตรการในการเดินทางข้ามประเทศ ซึ่งเป็นเหตุให้มีการเดินทางของนักท่องเที่ยวหรือการเดินทางจากบุคคลภายนอกอย่างมีข้อจำกัด ส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาคธุรกิจต่าง ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (กรมควบคุมโรค, 2564)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโตเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงหลากหลายภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น สืบเนื่องจากสถานการณ์การระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโร

นา 2019 ที่ยังคงไม่ยุติ และสร้างความเสียหาย ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจภาคอุตสาหกรรมและการบริการที่ได้รับผลกระทบ การปรับตัวของภาคธุรกิจบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการก็ยังคงต้องดำเนินธุรกิจ เพื่อดำเนินชีวิตต่อในสถานการณ์สภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น แต่คำถามคือต้องทำอะไรให้ธุรกิจยังคงอยู่ได้ในสถานการณ์แบบนี้ควรคำนึงถึงคุณภาพการบริการซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจ ยิ่งในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ยังคงแพร่ระบาดและส่งผลกระทบอย่างต่อเนื่องในทุกภาคส่วนธุรกิจ (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563)

จากการศึกษาของผู้วิจัย เห็นได้ว่าการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ถือเป็นวิกฤตเร่งด่วนที่กระทบไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อทุกภาคอุตสาหกรรม การกระจายแพร่ระบาดของอย่างรวดเร็วของโรคส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค และจากมาตรการเหล่านี้ทำให้เกิดข้อจำกัดในหลากหลายด้านเกิดขึ้นเป็นผลให้ภาคธุรกิจมากมายได้รับผลกระทบบางธุรกิจจำเป็นต้องปิดกิจการลง ต้องหาวิธีการแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ ผู้ประกอบการหลายแห่งต้องมีกระบวนการปรับเปลี่ยนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อหาแนวทางให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดในสถานการณ์วิกฤตฉุกเฉินแบบนี้

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญฤทัย เดชทองคำ (2563) กล่าวว่าอุตสาหกรรมบริการถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมภาคธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต เป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงหลากหลายภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจท่องเที่ยวและการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น เนื่องด้วยจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ยังคงมีการระบาดและยังคงพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ได้อีก พร้อมทั้งยังไม่มียารักษาโรคส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบริการคุณภาพการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความสำเร็จเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ขององค์กรในการผลิตสินค้าและบริการให้โดดเด่นและแตกต่าง อีกทั้งยังสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่งและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ในทุกวิกฤตการณ์ สำหรับตัวบ่งชี้ถึง

คุณภาพการบริการของผู้ประกอบการนั้นประกอบด้วย 5 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมการบริการ (Tangibility) 2. ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) 3. การตอบตรงกับความต้องการ (Responsiveness) 4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5. การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้การส่งมอบการบริการในแต่ละครั้งเต็มไปด้วยคุณค่าและความพึงพอใจ

ภูขงศ์ สติธิพิพัฒน์กุล (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การปรับตัวต่อผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยพบว่าการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่ออุปทานและอุปสงค์ มาตรการล็อกดาวน์ทั้งภายในและต่างประเทศทำให้เศรษฐกิจชะลอตัว ประชาชนเกิดความกังวลและความไม่มั่นคงทางรายได้ ทำให้เกิดการควบคุมค่าใช้จ่ายและการลดลงของกำลังซื้อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกและผลประกอบการของบริษัทฯ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทต่าง ๆ มีการใช้กลยุทธ์การปรับตัว 5 ด้าน ได้แก่ 1. กลยุทธ์ด้านการวางแผน 2. ด้านการตลาด 3. ด้านการเงิน 4. ด้านการทำงานองค์กร 5. ด้านการป้องกันแต่อย่างไรก็ตามลักษณะการเลือกใช้กลยุทธ์การปรับตัวของบริษัทเพื่อความอยู่รอดในภาวะวิกฤต มีลักษณะการเลือกใช้ที่เหมือนและแตกต่างกันออกไปตามขนาดของบริษัท สิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งคือการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของแต่ละบริษัท ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นบทเรียนและแนวทางการรับมือในการดำเนินธุรกิจเมื่อเกิดภาวะวิกฤตในอนาคต

ปาริชาติ คุณปลื้ม (2564) ได้ศึกษาแนวทางการปรับตัวของธุรกิจหลังยุคการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าประสบการณ์ที่ได้รับจะทำให้ผู้คนเกิดการเรียนรู้ที่จะปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่รอดในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งปัจจุบันและอนาคต ผู้บริโภคจะเน้นและให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความคุ้มค่าก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดมากกว่าสินค้าที่มีแค่ความสวยงาม ธุรกิจที่ไม่นำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานจะค่อย ๆ หายไปจะเกิดธุรกิจใหม่พร้อมแนวคิดใหม่ ๆ ที่ท้าทายและตรงกับความต้องการผู้บริโภคก้าวข้ามผ่านแนวปฏิบัติเดิม ๆ จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ธุรกิจในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาด้วยพฤติกรรมของผู้คนถูกปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นส่งผลให้ภาคธุรกิจเองจำเป็นต้องปรับตัวปรับเปลี่ยน และพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ธุรกิจตอบสนองต่อวิถีชีวิตผู้คนในยุคปัจจุบัน ถึงแม้เศรษฐกิจทั่วโลกและในประเทศไทยยังคงได้รับ

ผลกระทบของการระบาดอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามก็คือสถานการณ์วิกฤตที่เป็นอุปสรรคและสร้างปัญหาที่ย่อมมีทางออกเสมอ ถ้าหากผู้ประกอบการเข้าใจและรู้จักที่จะปรับเปลี่ยนสร้างธุรกิจให้มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้ทันตามสถานการณ์ต่าง ๆ

พัฒนาภา ธาดาสิริโชค (2563) กล่าวว่า การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนสำคัญในการแก้ไขบริหารจัดการ ที่ต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยหน่วยงานทุกหน่วยจะต้องร่วมมือกันระบุดับภัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นและร่วมกัน หาแนวทางหรือมาตรการในการป้องกันหรือลดความเสียหายจากรisk อื่น ๆ ทั้งจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การปรับตัวด้านการบริหาร รวมทั้งควรมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อจัดการกับภาวะวิกฤตดังกล่าว 4 ด้าน ได้แก่ 1. การจัดทำแผนการจัดการภาวะวิกฤตที่ครอบคลุมช่วงก่อนช่วงระหว่าง และช่วงหลังเกิดภาวะวิกฤต 2. การวางแผนด้าน การสื่อสารในภาวะวิกฤต 3. การวางแผนและกำหนดมาตรการจัดการด้านต้นทุนและพนักงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว 4. การเลือกใช้มาตรการและเครื่องมือในการจัดการภาวะวิกฤต โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับศักยภาพภาวะวิกฤต และบริบทของธุรกิจ ภายใต้การดำเนินงานตามประเด็นการจัดการด้านต่าง ๆ

วรภัฐา หวังศิริเวช (2559) ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่มีการสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ด้านข้อมูลข่าวสารและประโยชน์ที่ได้รับ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อข้อมูลข่าวสารที่ทางร้านใช้สื่อสาร หากผู้บริโภครับรู้ว่าคุณมือนั้นมีประโยชน์ต่อตนเองด้านความบันเทิงผู้บริโภคบางส่วนมีทัศนคติในเชิงบวกต่อข้อมูลที่มีความบันเทิงสอดแทรกหากข้อมูลมีลักษณะที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของทางร้านด้านความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงบวกต่อข้อมูลที่ได้รับจากทางร้านโดยตรง โดยชื่อเสียงของตราสินค้ามีผลต่อความเชื่อถือของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ด้านการสื่อสารผู้บริโภคที่รับการสื่อสารผ่านทางเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมจะสามารถรับข้อมูลในจำนวนที่มากกว่าผู้บริโภคที่ได้รับข้อมูลผ่านทางไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคที่ใช้เฟซบุ๊กและอินสตาแกรมสามารถรับข้อมูลแบบผ่านตาได้โดยไม่ต้องมีการแจ้งเตือน ในทางกลับกันผู้บริโภคที่รับข้อมูลผ่านทางไลน์จะมีการแจ้งเตือนทุกครั้งกับทางร้านส่งข้อความมา ทำให้กลุ่มผู้บริโภคที่รับการสื่อสารผ่านทางไลน์เกิดความรู้สึกรำคาญได้ง่ายกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่รับการสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น

ด้านการมีส่วนร่วมในทางกลับกันกลุ่มผู้บริโภคไม่ชอบการร่วมสนุกหรือชิงรางวัลจะมีทัศนคติ
เฉย ๆ กับการสื่อสารประเภทนี้ซึ่งขึ้นอยู่กับนิสัยของแต่ละบุคคล



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการศึกษาเรื่องผลกระทบและการปรับตัว ด้วยวิธีวิทยาการศึกษากรณีเฉพาะ (Case Study Approach) โดยมีกระบวนการดำเนินการวิจัยตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูล
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการเก็บข้อมูล
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดราชบุรี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ประกอบด้วย 1. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดราชบุรี ที่ยังดำเนินธุรกิจในสภาวะวิกฤตการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำนวน 2 สถานประกอบการ 2. พนักงานภายในร้าน 3. ลูกค้าที่มาใช้บริการจากทั้ง 2 ร้าน รวมผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 20 คน

2. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้มีการใช้เครื่องมือในการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 อุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนสำหรับการเก็บภาพถ่าย วิดีโอ และการบันทึกเสียง จุดมุ่งหมาย เพื่อนำมาเก็บข้อมูลเพื่อถอดบทความหรือบทสัมภาษณ์ และเพื่อเป็นการนำมาเก็บรายละเอียดให้ครบถ้วนป้องกันความไม่สมบูรณ์ของเนื้อหา

2.2 เครื่องมือช่วยจดบันทึก เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการช่วยบันทึกข้อมูล และเก็บรายละเอียดข้อความสำคัญ และช่วยถอดความในบทสัมภาษณ์ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อความชัดเจนของข้อเท็จจริง

2.3 เครื่องบันทึกเสียง หรืออุปกรณ์ที่สามารถใช้ในการบันทึกเสียง เพื่อเก็บและบันทึกข้อความขณะมีบทสนทนาระหว่างการสัมภาษณ์ โดยจะนำเสียงบันทึกมาถอดออกเป็นข้อความตัวอักษร

2.4 ประเด็นคำถาม เป็นกรอบของคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อให้การสัมภาษณ์ตรงประเด็นกับเนื้อหาที่ต้องการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ จาก 2 แหล่ง ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม โดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

3.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อสอบถามข้อมูลเชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูล โดยเป็นการสัมภาษณ์โดยตรงกับผู้ประกอบการเจ้าของกิจการ/ธุรกิจ เพื่อให้ได้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริง ปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งแนวทางและมุมมองในการดำเนินธุรกิจในภาวะวิกฤต

3.1.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นการสังเกตการณ์ดูสภาพทั่วไปของธุรกิจ โดยเป็นการเก็บข้อมูล จดบันทึก บันทึกภาพ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

3.2.1 เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบริการ แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ

3.2.2 เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากช่องทางต่าง ๆ

4. วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแนวทางเลือกเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การสัมภาษณ์ คือ การสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยมีการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาตั้งประเด็นคำถาม

4.2 การสังเกต คือ การสังเกตทั้ง 2 ลักษณะ คือ

4.2.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม และเรียนรู้จากกิจกรรมเหล่านั้นที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้รายละเอียด พร้อมกับจดบันทึกรายละเอียดไว้

4.2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation Observation) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม แต่มีการจดบันทึกข้อมูลทั้งภาพ และเสียงเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และพิจารณารายละเอียดในการดำเนินการวิจัย

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

สำหรับในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพื่อเป็นการวิเคราะห์พิจารณาข้อมูลที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้ว่าข้อมูลดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือเพียงใดและครบถ้วนสมบูรณ์แล้วหรือไม่เพื่อหาข้อสรุป อีกทั้งเป็นการป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนี้ (นัชฌิมา บาเกาะ, อังสินันท์ อินทรกำแหง และพัชรีดวงจันทร์, 2560)

5.1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) คือ การตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจาก การรวบรวมมีความถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ โดยเน้นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลว่ามีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในแต่ละแหล่งข้อมูล กล่าวคือการหาความสอดคล้องของข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทั้งจาก เว็บไซต์ หนังสือ วารสาร บทความ รวมทั้งการสัมภาษณ์จากแหล่งโดยตรง ว่ามีแนวทางไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่อย่างไร หากมีความสอดคล้องและแนวทางไปในทิศทางเดียวกัน ถือได้ว่าข้อมูลที่นำมา มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

5.2. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Method triangulation) คือ การนำข้อมูลมาที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์พิจารณาหาความสอดคล้อง อย่างเช่นการนำข้อมูลจากบทสัมภาษณ์มาเปรียบเทียบกับข้อมูลในด้านทฤษฎีหรือแนวคิดต่าง ๆ จากเอกสารที่ได้ศึกษารวบรวมไว้

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการนำข้อมูลมาพิจารณาแยกหมวดหมู่ แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ประกอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต อีกทั้งมีการแบ่งประเภทข้อมูลเป็นข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มีการวิเคราะห์และบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์และสังเกตหาความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รวบรวม

7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาวิจัยครั้งนี้ 1 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 จนถึงเดือนมิถุนายน 2566 โดยกำหนดขั้นตอนรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 7.1 ขั้นตอนการกำหนดหัวข้อในการศึกษาและวิจัย รวมทั้งการกำหนดวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ในครั้งนี้
- 7.2 ขั้นตอนการสืบค้นวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 7.3 ขั้นตอนการกำหนดวิธีดำเนินการวิจัยโดยการ สัมภาษณ์และสังเกต
- 7.4 ขั้นตอนการนำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์และประเมินผล
- 7.5 ขั้นตอนการสรุปผลการ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการดำเนินการวิจัยโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีลักษณะการดำเนินการศึกษาเรื่องผลกระทบและการปรับตัว ด้วยวิธีวิทยาการศึกษากรณีเฉพาะ (Case Study Approach) ซึ่งผู้วิจัยได้วางแนวทางเลือกเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงผลกระทบและการปรับตัวของแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยแบ่งประเด็นดังต่อไปนี้

1. ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
2. การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

1. ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

จากสถานการณ์สภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประเทศไทยมีการออกมาตรการควบคุมการเปิดปิดและจำกัดที่นั่ง เพื่อหลีกเลี่ยงการรวมกลุ่มซึ่งนำมาต่อความเสี่ยงในการแพร่กระจายของเชื้อโรคอย่างรวดเร็ว รวมถึงประชาชนส่วนใหญ่เกิดความกลัวในการดำเนินชีวิตตามปกติ พฤติกรรมมีการถูกปรับเปลี่ยนเพื่อหลีกเลี่ยงการพบปะผู้คน ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะร้านอาหารและเครื่องดื่มซึ่งถือเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีมาตรการควบคุมอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ร้านอาหารและเครื่องดื่มได้รับผลกระทบอย่างมากในเรื่องของผลประกอบการยอดขายที่ลดลงอย่างหน้าตกใจ และต้องเผชิญปัญหาของการเตรียมวัตถุดิบของสต็อกที่ต้องมีการประเมินและคำนึงถึงระยะเวลาการนำมาใช้ ร้านอาหารบางร้านได้รับผลกระทบอย่างมาก การไม่สามารถแบกรับต้นทุนได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการลง จากการวิจัยพบว่าผลกระทบการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มประกอบด้วย 8 ด้านด้วยกัน 1. ด้านผลประกอบการ 2. ด้านต้นทุน 3. ด้านกลุ่มลูกค้า 4. ด้านบุคลากร 5. ด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

6. ด้านกำลังซื้อของลูกค้า 7. ด้านระยะเวลาการเปิดบริการ 8. ด้านการลงทุน แต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ด้านผลประกอบการ

จากผลการวิจัยพบว่า ผลประกอบการรายได้ของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มประสบปัญหาอย่างมากจากยอดขายได้ของร้านลดลงไปจากที่มีมาตรการควบคุมพื้นที่และมาตรการห้ามรับประทานภายในร้าน รวมทั้งมาตรการควบคุมเวลาออกนอกสถานที่ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีพฤติกรรมที่ปรับเปลี่ยนไปด้วยตามมาตรการต่าง ๆ อาทิ งดไปนั่งที่ร้านอาหาร กลับบ้านเร็วขึ้นกว่าปกติ หลีกเลี่ยงการสัมผัส เน้นให้ความสำคัญกับความสะอาดและร้านที่มีมาตรการควบคุมเกี่ยวกับโรคโควิด เป็นผลให้ยอดขายของร้านลดลงอย่างกะทันหันและรวดเร็ว ผลประกอบการถือเป็นผลกระทบประการสำคัญที่เป็นตัวชี้วัดได้เลยว่าร้านจะสามารถดำเนินการต่อไปได้หรือไม่ เพราะหากผลประกอบการติดลบอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ธุรกิจชะงักหรือปิดตัวลงได้ ดังนั้นสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการที่ต้องคำนึงคือจะทำอย่างไรให้ผลประกอบการของร้านอยู่ในเกณฑ์ที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดในสถานการณ์วิกฤต ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ร้านของผมในช่วงสถานการณ์โควิดตอนแรกที่ระบาด ลูกค้าก็ลดลงเป็นระยะจนกระทั่งมีการออกมาตรการควบคุมต่าง ๆ ลูกค้าหายไปเลย เพราะฉะนั้นที่ร้านไม่ได้ รายได้บางวันแทบไม่มีเลย เปิดร้านบางวันยอดขายติดลบด้วยซ้ำ ถ้าเทียบค่าใช้จ่ายรายวัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“พอมีโรคระบาดลูกค้าก็ลดลงถึงไม่มีเลยในบางวัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“ดิฉันปกติก็จะไปรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของทางร้านสั่งมานั่งทาน โดยถ้าไม่ติดธุระหรืองานอะไรก็จะมาอาทิตย์ละ 2 ครั้ง แต่พอมีโรคระบาดก็ไม่ได้มาที่ร้านเลยและก็กลัวการติดต่อกันของโรคอีกด้วย”

1.2 ด้านต้นทุน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีต้นทุนใน 2 ส่วนหลักด้วยกัน 1. ต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนหลักที่จ่ายประจำเท่าเดิมตลอด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่และค่าจ้างพนักงาน เป็นค่าใช้จ่ายที่คงที่ตลอดทั้งในสภาวะการณ์ปกติและในสถานการณ์การแพร่ระบาด

2. ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่มีการปรับเปลี่ยนได้ ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบในการทำอาหารและเครื่องดื่ม ต้นทุนการดำเนินงานกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น ต้นทุนการตลาด ต้นทุนค่าบริการจัดส่ง เป็นต้น ต้นทุนเหล่านี้สามารถปรับเปลี่ยนและวางแผนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ ในขณะที่เดียวกันผลประกอบการรายได้ก็ลดลง จากสถานการณ์โควิดระบาด ต้นทุนเป็นผลกระทบหลักหนึ่งที่ได้รับผลกระทบสูง และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อกำไรของร้าน เนื่องจากต้นทุนเหล่านี้หากยังคงดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรูปแบบเดิมจะส่งผลให้ต้นทุนกลายเป็นอุปสรรคหลักหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ สัดส่วนของต้นทุนกลายเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องรีบแก้ไขให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ทำอย่างไรต้นทุนถึงจะลดลงได้ ควรจะต้องปรับเปลี่ยนในส่วนไหน โจทย์ด้านต้นทุนจึงเป็น โจทย์หนึ่งที่สำคัญในการช่วยให้ผลประกอบการของร้านดีขึ้นจากสถานการณ์วิกฤต ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ทางร้านยังคงมีค่าใช้จ่ายทั้งค่าซื้อวัตถุดิบ ค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้างพนักงานในร้าน มีความกังวลในค่าใช้จ่ายที่ยังคงมีอยู่ เลยทำเมนูอาหารที่ลูกค้าทานได้ง่าย ๆ เช่น ข้าวกระเพราหมูกระเพราไก่ และซื้อวัตถุดิบปริมาณที่น้อยลง เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย โดยประเมินวันต่อวัน”

1.3 ด้านกลุ่มลูกค้า

จากผลการวิจัยพบว่า การแพร่ระบาดของเชื้อโรคอย่างรวดเร็ว ผู้คนส่วนใหญ่เกิดความวิตกกังวลและหวาดกลัวในการต้องออกไปพบปะผู้คน บริษัท ๆ หน่วยงานต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการทำงานให้มีการทำงานที่บ้าน ทำให้การเดินทางออกนอกบ้านของผู้คนน้อยลง ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อลูกค้าทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าหมุนเวียนหายไปด้วย เนื่องจากลูกค้าบางส่วนก็มาจากการแวะพักจากการทำงาน มาสังสรรค์และพูดคุยกันที่ร้าน ไม่มีลูกค้าก็ไม่มีรายได้ ดังนั้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาในการแก้ไขปัญหา ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ช่วงการระบาดของเชื้อโรคลูกค้าลดยอดจากบ้านงดการสัมผัสกัน โดยตรง เพราะกลัวการติดเชื้อของโรคระบาด ทำให้ไม่ได้มานั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ร้าน จะมีลูกค้าในลักษณะแบบสั่งเมนูอาหารไปรับประทานที่บ้าน โดยทางร้านจะมีบริการส่งถึงบ้าน”

ผู้ให้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ช่วงเวลาที่ร้านลูกค้าไม่มีเลย จะมีแต่ลูกค้าที่มาสั่งอาหารให้ไปส่งที่บ้านและที่ทำงาน”

1.4 ด้านบุคลากร

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคลากร คือปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจ หากไม่มีพนักงานเพียงพอต่อบทบาทหน้าที่ของการทำงาน จะส่งผลให้การทำงานต้องหยุดชะงัก รวมทั้งอาจส่งผลในเรื่องของการบริการลูกค้าอีกด้วยเนื่องจากในหลายกิจกรรมของร้านจำเป็นต้องใช้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เช่น พ่อครัวแม่ครัว ทำอาหารที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดสรรเมนู พนักงานชงเครื่องดื่มที่มีความเชี่ยวชาญในการทำเครื่องดื่ม พนักงานขับรถที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญพื้นที่ทำให้สามารถจัดส่งอาหารได้รวดเร็ว เป็นต้น จะเห็นได้ว่าบทบาทแต่ละอย่างของพนักงานมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ หากขาดบุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทันหัน โดยที่เจ้าของธุรกิจไม่ได้เตรียมรับมือไว้ ย่อมทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องประสบปัญหาและอาจส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการบริการได้เลยทีเดียว ซึ่งเป็นผลลัพธ์ในแง่ลบต่อชื่อเสียงร้าน หากมีการบริการด้านใดด้านหนึ่งไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวัง เช่น พนักงานขับรถขาดงานกระทันหันส่งผลให้อาจทำให้มีการส่งล่าช้า หากพนักงานที่มาขับส่งแทนไม่มีความชำนาญเส้นทาง พ่อครัวแม่ครัวหรือพนักงานชงเครื่องดื่ม ขาดงานกระทันหันส่งผลต่อมาตรฐานทางรสชาติและความรวดเร็วในการทำอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพนักงานคนใดคนหนึ่งขาดงานไปอย่างกระทันหัน หากไม่มีการเตรียมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ จะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการบริการได้เลยทีเดียว และด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคค่อนข้างรวดเร็วและมีการติดต่อกันได้ง่าย จึงอาจทำให้หากมีพนักงานที่ติดเชื้อจำเป็นต้องหยุดงานอย่างน้อย 7 วัน เพื่อพักฟื้นรักษาตัวและลดการกระจายความเสี่ยง ทำให้หลายครั้งต้องพบกับปัญหาในการขาดแคลนพนักงานได้อย่างกระทันหัน เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจะไม่สามารถรู้ล่วงหน้าได้เลย การบริหารจัดการเรื่องบุคลากรภายในร้านจึงเป็นเรื่องสำคัญในการวางแผนเพื่อให้ธุรกิจได้รับผลกระทบน้อยที่สุดเมื่อเกิดเหตุการณ์แบบนี้ขึ้น ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ผมได้ลดจำนวนพนักงานในการทำงานในแต่ละวันลงจากปกติ และเปลี่ยนตารางเวลาทำงานให้เข้ากับจำนวนลูกค้าที่มาบริการน้อยลง แล้วให้พนักงานในร้านส่งอาหารให้กับลูกค้าที่บ้านที่ทำงาน และบางช่วงพนักงานในร้านบางคนต้องหยุดงานเพราะมีการคิดเชื้อระบาด”

ผู้ให้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“เปลี่ยนเวลาทำงานสลับกับเพื่อนๆ หยุดตามตารางที่ได้ตกลงกันกับเจ้าของร้าน และได้เป็นผู้ส่งอาหารตามรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งตามบ้านและที่ทำงาน”

1.5 ด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

จากผลการวิจัยพบว่า จากมาตรการของรัฐส่งผลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ของทั้งลูกค้าและเจ้าของธุรกิจที่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามมาตรการควบคุม ซึ่งมาตรการที่ส่งผลต่อธุรกิจบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ มาตรการควบคุมไม่ให้ใช้บริการภายในร้านหรือจำกัดพื้นที่ใช้บริการ ทำให้รูปแบบการขายตามปกติของผู้ประกอบการได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านได้ จึงต้องจำหน่ายสินค้าในรูปแบบซื้อกลับบ้าน หรือจัดส่งเท่านั้น รูปแบบการขายดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้ลดลงมาก เพราะการให้บริการที่ร้านลูกค้าใช้จ่ายที่ร้านมากกว่า โดยเฉพาะร้านเครื่องดื่ม มาตรการควบคุมเวลาการออกนอกสถานที่ มาตรการนี้ส่งผลถึงการประเมินเวลาเปิดปิดการให้บริการของร้าน เนื่องจากต้องประเมินสถานการณ์เปิดปิดให้เหมาะสมกับเวลา นอกจากคำนึงถึงเวลาการให้บริการของลูกค้าแล้ว ยังต้องคำนึงเวลาในการมาทำงานของพนักงานภายในร้านอีกด้วย เนื่องจากพนักงานจะต้องเผื่อเวลาเดินทางกลับบ้าน อย่างไรก็ตามในฐานะเจ้าของธุรกิจก็ต้องให้ความสำคัญและเห็นอกเห็นใจพนักงานในร้านตนเองด้วย จากมาตรการเหล่านี้ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมไม่ตอบสนองกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของลูกค้าและการทำงาน โดยเป็นการสะท้อนผ่านผลประกอบการที่ลดลงอย่างมาก ซึ่งตัวเลขของผลประกอบการสะท้อนถึงการดำเนินธุรกิจที่ไม่ตรงกับความต้องการกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและกิจกรรมต่าง ๆ ให้ตอบสนองต่อมาตรการควบคุมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปด้วย เพื่อให้ธุรกิจมีความทันสมัยทันโลก ทันเหตุการณ์ สามารถที่จะตรงกับความ需求和อำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ธุรกิจที่ยังปรับตัวได้เร็วก็จะฟื้นคืนสู่สภาพปกติได้เร็ว ผลกระทบก็จะไม่ตึงกว้าง ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“จากมาตรการที่ควบคุมไม่ให้ใช้บริการภายในร้านของรัฐที่ประกาศออกมา ทำให้ลูกค้าไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านได้ จึงต้องขายสินค้าในรูปแบบซื้อกลับบ้าน หรือจัดส่ง”

ผู้ให้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“จัดส่งอาหารให้กับลูกค้าตามบ้าน ที่ทำงาน และช่วยเจ้าของร้านประชาสัมพันธ์กับลูกค้าว่าทางร้านมีบริการส่งฟรีให้ตามที่อยู่ของลูกค้า”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“เมนูอาหารที่ทางร้านทำมีหลากหลาย มีบริการส่งฟรีสะดวกรวดเร็วรอไม่นาน ชอบตรงที่ไม่คิดค่าบริการส่ง”

1.6 ด้านกำลังซื้อของลูกค้า

จากผลการวิจัยพบว่า กำลังซื้อของลูกค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการ รายได้เนื่องจาก ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด ภาครัฐมีการกำหนดใช้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ไม่สามารถคาดการณ์ระยะเวลาการแพร่ระบาดได้ ลูกค้ามีความกังวลในการใช้จ่าย ทำให้ลูกค้าขาดรายได้จากการทำงาน หรือมีรายได้จากการประกอบกิจการที่ลดลง ลูกค้าจึงต้องประหยัดค่าใช้จ่าย กำลังซื้อสินค้าตามปกติจึงลดลงด้วยเพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย เมื่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและเหมาะสม ผู้ประกอบการเข้าใจปัญหานี้เป็นอย่างดีว่ากำลังซื้อของลูกค้าเป็นปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมการเลือกซื้อของลูกค้าปรับเปลี่ยน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงกำหนดราคาสินค้าและบริการโดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ลูกค้าซื้อครั้งจำนวนไม่มาก ผมคิดว่าลูกค้าต้องประหยัดค่าใช้จ่าย เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย บางรายที่สอบถามก็ตงงาน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“ดิฉันต้องประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วงที่โรคกำลังระบาดอย่างหนัก ธุรกิจของครอบครัวรายได้ลดลง”

1.7 ด้านระยะเวลาการเปิดบริการ

จากผลการวิจัยพบว่า จังหวัดราชบุรีเป็นพื้นที่ควบคุมตามมาตรการในช่วงสถานการณ์โควิด ส่งผลต่อร้านอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากมีมาตรการควบคุมเวลาให้ประชาชนอยู่เฉพาะในที่พักอาศัยช่วงกลางคืน มีการจำกัดเวลา และจำกัดที่นั่ง เพื่อลดการเดินทางและลดการพบปะกันของผู้คน ร้านต้องเผชิญกับปัญหาการเปิดปิดบริการ มาตรการเหล่านี้ทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มถูกจำกัดเวลาเปิด-ปิดของร้าน ส่งผลต่อเวลาการทำงานของพนักงานภายในร้าน เนื่องจากมีข้อจำกัดในระยะเวลาการเดินทางกลับบ้าน จากเวลาที่ถูกลimit มากขึ้น ย่อมส่งผลต่อระยะเวลาการให้บริการของร้าน ส่งผลต่อผลประกอบการจากช่วงเวลาที่ขายที่น้อยลงกว่าปกติ ด้วยเช่นกัน ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“มาตรการเรื่องเวลาเป็นส่วนหนึ่งเลยที่ ทำให้การดำเนินชีวิตต่าง ๆ เปลี่ยนไปอย่างมาก ร้านเราเองก็มียุทธศาสตร์ลดลง นอกจากค่านึงถึงลูกค้าแล้วพนักงานเองก็มียุทธศาสตร์กลับบ้านเดินทาง ผมในฐานะเจ้าของก็ต้องใส่ใจเรื่องนี้ด้วย”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ลำบากมากเลยจะช่วยนั้น บ้านอยู่ไกลหน่อยต้องใช้เวลาดำเนินทาง ก็มีการพูดคุยกับเจ้านายว่าอาจจะทำได้ถึงประมาณกี่โมง แต่ดีที่เจ้านายก็เข้าใจค่ะ”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“พอรัฐบาลมีจำกัดเวลาออกนอกบ้าน ก็กลับบ้านเร็วขึ้น รีบทำงานเสร็จรีบกลับกลัวกลับไม่ทัน จากเมื่อก่อนก็จะมีการไปแวะนู่นแวะนี่ ก็เปลี่ยนเป็นตรงกลับบ้านเลยคะ ไปสั่งให้มาส่งแทนสะดวกกว่าแล้วเราก็ไม่ต้องกังวลเรื่องเวลา”

1.8 ด้านการลงทุน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มต้องกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ มีการยืมเงินจากญาติ เพื่อมาประกอบธุรกิจในช่วงแรก อีกทั้งเดิมก็มีค่าใช้จ่ายผ่อนชำระเงินกู้กับธนาคารจากตอนลงทุนร้านครั้งแรก รายได้ผลประกอบการของร้านลดลงในขณะเดียวกันรายจ่ายในเรื่องของหนี้สินยังคงมีอยู่ แต่ต่อมารัฐก็มีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบธุรกิจจึงเข้าไปพูดคุยต่อรองกับธนาคารเพื่อขอผ่อนชำระหนี้ ถึงแม้บางครั้งบางรายจะมีการกู้เพิ่มเพื่อมาประกอบประกอบธุรกิจให้อยู่รอด แต่ก็ไม่ว่าจะสู้ต่อได้ถ้าไม่สามารถคลี่คลายสถานการณ์ร้านของ

ตนเอง ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางรายจำเป็นต้องตัดสินใจปิดกิจการลง เนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระค่าใช้จ่ายได้เพราะผลประกอบการขาดทุนเป็นจำนวนมาก ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ร้านของผมเป็นร้านอาหารสโตนคาเฟ่ มีทั้งเครื่องดื่มและอาหาร ซึ่งตามปกติก่อนสถานการณ์โควิด เปิดบริการตั้งแต่ 8.30 – 18.00 น.จะมีลูกค้าตลอดทั้งวัน ซึ่งกลุ่มลูกค้าก็หลากหลาย ด้วยร้านผมเน้นความเป็นธรรมชาติ ซึ่งลูกค้าที่มาก็จะบอกว่าชื่นชอบบรรยากาศแบบนี้ ช่วงโควิดลูกค้าที่จะมาที่ร้านก็หายไป ด้วยมาตรการควบคุมและคนส่วนใหญ่ก็น่าจะกลัวการออกมาพบปะผู้คน ผมเองต้องเผชิญปัญหาด้านต้นทุนที่ยังมีเท่าเดิม ทั้งค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้างลูกน้องพนักงานภายในร้าน รวมถึงการสั่งซื้อวัตถุดิบ”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ปกติทางร้านจะมีลูกค้าตลอดเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ชอบบรรยากาศที่ร้าน โดยเฉพาะโซนข้างนอกที่ค่อนข้างจะมีความเป็นธรรมชาติ แต่ในช่วงโควิดถึงแม้ว่าทางร้านจะมีทั้งโซนที่นั่งห้องแอร์และโซนที่อยู่ภายนอก ลูกค้าก็หายไปจนเรียกว่าเงียบได้เลย ผมเป็นพนักงานก็แอบตกใจ กลัวจะกระทบกับงาน แต่ก็เข้าใจเจ้าของร้าน”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“ปกติจะไปร้านเป็นประจำด้วยบรรยากาศและที่ร้านมีทั้งอาหารและเครื่องดื่ม แต่พอมีสถานการณ์การ โควิดเกิดขึ้น ทั้งที่บ้าน ครอบครัว หรือเพื่อนๆ ก็งดการพบปะสังสรรค์ เป็นเหตุให้ไม่ได้แวะเวียนไปที่ร้าน”

2. การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

จากผลกระทบต่าง ๆ ในแต่ละด้านส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มหลายที่ต้องหยุดชะงักหรือปิดตัวลง เนื่องจากไม่สามารถปรับตัวกับสถานการณ์ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหาวิธีที่ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ มีการปรับรูปแบบการวางแผนและกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว และยังทำได้รวดเร็วก็จะสามารถควบคุมผลกระทบไม่ให้กระจายเป็นวงกว้างจนไม่สามารถควบคุมได้ แต่โจทย์ที่ผู้ประกอบการต้องคิดหนักคือจะต้องปรับตัวอย่างไรบ้างถึงจะสามารถตรงกับความต้องการกับ

สถานการณ์วิกฤตช่วงนี้ได้บ้าง ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีการปรับตัวทั้ง 8 ด้าน โดยรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ด้านผลประกอบการ

ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบต่อยอดขายจากกรณีที่ไม่มียอดลูกค้ามาซื้อของ ทำให้ยอดขายลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากไม่สามารถดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมได้ สินค้าและบริการแบบเดิมไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการจึงมีการวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจในรูปแบบใหม่ โดยคำนึงถึงพฤติกรรมความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและนำมาปรับกลยุทธ์ โดยเน้นการตอบตรงกับความต้องการ ผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์การขาย เพิ่มเมนูข้าวกล่องเป็นอาหารจานด่วน รับประทานง่าย รวมทั้งมีการปรับลดราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์และกำลังซื้อของลูกค้า วางแผนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ สร้างรูปแบบการบริการที่ตรงต่อความต้องการ โดยมีการเพิ่มบริการจัดส่งโดยไม่มีค่าบริการ กระบวนการเหล่านี้ทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มของผู้ประกอบการมีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ได้มากยิ่งขึ้น การปรับเปลี่ยนในด้านผลประกอบการ เป็นการดำเนินการปรับเปลี่ยนกิจกรรมเพื่อกระตุ้นยอดขาย สร้างผลประกอบการให้กลับมาในสภาวะการปกติ เนื่องจากหากผลประกอบการของร้านมีกำไร ธุรกิจก็จะสามารถดำเนินต่อไปได้ ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“รายได้หายไปเลยครึ่งช่วงแรกก็หนักใจมาก ไม่รู้จะทำไฉนแต่ก็คิดแล้วว่ายังไงก็ต้องเอาให้รอด พยายามปรับเปลี่ยนวางแผนใหม่ เอาทุกอย่างที่รู้มาวิเคราะห์ใหม่ เพื่อปรับแก้ไข ปัญหาให้ตรงกับความต้องการกับสถานการณ์ที่สุด อะไรที่ปรับเปลี่ยนได้ก็ทำ”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ลูกค้าหายไปเลยครึ่งแรกๆ ไม่มีลูกค้าเลย เพราะปกติเป็นลูกค้านั่งที่ร้าน จะซื้อกลับบ้านลูกค้าก็กังวลกลัวช้าบ้างไม่ทันกลับ อย่างน้ำก็จะกลัวว่าน้ำแข็งเย็นหมดกว่าจะถึงบ้าน”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“ช่วงมีมาตรการแรก ๆ ไม่ได้เข้าไปที่ร้านเลยค่ะเพราะรีบกลับบ้านกลัวว่าจะกลับไม่ทัน จะไปซื้อก็กลัวจะช้าตรงกับบ้านเลขส่วนใหญ่”

2.2 ด้านต้นทุน

การปรับเปลี่ยนในด้านต้นทุน ผู้ประกอบการมีการทบทวนในเรื่องต้นทุนต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางปรับเปลี่ยนลดต้นทุนในบางรายการที่สามารถเปลี่ยนได้ จึงเป็นที่มาของการปรับลดต้นทุนได้ด้านวัตถุดิบ ไม่ซื้อวัตถุดิบสำรองไว้เป็นจำนวนมาก แต่ซื้อตามความจำเป็นโดยมีการปรับเปลี่ยนประเมินเป็นรายวัน เพื่อง่ายต่อการแก้ปัญหา เพราะสถานการณ์การซื้อไม่แน่นอนจึงไม่ยอมซื้อสำรองไว้เยอะ เสี่ยงต่อการเน่าเสียไม่สามารถนำมาใช้ได้ เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับการออกแบบเมนูให้สามารถใช้วัตถุดิบหลักเดียวกันได้ เพื่อลดความเสี่ยงในการมีวัตถุดิบเหลือต่อวัน ทั้งนี้วัตถุดิบที่ถูกปรับเปลี่ยนจะคำนึงถึงมาตรฐานความเหมาะสมของคุณภาพและปริมาณสินค้าที่สอดคล้องกับราคา คงความเป็นมาตรฐานของร้านไว้ ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“การปรับตัวของทางร้านนั้น ทางร้านยังคงมีค่าเช่าสถานที่เท่าเดิม และไม่ได้ลดค่าแรงพนักงานภายในร้าน แต่โชคดียังได้รับเงินสนับสนุนจากทางรัฐบาลในบางส่วนของค่าแรงลูกน้อง ในเรื่องของวัตถุดิบก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนเมนูและปริมาณการซื้อให้เหมาะสม โดยเราจะประเมินเป็นวันต่อวัน สำหรับต้นทุนที่จะสามารถจะปรับเปลี่ยนได้ คือส่วนของต้นทุนวัตถุดิบ โดยเริ่มจากการปรับลดปริมาณตามความต้องการ โดยต้องประเมินสถานการณ์ระยะสั้นเป็นรายวัน เพื่อไม่ให้เป็นการเพิ่มต้นทุนโดยไม่จำเป็น ค่าวัตถุดิบประเมินให้เหมาะสมไม่มากหรือน้อยจนเกินไปในแต่ละวันเพื่อลดความเสี่ยงของการมีวัตถุดิบเหลือจำนวนมาก เพื่อจะได้มีค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล แต่การเลือกวัตถุดิบและปริมาณก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์และการขายที่ปรับเปลี่ยนไป”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ตอนแรกพนักงานด้วยอย่างผมก็แอบมีความกังวลใจ แต่ก็ดีใจที่ในส่วนของผมเองถือว่าไม่ได้กระทบเพราะเจ้าของร้านยังคงให้เงินค่าจ้างผมเท่าเดิม แต่ที่จริงถึงแม้ว่า จะต้องปรับลดพวกผมก็ยินดีด้วยเข้าใจในสถานการณ์ อย่างน้อยก็ดีว่าถูกเลิกจ้าง”

2.3 ด้านกลุ่มลูกค้า

การปรับตัวในด้านกลุ่มลูกค้า เป็นการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

วางแผนและสร้างกลยุทธ์ที่ตรงกับความต้องการต่อความต้องการของลูกค้าในสถานการณ์ปัจจุบัน เน้นการอำนวยความสะดวกและสร้างการเข้าถึงที่ง่ายมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การปรับเปลี่ยนเมนูและลดราคา การเพิ่มบริการจัดส่งอาหารถึงที่ สร้างการเข้าถึงสินค้าและบริการ ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น สร้างความสะดวกสบายถึงแม้จะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านสังคม โดยใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดในพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อขยายการเข้าถึงและสร้างการรับรู้ในวงกว้างมากขึ้น เน้นการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เนื่องจากมีการรับรู้ได้รวดเร็วและสามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม รวมทั้งใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย การแนะนำสินค้าใหม่ ในช่องทางดังกล่าวด้วย ในประเด็นนี้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ลูกค้าหน้าร้านที่เคยมาหายไปหมดเลยครับ ตอนแรกเครียดทำใจดีแต่ก็ต้องแก้ไขสถานการณ์ พยายามหาทางเข้าถึงลูกค้า เราก็มานึกว่าคนเล่นโซเชียลมากก็พยายามประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ว่าเรามีบริการจัดส่งถึงบ้านฟรี”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ผมเป็นคนไปส่งครับ โชคดีผมค่อนข้างเชี่ยวชาญเส้นทางอยู่แล้ว เจอลูกค้าหน้าใหม่ๆเยอะเลยครับ”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“เห็นโฆษณาผ่านทางโพสต์ของร้านในเฟสบุ๊คว่ามีบริการส่ง ก็รีบสั่งเลยคะ สะดวกดีแล้วก็ง่าย อยากให้มีบริการแบบนี้ตลอด”

2.4 ด้านบุคลากร

การปรับตัวในด้านบุคลากร ผู้ประกอบการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงใน 2 ประเด็น 1. ลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 ของพนักงานภายในร้านด้วยการเพิ่มมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการติดเชื้อ ให้ความสำคัญกับสุขอนามัยภายในร้าน มีมาตรการการทำความสะอาดร้านและการดูแลตนของพนักงาน อีกทั้งเพิ่มการดูแลในเรื่องการทำความสะอาด มีการฆ่าเชื้อในสถานที่เป็นประจำเพื่อความปลอดภัย 2. ปรับเปลี่ยนลดจำนวนพนักงานลงจากจำนวนปกติในการทำงาน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนตารางเวลาการทำงานให้เข้ากับจำนวนลูกค้าที่มาบริการน้อยลง นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ให้เหมาะสมกับกลยุทธ์การดำเนินงานใน

รูปแบบใหม่ โดยมีการพูดคุยสร้างความเข้าใจกับบุคลากร ให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อเจ้าของธุรกิจและพนักงานภายในร้าน ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าว สอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ร้านผมมีการเพิ่มกฎเกี่ยวกับมาตรการ โควิด ในร้าน เพิ่มจุดแอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ มีการเช็ดฆ่าเชื้อภายในร้านทุกเช้าและเย็น รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่บทบาทของพนักงานให้เข้ากับการปรับตัวของร้าน เช่น พนักงานชายจำเป็นต้องปรับมาเป็นผู้ส่งของด้วย”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“สำหรับการที่ต้องปรับเปลี่ยนหน้าที่และบทบาทใหม่ ถึงแม้ว่าจะเหนื่อยและเสี่ยงมากขึ้น เพราะต้องขับรถส่งของ พวกผมก็ยินดีหากเป็นการช่วยร้านให้ยังคงสามารถดำเนินกิจการได้”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“น้องคนมาสั่งของน้ารักบริการ ส่งไวตามที่แจ้ง นำใช้บริการแถมเข้าใจลูกค้าด้วย”

2.5 ด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

การปรับเปลี่ยนด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เป็นการปรับเปลี่ยนการวางแผนใหม่ทั้งระบบเพื่อทำงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและสถานการณ์ที่ปรับเปลี่ยนไป โดยมุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจและตรงกับความต้องการลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อผลลัพธ์ในด้านผลประกอบการให้ยอดขายกลับสู่สภาวะปกติ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มีบริการส่งสินค้าถึงบ้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีการปรับโครงสร้างราคาสินค้าให้ดึงดูดและตรงกับความต้องการลูกค้ามากขึ้นตามสถานการณ์ แต่ก็ยังเป็นการปรับราคาตามความเหมาะสมให้สอดคล้องกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ การปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญหนึ่งที่จะสามารถให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ เนื่องจากการสร้างรูปแบบการบริการแบบใหม่ รวมถึงการให้ความสำคัญกับช่องทางการสื่อสารในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางในปัจจุบันที่จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น สามารถสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้ลูกค้าได้ ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ทางร้านก็ไปมุ่งเน้นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการขาย มีการจัดส่งถึงบ้าน และมีการปรับตัวในเรื่องของเมนูอาหารและราคาที่ลดลง แต่ยังคงเน้นปริมาณ ในฐานะเจ้าของธุรกิจ สำหรับช่วงที่ผ่านมาผมตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจว่าจะพยายามปรับประคับประคองเพื่อให้สถานการณ์คลี่คลายลง ให้ความสำคัญในการตรงกับความต้องการลูกค้า พยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตรงกับความต้องการลูกค้าให้มากที่สุด”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ที่ร้านก็ปรับเปลี่ยนหลายอย่างครับ แต่ทุกคนก็เข้าใจช่วยกัน ร้านรอดเราก็รอด ทุกคนก็เลยยินดีปฏิบัติตามกันหมด เจ้านายก็พูดคุยอธิบายตลอดครับ”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“ตอนที่ร้านมี โปร โมชั่นทางหน้าเพจ ซึ่งเป็น โปร โมชั่นที่น่าสนใจเลยทีเดียว โดยเฉพาะการจัดส่งถึงที่อื่นก็มีการปรับลดราคา ตัวเองกับที่บ้านก็มีการใช้บริการเป็นประจำด้วย ไม่อยากออกไปข้างนอก อีกทั้งสะดวกสบายมากขึ้น ก็มีการแนะนำต่อ ๆ กันกับคนรู้จัก”

2.6 ด้านกำลังซื้อของลูกค้า

การปรับตัวสำหรับผลกระทบด้านกำลังซื้อ คือการปรับตัวโดยมุ่งเน้นตรงกับความต้องการความต้องการ เมื่อลูกค้ามีกำลังการซื้อน้อยลง ก็มีความจำเป็นต้องปรับลดราคาสินค้าให้เหมาะสมแต่ในขณะเดียวกันยังคงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพและปริมาณ การสร้างสรรค์เมนูใหม่ ๆ ที่เน้นตรงกับความต้องการการใช้ชีวิตของลูกค้าในปัจจุบันที่มีความเร่งรีบและเน้นความสะดวก ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายอย่างสมเหตุผล ผู้ประกอบการจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเครื่องมือให้สะดวกและง่ายต่อการจัดส่ง ง่ายต่อการพกพา นอกจากนี้ยังมีการกำหนดราคาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกซื้อ ในประเด็นนี้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ก็พยายามพูดคุยกับพนักงานให้เล่าให้ฟังถึงข้อมูลการซื้อของลูกค้า พยายามถามรายละเอียดเอามาวิเคราะห์ ว่าควรปรับเปลี่ยนเมนูแบบไหน ซึ่งก็ออกมาเป็นเมนูต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบรับดี ราคาก็เอาตามความเหมาะสม ไม่นั่นกำไรเยอะแน่นอนอยู่ได้”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“ก็มีการช่วยคิดเมนูครับ เจ้านายก็ถามรายละเอียดลูกค้า ให้พวกเราเล่าให้ฟังและให้ช่วยเสนอความเห็นครับ ว่าควรปรับเปลี่ยนยังไง เพราะพวกเราจะได้รับข้อมูลโดยตรงจากที่ลูกค้าเคยพูด”

ผู้สัมภาษณ์ลูกค้า กล่าวว่า

“ช่วงโควิดก็คิดเยอะขึ้นค่ะ จะใช้จ่ายอะไรก็เอาตามความเหมาะสม ที่ร้านทำส่งมีเมนูอาหารกล่อง สะดวกดีราคาไม่แพงด้วย คุณภาพปริมาณก็เหมาะสม อีกเรื่องก็คำนึงเรื่องเวลาด้วย กลัวจะกลับไม่ทันเวลาที่เค้ากำหนด เน้นสั่งมาส่งที่บ้านเป็นหลัก เราไม่ต้องมาเสียเรื่องเวลา”

2.7 ด้านระยะเวลาการเปิดบริการ

การปรับตัวด้านระยะเวลาการเปิดบริการ จากการกำหนดมาตรการควบคุมทางด้านเวลา ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไป ลูกค้ามีความเร่งรีบมากขึ้น ในขณะเดียวกันพนักงานเองก็ได้รับผลกระทบในการเดินทาง ในฐานะผู้ประกอบการนอกจากจะให้ความสำคัญกับลูกค้าแล้วยังคงต้องคำนึงถึงการดำเนินชีวิตของพนักงานภายในร้านด้วย ดังนั้นจึงมีการปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการจำหน่ายและบริการลดลง โดยต้องใช้เวลาสำหรับเปิดปิดร้านอย่างเหมาะสม เพื่อเวลาในการเดินทางของพนักงานในร้าน ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ผมปรับเวลาอิงตามมาตรการของรัฐและพนักงานในร้าน ผมเองก็ต้องคำนึงถึงเวลากลับบ้านลูกน้องในร้านด้วย ดังนั้นเราก็จะปิดเร็วขึ้นเพื่อเวลาปิดร้านและให้พนักงานเดินทางกลับได้อย่างไม่เร่งรีบ เพื่อจะได้ไม่เสี่ยงต่ออุบัติเหตุ”

ผู้สัมภาษณ์พนักงาน กล่าวว่า

“พวกเราค่อนข้างโชคดี เจ้านายเข้าใจมีเรียกมาคุยถามถึงระยะเวลาการเดินทางจะได้เอามาประเมินเวลาเปิดปิดร้านครับ”

2.8 ด้านการลงทุน

จากสถานการณ์ช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด นอกจากมีมาตรการควบคุมธุรกิจ ก็ยังมีมาตรการช่วยเหลือสำหรับผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น มาตรการช่วยค่าจ้างพนักงาน มาตรการลดหย่อนทางภาษี มาตรการสินเชื่อจากธนาคาร มาตรการลดดอกเบี้ยผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องติดตามข่าวสารเพื่อเข้าสู่มาตรการช่วยเหลือ หากมีคุณสมบัติเข้า

หลักเกณฑ์ นอกจากนั้นต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และพยายามหาช่องทางใหม่ ๆ ในการประกอบธุรกิจเพื่อกระจายความเสี่ยง ในประเด็นนี้ผู้ให้ข้อมูลกล่าวสอดคล้องดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ กล่าวว่า

“ช่วงโควิด โชคดีที่ผมค่อนข้างติดตามข่าวสารมีมาตรการช่วยเหลืออะไรผมก็เข้าร่วม ยื่นเรื่องหมด ซึ่งก็ช่วยได้เยอะเลย อย่างเช่นที่ มีช่วยเรื่องค่าจ้างพนักงานก็ทำให้พนักงานไม่เดือดร้อน หรือมีมาตรการสินเชื่อที่ช่วยให้มาหมุนในร้านก่อนช่วงแรกก็ทำให้ร้านผมมีสภาพคล่องมากขึ้นในช่วงปรับตัวแรก ๆ”



บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ถึงผลกระทบและการปรับตัวของแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หากความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ สามารถวิเคราะห์ อภิปราย และสรุปผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ประกอบไปด้วย 8 ด้านดังต่อไปนี้

1.1.1 ด้านผลประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ต้องประสบปัญหากับมาตรการควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อโรค ที่ส่งผลให้มีการออกมาตรการให้งดการนั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน อีกทั้งลูกค้ามีพฤติกรรมที่ปรับเปลี่ยนไปจากความกลัว งดการพบปะภายนอก ส่งผลให้ทั้งกลุ่มลูกค้าประจำและกลุ่มลูกค้าหมุนเวียนหายไป ยอดขายจึงลดลงอย่างรวดเร็วจากการที่ลูกค้าไม่สามารถนั่งที่ร้านได้

1.1.2 ด้านต้นทุน พบว่าผู้ประกอบการมีต้นทุนทั้งในเรื่องของสถานที่ ค่าจ้างพนักงาน วัตถุดิบในการทำอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่และพนักงานเป็นค่าใช้จ่ายที่คงที่ตลอดทั้งในสภาวะการณปกติและในสถานการณ์การแพร่ระบาด ถึงแม้ต้นทุนในเรื่องวัตถุดิบจะสามารถปรับเปลี่ยนและวางแผนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ แต่ในส่วนต้นทุนค่าเช่าและค่าจ้างพนักงานยังคงที่เท่าเดิม ในขณะที่เดียวกันผลประกอบการรายได้ก็ลดลง

1.1.3 ด้านกลุ่มลูกค้า ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคอย่างรวดเร็ว ผู้คนส่วนใหญ่เกิดความกลัวในการพบปะผู้คน บริษัท ๆ หน่วยงานต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการทำงานให้มีการทำงานที่บ้านหรือที่เรียกว่า work from home ทำให้การเดินทางออกนอกบ้านของผู้คนน้อยลง ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อลูกค้าทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าหมุนเวียนหายไปด้วย เนื่องจากลูกค้าบางส่วนก็มาจากการแวะพักจากการทำงาน มาสังสรรค์และพูดคุยกันที่ร้าน

1.1.4 ด้านบุคลากร การแพร่ระบาดของโรคค่อนข้างรวดเร็วและมีการติดต่อกันได้ง่าย จึงทำให้หากมีพนักงานที่ติดเชื้อ จำเป็นต้องหยุดงานอย่างน้อย 7 วัน เพื่อพักฟื้นรักษาตัวและลดการกระจายความเสี่ยง ทำให้หลายครั้งต้องพบกับปัญหาในการขาดแคลนพนักงานได้

1.1.5 ด้านรูปแบบการขาย จากมาตรการที่ควบคุมไม่ให้ให้บริการภายในร้าน ทำให้รูปแบบการขายตามปกติของผู้ประกอบการได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านได้ จึงต้องขายสินค้าในรูปแบบซื้อกลับบ้าน หรือจัดส่งเท่านั้น รูปแบบการขายดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้ลดลงมาก เพราะการให้บริการที่ร้านลูกค้าใช้จ่ายมากกว่า โดยเฉพาะร้านเครื่องดื่ม แต่การปรับตัวดังกล่าวช่วยให้ธุรกิจยังดำเนินต่อไปได้ชั่วคราว

1.1.6 ด้านกำลังซื้อของลูกค้า การที่ภาครัฐใช้มาตรการเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ทำให้ลูกค้าขาดรายได้จากการทำงาน หรือรายได้จากการประกอบกิจการที่ลดลงหรือบางรายต้องปิดกิจการชั่วคราว ทำให้ต้องประหยัดค่าใช้จ่าย กำลังซื้อสินค้าตามปกติจึงลดลง เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย

1.1.7 ด้านระยะเวลาการเปิด-ปิด บริการ จากมาตรการควบคุมเวลา ให้ผู้คนอยู่เฉพาะในที่พักอาศัยช่วงกลางคืน เพื่อลดการเดินทางและลดการพบปะกันของผู้คน ทำให้ลูกค้าของร้านต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ต้องเร่งรีบมากขึ้น ไม่สามารถรับประทานอาหารนอกบ้าน และมีการควบคุมอย่างเข้มงวดสำหรับธุรกิจบริการช่วงกลางคืนเพื่อลดความเสี่ยงเรื่องการแพร่กระจายของเชื้อโรค ทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มถูกจำกัดเวลาเปิด-ปิดร้าน ที่ส่งผลต่อการประกอบการโดยตรง

1.1.8 ด้านการลงทุน จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค ส่งผลให้ผู้คนใช้จ่ายด้วยความระมัดระวังมากขึ้น ทำให้รายได้จากการขายลดลง สภาพคล่องทางการเงินของผู้ประกอบจึงลดลงไปด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มบางรายจึงต้องกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ต่าง ๆ การยืมเงินจากญาติ หรือ เพื่อนเพื่อนเพื่อประคับประคองธุรกิจให้อยู่รอดส่งผลให้ผู้ประกอบการบางรายจำเป็นต้องตัดสินใจปิดกิจการลง เนื่องจากไม่สามารถรับภาระค่าใช้จ่ายได้เพราะผลประกอบการขาดทุนเป็นจำนวนมาก

1.2 การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการปรับตัวดังนี้

1.2.1 ด้านผลประกอบการ จากผลประกอบการที่ลดลงเนื่องจากไม่สามารถดำเนินธุรกิจในรูปแบบปกติได้จากมาตรการควบคุม กระทบกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไป จึงมีการวางแผนปรับรูปแบบธุรกิจโดยเน้นตอบตรงกับความต้องการในรูปแบบปัจจุบันด้วยกัน มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์การขาย ปรับลดราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ สร้างรูปแบบการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ อย่างเช่น บริการจัดส่งโดยไม่มีค่าบริการ กระบวนการเหล่านี้ทำให้ธุรกิจมีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ได้มากยิ่งขึ้น

1.2.2 ด้านต้นทุน ส่วนของต้นทุนที่สามารถจะปรับเปลี่ยนได้สำหรับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม คือในส่วนของต้นทุนวัตถุดิบ ที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์และการขายที่ปรับเปลี่ยนไป ลดการซื้อในปริมาณมาก แต่ปรับเปลี่ยนเป็นการประเมินวันต่อวัน เนื่องจากสถานการณ์อยู่ในช่วงที่คาดการณ์ยาก

1.2.3 ด้านกลุ่มลูกค้า การเพิ่มบริการจัดส่งอาหารถึงที่ ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นกว่าการขายเฉพาะหน้าร้าน ถึงแม้จะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการได้ใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดในพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 รวมทั้งใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย การแนะนำสินค้าใหม่ ในช่องทางดังกล่าวด้วย

1.2.4 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 ของพนักงานภายในร้านด้วยการลดจำนวนพนักงานลงจากจำนวนปกติในการทำงาน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนตารางเวลาการทำงานให้เข้ากับจำนวนลูกค้าที่มาบริการน้อยลง

1.2.5 ด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ มีการปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่าย ให้มีบริการส่งสินค้าถึงบ้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีการจัดการส่งเสริมการขายปรับราคาให้ดึงดูดและตรงกับความต้องการ รวมไปถึงปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์

1.2.6 ด้านกำลังซื้อของลูกค้า เมื่อลูกค้ามีกำลังการซื้อน้อยลง ก็จำเป็นต้องปรับลดราคาสินค้าแต่ในขณะเดียวกันยังคงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสม ควรมีการกำหนดราคาให้ได้มาตรฐานและตรงกับความต้องการความต้องการของลูกค้า

1.2.7 ด้านระยะเวลาการเปิดบริการ มาตรการควบคุมเวลาส่งผลให้ระยะเวลาในการจำหน่ายและบริการลดลง ดังนั้นอาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเวลาการเปิดปิดของร้านให้เร็วขึ้น

1.2.8 ด้านการลงทุน ในสถานการณ์ช่วงการแพร่ระบาด นอกจากมีมาตรการควบคุมธุรกิจ ก็ยังมีมาตรการช่วยเหลือสำหรับผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องตามข่าวสารในเพื่อเข้าสู่มาตรการช่วยเหลือ นอกจากนี้ยังต้องเรียนรู้และพยายามหาช่องทางใหม่ ๆ ในการประกอบธุรกิจเพื่อกระจายความเสี่ยง

2. อภิปรายผล

2.1 ผลกระทบของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้รับผลกระทบจากสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากสถานการณ์การระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และยังคงพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ทำให้ลูกค้าเกิดความเกรงกลัวในการใช้ชีวิตตามปกติ จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าการแพร่ระบาดที่รวดเร็วส่งผลให้ภาครัฐต้องมีมาตรการควบคุมต่าง ๆ ซึ่งเป็นมาตรการที่ลดการรวมกลุ่มของผู้คนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจบริการที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ผู้ประกอบการต้องเผชิญปัญหาในหลายด้านซึ่งผลกระทบเหล่านั้นประกอบไปด้วย 8 ด้านดังต่อไปนี้

2.1.1 ด้านผลประกอบการ ยอดขายลดลงจากการมาตรการควบคุมธุรกิจและอิทธิพลจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของลูกค้า

2.1.2. ด้านต้นทุน ในขณะที่ผลประกอบการลดลง รายรับที่ได้ลดไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันรายจ่ายหลายอย่างยังคงเดิมไม่ว่าจะเป็น ค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าวัตถุดิบต่าง ๆ

2.1.3 ด้านกลุ่มลูกค้า มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการทำงานทำให้การเดินทางออกนอกบ้านของผู้คนน้อยลง รวมทั้งมาตรการลดการรวมกลุ่ม ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อลูกค้าทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าหมุนเวียนหายไปด้วย

2.1.4 ด้านบุคลากร เกิดความเสี่ยงในการติดเชื้อได้ง่าย ซึ่งทำให้เกิดสถานการณ์ขาดแคลนพนักงาน

2.1.5 ด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ มาตรการที่ควบคุมไม่ให้นั่งภายในร้าน ส่งผลต่อรูปแบบการขายตามปกติได้รับผลกระทบอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ร้านได้

2.1.6 ด้านกำลังซื้อของลูกค้า เศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทำให้ผู้คนระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น และให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมและสินค้าที่มีความจำเป็นก่อนเท่านั้น

2.1.7 ด้านระยะเวลาการเปิดบริการ ทำให้ช่วงเวลาในการบริการและการขายลดลงไปตามมาตรการ ลูกค้ามีความเร่งรีบมากขึ้นในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อเวลา

2.1.8 ด้านการลงทุน สถานการณ์เศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบ สภาพคล่องทางการเงินของผู้ประกอบการลดลง บางรายจะมีการกู้เงินไม่ว่าจะเป็นการกู้ลงทุนในการทำธุรกิจ หรือการลงทุนในการดำเนินชีวิต ที่จำเป็นต้องมีการชำระในทุกเดือน เป็นรายจ่ายที่แน่นอนในขณะที่รายรับลดลง

2.2 การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะวิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

การปรับตัวเป็นสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจการต่อไปได้ในสภาวะของการแพร่ระบาดที่ส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจโดยเฉพาะธุรกิจบริการได้รับผลกระทบอย่างมากอีกทั้งด้วยระยะเวลาขอบเขตการแพร่ระบาดที่ไม่สามารถตอบได้ชัดเจนว่าจะยาวนานเพียงใด ผู้ประกอบการควรมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถเผชิญกับสถานการณ์ที่อาจส่งผลให้เกิดการปิดตัวหรือธุรกิจต้องหยุดชะงักลง ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา รวมทั้งมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่ไม่

สามารถควบคุมได้เข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของธุรกิจอยู่ตลอดเวลา การรู้จักปรับตัวทั้งทางด้านจิตใจ เพื่อการตั้งรับแก้ปัญหาและดำเนินธุรกิจต่ออย่างเข้มแข็ง กระบวนการปรับตัวตามหลักการการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ เป็นกระบวนการสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านจิตใจ วิธีคิด กระบวนการแก้ปัญหา ความสามารถในการปรับเปลี่ยน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในสถานการณ์ที่เลวร้าย ก่อให้เกิดความตื่นเครียด ถือเป็นกระบวนการจัดการผลกระทบให้อย่างมีประสิทธิภาพที่ต้องแข่งขันกับ ความกดดัน และเวลา เพื่อให้สถานการณ์สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว ผลกระทบในแต่ละด้านที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญ จึงมีการนำแนวคิดของการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ โดยใช้หลักการยืดหยุ่นต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในกระบวนการต่าง ๆ มาปรับใช้เพื่อพลิกฟื้นสถานการณ์ทางธุรกิจให้สามารถเป็นการประยุกต์ใช้ ความรู้ ความเข้าใจ มาปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเผชิญกับปัญหาอุปสรรค เพื่อตอบรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยจากกระบวนการแนวคิด ทฤษฎีการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ เป็นการปรับเปลี่ยนโดยแข่งขันกับเวลา เพื่อให้ธุรกิจฟื้นตัว โดยแบ่งกระบวนการแก้ปัญหาในเป็น 3 กระบวนการ ดังนี้ 1. การลดความเสี่ยง 2. การปรับเปลี่ยน 3. การกลับสู่สภาวะปกติ/พัฒนาต่อยอด

2.2.1 ด้านผลประกอบการ จากผลประกอบที่ลดลงเนื่องจากไม่สามารถดำเนินธุรกิจในรูปแบบปกติได้ จากมาตรการควบคุม และพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไป จึงมีการวางแผนปรับรูปแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยเน้นตอบตรงกับความต้องการในรูปแบบปัจจุบันด้วยการ โดยมีการปรับเปลี่ยนดังนี้ 1. การลดความเสี่ยง ลดราคาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อกระตุ้นยอดขาย ตอบตรงกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน 2. การปรับเปลี่ยน มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์การขาย วางแผนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ 3. การกลับสู่สภาวะปกติ/พัฒนาต่อยอด สร้างรูปแบบการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ อย่างเช่น บริการจัดส่งฟรี กระบวนการปรับเปลี่ยนเหล่านี้ทำให้ธุรกิจมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางที่นำมาต่อยอดในอนาคตในการทำธุรกิจ

2.2.2 ด้านต้นทุน ส่วนของต้นทุนที่สามารถจะปรับเปลี่ยนได้สำหรับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม คือในส่วนของต้นทุนวัตถุดิบ 1. การลดความเสี่ยง ลดการซื้อในปริมาณมาก แต่ปรับเปลี่ยนเป็นการประเมินวันต่อวัน เนื่องจากสถานการณ์อยู่ในช่วงที่คาดการณ์ยาก ลดค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนของเงินส่วนแบ่งจากการขายสินค้าโดยมีการตกลงพูดคุยสร้างความเข้าใจ

2. การปรับเปลี่ยน เลือกซื้อวัตถุดิบที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์และการขายที่ปรับเปลี่ยนไป 3. การกลับสู่สภาวะปกติ/พัฒนาต่อยอด วางแผนต่อยอดเมนูที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนประเมินต้นทุนวัตถุดิบตามสถานการณ์ได้ง่าย

2.2.3 ด้านกลุ่มลูกค้า 1. การปรับเปลี่ยน การเพิ่มบริการจัดส่งถึงที่ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ถึงแม้จะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น 2. การกลับสู่สภาวะปกติ/พัฒนาต่อยอด ประชาสัมพันธ์การขายก็เป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดลูกค้าให้ความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เพื่อต่อยอดกลุ่มลูกค้าในอนาคต

2.2.4 ด้านบุคลากร 1. การลดความเสี่ยง บุคลากรหรือพนักงานภายในร้านจำเป็นต้องมีมาตรการในการทำงานเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของการติดเชื้อ 2. การปรับเปลี่ยนปรับเปลี่ยนตารางเวลาการทำงานพนักงานให้มีความยืดหยุ่นตามมาตรการควบคุม รวมทั้งการเปลี่ยนตารางงานให้มีพนักงานเหมาะสมกับกิจกรรมในแต่ละวัน

2.2.5 ด้านรูปแบบการค้าในธุรกิจ 1. การลดความเสี่ยง งดกิจกรรมการขายหน้าร้านตามมาตรการควบคุม 2. การปรับเปลี่ยน เพิ่มช่องทางจำหน่ายให้มีบริการส่งสินค้าถึงบ้านเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีการจัดการส่งเสริมการขายปรับราคาให้ดึงดูดและตรงกับความต้องการ รวมไปถึงปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ 3. การกลับสู่สภาวะปกติ/พัฒนาต่อยอด เพิ่มช่องทางกิจกรรมการขายในอนาคตที่หลากหลายทั้งในรูปแบบหน้าร้านและขายทางออนไลน์ในระยะยาว เพื่อโอกาสต่อยอดทางธุรกิจ

2.2.6 ด้านกำลังซื้อของลูกค้า 1. การลดความเสี่ยง เมื่อลูกค้ามีกำลังการซื้อน้อยลงก็จำเป็นต้องปรับลดราคาสินค้าแต่ในขณะเดียวกันยังคงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสม ควรมีการกำหนดราคาให้ได้มาตรฐานและตรงกับความต้องการความต้องการของลูกค้า 2. การปรับเปลี่ยน มีการส่งเสริมการขายตามสถานการณ์ สร้างความหลากหลายในการเลือกซื้อเพื่อลูกค้าได้มีโอกาสตัดสินใจที่หลากหลาย 3. การกลับสู่สภาวะปกติ/พัฒนาต่อยอด การปรับเปลี่ยนเมนูสร้างความหลากหลายทั้งรูปแบบบริการ และราคาโดยประเมินจากสถานการณ์ เป็นการต่อยอดระยะยาวในการตรงกับความต้องการความต้องการลูกค้าในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

2.2.7 ด้านระยะเวลาการเปิดบริการ การลดความเสี่ยง ลดเวลาการให้บริการเปิดปิดของร้านตามมาตรฐานของรัฐ โดยลดเวลาให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริง เนื่องจากมาตรการควบคุมเวลาส่งผลให้ระยะเวลาในการจำหน่ายและบริการลดลง

2.2.8 ด้านการลงทุน การปรับเปลี่ยน ในสถานการณ์ช่วงการแพร่ระบาด นอกจากมีมาตรการควบคุมธุรกิจ ก็ยังมีมาตรการช่วยเหลือสำหรับผู้ลงทุนหรือผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องตามข่าวสารในเพื่อเข้าสู่มาตรการช่วยเหลือ นอกจากนี้ยังต้องเรียนรู้และพยายามหาช่องทางใหม่ ๆ ในการประกอบธุรกิจเพื่อกระจายความเสี่ยง

จากการปรับตัวตามหลักการการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปซึ่งแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กุชงค์ สิริพิพัฒน์กุล (2563) ที่กล่าวว่ากลยุทธ์การปรับตัว 5 ด้าน ได้แก่ 1. กลยุทธ์ด้านการวางแผน ผู้ประกอบการมีการวางแผนปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป เพื่อตอบสนองพฤติกรรมลูกค้าในหลากหลายกลุ่มมากขึ้น 2. ด้านการตลาด มีการวางแผนปรับเปลี่ยนการส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจและเพิ่มยอดขาย 3. ด้านการเงิน มีการประเมินปรับเปลี่ยนเพื่อลดต้นทุนที่สามารถทำได้ อีกทั้งปรับแผนการลงทุนอย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ 4. ด้านการทำงานองค์กร ปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่และสร้างความเข้าใจในการทำงาน 5. ด้านการป้องกัน นำสิ่งที่เผชิญมาเป็นบทเรียนในการเตรียมตัวและวางแผนปรับเปลี่ยนในระยะยาว ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้ให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในสถานการณ์การแพร่ระบาด ผ่านกระบวนการฟื้นคืนสู่สภาวะปกติ แต่อย่างไรก็ตามลักษณะการเลือกใช้กลยุทธ์การปรับตัวของบริษัทเพื่อความอยู่รอดในภาวะวิกฤต มีลักษณะการเลือกใช้ที่เหมือนและแตกต่างกันออกไปตามขนาดของบริษัท สิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งคือการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของแต่ละบริษัท ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นบทเรียนและแนวทางการรับมือในการดำเนินธุรกิจเมื่อเกิดภาวะวิกฤตในอนาคต นอกจากนี้การให้ความสำคัญในด้านการบริการเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการยังต้องคงไว้คือในเรื่องของคุณภาพการบริการในทุกสถานการณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญฤทัย เดชทองคำ (2563) กล่าวว่า อุตสาหกรรมการบริการเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในทางเศรษฐกิจ ซึ่งรวมถึง ธุรกิจร้านอาหารด้วยนั้น เมื่อเกิดวิกฤตการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ การให้ความสำคัญกับ คุณภาพการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินต่อไป

ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ยังคงแพร่ระบาดและส่งผลกระทบต่ออย่างต่อเนืองในทุกภาคส่วนธุรกิจ

นอกจากนี้การแก้ปัญหาข้างสอดคล้องกับแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการทำธุรกิจ นำหลักการมาประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ (ปรีชาติ คุณป्ली้ม ,2564)

1. การนำหลักพอประมาณ ผู้ประกอบการนำความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และความสามารถทางการเงิน มาประเมินสถานการณ์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ใหม่ โดยปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม คำนึงถึงความคุ้มค่าในการนำมาใช้ และพยายามลดการเพิ่มรายจ่ายหรือต้นทุน ในสถานการณ์ที่วิกฤต ปรับเปลี่ยนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า

2. การนำหลักการมีเหตุผล ผู้ประกอบการ วางแผนดำเนินกิจกรรมอย่างมีเหตุและผล แต่ยังคงให้ความสำคัญกับมาตรฐานทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับลูกค้า สร้างความประทับใจในการใช้บริการ เลือกรื้อ

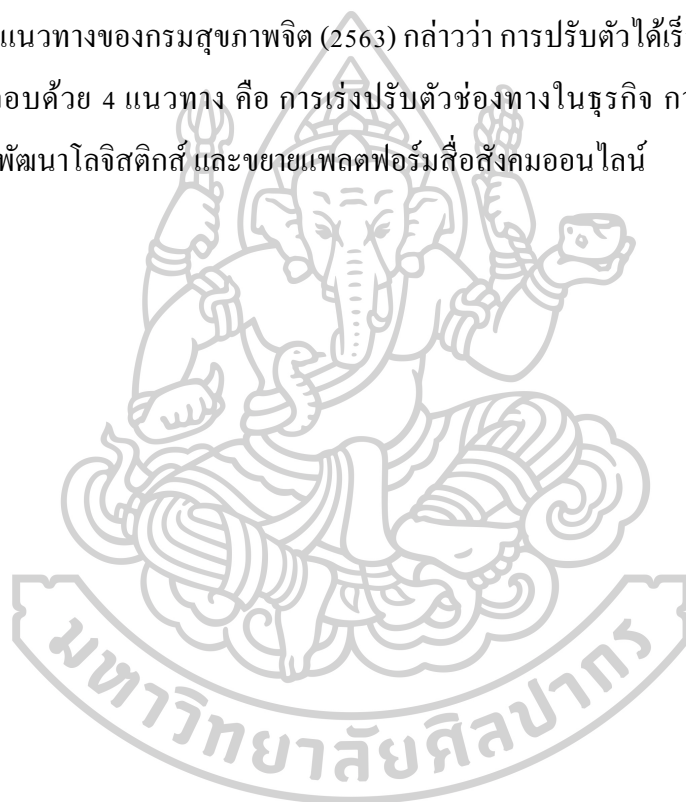
3. การนำหลักการคุ้มกัน เป็นการเตรียมความพร้อมเมื่อต้องเจอวิกฤตหรือการเปลี่ยนแปลงกระทันหันซึ่งตามมาด้วยผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องมีแนวคิดในการยืดหยุ่น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ มีแผนสำรองหรือแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับ มีการวางแผนปรับกลยุทธ์ในอนาคต เตรียมความพร้อมด้านการเงิน ความพร้อมด้านพนักงาน มีการฝึกฝนให้พนักงานสามารถทำงานได้หลายบทบาท มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเพิ่มโอกาสในการติดต่อกับลูกค้า กรณีช่องทางใดช่องทางหนึ่งเกิดปัญหา

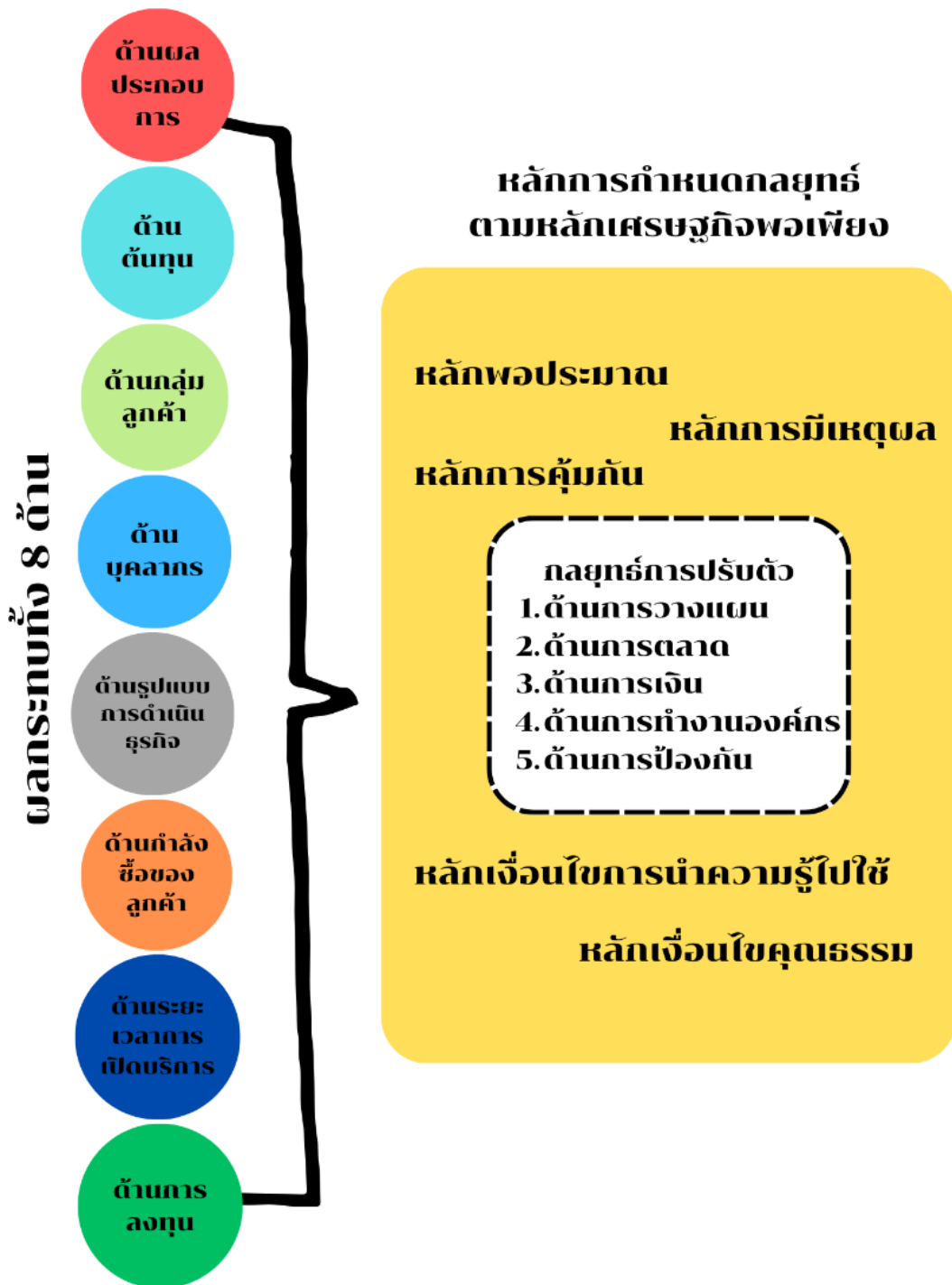
4. การนำหลักเงื่อนไขความรู้มาปรับใช้ โดยผู้ดำเนินธุรกิจต้องศึกษาอย่างเข้าใจกับสิ่งที่ต้องการจะทำ เพื่อนำความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ผู้ประกอบการมีนำข้อมูลลูกค้าเดิมมาวิเคราะห์ รวมทั้งการติดตามข่าวสาร หาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับกลยุทธ์และการปรับเปลี่ยน เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้

5. การนำเงื่อนไขคุณธรรมมาประยุกต์ใช้สำหรับดำเนินธุรกิจ โดยต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ ผู้ประกอบการยังคงให้ความสำคัญกับมาตรฐานบริการ การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมากับลูกค้า และพนักงานในร้าน ถึงแนวทางการปรับเปลี่ยน ให้ข้อมูลรายละเอียดอย่างชัดเจน มีการสื่อสารทางการตลาดอย่างตรงไปตรงมากับลูกค้า และให้ความสำคัญกับมาตรฐานความสะอาดและมาตรฐานสินค้าที่เหมาะสมกับราคา

การปรับตัวเพื่อแก้ไขปัญหาผลกระทบทั้ง 8 ด้าน เป็นการเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนสอดคล้องกับการวิจัยของ ปรีชาติ คุณป्ली้ม (2564) ที่พบว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจะทำให้ผู้คนเกิด

การเรียนรู้ที่จะปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่รอดในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งปัจจุบัน และอนาคต พฤติกรรมของผู้คนถูกปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจเองจำเป็นต้องปรับตัว ปรับเปลี่ยน และพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ตอบสนอง กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ธุรกิจตอบสนองต่อวิถีชีวิตผู้คนในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม สถานการณ์วิกฤตที่เป็นอุปสรรคและสร้างปัญหาที่ย่อมมีทางออกเสมอ ถ้าหากผู้ประกอบการเข้าใจ และรู้จักปรับเปลี่ยน สร้างธุรกิจให้มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้ทันตามสถานการณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจที่วางแผนไว้ภายหลังจากสถานการณ์โควิด และสอดคล้องกับแนวทางของกรมสุขภาพจิต (2563) กล่าวว่า การปรับตัวได้เร็วในสถานการณ์โควิดมีแนวคิดประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ การเร่งปรับตัวช่องทางในธุรกิจ การขยายพื้นที่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค การพัฒนาโลจิสติกส์ และขยายแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์





ภาพที่ 1 : ภาพแสดงผลสรุปการวิจัย

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

3.1.1 จากการวิจัยพบว่า โลกปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง และมีโรคอุบัติใหม่ที่มีความร้ายแรง สร้างความเสียหายที่ยากสำหรับการควบคุมผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการวางแผนเพื่อรองรับและจัดการความเสี่ยงในภาวะฉุกเฉิน หรือภาวะวิกฤตที่ไม่อาจคาดเดาได้ เพื่อให้ธุรกิจคงอยู่และดำเนินต่อไปได้

3.1.2 จากการวิจัยพบว่า คุณภาพอาหารหรือสินค้าที่ได้มาตรฐาน และการบริการที่อำนวยความสะดวกที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดความพึงพอใจเลือกสั่งซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

3.1.3 จากการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันที่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์หลากหลายทำให้การเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ทำให้เพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากช่องทางเหล่านี้

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาถึงทัศนะ มุมมอง แนวทางการปฏิบัติที่ดีของผู้ประกอบการในการพลิกฟื้นหรือสร้างความยั่งยืนในธุรกิจร้านอาหาร หรือธุรกิจบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ต่าง ๆ

3.2.2 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อใช้เป็นแนวในการวางแผนเพื่อนำมาเป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

3.2.3 ควรศึกษาธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม หรือธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จในเรื่องการปรับตัวเมื่ออยู่ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อนำมาศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

รายการอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2564). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง. เอกสารเผยแพร่กลุ่มพัฒนาวิชาการโรคติดต่อ.
- กรมสุขภาพจิต. (2563). คู่มือการปฏิบัติงานทีมช่วยเหลือเยียวยาจิตใจทุกระดับ : ผู้ประสบภาวะวิกฤตในกรณีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (2019).
- กิตติกร เรืองขำ , ยูเรศ มาชอร์และ กิตติกาญจน์ กาญจนะคูหะ. (2564). “ศึกษางานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา.” วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ,ปีที่ 4 ,ฉบับที่ 2 : 748-760
- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2563). “ความสำคัญของคุณภาพการบริการสู่ความสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยวภายใต้วิกฤต COVID-19.” วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ ,ปีที่ 21 ,ฉบับที่ 3 : 317-326
- นัฐชสรณ์ กาญจนศิลานนท์. (2559). “การสร้างคุณค่าและความพึงพอใจแก่ลูกค้าในธุรกิจโรงแรม.” วารสาร Veridian E-Journal ,ปีที่ 9 ,ฉบับที่ 2 : 154-168
- ดาว ชุ่มตะขบ. (2563). “เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก ทางรอดฝ่าวิกฤตโควิด-19. วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา.”,ปีที่ 2 ,ฉบับที่ 3 : 11-22.
- ดวงมณี จงรักษ์ และ เพ็ญประภา ปริญญาพล. (2562). “อิทธิพลของความยืดหยุ่นทนทาน กลวิธีเผชิญปัญหาและการศึกษา ต่อ สุขภาพจิตของทหารพรานที่ปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ความไม่สงบชายแดนใต้.”Hatyai Academic Journal ,ปีที่ 17 ,ฉบับที่ 1 : 33-47
- นนทิตา เปรมแปลก และ อริสสา สะอาดนัก. (2564). “กลยุทธ์การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของธุรกิจ คาเฟ่สัตว์เลี้ยง กรณีศึกษา ธุรกิจร้านอินคาเฟ่ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”วารสารมนุษยและสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ,ปีที่ 5 ,ฉบับที่ 1 : 116-132

นวฤทธิ คุ้มม่วง. (2563). “ผลกระทบและการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจส่งออกดอกไม้ของ บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดราชบุรี หลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2563). “การปรับตัวของธุรกิจหลังยุค COVID – 19.” วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย ,ปีที่ 12 ,ฉบับที่ 2 : 99-110

บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). “คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พัชรี ถุงแก้ว, วินิรฉัตร ทศนะเทพ, เสาวรัตน์ ทศตะ และพนาสินธุ์ ศรีวิเศษ. (2563). “การศึกษาและพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ และฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษาบนฐานวิถีชีวิตใหม่” รายงานการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

พัฒนาภา ธาดาสิริโชค. (2563). “กลยุทธ์การปรับตัวด้านการบริหารจัดการโรงแรมในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา โรงแรมเดอะภัทรา พระราม 9.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พสุ เดชะรินทร์. (2564). “ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง.” สืบค้นวันที่ 28 ธันวาคม 2564 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/962446>

ภูงศ์ สติรพิพัฒน์กุล. (2564). “กลยุทธ์การปรับตัวต่อผลกระทบจากโควิด-19 ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2563.” สารสาส์นศึกษาศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,ฉบับที่ 2 : 451-464

มนษิรดา ทองเกิด. (2564). “นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์การสร้างแตกต่างของธุรกิจบริการ.” วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ,ปีที่ 12 ,ฉบับที่ 1 : 114-129

วรัศลินญา สุขธนโชติพงศ์. (2562). “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิภาวรรณ ลิมป์ไพบุลย์. (2565). “หลักพุทธธรรมและทฤษฎีการพัฒนาทางจริยธรรมของโคเลบรีร์ เพื่อลดการทุจริตในองค์กร.” วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ ,ปีที่ 7 ,ฉบับที่ 5 : 175-193.

วิโรท สันติประภพ. (2563). “ก้าวต่อไปทิศทางเศรษฐกิจ หลังยุคโควิดถาวร.” รายงานการสัมมนาวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นวันที่ 25 ธันวาคม 2564 จาก <https://www.isranews.org>

วัฒน์ สุขขวัญ. (2563). “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วรัฏฐา หวังศิริเวช. (2559). “ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ทำการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรวัดย์ สมสวัสดิ์ และ ชนมณี ทะนันเป้ง. (2563). “ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไมซ์ Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions (MICE) ในยุคโควิด-19.” วารสารนวัตกรรมและจัดการ ,ปีที่ 5 : 129-145

ศิวพร เทียมกระโทก. (2562). “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการความไว้นื้อเชื่อใจ และการรับรู้คุณค่า ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาของร้านค้าหลาย ในเขตปทุมธานี.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โสภิต นาสืบ. (2564). “รายงานผลการทบทวนผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากระบาดของโรคโควิด19 ในระดับโลกและในประเทศไทย.” สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP) กองโรคไม่ติดต่อกรมควบคุมโรค.

- โศภิตญา เต็มรัตน์. (2561). “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรม ระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนิตา ศรีพลนอก. (2561). “คุณภาพในการบริการ และการยึดติดทางอารมณ์ที่มีอิทธิพลต่อ ความภักดี ต่อการใช้บริการร้านกาแฟคาเฟ่เมซอนของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุริยน การะเวก. (2564). “คุณภาพการบริการ ความภักดีของผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อการสื่อสารแบบ ปากต่อปากในการทำธุรกิจ โต้ะเงิน ในจังหวัดสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุรัชยา หมานมานะ โสภณ เอี่ยมศิริถาวร และสุนนมาลย์ อุทัยมกุล. (2563). “โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).” วารสารสถาบันบาราศนราดรุร ,ปีที่14 ,ฉบับที่ 2 : 124-33
- เสาวณี จันทะพงษ์. (2564). “แรงสื้เบียด : ผลกระทบและการปรับตัว (Resilience) ของ ผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมและ ร้านอาหารช่วงโควิด-19: วิเคราะห์จากหลักคิด Outside-In : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. 26 ต.ค. 2564.
- แสงอรุณ วรากุลศิริศักดิ์, & อุมารวรรณ วาทกิจ. (2021). “คุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับ การ สื่อสารแบบบอกต่อของธุรกิจสปาในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัด มหาสารคาม.” วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ,ปีที่ 11 , ฉบับที่ 1 : 87-99.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2564). “Resilience กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อความอยู่รอดยั่งยืน เมื่อโควิดไม่ใช่ วิกฤตสุดท้ายที่ต้องเจอ.” สืบค้นวันที่ 28 ธันวาคม 2564 จาก <https://www.krungsri.com/th/business/other-services/empowerment/home>
- Basnyat S and Sharma S. (2021), Effects of COVID- 19 Crisis on Small and Medium- sized Hotel Operators: insights from Nepal. *Anatolia*, 32(1), 106–120
- Smith, G. D., & Yang, F. (2017). Stress, resilience and psychological well-being in Chinese undergraduate nursing students. *Nurse Education Today*, 49, 90-95

Satici, S. A. (2016). Psychological vulnerability, resilience, and subjective well-being: The mediating role of hope. *Personality and Individual Differences*, 102, 68-73.

Xing, C., & Sun, J. M. (2013). The role of psychological resilience and positive affect in risky decision-making. *International Journal of Psychology*, 48, 935-943

Ying, L., Wu, X., Lin, C., & Jiang, L. (2014). Trauma severity and trait resilience as predictors of posttraumatic stress disorder and depressive symptoms among adolescent survivors of the Wenchuan earthquake. *PLoS One*, 9(2)





ภาคผนวก



การสัมภาษณ์มีการดำเนินการสัมภาษณ์ คือ

ส่วนของผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของธุรกิจ พนักงานในร้านและลูกค้าประจำ

โดยแนวทางคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ มีการแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นคำถามส่วนแรก คือ ผลกระทบของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะ
วิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ประเด็นคำถามส่วนที่สอง คือ การปรับตัวของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในสภาวะ
วิกฤตจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

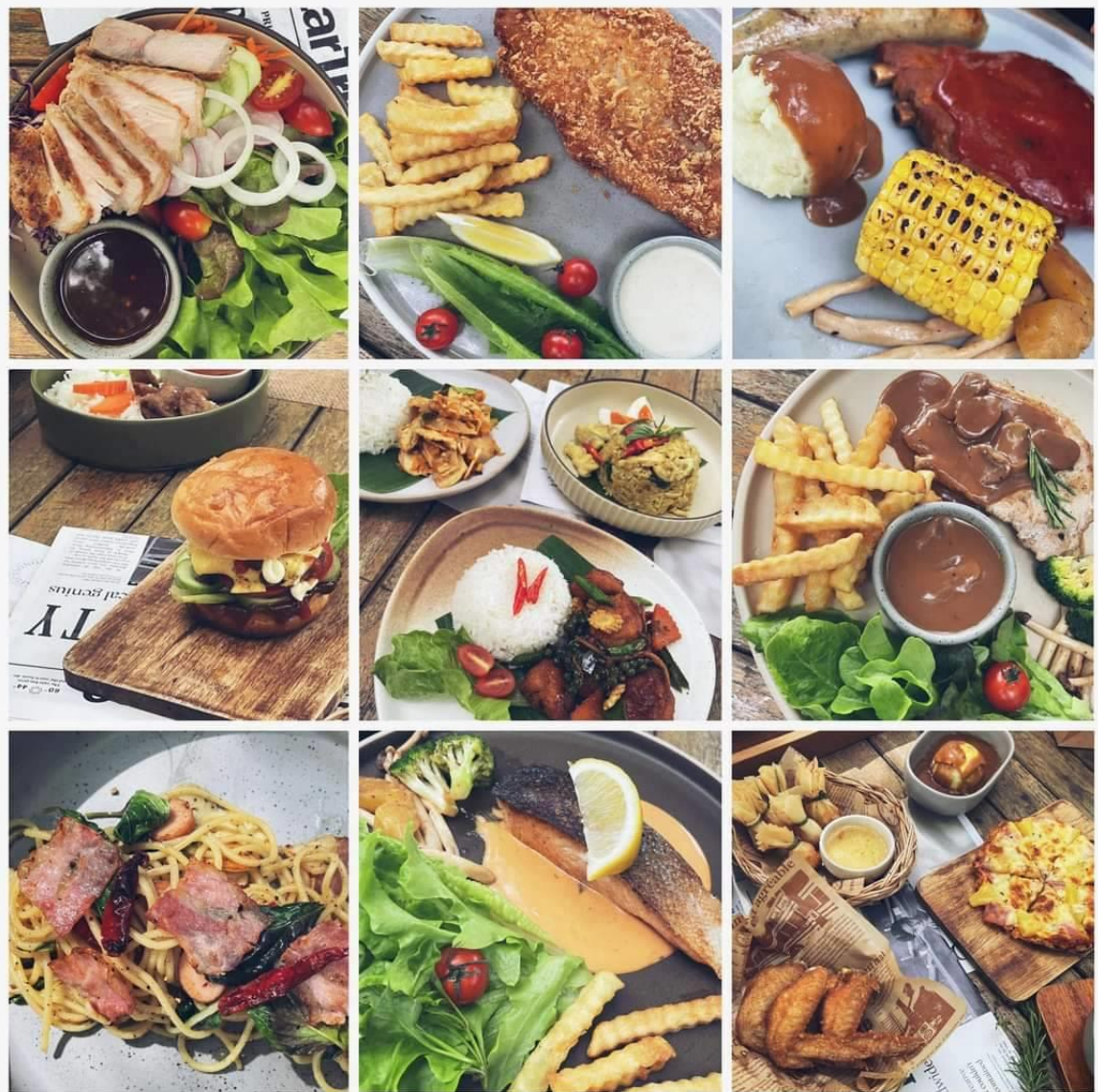




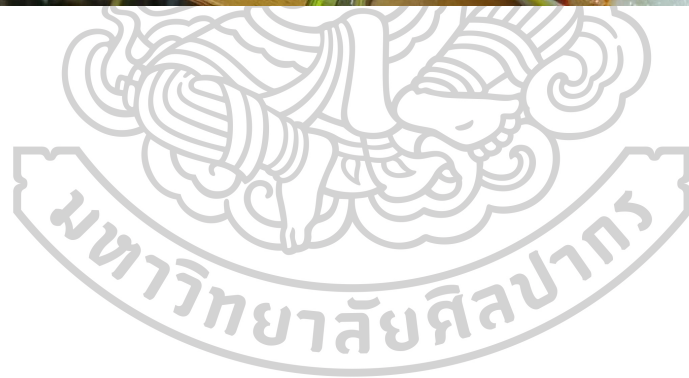
ภาคผนวก ข

ภาพประกอบ





AMBLY



แน่น ๆ ๆ ๆ ๆ

มีบริการส่งระแวกใกล้เคียงร้านแล้วจ้า
ซื้อครบ 300 บาท เราพร้อมเสิร์ฟความอร่อยให้ถึงที่เลย

(กดปุ่ม โทร หน้าเพจได้เลยจ้า)



 10

แชร์ 4 ครั้ง

เปิดให้บริการ เฉพาะส่งกลับบ้าน และ Delivery งดนั่งรับประทานที่ร้านชั่วคราว

ลูกค้าท่านใดต้องการสั่งเครื่องดื่มและอาหาร
สามารถทักข้อความ facebook page ของทางร้านได้เลยค่ะ



👍❤️ 14

1 ความคิดเห็น แชร์ 6 ครั้ง

👍 ถูกใจ

💬 แสดงความคิดเห็น

➦ แชร์

ใครไม่สะดวกมานั่งทานที่ร้าน บอกพี่แพนต้าได้เลยจ้าา หรือโทรมาสั่งแล้วมารับหน้าร้านก็ได้เหมือนกัน พร้อมวิ่งไปส่งให้ถึงรถ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชนวรรณน์ เหม่งเวหา
วัน เดือน ปี เกิด	7 พฤศจิกายน 2531
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	106 ม.4 ต.บ้านฆ้อง อ.โพธาราม จ.ราชบุรี 70120

