

การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วง สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ศตกมล คร้ามวอน*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทธุรกิจ และ 3) เพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ที่มีต่อการอยู่รอด ของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 390 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-Test F-Test และ Multiple Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีการปรับตัวด้านการเงินและบัญชี มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า และด้านการตลาดตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 แตกต่างกัน โดยมีการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ส่งผลต่อการอยู่รอดของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร การปรับตัวที่ส่งผลต่อการอยู่รอดมากที่สุด คือ ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการตลาด ด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบทางกายภาพ ตามลำดับ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

**THE ADAPTATION OF SMALL RESTAURANT AND CAFÉ ENTREPRENEURS
IN BANGKOK DURING THE COVID-19 PANDEMIC SITUATION**

ABSTRACT

This research the objectives of this study are 1) to study the adaptation during the Covid-19 epidemic situation of small food and beverage operators in Bangkok. 2) to compare the adjustments during the COVID-19 epidemic situation of small food and beverage operators in Bangkok, classified by type of business and 3) to study the impact of entrepreneurs' adaptation during the Covid-19 epidemic situation on survival of small food and beverage outlets in Bangkok. It is a quantitative research by using an online questionnaire as a research tool. The sample group was small food and beverage operators in Bangkok 390 samples. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test ,f-test and multiple regression analysis.

The research results are as follows: food and beverage operators, small food and beverage outlets In Bangkok there is an adjustment during the COVID-19 epidemic situation the overall picture is at a very high level. There was the adjustment in finance and accounting the most followed by product differentiation physical design customer focus and marketing respectively. The hypothesis testing revealed that small food and beverage operators in the Bangkok metropolitan region had different business types. There are different adjustments during the Covid-19 epidemic situation with the adjustment of entrepreneurs during the Covid-19 epidemic situation affecting the survival of small food and beverage outlets in Bangkok. The adaptation that affects survival the most is focusing on customers followed by marketing, product differentiation and physical design respectively.

บทนำ

จากสถานการณ์ปัจจุบันทั่วทุกมุมโลก ได้รับผลกระทบจากโรคระบาดไวรัสโคโรน่าหรือโควิด - 19 มีการแพร่กระจายของเชื้อโรคอย่างรุนแรงเป็นอย่างมากทำให้ เศรษฐกิจโลกมีการชะลอตัวลงซึ่งในไทยปัจจุบันพบผู้ติดเชื้อมากขึ้น และเพิ่มความรุนแรงมากยิ่งขึ้นทำให้มีผลกระทบต่อธุรกิจต่าง ๆ ผลกระทบของโรคโควิด - 19 ได้กระจายทั่วทุกจังหวัด ซึ่งดูจากผลสำรวจของฝ่ายวิเคราะห์ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563) พบว่า มี SMEs ให้ความสนใจตอบแบบสำรวจจาก 70 จังหวัด โดยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือ ภาคกลาง ภาคใต้ และ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ตามลำดับซึ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 รายได้ลดลงไปมากหรือไม่มีรายได้เลย ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินทรัพย์ดังกล่าวยังคงต้องจ่ายอยู่ เช่น ค่าเช่า ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือ/อุปกรณ์ ซึ่งไม่สามารถลดรายจ่ายในส่วนนี้ได้วิสาหกิจขนาดย่อมได้รับผลกระทบจากการลดลงของรายได้มากที่สุด โดยสาขาธุรกิจในการผลิตที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร มีรายได้ลดลงมากที่สุด ซึ่งผลประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มก็ได้รับผลกระทบหนักเช่นเดียวกัน ต้องมีการปรับเปลี่ยนช่วงทางการขาย การปรับเปลี่ยนให้ตรงตามมาตรฐานการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโควิด - 19 จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่มขนาดเล็กนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากิจการเพื่อให้มีคุณภาพและตอบสนองตรงความต้องการของผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากคำถามการวิจัยข้างต้นสามารถนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามประเภทธุรกิจ
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ที่มีต่อการอยู่รอด ของร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กร

ผู้นำองค์กรเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะต้องอธิบายได้ว่าองค์กรอยู่ ณ จุดใดของกระบวนการ เปลี่ยนแปลง และจะก้าวต่อไปทางใด บอกได้ว่าสิ่งใดได้เกิดขึ้นกำลังเกิดขึ้น และจะเกิดขึ้นในอนาคต นั่นคือ การใช้ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ให้เกิดความชัดเจน โดยสามารถสรุปให้ได้ต่อสิ่งเหล่านี้ (พัชรนันท์ กลั่นแก้ว, 2552, น.40) นอกจากนี้ สุกัลลณี จารุรัตน์และคณะ (2532) ได้ให้ความหมายของการปรับตัว ไว้ว่า การปรับตัวคือ กระบวนการปรับความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม โดยอาศัยพลังภายใน และสติปัญญา ระหว่างความต้องการกับมโนธรรมของบุคคลและความเป็นจริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่าง ๆ อีกทั้งจากการศึกษาของ มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริและวิศรา ศรีสวัสดิ์ (2538) กล่าวถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน และในกระบวนการผลิต เน้นการให้บริการที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนและควบคุมระบบเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอำนาจการบริหาร ผู้บริหารใหม่ การเปลี่ยนเจ้าของกิจการ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตวัฒนธรรมองค์กร อุปสรรคสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง พัทธนันท์ กลั่นแก้ว (2552, น.44) กล่าวว่า การยึดมั่นในแนวคิด/หลักการในอดีต จากการเรียนรู้ แบบท่องจำ มากกว่าการเรียนรู้แบบรู้เพิ่มเติม จึงไม่เปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ ๆ การมีข้อตกลงผูกพันไว้อยู่ก่อนแล้ว จึงไม่ต้องการเข้าร่วมการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กร ที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การปรับตัวในงานวิจัยนี้ หมายถึงการแก้ไขและการปรับปรุง ด้วยการศึกษาวិธีทางในการตอบสนองความต้องการของตนเอง การจัดการภายในร่างกายและภายนอกให้สามารถปรับตัวได้ดีต่อสภาวะล้อมในการดำเนินชีวิต รวมทั้งการตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกายจิตใจสังคม

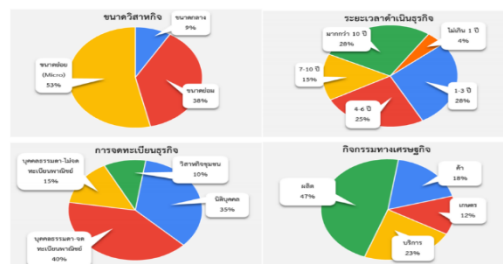
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบ เศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิด และ โอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้ที่รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน ดังนั้นโดยสรุป ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็น โอกาสทางธุรกิจและสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้าน (ณชนก จิตรบรรจง 2546) ส่วนในประเทศไทย วินิจ วีรยางกูร (2528) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า หมายถึงผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาและคอยประคับประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมานั้น มีการเจริญเติบโต จากการศึกษา Abrahamson (1989,7-14) กล่าวถึงคุณลักษณะความ

เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีคุณสมบัติที่สำคัญ 5 ประการ คือ ความรับผิดชอบ ความสำเร็จ กระฉับกระเฉง ความคิดริเริ่ม ความเพียรพยายามทนทาน และความทะเยอทะยาน ความสามารถอันประกอบด้วยความสามารถในกิจกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจเช่น ความรู้พื้นฐาน ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง ประสบการณ์เพื่อทำให้ การดำเนินงานง่ายและสะดวกรวดเร็วต่อการปฏิบัติงาน จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสเพื่อนำเอาโอกาสต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ ณ ปัจจุบันให้ยังสามารถดำเนินธุรกิจ และคอยประคับประคองให้ธุรกิจดำเนินไปภายใต้ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลตอบแทนเชิงพาณิชย์กลับคืนแก่ผู้ดำเนินการ

3. ข้อมูลผลกระทบของสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดย ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ 2563, น. 1-14) พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs การจัดทำนโยบายและกำหนดมาตรการช่วยเหลือ ที่ตรงความต้องการของธุรกิจ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรวบรวมความเห็นจากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสำรวจจำนวน 660 ราย ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ ดังนี้



ภาพที่ 1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ที่ตอบแบบสำรวจ
ที่มา: ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ (2563)

ธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563, PP.54-55) “กินร้อน ซ้อน ส่วนตัว ล้างมือ และสวมหน้ากากอนามัย” เป็นประโยคที่เราได้ยินกันอย่างคุ้นหู รวมไปถึงการปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตมาอยู่ที่บ้านเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 หลายธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างหนัก อย่างเช่นธุรกิจร้านอาหารที่ต้องเผชิญกับความท้าทายครั้งใหม่ หลายร้านต้องปรับตัวเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและฝ่าวิกฤติธุรกิจครั้งนี้ไปได้ จากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นรูปแบบใหม่ในยุค new normal กับการปรับตัวของร้านอาหารไทยให้อยู่รอดใน

สถานการณ์ที่โลกยังคงเผชิญกับวิกฤติโควิด 19 ในมุมมองของลูกค้าเองก็ต้องปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตเช่นกัน การปฏิบัติตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุขยังคงเป็นสิ่งที่จะต้องทำอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรค รวมถึงลดความเสี่ยงในการติดเชื้อให้กับตนเองและผู้อื่น

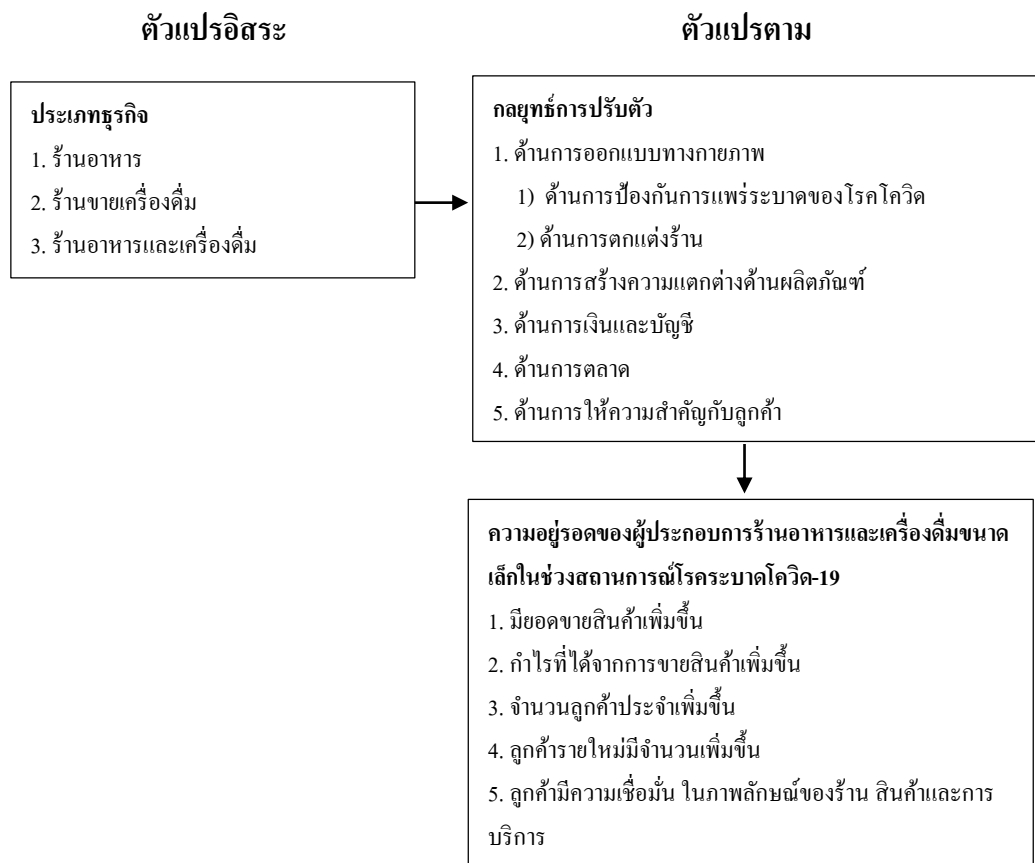
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณชนก จิตรบรรจง (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมือง นครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจเอง จัดตั้งสถานประกอบการอยู่ในเขตเทศบาลและมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่ตั้งสถานประกอบการ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง โดยจัดตั้งสถานประกอบการเป็นร้านอาหารที่มีขนาดเล็ก คือมีจำนวนที่นั่งลูกค้าน้อยกว่า 40 ที่นั่ง มุ่งคนในท้องถิ่นที่เป็นเป้าหมายหลักผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการบริหารจัดการร้านมากที่สุด โดยเน้นการควบคุมในเรื่องความสะอาดของร้านและรองลงมาคือ การบริการลูกค้ามีการกำหนดหน้าที่หัวหน้าพนักงานเสิร์ฟให้ดูแลปรับปรุงการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การสร้างกลยุทธ์ และ ธีรภัทร เจริญฤทธิ์ และ นฤกร ไชยสุขทัตถิณ (2561) ศึกษาเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดกิมหยงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ขนาดกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กจำนวน 70 ร้าน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 10-14 ปี สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่ ได้แก่ ของฝาก เช่น ขนม ผลไม้ อบแห้ง ถั่ว/ธัญพืช/ชา/กาแฟ เป็นต้น ยอดขายสินค้าก่อนสถานการณ์โควิด-19 อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน และยอดขายสินค้าช่วงสถานการณ์โควิด-19 น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือนซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เข้าร่วม โครงการสวัสดิการจากรัฐ คือ โครงการคนละครึ่งและเราชนะ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย ด้านการออกแบบทางกายภาพ (Physical Layout) ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ด้านการเงินและบัญชี (Finance and Accounting) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer Focus) และขอบเขตด้านระยะเวลา ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 25564 ถึงมกราคม 2565

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิด

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร และตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 8,469 ร้าน (Wongyai.com, 2019) ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจากรายของ Yamanc (อ้างถึงใน รพีวรรณ พิมพ์จันทร์, 2557) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5%

2. แผนการสุ่มตัวอย่าง การศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ดังนี้ขั้นตอนที่ 1 จับฉลากเลือกเขตที่จะทำ

การเก็บข้อมูล จาก 50 เขต เลือกมา 5 เขต คือ เขตบางนา เขตคูสิต เขตลาดกระบัง เขตบางกะปิ และ เขตธนบุรี ขั้นตอนที่ 2 จาก เขต ทำการเก็บข้อมูลเขตละ 78 ร้าน ขั้นตอนที่ 3 โดยมีการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบโกล่า ประเภทละ 78 ตัวอย่าง และดำเนินการแจกแบบสอบถามออนไลน์

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ ทั้งรายบุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้เก็บ รวบรวมข้อมูลที่สามารถอ้างอิงและมีความน่าเชื่อถือ เช่น ข้อมูลสถิติ รายงานการวิเคราะห์ ผลการวิจัย และเอกสารหรือบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่ รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก โดยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรม สำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอรายงานในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อ (1) และ (2) ข้างต้น ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิง ปริมาณด้วย ค่า t (-test) F (F-test) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิง พหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีอายุ 30-40 ปีมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ปวส. จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารร้านเครื่องดื่ม จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 มียอดขายต่อเดือน 30,000-50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.8 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี จำนวน 117 คนคิดเป็นร้อยละ 30.0

2. การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ของผู้ประกอบการร้านอาหาร และเครื่องดื่มขนาดเล็กผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นตัวอย่างมีการปรับตัว ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปรับตัวด้านการเงินและบัญชี มากที่สุด รองลงมา คือ ด้าน การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบทางกายภาพ ด้านการให้ความสำคัญกับ ลูกค้า และด้านการตลาด ตามลำดับ

3. ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์ โรคระบาดโควิด-19ผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและ เครื่องดื่มขนาด

เล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกคามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและบริการของลงมา คือ มียอดขายสินค้าเพิ่ม ถ้าไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ตามลำดับ

อภิปรายผล

5.2.1 การปรับตัวของในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์ โรคระบาดโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการปรับตัวในการดำเนินงาน ทุกด้านในระดับมากที่สุด อาจเนื่องจากการเกิดภัยโรคระบาดโควิด-19 โดยใช้กลยุทธ์ด้านการเงินและการบัญชีมากที่สุด เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมอร์ เจริมมาศ (2560) ที่พบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านนมไม่ว่าจะเป็นการลดลงของรายได้ ผู้ประกอบการร้านนมเกือบทั้งหมด มีการปรับตัวด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การเพิ่มรายการอาหาร/เครื่องดื่ม การปรับปรุงรายการอาหาร/เครื่องดื่มให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าหลัก การลดจำนวนแรงงาน การเปิดให้บริการเร็วขึ้น การสร้างเพจในสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา ได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณชชนก จิตรบรรจง เป้าหมายหลักผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญด้านการบริหารจัดการร้านมากที่สุด โดยเน้นการควบคุมในเรื่องความสะอาดของร้าน โดยการสร้างกลยุทธ์ ให้ความสำคัญในการจัดร้านอาหารเพื่อเข้าร่วม โครงการร้านอาหารสะอาดและสุขลักษณะที่ดีของกระทรวงสาธารณสุข ด้านการตกแต่งร้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร งามพานิษยกิจ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยจูงใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหาร การใส่ใจความสดใหม่ของ อาหารที่มีความสะอาดและมีความหลากหลายมีระดับการจูงใจมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศของร้านที่มีกลิ่นอายทะเลและความสวยของสภาพแวดล้อม และด้านการตลาด แต่มีข้อจำกัดคือการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการระบบกิจการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่นำระบบเทคโนโลยีเข้ามาจัดการร้านที่ดีกว่า สามารถตอบสนองลูกค้าได้ รวดเร็ว ประหยัดเวลา และสะดวกกว่าร้านที่ยังไม่ได้นำระบบเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้

5.2.2 ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ความอยู่รอดของผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มขนาดเล็ก ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกคามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้าน

รวมทั้งสินค้าและบริการ รองลงมา คือ มียอดขายสินค้าเพิ่ม กำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น จำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และลูกค้ารายใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ตามลำดับ อาจเนื่องจากลูกค้ามีความเชื่อมั่น ในภาพลักษณ์ของร้านรวมทั้งสินค้าและบริการ เพราะเชื่อมั่นในการให้บริการของร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม หรือร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของกระทรวงสาธารณสุข ในการควบคุมดูแลการแพร่กระจายของโรคระบาดโควิด – 19 ให้ปลอดภัย บ้างกิจการได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตลาดทำให้มียอดขายสินค้าเพิ่ม ก่อให้ตามมาด้วยกำไรที่ได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น แล้วจำนวนลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น และยังสามารถเปิดการมองเห็นของลูกค้ารายใหม่ให้มีการเพิ่มจำนวน นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องยังคงรักษาหรือสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 1) ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า จากผลการวิเคราะห์ พบว่าการปรับตัวด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า ในส่วนของ มีพนักงานคอยให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการตรวจวัดอุณหภูมิ และลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการสื่อสาร กับพนักงานโดยการกำชับพนักงานให้พูดทุกครั้งเมื่อมีผู้บริโภคมารับบริการ หรือเครื่องอัดเสียงที่เวลาผู้บริโภคมารับบริการเครื่องก็พูดอัตโนมัติ 2) ด้านการตลาด จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวด้านการตลาด ในส่วนของการสร้างแพลตฟอร์ม LINE Business เพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเริ่มศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ LINE Business ได้ช่องทาง Youtube ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน เข้ามาสอนโดยไม่เสียเงิน 3) ด้านการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิเคราะห์ พบว่า การปรับตัวด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของปรับหรือเพิ่มเมนูที่มีรสชาติหรือรูปลักษณะที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับกิจการอื่นในธุรกิจเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเริ่มศึกษา และปรับเปลี่ยนสูตร หรือเปลี่ยนแปลงหน้าตา ซึ่งสามารถปรับสูตรเครื่องดื่มให้มีความแปลกใหม่ และ 4) ด้านการ ออกแบบทางกายภาพ จากผลการวิเคราะห์ พบว่า โดยผู้ประกอบการสามารถ สอบถามผู้บริโภคมารับบริการ เพื่อจดบันทึกการเข้าออก ตัวอย่างเหตุการณ์ เช่น ICED COFFEE AROMA สวีตคัส คุณผู้หญิงชื่อเล่นอะไรคะ ขออนุญาตสอบถามเบอร์ติดต่อ นะคะ เพื่อป้องกันความปลอดภัยตามกฎหมายของรัฐบาลคะ โดยทางร้านจะจดบันทึกให้คะ เป็นต้น ผู้ประกอบการก็จะได้ฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไปใช้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดได้ และด้านการตกแต่งร้าน ในส่วนของ เพิ่มการสร้างบรรยากาศภายในร้านด้วยเสียงดนตรี และกลิ่น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป สำหรับข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต อาจนำ ทฤษฎีอื่นๆ มาสร้างเป็นกลยุทธ์การปรับตัว แล้วนำไปศึกษาความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม และร้านอาหารเครื่องดื่มขนาดเล็กในจังหวัดอื่นๆ ที่มีการเจริญเติบโตทาง เศรษฐกิจ โดยการเพิ่มประชากรเป้าหมายให้มากขึ้น และอาจศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการร้านอาหารร้านเครื่องดื่ม และร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ประสบ ความสำเร็จ เพื่อขยายผลการศึกษาต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ณชนก จิตรบรรจง. (2546). *การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองนครปฐม*. วิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุค โควิด 19*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก ซีรภัทร เจริญฤทธิ์ และ นฤกร ไชยสุขทักษิณ (2561) ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ. (2563). ผลการสำรวจ SMEs ที่ได้รับ ผลกระทบจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210302115054.pdf.
- พัชรนันท์ กลั่นแก้ว. (2552). ภูมิคุ้มกันที่ดี ในภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง. *วารสารเพื่อคุณภาพ*, 16(139), 32-34.
- มัลลวีร์ อุดุลวัฒนศิริ, และวริศรา ศรีสวัสดิ์. (2538). *ปัญหาการปรับตัวและวิธีแก้ไขของนักเรียน ประถมศึกษา*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รพีวรรณ พิมพ์จันทร์. (2557). *ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม*. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://sites.google.com/site/bb24559r/khnad-khxng-klum-tawxyang-thi-hemaa-sm>
- วินิจ วีรยางกูร. (2528). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 1).มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ จารุรัตน์ และคณะ. (2532). *การปรับตัวและสุขภาพจิต : จิตวิทยาเบื้องต้น*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ภาษาอังกฤษ

- Abrahamson, R. L. (1989). *Small Business Management* (4 ed.). John Wiley.

Cheungsuvadee, K. (2006). *Business adaptation strategies used by small and medium retail and increasingly competitive environment: a study of Ubon Ratchathani*. Edith Cowan University (P 230).

Wongoai.com. (2019). เปิดร้านอาหารไม่ควรพลาด! สรุปเทรนด์ร้านอาหาร ปี 2562 ในประเทศไทย. สืบค้น 13 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.wongnai.com/business-owners/thailand-restaurant-trend-2019?ref=ct>.