



บทความวิจัย

เรื่อง ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย

(ขอบเขตการศึกษาบริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร)

โดย

นางสาว นันทน์ภัส ชิวเลิศสกุล

รหัสนักศึกษา 05610844

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

## ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**บทความวิจัย** ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษาบริเวณ มหาวิทยาลัยศิลปากร)

**ผู้เขียน** นางสาว นันทน์ภัส ชิวเลิศสกุล

**อาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย** อาจารย์ตะวัน วรรณรัตน์

**สาขาวิชา** เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

**ปีการศึกษา** 2564

## บทคัดย่อ

บทความวิจัย “ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษา บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบที่มีต่อธุรกิจประเภทร้านอาหาร บริเวณรอบมหาวิทยาลัยศิลปากรและเพื่อรู้ถึงการปรับตัวของร้านอาหารตามแนวคิดเรื่องทุน โดยมีวิธีการศึกษา คือ สัมภาษณ์ร้านค้าถึงผลกระทบที่ได้รับ รวมถึงการแก้ไขปัญหาของทางร้านอาหาร นอกจากนี้ยังมีการค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องทุน เพื่อใช้เป็นเนื้อหาประกอบการทำบทความวิจัยเล่มนี้

ผลการศึกษาพบว่า ร้านที่มีการปรับตัวด้วยทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) และทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เหมือนกัน มีจำนวน 6 ร้าน ได้แก่ ร้าน Salmon 59, ร้าน Vanilla sky, ร้าน Black chick café, ร้าน Cocobee, ร้าน Baboobear และ ร้าน Waffle Hong Kong และมีการปรับตัวด้วยทุนทางสังคม (social capital) เหมือนกัน มีจำนวน 4 ร้าน ได้แก่ ร้าน Salmon 59, ร้าน Black chick café, ร้าน Baboobear และ ร้าน Waffle Hong Kong โดยร้าน Vanilla sky และร้าน Cocobee ไม่มีการปรับตัวด้วยทุนทางสังคม (social capital) เหมือนกัน อีกทั้งทุกร้านไม่มีการปรับตัวด้วยทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) แสดงให้เห็นว่าแต่ละร้านมีการปรับตัวทั้งที่แตกต่างกันและเหมือนกัน โดยจะมีการปรับตัวด้วยทุนที่มีเหมือนกันเป็นส่วนมาก แต่เรื่องที่น่าทุนแต่ละประเภทมาใช้ปรับตัวยุ่กันก็จะมึรายละเอียกที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะของร้าน ลักษณะของเรื่องที่ต้องการปรับ เนื่องจากเจ้าของร้านแต่ละคนมีทุนไม่เท่ากัน

## กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่อง ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษา บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร) เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450 112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study)

บทความวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ตะวัน วรณรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อนักศึกษา  
นันทน์ภัส ชิวเลิศสกุล

## สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย .....	2
วัตถุประสงค์.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	2
ขอบเขตการศึกษา (พื้นที่ เวลา เนื้อหา และประชากร) .....	3
วิธีการศึกษา (วิธีการเก็บข้อมูล กลุ่มประชากร).....	3
กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์ .....	4
บทที่ 2 การทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง .....	6
2.1 แนวความคิดเรื่องทุน ของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu).....	6
2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษา บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร) .....	7
2.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรค COVID-19.....	7
2.2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจไทยในช่วง COVID-19 .....	8
2.3 เอกสารเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ .....	10
บทที่ 3 สถานการณ์และผลกระทบที่ธุรกิจต้องเผชิญ.....	13
3.1 สถานการณ์และผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 .....	13
3.2 สถานการณ์การปรับรูปแบบการเรียนของนักศึกษา .....	16
3.3 ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัย.....	17
บทที่ 4 การปรับตัวของแต่ละร้านอาหาร.....	27

4.1 การปรับตัวของแต่ละร้านอาหาร .....	27
4.2 แนวทางการปรับตัวของแต่ละร้านอาหารภายใต้แนวคิดเรื่องทุน.....	32
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา .....	39
5.1 ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจประเภทร้านอาหารบริเวณรอบมหาวิทยาลัยศิลปากร .....	39
5.2 การปรับตัวของร้านอาหารตามแนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu).....	40
5.2.1 วิธีการปรับตัวของร้านอาหาร .....	40
5.2.2 แนวทางการปรับของของร้านอาหารภายใต้แนวคิดเรื่องทุน .....	41
บรรณานุกรม.....	44

## บทที่ 1 บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ก่อนเกิดเหตุการณ์วิกฤต COVID-19 เศรษฐกิจไทย ในปี 2555 – 2562 ภาพรวมของเศรษฐกิจไทยขยายตัวขึ้นในทุก ๆ ปี โดยส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับภาคการท่องเที่ยว การส่งออก หรือนโยบายต่าง ๆ ที่ภาครัฐออกมาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันเศรษฐกิจประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2563 เศรษฐกิจไทยขยายตัวลดลงเมื่อเทียบกับเศรษฐกิจในปี 2562 โดยมูลค่าการส่งออกสินค้า การอุปโภคบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมลดลง ส่วนในช่วงต้นปี 2564 มีการปรับตัวที่ดีขึ้นกว่าในไตรมาสก่อนหน้านี้ เพราะได้รับแรงสนับสนุนสำคัญจากการขยายตัวของการส่งออกและการลงทุนภาคเอกชน รวมทั้งการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐ ขณะที่การอุปโภคบริโภคภาคเอกชนปรับตัวลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19

สถานการณ์ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ COVID-19 แรกเริ่มเดิมทีถูกค้นพบจากสัตว์ทะเลที่มีการติดเชื้อไวรัสแล้วคนที่อยู่ใกล้กับสัตว์เหล่านั้นก็ติดเชื้อไวรัสมากขึ้น โดยเริ่มจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน โดยมีข้อสงสัยว่ามาจากตลาดที่ค้าขายสัตว์ทะเล และสัตว์หายากเหล่านี้ (รพีพรรณรัตนวงศ์นรา, 2563) ซึ่งไวรัส COVID-19 เป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อนในมนุษย์ ก่อให้เกิดอาการป่วยของระบบทางเดินหายใจในคน และสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ (ทงศักดิ์แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันท์ ศิริไสยาสน์ และโชติบัติรัฐ, 2563) เมื่อเชื้อไวรัสชนิดนี้เริ่มแพร่ไปทั่วทุกมุมโลก ทำให้เกิดผลกระทบทางหลายด้านกับประเทศต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ มูลค่าการส่งออก การท่องเที่ยว เป็นต้น

ก่อนเกิดเหตุการณ์ COVID-19 จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่คึกคักเป็นอย่างมาก เห็นได้จากบรรยากาศในมหาวิทยาลัยที่มีตลาดขายของกินมากมายในช่วงเย็น นักศึกษานัดกันมาหาของกิน นั่งรับประทานอาหารกันเยอะจนเต็มตลาด และบรรยากาศนอกมหาวิทยาลัยที่ทุก ๆ ร้านอาหารมีลูกค้าอุดหนุนกันจำนวนมาก ของที่เตรียมไว้สำหรับทำอาหารสามารถขายได้หมด บริเวณซอยชยาทิพย์ที่มีนักศึกษาเดินทางของกินกันในซอยอย่างคึกคัก ยกตัวอย่างเช่น ร้านหมี่ตีฟุง ร้านบุฟเฟ่ต์ที่มีนักศึกษาจองคิวรอตลอดทั้งวัน ร้าน Salmon59 ร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีลูกค้านั่งรับประทานเต็มร้านตลอด หรือ

ร้านพื้หนุ่มหมุ่ม รานหมู่มที่น้ำจิ้มอร่อยเป็นที่ชื่นชอบของนักศึกษาจนโตะเต็มตั้งแต่หกโมงเย็น เห็นได้ชัดเจนว่าบรรยากาศก่อนเกิด COVID-19 รานอาหารค่อนข้างขายได้ดีมาก

เมื่อเกิดเหตุการณ์ COVID-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลกรวมถึงประเทศไทย สถานการณ์ในประเทศไทยรุนแรงมาก ผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นทุกวัน บรรยากาศธุรกิจบริเวณภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเริ่มแย่ง เนื่องจากผู้คนไม่กล้าออกจากบ้านและทำให้ธุรกิจต่าง ๆ เริ่มซบเซาลง มีคำสั่ง Lockdown จากรัฐบาลหลายรอบ ทำให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างมาก รานอาหารจำนวนมากต้องปิดไปเนื่องจากรับค่าใช้จ่ายไม่ไหว ปรับตัวไม่ได้ และรานที่เปิดอยู่ก็มีคนเข้ารานอาหารลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งปัญหาผลกระทบจาก COVID-19 กระจายไปทั่วประเทศ จึงเป็นปัญหาที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมช่วยกันแก้ไข

ทุกกิจการเริ่มปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และเพื่อให้ดำรงชีวิตต่อไปได้ ยกตัวอย่างเช่น รานอาหาร จำเป็นต้องมีการขายแบบเดลิเวอรี่ งดให้นั่งในราน สักกลับบ้านได้อย่างเดียว การจำกัดคนเข้ารานต่าง ๆ ตรวจวัดอุณหภูมิ ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ก่อนเข้าราน เนื่องจากต้นทุนของแต่ละรานมีไม่เท่ากัน ดังนั้นแนวทางการแก้ไขปัญหาจึงอาจมีความแตกต่างกันออกไปด้วย

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษา “ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษาบริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร)” เพื่อให้ทราบปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจแต่ละรานได้รับผลกระทบ เช่น สถานที่ตั้ง ราคาต้นทุน เป็นต้น รวมถึงการแก้ไขปัญหาของธุรกิจประเภทรานอาหาร ว่ามีการปรับตัวอย่างไรให้เข้ากับสถานการณ์ COVID-19

### คำถามวิจัย

1. รานอาหารบริเวณรอบมหาวิทยาลัยศิลปากรปรับตัวอย่างไรตามแนวคิดเรื่องทุน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบที่มีต่อธุรกิจประเภทรานอาหารบริเวณรอบมหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อรู้ถึงการปรับตัวของรานอาหารตามแนวคิดเรื่องทุน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบแนวทางการแก้ไขปัญหาของรานอาหารในช่วงวิกฤต COVID-19

### ขอบเขตการศึกษา (พื้นที่ เวลา เนื้อหา และประชากร)

1. พื้นที่ บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร
2. ระยะเวลา เดือนพฤศจิกายน 2564 - เดือนกุมภาพันธ์ 2565

### วิธีการศึกษา (วิธีการเก็บข้อมูล กลุ่มประชากร)

1. วิธีการเก็บข้อมูล สัมภาษณ์ ลงพื้นที่สำรวจ
2. กลุ่มประชากร

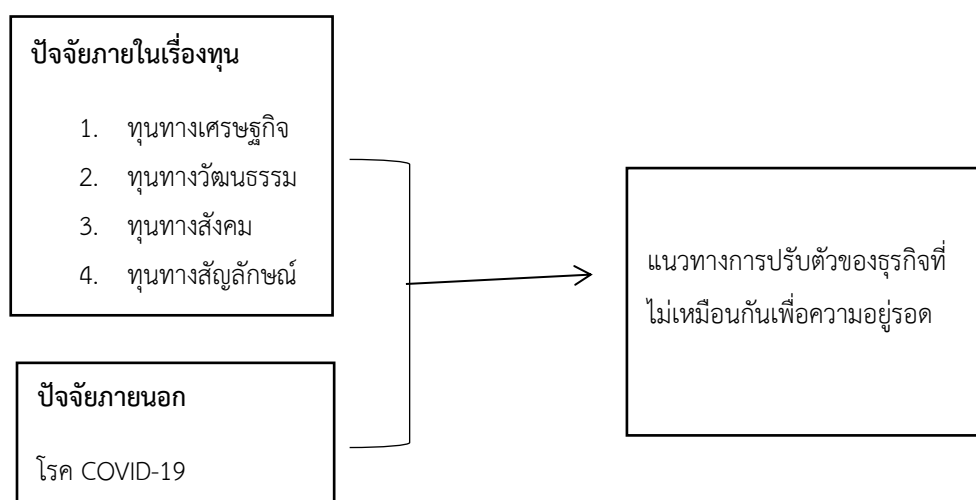
ประเภทร้านอาหาร	เกณฑ์ที่ใช้จำแนก	ชื่อร้านอาหาร
ร้านอาหารขนาดใหญ่	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีพื้นที่กว้าง</li> <li>2. รับรองคนได้เยอะ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. salmon 59</li> <li>2. Vanila sky</li> </ol>
ร้านอาหารขนาดกลาง	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ร้านอาหารแบบตึกแถว</li> <li>2. รับรองคนได้ปานกลาง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Black chick cafe</li> <li>2. Cocobee</li> </ol>
ร้านอาหารขนาดเล็ก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ร้านแผงลอย ตั้งร้านข้างถนน</li> <li>2. ไม่มีที่นั่งรับประทาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baboobear</li> <li>2. Waffle Hong Kong</li> </ol>

ตารางที่ 1 ประเภทร้านอาหาร เกณฑ์การจำแนกและชื่อร้านอาหาร



### กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

จากการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้มาซึ่งกรอบแนวคิดในหัวข้อ ผลกระทบ COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษาบริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร) โดยสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 5 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

เมื่อเกิดเหตุการณ์ COVID-19 ส่งผลให้ร้านอาหารได้รับผลกระทบอย่างมาก ทำให้มีการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ข้างต้น ซึ่งแต่ละร้านก็มีแนวทางการปรับตัวที่ทั้งเหมือนและต่างกัน เพราะมีลักษณะทุนต่างกันบางประการ ในวิธีการศึกษา ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทร้านอาหารเป็น 3 ประเภท คือร้านอาหารขนาดใหญ่ ร้านอาหารขนาดกลาง ร้านอาหารขนาดเล็ก จากการคาดการณ์แต่ละร้านมีทุนร่วมกันคือทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่ร้านมี เช่น เงิน ที่ดิน แต่มีมากหรือน้อยต่างกันไป มีทรัพย์สินมากก็สามารถสร้างร้านได้ใหญ่ รับรองคนได้เยอะ สามารถจ้างพนักงานในร้านได้จำนวนมาก สามารถให้บริการลูกค้าได้เร็ว ต่อมาคือทุนทางวัฒนธรรม เช่น ความรู้ มารยาท หากเจ้าของร้านมีความรู้ก็สามารถคิดแผนรับมือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ดี หรือเรื่องมารยาท หากเจ้าของร้านมีมารยาท ต้อนรับลูกค้าดี ลูกค้าก็กลับมาอุดหนุน และกลายเป็นลูกค้าประจำ ต่อมาคือทุนทางสังคม เช่น สังคมเพื่อน สังคมครอบครัว ที่จะคอยแวะมาอุดหนุนร้านอาหาร ทุนประเภทสุดท้ายคือทุนสัญลักษณ์ เช่น ลักษณะพิเศษร้านอาหาร จุดเด่นอาหาร รสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ก็สามารถทำให้ร้านอยู่รอดได้ในสถานการณ์ที่วิกฤต

การปรับตัวของร้านอาหารแต่ละประเภท ยกตัวอย่างร้านอาหารขนาดใหญ่ เช่น vanilla sky ที่มีการปรับตัวคือ ไม่ได้เปิดหน้าร้าน เนื่องจากประกาศจากทางรัฐบาล แต่มีการฝากร้านใบเมี่ยงในการวางขายสินค้าแทน และยังมีโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าคือซื้อเครื่องดื่มลด 10 % นอกจากนี้ยังสามารถรับสินค้าได้ในช่วงเวลา 18:00-20:00 น.อีกด้วย

ร้านอาหารขนาดกลาง เช่น Black chick café ไม่ได้ให้บริการนั่งรับประทานในร้านอาหาร เนื่องจากคนในร้านยังฉีดวัคซีนไม่ครบ ดังนั้นจึงทำให้ลูกค้าหน้าร้านน้อยลง ทางร้านเปลี่ยนมาเป็นขายรูปแบบแอฟสั่งอาหารมากขึ้น และมีการทำโปรโมชั่น 1 ฟรี 1 ทำให้ยอดขายไม่ได้ลดลงมากจากการปิดหน้าร้าน

ร้านอาหารขนาดเล็ก เช่น ผัดมาฆ่าชาทิพย์ ก็อาจจะลดปริมาณการเตรียมอาหารน้อยลงเพื่อไม่ให้เหลือทิ้งมากเกินไปในแต่ละวัน และขายในราคาเพียง 20 บาท เพื่อให้นักศึกษาสามารถบริโภคได้ในทุกวันและประหยัดค่าใช้จ่าย

## บทที่ 2 การทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวความคิดเรื่องทุน ของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu)

รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข (2557) อธิบายว่า ปีแอร์ บูร์ดิเยอ นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสได้เสนอเรื่องทุน ซึ่งความหมายของ ทุน หมายถึงทรัพย์สินที่ทำให้เกิดทรัพย์สินที่เพิ่มมากขึ้น โดยทั่วไปจะนึกถึงแต่ทุนทางเศรษฐกิจ เช่น ที่ดิน เครื่องจักร เป็นต้น แต่ทุนตามแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ มีขอบเขตที่กว้าง จึงสามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์

1.1 ทุนทางเศรษฐกิจ คือทรัพย์สินที่สะสมไว้ ไม่ว่าจะเป็เงินทอง สิ่งของมีค่า เช่น ที่ดิน อาคารบ้านเรือน เครื่องจักร ทุน เป็นต้น สามารถนำไปต่อยอดให้เกิดเป็นทรัพย์สินได้ และทุนประเภทนี้สามารถคำนวณเป็นปริมาณที่แน่นอนได้

1.2 ทุนทางวัฒนธรรม คือสิ่งที่บุคคลได้รับจากสังคมรอบข้าง ส่งผลให้กลายเป็นบุคลิกแบบนั้น และส่งผลออกผ่านทางพฤติกรรม เช่น ความรู้ มารยาท ความชอบ นอกจากนี้ยังมีทรัพย์สินที่มีคุณค่าอย่างใดอย่างหนึ่งที่ไม่ใช้ในเชิงเศรษฐกิจ แต่สามารถมีมูลค่าตามเศรษฐกิจได้ เช่น งานศิลปะ เอกสารรับรองทางวิชาการ

ทุนทางวัฒนธรรมแบ่งได้ 3 ประเภท

1.2.1 ทุนที่รวมอยู่ในสภาวะฝังตัว (embodied state) คือการที่บุคคลคนหนึ่งมีชนชั้นทางสังคมต่างกัน สังคมสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เมื่อเวลาผ่านไปทำให้เกิดระยะเวลาในการหลอมรวมกลายเป็นทุนที่อยู่ในตัวบุคคลได้ เช่น ความสามารถ การมีบุคลิกที่สง่างาม ซึ่งบุคคลที่อยู่ในชนชั้นเดียวกันก็จะมีคามเหมือนกันมากกว่าสมาชิกชนชั้นอื่น ๆ เพราะได้รับประสบการณ์ที่เหมือนกันมากกว่าผู้อื่น

1.2.2 ทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปวัตถุหรือรูปธรรม (objectified state) เป็นทุนที่ถูกทำให้เป็นวัตถุหรือสิ่งของที่จับต้องได้ เช่น รูปภาพ งานเขียน เครื่องจักร รถยนต์ เป็นสิ่งที่บุคคลสามารถครอบครองและสะสมได้

1.2.3 ทุนที่ถูกทำให้เป็นสถาบัน (institutionalization state) คือทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปของรูปธรรมอย่างชัดเจน อยู่ในลักษณะการรับประกันคุณสมบัติเบื้องต้น โดยจะอยู่ในรูปแบบ ประกาศนียบัตร หนังสือรับรอง และการสอบวัดคุณสมบัติ และทุนเหล่านี้สามารถเปลี่ยนเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้ เช่น เงินเดือน เพราะการที่จะได้ทุน

ชนิดนี้มาต้องใช้ความพยายาม เวลา และความยากลำบากในการได้รับมา ดังนั้นทุนวัฒนธรรมชนิดนี้จึงมีมูลค่าสูงตามไปด้วย

1.3 ทุนทางสังคม (social capital) เป็นผลรวมของการกระทำหรือคุณงามความดี ซึ่งปริมาณทุนทางสังคมจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของเครือข่ายความสัมพันธ์ ทุนทางสังคมประกอบด้วยทุน 2 แบบ ดังนี้

1.3.1 ทรัพยากรที่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกของกลุ่ม เป็นความสัมพันธ์ของกลุ่มและเครือข่ายของสังคม

1.3.2 การรับรู้และการยอมรับ ซึ่งสามารถเปลี่ยนรูปไปเป็นทุนสัญลักษณ์ได้

1.4 ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) คือความมีเกียรติยศ ชื่อเสียง การได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ซึ่งทุนประเภทนี้ก็สามารถสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือ

## 2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษาบริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร)

เอกสารที่ใช้เป็นกรอบความคิดที่ใช้วิจัยได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรค COVID-19 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจไทยในช่วง COVID-19 และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจ

### 2.2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโรค COVID-19

วิโรจน์ ณ ระนอง (2564) เขียนเรื่อง “สถานการณ์และแนวทางรับมือกับ COVID-19 ของไทย” กล่าวว่า อุฮั่นเป็นเมืองใหญ่ของจีนที่เป็นจุดเริ่มต้นที่พบการติดเชื้อจำนวนมาก ตั้งแต่ ธ.ค. 2562 จนถึง 2 ส.ค. 2563 พบผู้ติดเชื้อรวม 50,340 ราย ทำให้ต้องใช้มาตรการปิดเมืองอย่างเข้มงวด และมีการระดมตรวจเชื้อคนทั้งเมืองทำให้ควบคุมโรคได้เร็ว แต่ในกรณีประเทศไทย ความเสี่ยงหลักอยู่ที่การติดเชื้อจากคนที่เดินทางเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งถ้าไทยมีมาตรการคุมเข้มการเดินทางเข้ามาจากต่างประเทศ ระบบบริการรักษาพยาบาลของไทยในขณะนี้ น่าจะมีศักยภาพเหลือเฟือเพื่อที่จะรับมือได้โดยไม่กลายเป็นการระบาดใหญ่

สมชัย จิตสุชน (2564) เขียนเรื่อง “โควิด-19 กระทบใคร กระทบอย่างไร พวกเขารับมือไหวไหม” กล่าวว่า การปิดเมืองช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายนปี 2564 ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการศึกษาพัฒนาประเทศไทย

และองค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ ได้ทำการสำรวจทั้งทางด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ ผลการสำรวจสรุปได้ดังนี้ ผลกระทบด้านสังคม ก่อให้เกิดความวิตกกังวลกับผู้คน ความไม่สะดวกในการเดินทาง การรับบริการทางการแพทย์ รวมถึงการศึกษาที่ต้องเรียนระบบออนไลน์ จึงมีปัญหาเรื่องไม่มีคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก มากที่สุด รองลงมาคือผู้ปกครองไม่มีเวลาในการช่วยเหลือบุตรหลานในการเรียนออนไลน์ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ประชาชนมีรายได้ลดลง จำนวนคนว่างงานเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยปิดกิจการหรือลดขนาดกิจการลง ผลจากการสำรวจเพิ่มเติมพบอีกว่าส่วนใหญ่ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น ไม่ได้เงิน 5,000 บาท ไม่ได้สินเชื่อ เป็นต้น

บงกช โมระสกุล และพรศิริ พันธสี (2564) เขียนเรื่อง “ความรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคโควิด-19 ของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา และวิทยาลัยเซนต์หลุยส์” กล่าวว่า โรคโควิด-19 คือโรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนา ที่ทำให้เกิดโรกระบบทางเดินหายใจตั้งแต่โรคหวัดธรรมดาจนถึงปอดอักเสบที่มีอาการรุนแรง ซึ่งค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา และวิทยาลัยเซนต์หลุยส์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากโรคโควิด-19 เป็นโรคใหม่ ดังนั้นควรมีการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 ซึ่งจะต้องไปฝึกปฏิบัติการพยาบาลกับผู้ป่วยเพื่อให้สามารถปฏิบัติการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ได้ถูกต้อง

## 2.2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องเศรษฐกิจไทยในช่วง COVID-19

กิริฎา เภาพิจิตร และกิตติพัฒน์ บัวอุบล (2564) เขียนเรื่อง “เศรษฐกิจไทยในปี 64 ในวิกฤติโควิดระลอกใหม่” กล่าวว่า ประเทศไทยเผชิญกับการระบาดของโควิด - 19 ระลอกใหม่ตั้งแต่ปลายปี 2563 การหดตัวของส่งออกและการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ทำให้รายได้ของธุรกิจและการจ้างงานในประเทศลดลง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของประชาชน และหนี้ครัวเรือนยังคงเพิ่มอย่างต่อเนื่อง การใช้จ่ายภาครัฐจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2564 เนื่องจากรัฐบาลมีทรัพยากรเพียงพอ สำหรับการใช้จ่ายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ แม้ว่าธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากโควิด แต่มีหลายธุรกิจที่ยังคงเติบโตได้ เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอีคอมเมิร์ซ ดิจิทัล เทคโนโลยี สุขอนามัย และการประกันภัย ขณะที่ภาคอุตสาหกรรมได้รับประโยชน์จากการย้ายกำลังการผลิตออกจากประเทศจีนมายังประเทศไทย

ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ (2564) เขียนเรื่อง “ผลกระทบ COVID-19 ระบาดรอบ 2 ต่อเนื่องรอบ 3 กับทิศทางตลาดแรงงานไทย” กล่าวว่า ขณะที่ตลาดแรงงานดูเหมือนจะเริ่มฟื้นตัวในปี 2563 แต่มีการระบาดของ COVID-19 ถึงสองรอบ เมื่อดูตัวเลขของการว่างงานโดยเปิดเผย พบว่า อัตราการว่างงาน 1 ไตรมาสปี 2563 ยังไม่ปรากฏผลกระทบอย่างเด่นชัด ผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 เหมือนจะอยู่ในความควบคุมของรัฐบาล โดย ศบค. แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผลกระทบทางเศรษฐกิจจะไม่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ ความเชื่อมั่นด้านการป้องกัน เยียวยา รักษาผู้ติดเชื้อ COVID-19 ส่งผลถึงการปรับตัวของตลาดแรงงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งผลกระทบจาก COVID-19 ไม่เพียงแต่ทำให้แรงงานตกงานเท่านั้นแต่ทำให้พวกเขาต้องทำงานได้ไม่เต็มที่

สมชัย จิตสุชน (2564) เขียนเรื่อง “เปิดเมืองอย่างไรให้เศรษฐกิจขยับและคุมการระบาดได้” กล่าวว่า แนวคิดการปิดเมืองถูกนำมาใช้คาดว่าเป็นเพราะบทเรียนจากจีนที่ปิดเมืองอยู่จนแล้วค่อยโรคได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการควบคุมโรคยังมีปัจจัยอื่นอีกมากที่กระทบ เช่น ความรู้ของประชาชนในการป้องกันโรค ระดับความร่วมมือโดยสมัครใจ มาตรการของสถานประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเรื่องแรกที่ต้องทำคือให้ความรู้ประชาชนในด้านการป้องกันตัวเองในสถานการณ์ต่าง ๆ และกระจายความรู้ไปสู่อะไรก็ตาม และต้องมีแนวทางสื่อสารที่จะช่วยกระตุ้นให้ประชาชนนำความรู้เหล่านี้มาใช้อย่างสมัครใจและอย่างทั่วถึง เพิ่มความครอบคลุมของมาตรการตรวจเชื้อ กักกัน เพื่อป้องกันผู้ติดเชื้อและกลุ่มเสี่ยงไม่ให้มีโอกาสแพร่เชื้อ เมื่อปฏิบัติตามนี้แล้ว จึงเริ่มพิจารณาทยอยเปิดเมืองแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยทำการแยกแยะสถานที่ที่ปัจจุบันถูกสั่งให้ปิดหรือให้ดำเนินการอย่างจำกัด ว่ามีความเสี่ยงตามธรรมชาติต่อการระบาดของเชื้อมากเพียงใด มีมาตรการบรรเทาความเสี่ยงลงได้ด้วยต้นทุนที่ไม่มากเกินไป และเมื่อลดความเสี่ยงด้วยมาตรการแล้ว เศรษฐกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกลับมาใกล้ปกติมากขึ้นเพียงไหน เมื่อสามารถกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงสำหรับกิจการทุกประเภทแล้ว ก็ส่งต่อให้ภาครัฐเป็นผู้ประกาศใช้โดยอาจแบ่งออกเป็นมาตรการบังคับให้ทำและมาตรการที่แนะนำให้ทำ มีบทลงโทษสำหรับผู้ไม่ทำตามมาตรการบังคับ แล้วนำข้อมูลการระบาดที่ได้จากแต่ละพื้นที่มาทำการศึกษาให้ได้ข้อสรุปก่อนว่าควรเดินทางต่อหรือไม่ ควรปรับมาตรการลดเสี่ยงอย่างไร ในระหว่างนั้นก็ควรมีมาตรการลดการเดินทางระหว่างเมืองลงเพื่อให้สามารถสรุปผลได้อย่างเที่ยงตรง อีกทั้งยังช่วยลดการแพร่ระบาดไปสู่พื้นที่อื่นด้วย

### 2.3 เอกสารเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจ

กฤษฎา เสกตระกูล (2563) เขียนเรื่อง “COVID-19 will forever change the food service industry” กล่าวว่า ธุรกิจร้านอาหารถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศ เหตุการณ์ COVID-19 ได้กระทบต่ออุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างมาก ซึ่งธุรกิจร้านอาหารควรปรับตัวเพื่อรับมือในอนาคต บทความนี้ได้สรุปการเปลี่ยนแปลงด้านผู้บริโภค และการเตรียมตัวของผู้ประกอบการ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค คือลูกค้าใช้บริการสั่งอาหารให้ส่งถึงที่มากขึ้น หรือบางคนก็สั่งแล้วมารับอาหารด้วยตนเอง ลูกค้าใส่ใจเรื่องความปลอดภัยของอาหารเป็นพิเศษ มีความต้องการระบบที่ลดการสัมผัส เช่น จ่ายเงินผ่านโทรศัพท์ และสุดท้ายลูกค้าต้องการบรรจุภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพมากขึ้น ในส่วนของการเตรียมตัวของผู้ประกอบการ คือเริ่มลดขนาดธุรกิจลง เพราะยอดขายลดลง มีการสร้างมาตรฐานการปฏิบัติการใหม่เกี่ยวกับสุขอนามัยมากขึ้น มีการใช้คู่แข่งในประเทศหรือในท้องถิ่นมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อจากการขนส่ง และมีการลงทุนในระบบงานเพื่อรองรับธุรกิจบริการส่งถึงที่

ชญญาพัชญ์ เงามาม (2559) เขียนเรื่อง “การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของโรงแรมม่านรูดในบริเวณปริมณฑล” กล่าวว่า โรงแรมม่านรูดเป็นรูปแบบที่พักที่พักราคาประหยัดสำหรับผู้เดินทางไกลด้วยรถยนต์ ซึ่งจะมีที่จอดรถด้านหน้า มีม่านรูดปิดมิดชิดเพิ่มความความเป็นส่วนตัว ซึ่งในอดีตโรงแรมม่านรูดเติบโตเป็นอย่างมาก แต่ในปี 2559 การเติบโตของธุรกิจโรงแรมม่านรูดค่อย ๆ ลดลงอย่างต่อเนื่อง เพราะสาเหตุจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ดังนั้นโรงแรมม่านรูดต้องปรับตัวเพื่อรักษาฐานลูกค้าที่ยังมากใช้บริการอยู่ โดยคำนึงถึงด้านอัตราค่าห้องพัก ด้านความสะดวกสบาย ด้านระบบความปลอดภัย ด้านสภาพห้องพัก และด้านการบริการ

ทงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันท์ ศิริไสยาสน์ และโชติบติรัฐ (2563) เขียนเรื่อง "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19 : การงาน การเรียน และธุรกิจ กล่าวว่า การใช้ชีวิตภายใต้สถานการณ์ COVID-19 ในประเทศไทย ต้องมีการปรับตัวและมีมาตรการรองรับการป้องกันไวรัส COVID-19 จนกลายเป็นมาตรฐานใหม่หรือที่เรียกกันว่าวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ในด้านการทำงาน มีผลกระทบโดยตรงต่อแรงงานทุกระดับรายได้อย่างกะทันหันและต่อเนื่องอีกหลายปี เนื่องจากแรงงานเหล่านี้ต้องงดกิจกรรมหลายประเภทที่อาจจะก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส จึงทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ด้านการเรียน เริ่มเข้าสู่

รูปแบบการเรียนออนไลน์เพื่อไม่ให้เกิดการเรียนต้องหยุดชะงักลง ด้านธุรกิจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับการทำงานตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีรายได้ต่อ ซึ่งหลากหลายกลุ่มธุรกิจจะได้รับผลประโยชน์จากวิถีชีวิตปกติใหม่หากสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที

ปณัฐฐา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร (2555) เขียนเรื่อง “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร” กล่าวว่า การเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและร้านค้าปลีกขนาดเล็กมาก เนื่องจากธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีความทันสมัยและเพิ่มความสะดวกสบายให้ผู้บริโภค ส่งผลให้ยอดขายลดลง ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กต้องปรับตัวให้อยู่รอด โดยใช้กลยุทธ์การให้ความสำคัญกับลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และการสร้างบรรยากาศภายในร้าน การจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงการตกแต่งร้านค้าให้มีความสวยงาม สะอาด ดึงดูดลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการ แต่มีข้อจำกัดอยู่ที่การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการมีต้นทุนสูง และผู้ประกอบการไม่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเหล่านี้ ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีระบบจัดการที่ดีกว่า

ปานรวี หงส์ภักดี (2562) เขียนเรื่อง “กลยุทธ์การปรับตัวทางธุรกิจของร้านหนังสืออิสระในยุคดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร” กล่าวว่า ในยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันรวมถึง “ธุรกิจหนังสือ” ยุคเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้พฤติกรรมการอ่านของคนไทยเปลี่ยนไป การอ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นร้านหนังสือเริ่มเข้าสู่สถานการณ์ที่ยากลำบาก เนื่องจากต้นทุนที่สูงขึ้น ค่าเช่าที่ ค่าจ้างพนักงาน และค่าบริหารจัดการร้าน ร้านหนังสืออิสระได้รับผลกระทบร่วมด้วยเนื่องจากเป็นธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ดังนั้นจึงต้องหาทางปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1.ด้านการปรับตัวของเจ้าของกิจการ ที่ต้องคำนึงถึงการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด 2.ด้านต้นทุน ที่ต้องจัดการต้นทุนอย่างเหมาะสมกับรูปแบบกิจการร้านแต่ละร้าน 3.ด้านเป้าหมาย ต้องมีเป้าหมายชัดเจนในการสร้างธุรกิจ 4.ด้านการตลาดและผู้บริโภค เจ้าของร้านหนังสืออิสระจะค่อนข้างใกล้ชิดกับลูกค้าทำให้ทราบถึงความต้องการจริง ๆ ของลูกค้าได้ 5.กลยุทธ์การตลาด



เชิงเนื้อหา โดยเน้นแนะนำหนังสือ หรือการใช้รูปภาพในการดึงดูดลูกค้า และนอกจากนี้ยังมีการพัฒนากลยุทธ์ร้านหนังสืออิสระเพื่อความอยู่รอดในอนาคตอีกด้วย

จากการทบทวนบทความที่เกี่ยวข้องดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงแหล่งที่มาของโรค COVID-19 ดังผลงานของวีโรจน์ ณ ระนอง (2564) และบทความของสมชัย จิตสุชน (2564) พบว่า โรค COVID-19 เริ่มระบาดครั้งแรกที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนจึงมีมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมโรค เช่น ปิดเมือง ตรวจเชิงรุก เป็นต้น ซึ่งเชื่อกันว่าแพร่ไปยังทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ทำให้ไทยได้รับผลกระทบทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ

การศึกษาเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในช่วง COVID-19 พบว่าโรคระบาดแพร่กระจายไปทั่วประเทศไทย จึงต้องปิดเมือง ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมากทำให้การส่งออกและการท่องเที่ยวไทยหดตัวลง รายได้และการจ้างงานธุรกิจลดลง ประชาชนเป็นหนี้เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีมาตรการที่จะควบคุมโรคโดยการให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับโรคนี้ เพิ่มการตรวจเชื้อ กักกัน ไม่ให้มีการแพร่กระจายเชื้อมากขึ้น การใช้จ่ายของภาครัฐเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้ดีขึ้น และช่วยเยียวยาให้คนในประเทศผ่านวิกฤตครั้งนี้ไปได้ ดังผลงานของ กิริฎา เกาพิจิตร และกิตติพัฒน์ บัวอุบล (2564) ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ (2564) และสมชัย จิตสุชน (2564)

ในที่สุดท้ายการศึกษาเกี่ยวกับเอกสารการปรับตัวของธุรกิจ ได้รู้ถึงการปรับตัวของแต่ละธุรกิจให้เข้ากับแต่ละสถานการณ์เพื่อความอยู่รอด เช่นการขายของทางออนไลน์ การทำการตลาดในโลกออนไลน์มากขึ้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าให้คนอยากกลับมาใช้บริการ การสร้างความแตกต่างทางสินค้า เป็นต้น ดังผลงานของกฤษฎา เสกตระกูล (2563) , ชัญญาพัชญ์ เงามาม (2559) , ทนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันท์ ศิริไสยาสน์ และโชติบติรัฐ (2563) และปณัฐภา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุท(2555)

การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษา บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร) ยังไม่มี ดังนั้นผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษาหัวข้อนี้เพื่อให้เห็นถึงผลกระทบที่เศรษฐกิจไทยได้รับในช่วง COVID-19 รวมถึงการแก้ไขปัญหาของธุรกิจประเภทร้านอาหารให้มากยิ่งขึ้น

### บทที่ 3 สถานการณ์และผลกระทบที่ธุรกิจต้องเผชิญ

#### 3.1 สถานการณ์และผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19

การแพร่ระบาด COVID-19 ได้เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 พบครั้งแรกในประเทศจีน เป็นโรคที่ติดต่อกันเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจโดยสามารถติดต่อกันได้ง่ายและเป็นอันตรายอย่างมากต่อชีวิตของผู้ได้รับเชื้อ ประกอบกับในขณะนี้ยังไม่มียารักษาโรคโดยตรง มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตจากโรคดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันพบว่าผู้ติดเชื้อสะสมทั่วโลกมีจำนวน 214,658,804 คน หายแล้ว จำนวน 2,933,780 คน และเสียชีวิต จำนวน 4,455,565 คน โดยประมาณ (Work point news, 2565) โดยสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ในประเทศไทยกระจายเป็นวงกว้างและเร็วกว่าการระบาดรอบแรก แต่ความรุนแรงของโรคน้อยกว่าและพัฒนาการของวัคซีนมีความชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ผลกระทบและการฟื้นตัวในระยะต่อไปจะต่างกัน ทั้งเชิงพื้นที่ กลุ่มธุรกิจ และกลุ่มแรงงาน โดยเฉพาะกลุ่มบริการ ขณะที่บางกลุ่มที่มีฐานะการเงินอ่อนแออยู่ก่อนแล้ว เช่น ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม จะได้รับผลกระทบจากการระบาดระลอกใหม่นี้เพิ่มเติมอีก (Media Briefing, 2021)

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นบริการที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก สำหรับปี 2562 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของบริการในสาขานี้มีมูลค่า 563,376 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.33 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั้งหมด และในปี 2563 มีมูลค่า 347,849 ล้านบาทซึ่งลดลงถึง 215,527 ล้านบาท โดยในปี 2563 สาขาการบริการอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่า GDP 205,298 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.02 ของ GDP ในสาขาบริการอาหารและเครื่องดื่มและลดลงจากปี 2562 ร้อยละ 38.26 (ศุภริน เจริญพาณิชย์, 2564) เป็นผลมาจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ซึ่งธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มได้รับผลกระทบสถานการณ์ดังกล่าวเป็นอย่างมาก

โดยผลกระทบที่ธุรกิจต้องเผชิญเป็นผลมาจากการที่คณะรัฐมนตรีได้มีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรเพื่อประกาศว่าการแพร่ระบาด COVID-19 เป็นโรคที่ติดต่อกันได้ง่ายและเป็นอันตรายอย่างมากต่อชีวิตของผู้ได้รับเชื้อ ประกอบกับในขณะนี้ยังไม่มียารักษาโรคโดยตรง มีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตจากโรคดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก องค์การอนามัยโลกจึงประกาศให้การระบาดของ COVID-19 เป็นการระบาดใหญ่และบังคับใช้มาตรการที่เข้มงวดและเร่งด่วนเพื่อควบคุมไม่ให้โรคแพร่ระบาดออกไปในวงกว้าง โดยทางรัฐบาลขอความร่วมมือจาก

ประชาชนให้ “อยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ” โดยการไม่ไปรวมตัวในที่สาธารณะ เพื่อลดการแพร่กระจายควบคุมเชื้อโรคและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หลังจากนั้นได้มีการนำข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 เพื่อใช้ปฏิบัติเป็นการทั่วไปหรือใช้ในกรณีผ่อนผันหรือยกเว้นการปฏิบัติตามข้อกำหนดนี้

1. ให้ทำความสะอาดโดยการเช็ดทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสของสถานที่ที่เกี่ยวข้องก่อนการจัดกิจกรรมและให้กำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน
2. ให้เจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการผู้ร่วมงานผู้ร่วมกิจกรรมลูกจ้างผู้ใช้บริการสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า
3. ให้บุคคลตามข้อที่ 2 ล้างมือด้วยสบู่แอลกอฮอล์เจลหรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค
4. ให้บุคคลตามข้อที่ 2 เว้นระยะนั่งหรือยืนห่างกันอย่างน้อยหนึ่งเมตร เพื่อป้องกันการติดต่อสัมผัสหรือแพร่เชื้อโรคทางฝอยละอองน้ำลาย
5. ให้ควบคุมจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมมิให้แออัดหรือลดเวลาในการทำกิจกรรมให้สั้นลงเท่าที่จำเป็นโดยถือหลักการหลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน (ศลิษา รกรากทอง และคณะ, 2564)

ต่อมาเมื่อพบผู้ติดเชื้อเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด โดยได้เริ่มใช้มาตรการปิดเมือง (lockdown) ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมาตรการต่างๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งภาคธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถรักษาสภาพประกอบการไว้ได้ บางธุรกิจอาจมีผลประกอบการและเงินทุนลดลง ทำให้มีเงินหมุนเวียนไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ ถ้าหากรัฐบาลยืดระยะเวลาในการใช้มาตรการปิดเมือง (lockdown) เกิน 2 เดือนจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือกิจการขนาดย่อมอย่างมหาศาล (พัชรिता ขยันดี และคณะ, 2564) โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจด้านอื่นๆ รวมไปถึงสถานศึกษา สถานที่ทำงาน บริษัทต่างๆ ที่จำเป็นต้องให้นักเรียนนักศึกษาเรียนออนไลน์และคนทำงานต้องทำงานที่บ้านเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความร่วมมือเพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาด เป็นเหตุให้หลายธุรกิจไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติตามมาตรการป้องกันการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์ COVID-19 ในด้านรายได้และการทำธุรกิจที่ยังคงมีรายจ่ายประจำเดือนเป็นจำนวนมาก

ทั้งหมดนี้ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจร้านอาหารปี 2563 ในภาพรวมลดลงจากปีก่อนหน้า 200,838.15 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 27.51 โดยธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ซึ่งมีผู้ประกอบการรายย่อยอยู่เป็นจำนวนมากที่สุด ลดลงถึงร้อยละ 85.60 ของผู้ประกอบการร้านอาหารในปี 2563 มีรายได้รวมอยู่ที่ 192,006.74 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 25.15 และธุรกิจร้านอาหาร เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งมีผู้ประกอบการรายย่อยเป็นจำนวนมากรองลงมาในปี 2563 มีรายได้รวมอยู่ที่ 5,528.13 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 59.58 อย่างไรก็ตามยังมีธุรกิจร้านอาหารที่มีรายได้เพิ่มขึ้นในปี 2563 ได้แก่ การบริการอาหารสำหรับกิจการขนส่งมีรายได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 476.27 การบริการด้านเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาดมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 199.45 การบริการด้านอาหารบนแผงลอยและตลาดมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.08 และการบริการด้านเครื่องดื่มโดยร้านเคลื่อนที่มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.35 ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านอาหารที่ยังคงเติบโตในปี 2563 คือ ธุรกิจบริการอาหารสำหรับกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหารแบบเคลื่อนที่ และธุรกิจร้านอาหารในตลาด (ศุภริน เจริญพานิช, 2564) เป็นผลมาจากแนวทางในการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นการใช้บริการทางออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้ธุรกิจขนส่งหรือการบริการถึงบ้านเป็นสิ่งที่เริ่มมีความนิยมมากขึ้น

แต่เมื่อมีการระบาดระลอกที่ 3 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อร้านอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทร้านอาหารที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ (full-service restaurant) มีร้านอาหารกว่าหลายร้านที่ต้องปิดตัวลงไม่ว่าจะโดยชั่วคราวหรือถาวรในช่วงที่ผ่านมา เนื่องด้วยมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่จำเป็นต้องทำตั้งแต่ต้นเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2564 ที่ห้ามการรับประทานอาหารภายในร้าน และจำกัดเวลาเปิดปิดในพื้นที่ควบคุมและพื้นที่ควบคุมสูงสุด (สีแดงเข้ม) แม้ว่าในช่วงกลางเดือนพฤษภาคม ถึงประมาณมิถุนายน มาตรการจะเริ่มผ่อนคลายบ้างแล้ว โดยอนุญาตให้นั่งทานอาหารในร้านได้ไม่เกินร้อยละ 25 ของที่นั่งและเปิดให้นั่งได้ถึง 21.00 น. (สุภาวดี ธงภักดี และคณะ, 2564) รวมทั้งการจำหน่ายและดื่มแอลกอฮอล์และร้านอาหารในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าจำหน่ายอาหารได้แบบดีลิเวอรี่เท่านั้น ระยะเวลาของมาตรการถึง 31 สิงหาคม 2564 ซึ่งส่งผลต่อธุรกิจร้านอาหารใน 29 จังหวัด จำนวน 176,455 ราย คิดเป็นธุรกิจรายย่อยจำนวน 176,333 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.70 ของธุรกิจร้านอาหารทั่วประเทศ (ศุภริน เจริญพานิช, 2564) จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบมาขายอาหารแบบดีลิเวอรี่ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารต้องหันมาใช้ Cloud Kitchen ซึ่งเป็นโมเดลธุรกิจของร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน ถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจ

ร้านอาหารพื้นตัวได้ดี และสอดคล้องกับธุรกิจ Food Delivery ที่มีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 31% ต่อปี ในช่วงปี 2563-2568

### 3.2 สถานการณ์การปรับรูปแบบการเรียนของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากรมีนักศึกษาในปีการศึกษา 2564 จำนวน 25,554 คน จำแนกเป็นระดับปริญญาตรีจำนวน 22,102 คน (ร้อยละ 86.49) ระดับปริญญาโท จำนวน 2,564 คน (ร้อยละ 10.03) และระดับปริญญาเอก จำนวน 888 คน (ร้อยละ 3.47) ทั้งนี้สัดส่วนของนักศึกษารวม จำแนกตามระดับการศึกษาปริญญาตรี : ปริญญาโท : ปริญญาเอก = 25 : 3 : 1 เมื่อพิจารณาจำแนกนักศึกษา รวมตามภูมิภาคกำเนิด พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเกิดอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 30.58 รองลงมา คือ ภาคกลาง ร้อยละ 23.75 โดยมีนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในหอพัก บริเวณใกล้มหาวิทยาลัย จำนวน 6,888 คน โดยประมาณ (มหาวิทยาลัยศิลปากร สำนักงานอธิการบดี, 2564) โดยในช่วงระยะเวลาที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในทั่วโลก พบว่า มีจำนวนนักเรียนและนักศึกษา 1.38 พันล้านคน ได้รับผลกระทบจากการปิดสถานศึกษา ซึ่งเป็นผลกระทบต่อเนื่องอย่างกว้างขวาง และเกิดการปรับเปลี่ยนระบบการจัดการศึกษาที่ต้องดำเนินงานต่อไม่ให้หยุดชะงัก เพราะจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของนักเรียนและนักศึกษา (กรรณิการ์ แสนสุภา และคณะ, 2564)

รัฐบาลไทยจึงได้กำหนดให้มีจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์แทนการเข้าเรียนในชั้นเรียน โดยยึดหลัก “การมีเอกภาพด้านนโยบายและมีความหลากหลายในการปฏิบัติ” เพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะ และมีคุณภาพที่สอดคล้องตามหลักสูตรกำหนด โดยให้มีการแบ่งกลุ่มผู้เรียนเป็นกลุ่มรายวิชา สลับเวลาเรียนรู้ แบบ Online หรือ On Air เพื่อลดภาระการจัดห้องเรียนในสถานศึกษา เนื่องจากสถานศึกษาหลายแห่งมีพื้นที่จำกัดแต่มีจำนวนนักเรียนมาก ไม่สามารถขยายห้องเรียนออกไปได้ ส่วนกลุ่มรายวิชาที่มีความเข้มข้นทางวิชาการมากจะไม่สามารถใช้รูปแบบการเรียนการสอนดังกล่าวได้ จึงต้องมีการจัดการเรียนรู้แบบ Onsite ในพื้นที่ที่มีความปลอดภัย และให้ผู้บริหารสถานศึกษามีอิสระในการบริหารจัดการศึกษาเอง เช่น การจัดห้องเรียน การจัดพื้นที่โรงอาหาร แต่ต้องเป็นไปตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) (คณะกรรมการการศึกษา, 2563)

สำหรับประเทศไทยศูนย์บริหารสถานการณ์ COVID-19 (ศบค.) กำหนดให้เปิดภาคเรียนในวันที่ 1 ก.ค. พ.ศ.2563 ระยะแรกโดยให้ทยอยผ่อนผันการใช้อาคารสถานที่ของโรงเรียนหรือ

สถาบันการศึกษา เพื่อจัดการศึกษารูปแบบการเรียนการสอน ให้มีการดำเนินการทั้งแบบผ่าน DLTV ออนไลน์ และออฟไลน์ในชั้นเรียนซึ่งจะใช้วิธีผสมผสาน ตามความเหมาะสมการกำหนดแนวทางการเรียนการสอนที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถดำเนินการเรียนการสอนต่อไปได้ (สุวิมล มธูรส, 2564) ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยศิลปากรจึงได้ดำเนินนโยบายทางการศึกษาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ระบาดของโรค COVID-19 เพื่อการดำเนินการศึกษาที่ต่อเนื่อง และเพื่อป้องกันนักศึกษาจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

เมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนจึงส่งผลให้นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาเกิดอยู่ในต่างจังหวัดได้เดินทางกลับ และทำให้จำนวนนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในหอพักหรือบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยมีจำนวนลดน้อยลงอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัยที่มีรายได้หลักมาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษาได้รับผลกระทบจากการที่นักศึกษากลับบ้าน ทำให้มีรายได้ลดลง

### 3.3 ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัย

การระบาดของ COVID-19 ระลอกที่ 3 มหาวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนผ่านทางออนไลน์ ทำให้ลูกค้าที่เป็นนักศึกษาเข้ามาทานที่ร้านน้อยลง ส่งผลกระทบอย่างหนักต่อธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัยที่มีรายได้หลักมาจากการให้บริการนั่งทานในร้าน (Full Service) เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ ซึ่งมีรายได้มากกว่า 70% จากช่องทางดังกล่าว รวมถึงมีข้อจำกัดในการปรับตัวทำให้จะได้รับผลกระทบค่อนข้างสูง ขณะที่ร้านอาหารกลุ่มอื่น เช่น ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) และร้านอาหารข้างทาง (Street food) หรือร้านอาหารที่มีขนาดเล็ก (ครองขวัญ รอดทมน, 2564) ที่เน้นซื้อกลับบ้านและไม่จำเป็นต้องให้ลูกค้านั่งทานในร้าน จะมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการสูงกว่า ทำให้จะได้รับผลกระทบที่ลดหลั่นกันลงไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ เพราะกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ของทุกร้านอาหาร คือ นักศึกษา ซึ่งมีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยน้อยกว่าวัยทำงาน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ถือเป็นความท้าทายของทุกร้านอาหาร เพราะหากทำไม่ได้ก็คงอยู่ในอุตสาหกรรมนี้ได้ยากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมการด้านการบริหารสภาพคล่องหรือกระแสเงินสดของกิจการอย่างเต็มที่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เช่น

การลดค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ การลดพนักงานในช่วงเวลาที่ไม่ได้มีลูกค้า การลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคในขณะเดียวกันก็จำเป็นต้องรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าคาดหวังและเหมาะสมกับราคาด้วย ควบคู่กับการหาวิธีในการเพิ่มยอดขาย ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์อย่าง การลดแลกแจกแถมหรือเพิ่มเมนูใหม่จากวัตถุดิบหลักที่ใช้อยู่หรือการปรับแนวร้านไปเป็นร้านอาหารที่ราคาเยอเมเยว่ ตลอดจนการนำเสนอเมนูอาหารราคาประหยัดสำหรับการให้บริการจัดส่งถึงที่พักในละแวกใกล้เคียงร้าน (สุภาวดี ธงภักดี และคณะ, 2564) และพนักงานของร้านจำเป็นต้องมีการป้องกันโรคตามมาตรการป้องกันโรคระบาด พนักงานแนะนำเกี่ยวกับความปลอดภัยอย่างดีพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อยดี และพนักงานมีความเอาใจใส่ในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และให้ความสำคัญในการจัดการป้องกันโรคตามมาตรการป้องกันโรคระบาดอย่างดี มีการบริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง กระบวนการชำระเงินรวดเร็วและถูกต้อง และด้านสภาพแวดล้อม บรรยากาศของร้านมีความสะอาดตามมาตรการป้องกันโรค และมีการจัดอุปกรณ์เพื่อคัดกรองตามมาตรการป้องกันโรค ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการระบาดของโรค COVID-19 ที่ทำให้เศรษฐกิจและวิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยทำให้กำไรลดลงมีรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนไป (ร้อยละ 25.97) ขาดทุนมากขึ้น (ร้อยละ 11.55) มีต้นทุนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 11.42) มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ได้รับผลกระทบ (ร้อยละ 7.99) หรือมีกำไรมากขึ้น (ร้อยละ 1.85) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังได้ลดจำนวนลูกจ้างลง (ร้อยละ 42.63) อย่างไรก็ตามท่ามกลางสถานการณ์ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการนำเสนอรูปแบบการบริการที่มีความหลากหลายตามมาตรการจากรัฐบาล เช่น การส่งอาหารผ่านระบบออนไลน์ การบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน เป็นต้น การจัดส่งอาหารไม่ใช่รูปแบบการบริการที่ให้ผู้บริโภคเลือกเพียงอย่างเดียว แต่เป็นทางออกเดียวที่ธุรกิจร้านอาหารต้องทำเพื่อความอยู่รอด (กิตติกร เรืองขำ และคณะ, 2564) นอกจากนี้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยการกำหนดมาตรการรับมือโดยมีมาตรฐานความปลอดภัยที่รองรับ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความใส่ใจของผู้ประกอบการและการดำเนินกิจการต้องสอดคล้องกับกฎหมายของรัฐที่ประกาศใช้บังคับในสถานการณ์ที่ผิดปกติการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหาร เมื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคได้แล้วยังมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การปรับตัวของธุรกิจนั้นสามารถแพร่กระจายออกไปได้ในวงกว้างสามารถถึงความสนใจของผู้บริโภคได้

จากการสัมภาษณ์ร้านอาหาร โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทร้านอาหารเป็น 3 ประเภท คือ ร้านอาหารขนาดใหญ่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารขนาดเล็ก พบว่า ผลกระทบที่ธุรกิจต้องเผชิญส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน คือ การบริหารต้นทุนที่เป็นเงินที่ใช้บริหารร้านไม่เพียงพอ เพราะทุกร้านมีการเช่าสถานที่ที่ยังต้องจ่ายทุกเดือนแม้ว่ารายได้จะลดลง และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับวัตถุดิบของสดที่ต้องมีการจ่ายตลาดหรือตุนสินค้าไว้ เนื่องจากมาตรการล็อกดาวน์ของรัฐบาลที่กระทบหนักในจังหวัดที่มีผู้ติดเชื้อสูง การประกาศปิดห้างสรรพสินค้า ตลาด แหล่งชุมชน สถานศึกษา ทำให้ธุรกิจร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัยประสบปัญหาหลายด้าน และการกำหนดมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนลูกค้าเริ่มลดน้อยลงจากเดิม

ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแบกรับต้นทุนที่ยังต้องมีการจ่ายอยู่ เช่น ค่าเช่าที่ ภาษี ค่าไฟฟ้า ค่าจ้างพนักงาน ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์ แต่ผลประกอบการหรือรายได้กลับลดลง แต่ในธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กมีความได้เปรียบเรื่องรายจ่ายที่ไม่ต้องจ่ายเท่ากับร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลาง เพราะร้านอาหารขนาดเล็กไม่ต้องจ่ายค่าจ้างพนักงาน ถึงแม้ว่ารายได้จะลดลง แต่ต้นทุนในส่วนของค่าจ้างพนักงานไม่ต้องจ่าย จึงทำให้ร้านอาหารขนาดเล็กขาดทุนน้อยกว่าร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลางที่มีการจ้างพนักงาน แต่ร้านอาหารทั้งสามขนาดมีผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงเหมือนกัน เพราะผู้บริโภคไม่มีความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้ระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งต่อมาในเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม 2564 รัฐบาลประกาศมาตรการควบคุมพื้นที่โรกระบาดสูงสุดเข้มงวด 29 จังหวัด ซึ่งห้ามการบริโภคภายในร้านอาหารแต่ให้นำกลับไปบริโภคที่อื่น และเปิดบริการได้ถึง 20.00 น. รวมทั้งงดการจำหน่ายและดื่มแอลกอฮอล์ และร้านอาหารสามารถจำหน่ายอาหารได้แบบดีลิเวอรี่เท่านั้น ทำให้ร้านอาหารมีรายได้ลดน้อยลงแต่ค่าใช้จ่ายภายในร้านอาหารเท่าเดิม และทำให้ทางร้านต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มในเรื่องของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ต้องเปลี่ยนให้สะดวกต่อการขนส่งมากขึ้น ดังการให้สัมภาษณ์

*“ทางร้านมีค่าเช่าที่ ค่าทำร้าน ค่าของที่ต้องสต็อก ทั้งของแช่แข็งและของสดที่ต้องซื้อและไปจ่ายตลาดทุกวัน แล้วก็ยังมีค่าจ้างพนักงาน เพราะที่ร้านมีการจ้างเชฟ จ้างพนักงานหลายคน แล้วลูกค้าที่ร้านก็น้อยลง ทำให้รายได้มันน้อยลงช่วงเคอร์ฟิวที่ปรับเปลี่ยนเวลาเปิดปิด ต้องประหยัดค่าใช้จ่าย ยังต้องเชฟพนักงานไว้ทุกคน”*

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Salmon 59, 2564)



“ยอดขายลดลงมาก เพราะทางร้านจะมีรายได้หลักจากการนั่งทานและดื่มที่ร้าน และลูกค้าที่อยากมานั่งดื่มเบียร์ก็นั่งไม่ได้ต้องซื้อเบียร์กลับบ้าน แต่ค่าใช้จ่ายรายเดือนที่ร้านต้องจ่ายก็ยังมีเท่าเดิม มีค่าใช้จ่ายคงที่ คือ ค่าเช่า 30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายที่ผันแปร คือ ค่าน้ำค่าไฟ 15,000-40,000 บาท ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์ 60,000-100,000 บาท ค่าจ้างพนักงานประจำและพนักงานพาร์ทไทม์ 30,000-45,000 บาทต่อเดือน”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Vanilla sky, 2564)

“ร้านต้องจ่ายค่าเช่าที่ ค่ามัดจำหอ ค่าประกันประมาณ 20,000 บาท ค่าไฟประมาณ 10,000 บาท อุปกรณ์บางอย่างต้องซื้อเพิ่ม บางอย่างก็มีที่บ้าน แล้วก็ต้องจ่ายค่าวัตถุดิบเป็นรายวัน วันละ 6,000 บาท แต่รายได้ก็ลดลงต้องหาหนามาขายเพิ่ม หาทางออกให้มีรายได้ไม่ขาดทุน”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Black chick cafe, 2564)

“มีกระทบตอนลือคาวารอบแรก เดลิเวอรี่ก็ยังไม่ค่อยดี ไม่สะดวกเท่าไร ร้านต้องหยุดไปเดือนหนึ่ง ไม่มีรายได้ รายได้ศูนย์ ต้องลดพนักงานแต่ก็ไม่ได้ยอมให้ออกก็ระคับระคองไป แล้วก็ที่ร้านยังมีค่าใช้จ่ายเยอะมาก ค่าเช่าหลักหมื่น ค่าวัตถุดิบหลายพัน ค่าพนักงานอีกแต่ก็ตัดปัญหาเรื่องที่มีพนักงานที่ชอบเดินทางก็ต้องให้ออกไปเพราะว่าเสี่ยง แล้วก็เป็นการลดค่าใช้จ่ายด้วย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Cocobee, 2564)

“รอบแรกยังไม่กระทบ รอบสองหนัก เพราะว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา พอนักศึกษากลับบ้าน ลูกค้าน้อย รายได้ลดลง พนักงานต้องกักตัวทำให้ทางร้านไม่สามารถดำเนินงานได้ปกติ แล้วก็ค่าเช่าหมื่นนึง รวมมัดจำ แล้วก็ค่าเงินทุนวัตถุดิบที่ต้องจ่าย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Baboobear, 2564)

“รายจ่ายที่ต้องจ่ายทุกเดือนก็รวมๆ ประมาณ 20,000 บาท ต่อเดือน มีค่าวัสดุดิบ ค่าเช่าที่ ตกแต่งร้าน แต่ตอนนี้เจียบลง ลูกค้าน้อย รายได้ลดลงครึ่งต่อครึ่งเลย ดีที่ว่าทำคนเดียวค่าจ้างพนักงานเลยไม่เสีย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Waffle Hong Kong, 2564)

เมื่อมีมาตรการให้ร้านอาหารจำหน่ายผ่านทางช่องทางซื้อกลับบ้านหรือเดลิเวอรี่ได้เท่านั้น ไม่สามารถนั่งทานที่ร้านได้ ทำให้เกิดปัญหาด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การใช้บริการร้านอาหารมีข้อจำกัดที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ได้รับความสะดวกสบายในการมาใช้บริการเหมือนก่อนที่จะเกิดโรคระบาด COVID-19 ทำให้การได้พูดคุยกับผู้ใช้บริการลดน้อยลง การติชมหรือการให้คำแนะนำในบริการไม่สามารถสื่อสารกันได้โดยตรง และบางครั้งเกิดการติดต่อสื่อสารหรือตอบคำถามลูกค้าทางออนไลน์ล่าช้า เพราะพนักงานมีจำกัดและต้องทำงานหลายกะติดต่อกัน เนื่องมาจากการลดจำนวนพนักงานของร้าน และบ่งร้านก็มีพนักงานทำแค่คนเดียว อีกทั้งในบางครั้งพนักงานขนส่งดำเนินการขนส่งล่าช้า เนื่องจากระยะทางที่ไกลจากร้านมาก ทำให้ทางร้านถูกหักคะแนนการให้บริการในแอปเดลิเวอรี่ และการติดต่อและมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเดิมลดลง ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าและลูกค้าเปลี่ยนไป ดังการให้สัมภาษณ์

“ลูกค้าที่ร้านน้อยลง แต่ก็ไม่ได้กระทบมากเพราะฐานลูกค้าแน่น ส่วนมากเขานิยมสั่งออนไลน์ โทรสั่ง ไม่ก็ใช้แอป ปกติเราก็ขายในแอปอยู่แล้ว แต่ก็มีปัญหาเวลาตอบแชทลูกค้าช้าบ้าง เพราะพนักงานน้อยลง ปกติมีเข้าสองกะ แต่พอเคอฟิวก็เลยต้องรวมเป็นกะเดียว”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Salmon 59, 2564)

“ตอนที่ร้านเปิดอยู่ก็จะวางขนมขายแค่หน้าร้าน ต้องให้ลูกค้าสั่งจอล่วงหน้าแล้วนั้รับก็ได้ เพราะเขาไม่ให้มากินที่ร้านก็ต้องทำตามออเดอร์ แต่ยอดขายมันก็ลดลงอยู่ดี เพราะเขาไม่ได้ตามปกติ แล้วก็คุยกับลูกค้าไม่ได้นานๆ เพราะเขาแค่มาสั่งแล้วเราไปส่งแค่นั้น ไม่มีเวลาให้คุยกันเหมือนตอนมากินที่ร้าน”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Vanilla sky, 2564)

“จากที่ขายแต่หน้าร้านอย่างเดียว ก็เริ่มเสริมในแอปฟู้ดแพนด้า แกร็บ เพราะที่สั่งจะเป็น คนทำงานทั่วไปจะสั่งในฟู้ดแพนด้าหรือแกร็บอยู่แล้ว เพราะอยู่ไกลจากโซนศิลาปากร มีบ้างที่ให้ 1 ดาว เพราะฟู้ดแพนด้ามันสามารถรับออเดอร์ซ้อนได้ ลูกค้าเลยรออาหารนาน นักศึกษาก็จะสั่งเหมือนเดิม เพราะออกไปไหนไม่ได้ สั่งเดลิเวอรี่มันดีกว่าเพราะมีคนมาส่งถึงหอ”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Black chick cafe, 2564)

“สิ่งที่ดึงดูดลูกค้าให้มาที่ร้านเลยเป็นเพราะอาหารอร่อย การให้ความสัมพันธ์ที่เป็นกันเอง ไม่ แพง รสชาติคงที่ มีมาตรฐานการทำอาหารที่สะอาด ก่อนมี COVID-19 ขายแต่หน้าร้านกับส่งกลับ นาน พอมี COVID-19 ก็มีเดลิเวอรี่เพิ่ม แต่ก็ไม่ค่อยได้คุยกับลูกค้านะ เพราะต้องรีบทำอาหารกลัวไป ส่งช้าแล้วมันไม่อร่อย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Cocobee, 2564)

“ปกติมีขายออนไลน์ มีหน้าร้าน มีฟู้ดแพนด้า แกร็บ ไลน์แมน ส่วนข้อบัพู้ดกับโรบิลฮูด เพิ่ง มีหลัง COVID-19 มา เราเน้นคุณภาพสินค้าต้องดีเหมือนเดิม ดูแลลูกค้าให้ดี รสชาติดีเหมือนเดิม ราคาเริ่มต้น 29 บาท ไม่ได้ถูกที่สุดแต่ไม่แพงมาก แต่มีการปลดพนักงานจากสองคนเหลือหนึ่งคน ก็ ทำให้ทำงานช้าไปบ้าง แต่ก็ได้อยู่เพราะออเดอร์ไม่ได้เยอะเหมือนเดิม”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Baboobear, 2564)

“ปกติลูกค้าหน้าร้านเยอะ แต่ก็มีเพจฟเฟิลฮ่องกงยามเย็นให้ลูกค้าทักมาสั่งก่อนได้ มีแกร็บ ไลน์แมน โรบิลฮูด ฟู้ดแพนด้า แต่ก็ยังขายหน้าร้านได้อยู่ เพราะปกติเขาก็ซื้อไปกินข้างนอกกัน”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Waffle Hong Kong, 2564)

เมื่อทางร้านต้องจำหน่ายผ่านทางเดลิเวอรี่ที่เป็นช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ความรู้สึกชอบหรือความต้องการแนะนำร้านของลูกค้ามาจากช่องทางออนไลน์มากขึ้น ลูกค้าจะได้รับความรู้คำแนะนำ หรือดูรีวิวอาหารจากช่องทางออนไลน์ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้ออาหาร ดึงการให้สัมภาษณ์

“ยิ่งแอดในเฟสบุ๊ก คนจะรู้จักจากถนนคนเดินว่ามันร้านเดียวกัน ก็จะจำได้ ร้านอยู่ตรงกลางมอด้วย คนผ่านไปมาเยอะเลยเป็นที่รู้จัก มีจัดโปรในแอปพอขายดีมันก็จะขึ้นร้านค้ายอดนิยม คนค้นหา ก็จะเข้ามาเห็นร้านอันแรกเลย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Salmon 59, 2564)

“หันมาสนใจการประชาสัมพันธ์ร้านทางออนไลน์มากขึ้น เน้นที่เฟสบุ๊ก ไลน์ แล้วก็เว็บ google biz เอาไว้โพสรูปแล้วก็โปรโมชันใหม่ๆ แล้วก็ปรับแพคเกจจิ้งใส่อาหารให้พกพาได้ง่าย สวยงามแล้วก็ใช้งานง่ายขึ้น”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Vanilla sky, 2564)

“มีโพสในเพจเฟสบุ๊ก แต่ไม่ค่อยได้โพสอะไรเท่าไร เพราะคนดูแลร้านยุ่งมาก ส่วนมากจะมีโชว์ในแอปแกร็บ ฟีดแบคด้าว่าลดราคา เช่น 1 แกรม 1 ลูกค้ายกเข้ามาในแอปร้านจะอยู่ร้านแรกในหมวดร้านอาหาร 1 แกรม 1 แต่ก็โดนแอปฟีดแบคด้าหัก 30% แกร็บ 20% ไม่รวมภาษี ซึ่งพอหมดโปรแล้วลูกค้าเคยสั่งทานแล้ว เขาก็จะกลับมาสั่งอีก แล้วก็เคยซื้อโฆษณาของฟีดแบคด้าแต่ไม่เวิร์กเท่าจัดโปร 1 แกรม 1”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Black chick cafe, 2564)

“ช่องทางโปรโมทร้านไม่ค่อยเยอะ มีแค่เฟสบุ๊ก ก็โพสรูปสวยๆ ของกิน อาหาร ไม่ได้ยิงแอดในแอปเลย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Cocobee, 2564)

“ร้านเราไม่มีการทำการตลาด ไม่จัดโปรโมชันในเดลิเวอรี่ เน้นปากต่อปากและการซื้อซ้ำจากลูกค้าประจำ”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Baboobear, 2564)

“ของที่ร้านไม่มีโปรโมชันอะไรให้ลูกค้าเลย เพราะขายถูกอยู่แล้ว แล้วก็ลูกค้าเป็นกลุ่มเดิมเขาก็มารซื้อตลอดเลยไม่มีโปรโมชัน”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Waffle Hong Kong, 2564)

เนื่องจากสถานการณ์สถานการณ์ COVID-19 ที่ทำให้ทุกร้านได้รับผลกระทบถึงแม้ว่าจะสามารถให้ลูกค้าทานอาหารในร้านได้ แต่ทางร้านต้องสร้างความไว้วางใจ รมณ์ตระวังในสิ่งทีอาจทำลูกค้าจะเกิดความไม่ไว้วางใจในเรื่องของความสะอาดหรือมาตรฐานต่าง ๆ ทีทางรัฐกำหนดและร้านต้องปฏิบัติตาม ให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อทางร้านและให้ลูกค้าไว้วางใจในการสั่งอาหาร เพื่อให้เกิดการยอมรับและทำให้ทางร้านได้รับความนิยมกลับมาอีกครั้งภายใต้มาตรการของรัฐบาล ดังการให้สัมภาษณ์

“ทางร้านมีการจัดทำตามมาตรการของรัฐ มีการทำความสะอาดอุปกรณ์ที่ใช้ทำอาหารและพนักงานล้างมือทุกครั้ง ร้านเราเลยได้ความพอใจจากลูกค้าในอแพะเยอะ จนเป็นร้านค้ายอดนิยม เปิดมาในอแพะก็จะขึ้นให้เห็นร้านแรกเลย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Salmon 59, 2564)

“ร้านมีรีวิวในเว็บวงใน ได้เรตติ้งประมาณ 3.8 ส่วนมากลูกค้าชมเรื่องความสะอาดของร้าน เพราะเราตั้งใจให้มีส่วนต้นไม้และที่นั่งด้านนอกมากกว่าในห้องแอร์ ให้ปลอดโปร่ง ลดความแออัด ให้ลูกค้าเว้นระยะห่างเวลามาทานที่ร้าน และลูกค้าก็ชอบนั่งด้านนอกมากกว่า”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดใหญ่ Vanilla sky, 2564)

“วันแรกที่เขาประกาศว่าห้ามนั่งในร้าน ทำให้ร้านยังไม่ได้ตกแต่งอะไรเพิ่มให้ดูดีเลย เพราะไม่มีคนเข้า ก็เลยไปเน้นที่ฟู้ดแพนด้าได้ดาว 4.8/5 ลูกค้าแต่ละคนรีวิวไม่เหมือนกัน แต่เราก็คงรักษาความสะอาดให้ลูกค้าเค้าสบายใจเวลามาทกิน ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าได้”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Black chick cafe, 2564)

“รีวิวไม่ค่อยมี เพราะที่ร้านปิดหน้าร้าน เปิดเป็นแบบส่งกลับบ้านแล้วก็เดลิเวอรี่ ก่อนเข้างานพี่ก็จะตรวจความสะอาดของพนักงานทุกคนก่อน เพื่อความสบายใจของพี่ พนักงานแล้วก็ให้ลูกค้ามั่นใจว่าทำอาหารสะอาดแน่นอน”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลาง Cocobee, 2564)

“ร้านเรามีพนักงานที่ต้องกักตัว เลยทำให้ต้องเน้นเรื่องความสะอาดเพิ่มขึ้นมาก เพราะกลัวลูกค้าเขาไม่ไว้ใจ แคนนี่ก็ยอดขายน้อยแล้ว เลยต้องรักษาความสะอาดไว้มากๆเลย”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Baboobear, 2564)

“ที่ร้านมีของป้องกันโรค ทำที่กั้นโรคให้พนักงานเว้นระยะกับลูกค้า”

(บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดเล็ก Waffle Hong Kong, 2564)

สรุปได้ว่าสถานการณ์และผลกระทบที่ธุรกิจต้องเผชิญจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ทุกร้านได้รับผลกระทบเหมือนกัน คือ รายได้ที่ลดลง แต่ค่าใช้จ่ายยังเท่าเดิม ซึ่งทางร้านอาหารขนาดเล็กได้เปรียบเรื่องของค่าใช้จ่ายที่จ่ายน้อยกว่าร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลางในเรื่องของการจ้างพนักงาน เพราะร้านอาหารขนาดเล็กไม่มีการจ้างพนักงานจึงสามารถบริหารต้นทุนทางค่าจ้างพนักงานได้มากกว่าร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลาง อีกทั้งยังเกิดผลกระทบในด้านปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่ลดลง และทำให้เกิดความไม่สะดวกในการให้บริการลูกค้า เนื่องจากการสั่งอาหารผ่านทางออนไลน์หรือทางแอปเดลิเวอรี่ทำให้ไม่ได้มีการพูดคุยหรือไม่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าโดยตรง รวมไปถึงการตอบแชทและส่งอาหารล่าช้าทำให้ทางร้านได้รับคำ

คำทวนิ ทุกร้านต้องดำเนินกิจการตามมาตรการของรัฐบาลในเรื่องของการรักษาความสะอาดและการป้องกันโรค เพื่อสร้างไว้วางใจให้แก่ลูกค้า สร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าเกิดการยอมรับและส่งผลให้ทางร้านได้รับความนิยมกลับมาอีกครั้งภายใต้มาตรการของรัฐบาลในการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยผลกระทบที่ร้านอาหารได้รับนั้นส่งผลให้บางร้านเกิดแนวทางการปรับตัวของร้านและทำให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ในทางกลับกันบางร้านอาหารก็ไม่สามารถที่จะปรับตัวให้ดำเนินกิจการได้ทำให้ต้องปิดตัวลง ซึ่งแนวทางการปรับตัวของแต่ละร้านอาหารที่ดำเนินกิจการอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 นั้นจะชี้แจงในบทต่อไป

## บทที่ 4 การปรับตัวของแต่ละร้านอาหาร

จากการศึกษาผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษา บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร) โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) เพื่ออธิบายอธิบายว่า “ทุน” ซึ่งหมายถึงสิ่งที่แต่ละร้าน “มีอยู่” จะส่งผลต่อการปรับตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างไร โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเภทร้านอาหารเป็น 3 ประเภท คือ ร้านอาหารขนาดใหญ่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารขนาดเล็ก เพื่อวิเคราะห์การปรับตัวของแต่ละร้านอาหารจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

### 4.1 การปรับตัวของแต่ละร้านอาหาร

#### ประเภทร้านอาหารขนาดใหญ่

##### ร้าน Salmon 59

จากการสัมภาษณ์ร้าน Salmon 59 ที่เปิดร้านมาเป็นเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2560 ขายอาหารสไตล์ญี่ปุ่น เน้นการขายซาซิมิ แซลมอน โดยของที่ขายต้องเป็นของสดเพราะอาหารญี่ปุ่นเน้นการขายของดิบที่สะอาดและสดอยู่เสมอ ทางร้านมีการปรับตัวดังนี้

1. เนื่องจากทางร้านขายอาหารญี่ปุ่นที่มีขั้นตอนการทำอาหารที่ซับซ้อนจึงจำเป็นต้องมีการจ้างเชฟอาหารญี่ปุ่นประจำร้าน ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเรื่องพนักงานมีต้นทุนที่สูง และมีทำเลที่ตั้งร้านใกล้มหาวิทยาลัย เป็นส่วนกลางที่มีคนผ่านจำนวนมากและยังมีการขายที่ถนนคนเดินด้วย จึงทำให้ค่าเช่าที่ของร้านมีราคาสูง ทางร้านจึงมีการปรับตัวโดยลดวันทำงานของพนักงานลง 1 วัน และลดให้ชั่วโมงการทำงานเหลือเพียง 1 กะ เท่านั้น

2. สต็อกของน้อยลงจากปกติ ลดเหลือประมาณ 70% เพื่อให้ได้สดใหม่ เช่น ปลาเข้า 10 ลัง ก็ลดเหลือ 7-8 ลัง แต่ให้ของเข้าดีกว่าเดิม

3. มีการให้บริการขายอาหารตามแอปเดลิเวอรี่เพิ่ม เช่น แกร็บ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า ซ้อปี้ฟู้ด แต่จำเป็นต้องคงความสดใหม่ของวัตถุดิบอยู่



4. ทางร้านมีการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ร้านในช่องทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของทางร้านมีหลายหลาย เช่น นักศึกษา คนทำงาน แม่ค้าพ่อค้าในตลาด จึงมีการโปรโมทร้านผ่านทางเฟสบุ๊กเป็นหลัก

5. มีการจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจลูกค้า มีส่วนลดอาหารในแอปเดลิเวอรี่ เมื่อมียอดขายมากขึ้นร้านก็จะขึ้นร้านค้ายอดนิยม คนกดเข้ามาก็จะเห็นร้านเป็นอันแรก

6. มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐ คือ โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราชนะ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารให้แก่ลูกค้า

### ร้าน Vanilla sky

จากการสัมภาษณ์ร้าน Vanilla sky ที่เปิดร้านมาเป็นเวลา 8 ปี ตั้งแต่ปี 2556 ขายขนมอาหาร เครื่องดื่ม เบียร์และเบียร์นำเข้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด ทางร้านมีการปรับตัวดังนี้

1. ทางร้านจะมีรายได้หลักจากการนั่งรับประทานทานอาหารและเครื่องดื่มที่ร้าน ลูกค้าที่อยากมานั่งดื่มเบียร์ก็ไม่มีที่อยากซื้อเบียร์กลับบ้าน ทำให้ทางร้านต้องแบกรับต้นทุนที่เกี่ยวกับค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ วัสดุดิบ อุปกรณ์ ค่าจ้างพนักงานประจำและพาร์ทไทม์ จึงมีการปรับตัว คือ ทางร้านตัดสินใจปิดหน้าร้านเพื่อประหยัดต้นทุนเรื่องวัสดุดิบและการตุนสินค้า เช่น เบียร์นำเข้า

2. มีการปรับไปขายออนไลน์ เน้นการประชาสัมพันธ์ร้านลงโลกออนไลน์ ผ่านทาง Facebook, Instagram, Google biz มากขึ้น เพื่อสะสมฐานลูกค้า

3. มีการนัดรับและส่งของจากทางร้านเมื่อเวลาเจ้าของร้านไปตามสถานที่ต่าง ๆ จะทำการประชาสัมพันธ์ในเพจของร้าน ให้ลูกค้าทราบว่าจะมีการนัดรับของที่ไหนบ้างในแต่ละวัน เพื่อลดค่าใช้จ่ายการขนส่งสำหรับลูกค้าที่อยู่ไกลจากร้าน

## ประเภทร้านอาหารขนาดกลาง

### ร้าน Black chick cafe

จากการสัมภาษณ์ร้าน Black chick cafe ที่เปิดร้านมาเป็นเวลา 2 ปี ตั้งแต่ปี 2562 เป็นร้านที่ขายอาหารประเภทไก่เกาหลี เฟรนฟายและของทอด อาหารจานเดียว เช่น ไช้ซันแฮม กุ้ง ไก่เผ็ดและมีเมนูขึ้นชื่อและขายดี คือ ไก่เกาหลีสูตรดั้งเดิม ทางร้านมีการปรับตัวดังนี้

1. เมื่อทางภาครัฐประกาศ Lockdown ทำให้ทางร้านต้องปิดร้าน และเมื่อเปิดร้านได้ก็ขายได้แค่แบบส่งกลับบ้านเท่านั้น ทำให้รายได้ลดลง ทางร้านจึงมีการปรับตัวเกี่ยวกับเรื่องค่าเช่าที่ ค่าอุปกรณ์ทำครัว ค่าวัตถุดิบ ต้องลดค่าใช้จ่าย เช่น ต้องเตรียมวัตถุดิบให้น้อยลง เพราะเวลาขายไม่หมดจะได้ไม่เหลือทิ้งเยอะ
2. มีการจัดตารางงานของพนักงานใหม่ โดยต้องสลับเวรกันเข้าร้าน เพื่อให้ทางร้านยังจ้างพนักงานได้ทุกคน ไม่มีการเลิกจ้างพนักงาน
3. ทางร้านได้ขยายช่องทางในการขายผ่านทางแอปพลิเคชัน Grab และ Food panda และมี Facebook ชื่อว่า BLACK CHICK CAFÉ ที่สามารถส่งข้อความติดต่อสอบถามได้และสั่งอาหารจากทางร้านได้อีกช่องทาง
4. ทางร้านเน้นกลุ่มลูกค้าไปทางนักศึกษาและครอบครัว จึงมีการใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปาก โดยมีการบอกลูกค้าที่มาซื้อที่ร้านให้แนะนำร้านต่อ เมื่อลูกค้าได้ลองใช้บริการแล้วรับรู้ว่าการอาหารร้านนี้อร่อย ราคาถูก ก็จะมีการบอกต่อและชวนกันมารับประทานอาหารที่ร้าน ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ไปอีกรูปแบบหนึ่ง
5. ในแอปพลิเคชันมีการจัดโปรโมชั่น 1 แถม 1 เพื่อดึงดูดลูกค้าภายนอกบริเวณมหาวิทยาลัย ศิลปากรให้มากขึ้น
6. มีการเข้าร่วมโครงการรัฐบาล คือ โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราชนะอีกด้วย

### ร้าน Cocobee

จากการสัมภาษณ์ร้าน Cocobee ที่เปิดร้านมาเป็นเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2560 เป็นร้านอาหารที่ขายอาหารเกาหลี สตรีทฟู้ด ไก่ทอด คิมบับ ต็อกบกกี ทางร้านมีการปรับตัวดังนี้

1. ช่วง Lock down ในประเทศไทยรอบแรก ร้านต้องหยุดไป 1 เดือน ไม่มีรายได้ ทางร้านจึงมีการปรับตัวโดยต้องลดพนักงานลง เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย
2. ทางร้านหันไปขายทางช่องทางเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น มีทั้งลูกค้าหน้าร้านและลูกค้าในแอปเดลิเวอรี่
3. ทำรูปโปรโมทอาหารแบบสวยๆ ดึงดูดลูกค้า เพื่อยิงแอดโฆษณาทางออนไลน์
4. ทางร้านมีการทำความสะอาดและมีมาตรการตามกำหนดของรัฐบาล
5. ทางร้านเข้าร่วมโครงการรัฐบาล ช่วยให้ผู้ค้าประหยัดค่าใช้จ่าย

### ประเภทร้านอาหารขนาดเล็ก

#### ร้าน Baboobear

จากการสัมภาษณ์ร้าน Baboobear ที่เปิดร้านมาเป็นเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2561 เป็นร้านที่ขายเครื่องดื่มชานมได้หวานไข่มุกและพุดดิ้งไข่เป็นหลัก ทางร้านมีการปรับตัวดังนี้

1. จำนวนลูกค้าลดลงและรายได้ลดลง เพราะว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา เมื่อนักศึกษาต้องเรียนออนไลน์ส่วนมากก็กลับบ้านกัน และพนักงานต้องกักตัว ทำให้ทางร้านไม่สามารถดำเนินงานได้ปกติ ทางร้านจึงมีการปรับตัวโดยการปลดพนักงาน จาก 2 คน ให้เหลือ 1 คน เพื่อลดต้นทุนในการจ้างพนักงาน และตัวเจ้าของร้านทำวัตถุดิบเองทั้งหมด ให้พนักงานขายหน้าร้านผลัดเวรกับเจ้าของร้าน
2. เจ้าของร้านจะอยู่เองตลอด เพื่อดูแลการให้บริการ และเน้นความสะอาดที่มีมาตรฐาน คุณภาพสินค้าต้องดีเหมือนเดิม ดูแลลูกค้าให้ดีเหมือนเดิม รสชาติดีเหมือนเดิม ไม่ลดเกรดวัตถุดิบ
3. ทางร้านเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งหน้าร้าน แกร็บ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า ซ้อปี้ฟู้ด โรบิลฮูด หรือโทรสั่งแล้วไปส่งได้

4. ทางร้านเน้นกลุ่มลูกค้าประจำที่เป็นนักศึกษา จึงเน้นการให้ลูกค้าแนะนำกันแบบปากต่อปาก เพื่อให้เกิดการบอกต่อและลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำ

5. มีการจัดโปรโมชั่นขึ้นชื่อ 10 ฟรี 1

6. มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล ทั้งโครงการคนละครึ่งและเราชนะ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารให้แก่ลูกค้า

### ร้าน Waffle Hong Kong

จากการสัมภาษณ์ร้าน Waffle Hong Kong ที่เปิดร้านมาเป็นเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2560 เป็นร้านที่ขายขนมวaffleเป็นหลัก และเสริมด้วยการขายข้าวไข่เจียว และน้ำดื่มเพิ่ม ทางร้านมีการปรับตัวดังนี้

1. จำนวนลูกค้าลดลงและรายได้ลดลงครั้งต่อครั้ง และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าวัตถุดิบ ค่าอุปกรณ์ ค่าเช่าที่ และค่าตกแต่งร้าน ทางร้านจึงมีการปรับตัวโดยเปิดร้านเช้าขึ้น และปิดเร็วกว่าเดิม เพราะเกิด COVID-19 และรัฐบาลบังคับให้ปิดร้านเร็วขึ้น

2. ทางร้านมีมาตรการของป้องกันโรค โดยการทำให้กั้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อความปลอดภัยตามมาตรการของรัฐบาล และการขายอาหารให้สะอาดและมีคุณภาพอยู่เสมอ

3. มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งขายหน้าร้าน ทางเพจของร้าน แกร็บ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า โรบิลฮูด เน้นกลุ่มลูกค้าประจำที่เป็นนักศึกษาโดยเฉพาะ ยังเน้นการขายที่หน้าร้านมากที่สุด เพราะลูกค้าประจำมักจะมาสั่งที่หน้าร้านมากกว่าออนไลน์ ไม่มีการจัดโปรโมชั่น เพราะขายราคาถูกลงแล้ว

4. มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล ทั้งโครงการคนละครึ่งและเราชนะ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารให้แก่ลูกค้า

## 4.2 แนวทางการปรับตัวของแต่ละร้านอาหารภายใต้แนวคิดเรื่องทุน

จากวิธีการปรับตัวของแต่ละร้านอาหาร เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อไปได้นั้น ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และแจกแจงรายละเอียดแนวทางการปรับตัวของแต่ละร้านอาหารที่มีวิธีการปรับตัวคล้ายและแตกต่างกัน โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ประกอบด้วย 1. ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) 2. ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) 3. ทุนทางสังคม (social capital) และ 4. ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ประเภทร้านอาหารขนาดใหญ่

#### ร้าน Salmon 59

จากวิธีการปรับตัวของร้าน Salmon 59 สามารถวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของร้านภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้ดังนี้

1. ทางร้านไม่เลิกจ้างพนักงานแต่ปรับลดการทำงานของพนักงานลง และยังคงจ่ายค่าเช่าที่เหมือนเดิม เท่ากับมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากเป็นกิจการธุรกิจแบบครอบครัว ทำให้มีเงินทุนสำรองจำนวนมากจากการลงทุนของคนในครอบครัว จึงได้รับผลกระทบในด้านของค่าเช่าสถานที่และค่าจ้างพนักงานน้อย
2. การสต็อกของน้อยลงจากปกติ เพื่อให้ได้ของที่สุดใหม่อยู่เสมอและไม่ค้างของไว้ เพราะลูกค้าน้อยลง เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านการคำนวณปริมาณสินค้าให้พอดีกับความต้องการของลูกค้าที่เลือกใช้บริการร้านในแต่ละวันให้เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าได้ทานอาหารที่มีคุณภาพอยู่เสมอ
3. มีการให้บริการขายอาหารตามแอปพลิเคชันเพิ่มเติม เช่น แกร็บ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า ซอปปี้ ฟู้ด เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านการจัดการสมัครเปิดร้านในแต่ละแพลตฟอร์มของแต่ละแอปพลิเคชัน โดยต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยี การใช้อินเทอร์เน็ต การใช้เครื่องมือสื่อสารหรืออุปกรณ์ในการทำงานของแต่ละแอปพลิเคชัน และมีทุน

ทางทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในด้านการมีเครื่องมือสื่อสารหรืออุปกรณ์ในการใช้เปิดแอปพลิเคชันในร้าน ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์มาใช้ภายในร้าน

4. ทางร้านมีการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ร้านในช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงมีการโปรโมทร้านผ่านทางเฟสบุ๊กเป็นหลัก เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านของวิธีการและคำนวณจำนวนวันในการโปรโมทร้านผ่านเฟสบุ๊กด้วยการยิงแอดสินค้า และมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในด้านของค่าใช้จ่ายในการยิงแอดสินค้าผ่านเฟสบุ๊กต่อวันที่ทางร้านต้องเสียค่าใช้จ่าย

5. มีการจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจลูกค้า และมีส่วนลดอาหารในแอปพลิเคชัน เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการกำหนดราคาอาหารช่วงโปรโมชั่นให้ดึงดูดลูกค้ามากขึ้น และคำนวณกำไร ต้นทุน ในการขายราคาโปรโมชั่นไม่ให้ขาดทุน

6. มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐ คือ โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราชนะ เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีเพื่อนที่แนะนำให้สมัครโครงการของรัฐบาล เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เขามากขึ้น เพราะเงื่อนไขโครงการของรัฐบาลจะทำให้ลูกค้าประหยัดเงินค่าอาหารได้และทำให้ทางร้านได้จำนวนลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

### ร้าน Vanilla sky

จากวิธีการปรับตัวของร้าน Vanilla sky สามารถวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของร้านภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้ดังนี้

1. มีการปรับไปขายออนไลน์ เน้นการประชาสัมพันธ์ร้านลงโลกออนไลน์ ผ่านทาง Facebook, Instagram, Google biz มากขึ้น เพื่อสะสมฐานลูกค้า เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ด้านวิธีการประชาสัมพันธ์ร้านให้มีความน่าสนใจผ่านทางช่องทางออนไลน์ ต้องใช้ความรู้ในการเขียนคำแนะนำเมนูอาหาร ใช้ความรู้ในการเลือกมุมถ่ายภาพอาหารให้สวยงาม

2. มีการนัดรับและส่งของจากทางร้านเมื่อเวลาเจ้าของร้านไปตามสถานที่ต่าง ๆ จะทำการประชาสัมพันธ์ในเพจของร้าน ให้ลูกค้าทราบว่าจะมีการนัดรับของที่ไหนบ้างในแต่ละวัน เพื่อลดค่าใช้จ่ายการขนส่งสำหรับลูกค้าที่อยู่ไกลจากร้าน เท่ากับมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีรถยนต์ในการขนส่งสินค้าไปส่งตามสถานที่ต่างๆ เพื่อส่งสินค้าให้ลูกค้าตามจุดที่ตกลงกันไว้ และมีค่าใช้จ่ายเรื่องของน้ำมันเพิ่มเข้ามาอีกด้วย

### ประเภทร้านอาหารขนาดกลาง

#### ร้าน Black chick cafe

จากวิธีการปรับตัวของร้าน Black chick café สามารถวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของร้านภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดีเยอ (Pierre Bourdieu) ได้ดังนี้

1. ทางร้านต้องปิดร้านจึงได้มีการปรับปรุง ตกแต่งร้านในระหว่างที่ปิดทำการ เท่ากับมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวจึงมีเงินทุนในการดำเนินกิจการจำนวนมาก เพียงพอต่อการใช้หมุนเวียนภายในร้าน

2. เมื่อเปิดร้านได้ก็ขายได้แค่แบบส่งกลับบ้านเท่านั้น ทำให้รายได้ลดลง ทางร้านจึงมีการปรับตัวเกี่ยวกับเรื่องค่าเช่าที่ ค่าอุปกรณ์ทำครัว ค่าวัตถุดิบ ต้องลดค่าใช้จ่าย เช่น ต้องเตรียมวัตถุดิบให้น้อยลง เพราะเวลาขายไม่หมดจะได้ไม่เหลือทิ้งเยอะ เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในการคำนวณปริมาณของสดที่ต้องซื้อให้พอดีกับการขายในแต่ละวัน

2. มีการจัดตารางงานของพนักงานใหม่ โดยต้องสลับเวรกันเข้าร้าน เพื่อให้ทางร้านยังจ้างพนักงานได้ทุกคน ไม่มีการเลิกจ้างพนักงาน เท่ากับมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากยังคงมีการจ้างพนักงานครบทุกคนและยังคงจ่ายเงินเดือนอยู่เสมอ

3. ทางร้านได้ขยายช่องทางในการขายผ่านทางแอปพลิเคชัน Grab และ Food panda และมี Facebook ชื่อว่า BLACK CHICK CAFÉ ที่สามารถส่งข้อความติดต่อสอบถามได้และสั่งอาหารจากทางร้านได้อีกช่องทาง เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านการใช้เทคโนโลยี การใช้อินเทอร์เน็ต ในการใช้บริการแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ต่างๆ

4. ทางร้านเน้นกลุ่มลูกค้าไปทางนักศึกษาและครอบครัว จึงมีการใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปาก เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีการบอกลูกค้าประจำที่มาซื้อที่ร้านให้แนะนำร้านต่อ เมื่อลูกค้าได้ลองใช้บริการแล้วรับรู้ว่าคุณภาพอาหารร้านนี้อร่อย ราคาถูก ก็จะเกิดการบอกต่อ และชวนกันมารับประทานอาหารที่ร้านเพิ่มขึ้น

5. ในแอปพลิเคชันมีการจัดโปรโมชั่น 1 แถม 1 เพื่อดึงดูดลูกค้าภายนอกบริเวณมหาวิทยาลัย ศิลปากรให้มากขึ้น เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการกำหนดราคาอาหารช่วงโปรโมชั่นให้ดึงดูดลูกค้ามากขึ้น และคำนวณกำไร ต้นทุน ในการขายราคาโปรโมชั่นไม่ให้ขาดทุน

6. มีการเข้าร่วมโครงการรัฐบาล คือ โครงการคนละครึ่ง และโครงการเราชนะ เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากลูกค้าประจำที่เป็นนักศึกษาที่เจ้าของร้านมีความสนิทด้วย แนะนำ อีกทั้งพ่อแม่ของเจ้าของร้านก็แนะนำให้ เจ้าของร้านสมัครโครงการคนละครึ่งและเราชนะ เพราะว่าเป็นลูกค้าหลักมีรายได้น้อย ถ้าสมัครโครงการของรัฐ นักศึกษาที่ได้รับสิทธิก็จะมาใช้บริการที่ร้านมากขึ้นกว่าเดิม

### ร้าน Cocobee

จากวิธีการปรับตัวของร้าน Cocobee สามารถวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของร้านภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดีเยอ (Pierre Bourdieu) ได้ดังนี้

1. ทางร้านหันไปขายทางช่องทางเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านการใช้เทคโนโลยี การใช้อินเทอร์เน็ต ในการใช้บริการแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ต่างๆ เพื่อการเพิ่มยอดขายให้ร้าน

2. ทำรูปโปรโมทอาหารแบบสวยๆ ดึงดูดลูกค้า เพื่อยิงแอดโฆษณาทางออนไลน์ เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านเทคนิคการถ่ายภาพอาหารและการตกแต่งภาพให้มีความสวยงาม ให้สะดุดตาลูกค้า และต้องใช้ความรู้ในด้านเทคนิคการยิงแอดโฆษณาให้ได้ผลตอบแทนที่พึงพอใจ และมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวทางร้านมีเงินทุนในการลงทุนยิงแอดโฆษณาทางออนไลน์ ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาวันในแต่ละวัน



3. ทางร้านมีการทำความสะอาดและมีมาตรการตามกำหนดของรัฐบาล เท่ากับมีทุนทางทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากมาตรการตามกำหนดของรัฐบาลในการรักษาความสะอาด และป้องกันการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ต้องมีการซื้ออุปกรณ์ทำความสะอาด ที่วัดอุณหภูมิ แอลกอฮอล์ และอื่นๆ ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่ายในทุกเดือน เพราะเป็นของที่ใช้แล้วหมดไปต้องซื้อใหม่ตลอด

4. ทางร้านเข้าร่วมโครงการรัฐบาล เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีความรู้ในด้านการยื่นภาษี ทำบัญชีต๋งบ กำไร ต้นทุน ด้วยตัวเอง จึงสมัครเข้าร่วมโครงการของรัฐไว้ เพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบการยื่นภาษีของเจ้าของร้าน

### ประเภทร้านอาหารขนาดเล็ก

#### ร้าน Baboobear

จากวิธีการปรับตัวของร้าน Baboobear สามารถวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของร้าน ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้ดังนี้

1. เจ้าของร้านจะอยู่เองตลอด เน้นความสะอาดที่มีมาตรฐานคุณภาพสินค้าต้องดีเหมือนเดิม ไม่ลดเกรดวัตถุดิบ เท่ากับทุนทางทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีเงินทุนในการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเท่าเดิม แม้ว่ารายได้จะลดลงก็ตาม

2. ทางร้านเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งหน้าร้าน แกร็บ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า ซ้อปบี้ฟู้ด โรบิลชูด หรือโทรสั่งแล้วไปส่งได้ เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีความรู้ในด้านการใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และวิธีการใช้แอปพลิเคชันที่เพิ่มเข้ามาในช่องทางการจัดจำหน่าย และมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากมีการให้ลูกค้าสั่งแล้วทางร้านออกไปส่งได้ ซึ่งเจ้าของร้านมีรถจักรยานส่วนตัวในการใช้ไปส่งอาหารให้ลูกค้าได้

3. ทางร้านเน้นกลุ่มลูกค้าประจำที่เป็นนักศึกษา จึงเน้นการให้ลูกค้าแนะนำกันแบบปากต่อปาก เพื่อให้เกิดการบอกต่อและลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำ เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีการพูดคุยและบอกแก่ลูกค้าว่าให้แนะนำร้านต่อๆ กันให้ด้วย อีกทั้งเจ้าของร้านมีพนักงานเป็นนักศึกษา จึงให้พนักงานที่เป็นนักศึกษบอกเพื่อนๆ ให้มาซื้ออาหารที่ร้านให้มากขึ้น

4. มีการจัดโปรโมชั่นซื้อ 10 ฟรี 1 เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านต้องใช้ความรู้ในด้านการคำนวณราคาของสินค้าไม่ให้ขาดทุน ด้วยการจัดโปรโมชั่นแถมฟรี

5. มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล ทั้งโครงการคนละครึ่งและเราชนะ เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีความสนิทกับนักศึกษามาก ทั้งนักศึกษาที่เป็นพนักงานและนักศึกษาที่เป็นลูกค้าประจำ และลูกค้ามักจะถามว่ารับคนละครึ่งไหม ทำให้เจ้าของร้านสมัครโครงการของรัฐบาลตามคำแนะนำของพนักงานและลูกค้าประจำ

### ร้าน Waffle Hong Kong

จากวิธีการปรับตัวของร้าน Waffle Hong Kong สามารถวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของร้านภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้ดังนี้

1. ทางร้านมีการปรับตัวโดยเปิดร้านเช้าขึ้น และปิดเร็วกว่าเดิม เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีลูกค้าประจำเป็นนักศึกษา ซึ่งเมื่อมีการปรับรูปแบบการสอน นักศึกษากลับบ้านมากขึ้น ทำให้เจ้าของร้านได้รับรู้รูปแบบการสอนและเวลาในการเรียนที่มหาวิทยาลัยที่เปลี่ยนไปจากลูกค้านักศึกษาที่สนิท จึงนำข้อมูลตรงส่วนนั้นมาปรับเวลาเปิด-ปิดของร้าน

2. ทางร้านมีมาตรการของป้องกันโรค โดยการทำที่กั้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อความปลอดภัยตามมาตรการของรัฐบาล เท่ากับมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) เนื่องจากมาตรการของป้องกันโรค COVID-19 ตามกำหนดของรัฐบาล ต้องมีการซื้ออุปกรณ์ทำความสะอาด ที่วัดอุณหภูมิ แอลกอฮอล์ และอื่นๆ ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่ายในทุกเดือน เพราะเป็นของที่ใช้แล้วหมดไปต้องซื้อใหม่ตลอด

3. มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งทางเพจของร้าน แกร็บ ไลน์แมน ฟู้ดแพนด้า โรบิลฮูด เท่ากับมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เนื่องจากเจ้าของร้านมีความรู้ในด้านการใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และวิธีการใช้แอปพลิเคชันที่เพิ่มเข้ามาในช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้โทรศัพท์มือถือของตนเอง

4. มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล ทั้งโครงการคนละครึ่งและเราชนะ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารให้แก่ลูกค้า เท่ากับมีทุนทางสังคม (social capital) เนื่องจากเจ้าของร้านเห็นว่าร้านอาหารรอบข้างมีแต่ร้านที่สมัครโครงการของรัฐบาล และแม่ค้าร้านอื่นๆ ที่เจ้าของร้านรู้จักก็แนะนำให้สมัคร เพราะสามารถเพิ่มยอดขายให้แก่ร้านได้ ลูกค้าจะเลือกใช้ร้านที่สมัครโครงการของรัฐมากในช่วงเศรษฐกิจนี้ ทำให้เจ้าของร้านทำการสมัครโครงการของรัฐ

สรุปแนวทางการปรับตัวของแต่ละร้านอาหาร โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) พบว่าร้านอาหารส่วนใหญ่มีการปรับตัวโดยใช้ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) และทุนทางสังคม (social capital) ที่แตกต่างกันไปในแต่ละร้านโดยในทุกร้านไม่มีการใช้ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) แสดงให้เห็นว่าแต่ละร้านมีการปรับตัวที่แตกต่างกัน เป็นผลมาจากการมีทุนของแต่ละร้านไม่เท่ากัน ถึงแม้ว่าวิธีการปรับตัวจะใช้วิธีการเดียวกันแต่ทุนที่ใช้ก็สามารถต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับทุนที่เจ้าของร้านแต่ละคนมี

## บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาผลกระทบจาก COVID-19 ต่อเศรษฐกิจประเทศไทย (ขอบเขตการศึกษา บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร) เพื่อศึกษาผลกระทบที่มีต่อธุรกิจประเภทร้านอาหารบริเวณรอบ มหาวิทยาลัยศิลปากร และเพื่อรู้ถึงการปรับตัวของร้านอาหารตามแนวคิดเรื่องทุน โดยใช้แนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทร้านอาหารเป็น 3 ประเภท คือ ร้านอาหารขนาดใหญ่ ร้านอาหารขนาดกลาง และร้านอาหารขนาดเล็ก จากการวิเคราะห์สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

### 5.1 ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจประเภทร้านอาหารบริเวณรอบมหาวิทยาลัยศิลปากร

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์ร้านอาหารถึงผลกระทบที่แต่ละร้านได้รับจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 พบว่า ส่วนใหญ่พบปัญหาคล้ายคลึงกัน คือ รายได้ลดลงเนื่องจากการล็อกดาวน์ และทำให้ลูกค้าน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด แต่ค่าใช้จ่ายยังเท่าเดิม ซึ่งทางร้านอาหารขนาดเล็กได้เปรียบเรื่องของค่าใช้จ่ายที่จ่ายน้อยกว่าร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลางในเรื่องของการจ้างพนักงาน เพราะร้านอาหารขนาดเล็กไม่มีการจ้างพนักงานจึงสามารถบริหารต้นทุนทางค่าจ้างพนักงานได้มากกว่าร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลาง ทุกร้านต้องเพิ่มมาตรการป้องกันโรค ต้องมีการรักษาความสะอาดและปฏิบัติตามข้อบังคับของทางรัฐบาลอย่างเคร่งครัดในการลดการแพร่เชื้อของ COVID-19 เพื่อสร้างไว้วางใจให้แก่ลูกค้า สร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าเกิดการยอมรับและส่งผลให้ ทางร้านได้รับความนิยมกลับมาอีกครั้ง ทำให้บางร้านต้องปิดตัวลงเป็นการชั่วคราว อีกทั้งรัฐบาลยังมีมาตรการจำกัดเวลาในการขายอาหารและนั่งรับประทานในร้าน ส่งผลต่อการวางแผนงานในการจัดตุนสินค้าหรือการส่งวัตถุดิบของทางร้านต้องเปลี่ยนไป จึงส่งผลให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เพิ่มขึ้นมาและได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและเพื่อให้เป็นไปตามมาตรการของรัฐ

อีกทั้งแต่ละร้านค้ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษา แต่ทางมหาวิทยาลัยได้มีกำหนดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนเป็นแบบออนไลน์ทั้งหมด นักศึกษาที่ส่วนมากที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ต่างจังหวัดเดินทางกลับบ้าน ทำให้มีจำนวนนักศึกษาที่อยู่ใกล้กับนิเวศมหาวิทยาลัยมีจำนวนน้อยลงอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหน้ามหาวิทยาลัยที่มีรายได้หลักมาจากการให้บริการนั่งทานในร้านได้รับผลกระทบ ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการนำเสนอรูปแบบการบริการที่มี

ความหลากหลายตามมาตรการจากรัฐบาล เช่น การสั่งอาหารผ่านระบบออนไลน์การบริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน เป็นต้น การจัดส่งอาหารไม่ใช่รูปแบบการบริการที่ให้ผู้บริโภคเลือกเพียงอย่างเดียว แต่เป็นทางออกเดียวที่ธุรกิจร้านอาหารต้องทำเพื่อความอยู่รอด แต่ทางร้านจะมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่ลดลง และทำให้เกิดความไม่สะดวกในการให้บริการลูกค้า เนื่องจากการสั่งอาหารผ่านทางออนไลน์หรือทางแอปพลิเคชันทำให้ไม่ได้มีการพูดคุยหรือไม่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าโดยตรง รวมไปถึงการตอบแชทและส่งอาหารล่าช้าทำให้ทางร้านได้รับคำตำหนิ โดยผลกระทบที่ร้านอาหารได้รับนั้นส่งผลให้บางร้านเกิดแนวทางการปรับตัวของร้านและทำให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ในทางกลับกันบางร้านอาหารก็ไม่สามารถที่จะปรับตัวให้ดำเนินกิจการได้ทำให้ต้องปิดตัวลง

## 5.2 การปรับตัวของร้านอาหารตามแนวคิดเรื่องทุนของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu)

### 5.2.1 วิธีการปรับตัวของร้านอาหาร

จากการศึกษาและวิเคราะห์การปรับตัวของร้านอาหารจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 พบว่า จากมาตรการล็อกดาวน์ของรัฐบาลที่กระทบหนักในจังหวัดที่มีผู้ติดเชื้อสูง การประกาศปิดห้างสรรพสินค้า ตลาด แหล่งชุมชน สถานศึกษา ทำให้ธุรกิจร้านอาหารประสบปัญหาหลายด้าน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องแบกรับต้นทุนที่ยังต้องมีการจ่ายอยู่ เช่น ค่าเช่าที่ ภาษี ค่าน้ำค่าไฟ ค่าจ้างพนักงาน ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์ แต่ผลประกอบการหรือรายได้กลับลดลง นำมาซึ่งการปรับตัวของแต่ละร้านไม่ว่าจะเป็นการลดการจ้างพนักงาน ลดค่าน้ำค่าไฟโดยปิดหน้าร้าน ลดการตุนวัตถุดิบเพื่อไม่ให้เหลือทิ้ง โดยธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กมีความได้เปรียบเรื่องรายจ่ายที่ไม่ต้องจ่ายเท่ากับร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลาง เพราะร้านอาหารขนาดเล็กไม่ต้องจ่ายค่าจ้างพนักงาน ถึงแม้ว่ารายได้จะลดลงแต่ต้นทุนในส่วนของการจ้างพนักงานไม่ต้องจ่าย จึงทำให้ร้านอาหารขนาดเล็กขาดทุนน้อยกว่าร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลางที่มีการจ้างพนักงาน

เมื่อมีมาตรการให้ร้านอาหารจำหน่ายผ่านทางออนไลน์หรือเดลิเวอรี่ได้เท่านั้น ไม่สามารถนั่งทานที่ร้านได้ ทำให้ทางร้านต้องปรับตัวในการพัฒนาและเพิ่มช่องทางการขายสินค้ามากขึ้น เปลี่ยนไปเนื่องจากการเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายจากหน้าร้านเป็นเดลิเวอรี่หรือออนไลน์ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านแอปพลิเคชันหรือผ่านแอป Facebook, Instagram, Line Man, Food panda, Grab เป็นต้น จากเดิมที่ทานอาหารในร้านลูกค้าจะสามารถถ่ายรูปอาหารเพื่อรีวิวอาหารได้อย่างสวยงาม แต่เมื่อทางร้านต้องจำหน่ายผ่านทางเดลิเวอรี่ ทำให้ทางร้านมีการปรับตัวในเรื่องการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการโดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหารที่

เป็นพลาสติกที่สามารถเก็บอาหารไว้รับประทานได้นาน และให้สะดวกต่อการขนส่งและมีความสวยงามหากลูกค้าสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ ให้อาหารถ่ายรูปออกมาสวยเพื่อที่จะได้ลงรูปใน Social media ต่างๆ เพราะในช่องทางออนไลน์ผู้บริโภคจะหาข้อมูลในเว็บไซต์ แอปเดลิเวอรี่ หรือนิยมเลือกร้านอาหารตาม Influencer ตามรีวิวร้านอาหารของบล็อกเกอร์ต่างๆ ซึ่งร้านอาหารขนาดใหญ่และร้านอาหารขนาดกลาง มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ร้านที่ต้องเปลี่ยนเป็นช่องทางออนไลน์มากขึ้น มีการจัดทำโปรโมชัน การถ่ายรูปสินค้า การทำเมนูเป็นแบบออนไลน์ และการยิงแอดในเพจต่างๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างและมากขึ้นกว่าเดิม แต่ในร้านอาหารขนาดเล็กกลับมีแนวทางการประชาสัมพันธ์ร้านแตกต่างออกไป คือ ไม่มีการจัดทำโปรโมชันให้แก่ลูกค้า ไม่ยิงแอดและไม่โพสต์ประชาสัมพันธ์ในเพจหรือช่องทางออนไลน์ เนื่องจากราคาของอาหารขายถูกและเน้นการพูดแบบปากต่อปาก และเน้นการขายในฐานลูกค้าประจำ

เมื่อทางร้านต้องจำหน่ายผ่านทางเดลิเวอรี่และในแอปเดลิเวอรี่จะมีการให้คะแนนการบริการของร้านค้า เพื่อให้ลูกค้าที่สนใจเข้ามาสั่งได้จะเห็นรีวิวและได้รับการแนะนำร้านอาหารที่มียอดดาวและยอดรีวิวสูงจากแอปต่างๆ ทางร้านจึงต้องมีโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้าและจัดทำรีวิวอาหารเพิ่ม ให้น่าสนใจกว่าเดิม และเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนมากเป็นนักศึกษา คนวัยทำงาน และพ่อค้าแม่ค้าเป็นส่วนมาก ทำให้ทางร้านมีการเข้าร่วมโครงการต่างๆ ของรัฐบาล เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ เป็นต้น เพื่อช่วยเหลือลูกค้าในการประหยัดค่าใช้จ่ายและเป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้ซื้อสินค้าในราคาโปรโมชันที่ถูกลงมากขึ้น ซึ่งร้านอาหารขนาดเล็กที่ไม่มีการจัดโปรโมชันแต่มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐด้วยเช่นกัน ดังนั้นเมื่อรายได้ลดลงจึงต้องปรับรูปแบบธุรกิจให้ค่าใช้จ่ายทั้งหมดลดลง และทางร้านยังต้องพัฒนาช่องทางการขายสินค้า โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะผ่านแอปเดลิเวอรี่ หรือผ่านแอป Facebook, Instagram, Line Man เป็นต้น สิ่งนี้ก็ทำให้ร้านอาหารยังสามารถดำเนินการต่อไปได้

### 5.2.2 แนวทางการปรับของของร้านอาหารภายใต้แนวคิดเรื่องทุน

จากการวิเคราะห์แนวทางการปรับตัวของแต่ละร้านอาหารภายใต้แนวคิดเรื่องทุน พบว่าส่วนใหญ่แต่ละร้านอาหารมีการปรับตัวโดยใช้ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) และทุนทางสังคม (social capital) ที่มีรายละเอียดแตกต่างกันไปในแต่ละร้าน โดยในทุกๆร้านไม่มีการใช้ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) มีรายละเอียดดังนี้

1. ร้าน Salmon 59 มีการปรับตัวด้วยการมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในการไม่เลิกจ้างพนักงานและจ่ายค่าเช่าที่เท่าเดิม มีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในการคำนวณ

ปริมาณการสั่งสินค้าในแต่ละวัน การให้บริการขายอาหารตามแอปเดลิเวอรี่เพิ่ม มีการโปรโมทร้านผ่านทางเฟสบุ๊คเป็นหลักด้วยการยิงแอดสินค้า มีการจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจลูกค้า และมีทุนทางสังคม (social capital) ในการเข้าร่วมโครงการของรัฐ

2. ร้าน Vanilla sky มีการปรับตัวด้วยการมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในการมีการปรับไปขายออนไลน์ เพื่อสะสมฐานลูกค้า และมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในการขนส่งสินค้าไปส่งตามสถานที่ต่างๆ เพื่อส่งสินค้าให้ ลูกค้าตามจุดที่ตกลงกันไว้

3. ร้าน Black chick cafe มีการปรับตัวด้วยการมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในการปรับปรุง ตกแต่งร้านในระหว่างที่ปิดทำการ และไม่มีการเลิกจ้างพนักงาน มีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในการคำนวณปริมาณของสดที่ต้องซื้อให้พอดีกับการขาย มีขยายช่องทางในการขายผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆ มีการจัดโปรโมชั่น และมีทุนทางสังคม (social capital) ในการใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปาก และมีการเข้าร่วมโครงการรัฐบาล

4. ร้าน Cocobee มีการปรับตัวด้วยการมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในการขยายช่องทางเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้า ทำรูปโปรโมทอาหารดึงดูดลูกค้า มีเข้าร่วมโครงการรัฐบาล และมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในการยิงแอดโฆษณาทางออนไลน์ และมีการซื้ออุปกรณ์ทำความสะอาด ที่วัดอุณหภูมิ แอลกอฮอล์ และอื่นๆ ตามกำหนดของรัฐบาล

5. ร้าน Baboobear มีการปรับตัวด้วยการมีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเท่าเดิม แม้จะรายได้จะลดลง มีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ให้มากขึ้น มีการจัดโปรโมชั่น และมีทุนทางสังคม (social capital) ในการให้ลูกค้าแนะนำกันแบบปากต่อปาก เพื่อให้เกิดการบอกต่อและลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำ และมีการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล

6. ร้าน Waffle Hong Kong มีการปรับตัวด้วยการมีทุนทางสังคม (social capital) ในการปรับเวลาเปิดร้านเข้าขึ้น และปิดเร็วกว่าเดิม มีการเข้าร่วมโครงการของรัฐบาล มีทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ในการทำที่กั้นระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อความปลอดภัยตามมาตรการของรัฐบาล และมีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ให้มากขึ้น

ร้านอาหาร	การปรับตัวด้วยทุน			
	ทุนทางเศรษฐกิจ	ทุนทางวัฒนธรรม	ทุนทางสังคม	ทุนทางสัญลักษณ์
1. ร้าน Salmon 59	✓	✓	✓	
2. ร้าน Vanilla sky	✓	✓		
3. ร้าน Black chick cafe	✓	✓	✓	
4. ร้าน Cocobee	✓	✓		
5. ร้าน Baboobear	✓	✓	✓	
6. ร้าน Waffle Hong Kong	✓	✓	✓	
รวม	6	6	4	0

ตารางที่ 2 แนวทางการปรับของของร้านอาหารภายใต้แนวคิดเรื่องทุน

สรุปได้ว่าร้านที่มีการปรับตัวด้วยทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) และทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) เหมือนกัน มีจำนวน 6 ร้าน ได้แก่ ร้าน Salmon 59, ร้าน Vanilla sky, ร้าน Black chick café, ร้าน Cocobee, ร้าน Baboobear และ ร้าน Waffle Hong Kong และมีการปรับตัวด้วยทุนทางสังคม (social capital) เหมือนกัน มีจำนวน 4 ร้าน ได้แก่ ร้าน Salmon 59, ร้าน Black chick café, ร้าน Baboobear และ ร้าน Waffle Hong Kong โดยร้าน Vanilla sky และร้าน Cocobee ไม่มีการปรับตัวด้วยทุนทางสังคม (social capital) เหมือนกัน อีกทั้งทุกร้านไม่มีการปรับตัวด้วยทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) แสดงให้เห็นว่าแต่ละร้านมีการปรับตัวทั้งที่แตกต่างกันและเหมือนกัน โดยจะมีการปรับตัวด้วยทุนที่มีเหมือนกันเป็นส่วนมาก แต่เรื่องที่น่าทุนแต่ละประเภทมาใช้ปรับตัวนั้นก็จะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะของร้าน ลักษณะของเรื่องที่ต้องการปรับ เนื่องจากเจ้าของร้านแต่ละคนมีทุนไม่เท่ากัน



## บรรณานุกรม

กรรณิการ์ แสนสุภา และคณะ. (2564). การปรับตัวของนักศึกษาในสถานการณ์โควิด-19. **วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์**, 6(2), 83-97.

กฤษฎา เสกตระกูล. (2564). COVID-19 will forever change the food service industry. สืบค้น 9 สิงหาคม 2564, [https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile\\_1588840987372.pdf](https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1588840987372.pdf)

กิตติกร เรืองขำ และคณะ. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์ Covid 19 ธุรกิจร้านอาหารริบส์แมน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารศิลปศาสตร์ และอุตสาหกรรมบริการ**, 4(2), 748-760.

กิริยา เกาพิจิตร และกิตติพัฒน์บัวอุบล. (2564). เศรษฐกิจไทยปี 64 ในวิกฤติโควิดระลอกใหม่. สืบค้น 31 กรกฎาคม 2564, <https://tdri.or.th/2021/01/economic-outlook-2021/>

คณะกรรมการการศึกษา. (2563). รูปแบบการจัดการเรียนรู้สำหรับนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ได้รับกระทบจากสถานการณ์ COVID-19. สืบค้น 14 มกราคม 2565, <http://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1834-file.pdf>

ครองขวัญ รอดหมวน. (2564). “ธุรกิจร้านอาหาร” ฝ่าพิชโควิด. สืบค้น 14 มกราคม 2565, <https://www.thaipost.net/main/detail/113522>

ชญญาพัชญ์ เจางาม. (2559). การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของโรงแรมม่านรูดในบริเวณปริมณฑล. สืบค้น 23 สิงหาคม 2564, [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/56720078.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/56720078.pdf)

ทะนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันทน์ ศิริไสยาสน์ และโชติ บดีรัฐ. (2563). "New Normal" วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19 : การงาน การเรียน และธุรกิจ. สืบค้น 11 สิงหาคม 2564, <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLGISRRU/article/download/243943/168107/>

บงกช โมระสกุล และ พรศิริ. (2564). ความรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคโควิด-19 ของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยนานาชาติเซนต์เทเรซา และวิทยาลัยเซนต์หลุยส์. สืบค้น 25 สิงหาคม 2564, <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/RHPC9Journal/article/download/249050/170257/>

ปณัฐฐา ภาครูป และศุภรัตน์ เอี่ยมสมุทร. (2555). กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. สืบค้น 22 สิงหาคม 2564, <http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01//2555/GB/2.pdf>

ปานรวี หงส์ภักดี. 2562. กลยุทธ์การปรับตัวทางธุรกิจของร้านหนังสืออิสระในยุคดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

พัชริดา ชัยนดี และคณะ. (2564). การปรับตัวของผู้ประกอบการหอพักเอกชนและนักศึกษา เพื่อรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. สืบค้น 14 มกราคม 2565, [http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF01/2256\\_20210721\\_KPatcharidaAssocProfDrPhitak\\_MU\\_Business\\_Conference\\_2021.pdf](http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF01/2256_20210721_KPatcharidaAssocProfDrPhitak_MU_Business_Conference_2021.pdf)

มหาวิทยาลัยศิลปากร สำนักงานอธิการบดี. (2564). รายงานประจำปีมหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้น 14 มกราคม 2565, [http://www.council.su.ac.th/files/document/precedent%204/61/5\\_Silpakorn\\_Annual\\_Report\\_2561.pdf](http://www.council.su.ac.th/files/document/precedent%204/61/5_Silpakorn_Annual_Report_2561.pdf)

ยงยุทธ แฉล้มวงษ์. (2564). ผลกระทบ COVID-19 ระบาดรอบ 2 ต่อเนื่องรอบ 3 กับทิศทางตลาดแรงงานไทย. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, <https://tdri.or.th/2021/04/covid-19-2-3-affected-thai-labor-market/>

รพีพรรณ รัตนวงศ์นรา. (2563). โควิด-19. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2564, <http://www.brh.go.th/index.php/2019-02-27-04-12-21/270-19>

รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2557). มโนทัศน์ชนชั้นและทุนของแอร์ บูร์ดิเออ. วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา, 2(1), 29-44.

วิโรจน์ ณ ระนอง. (2564). สถานการณ์และแนวทางรับมือกับ COVID-19 ของไทย. สืบค้น 31 กรกฎาคม 2564, <https://tdri.or.th/2020/08/covid-19-policy-watch/>

ศลิษา รกรากทอง และคณะ. (2564). การปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. สืบค้น 14 มกราคม 2565, [http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF01/2255\\_20210721\\_KSalisaAssocProfDrPhitak\\_MU\\_Business\\_Conference\\_2021.pdf](http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF01/2255_20210721_KSalisaAssocProfDrPhitak_MU_Business_Conference_2021.pdf)

ศุภริน เจริญพานิช. (2564). **บทวิเคราะห์ธุรกิจ SMEs (Quick Study) สาขาธุรกิจร้านอาหาร.** สืบค้น 14 มกราคม 2565, [https://www.sme.go.th/upload/mod\\_download/download-20210909160132.pdf](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210909160132.pdf)

สมชัย จิตสุชน. (2564). **โควิด-19 กระทบใคร กระทบอย่างไร พวกเขารับมือไหวไหม.** สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, <https://tdri.or.th/2020/05/who-are-affected-by-covid-19/>

สมชัย จิตสุชน. (2564). **เปิดเมืองอย่างไรให้เศรษฐกิจขยับและคุมการระบาดได้.** สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, <https://tdri.or.th/2020/04/covid-19-how-to-lift-a-lockdown/>

สุภาวดี ธงภักดี และคณะ. (2564). **แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19.** วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 4(2), 761-772.

สุวิมล มธุรส. (2564). **การจัดการศึกษาในระบบออนไลน์ในยุค NEW NORMAL COVID-19.** วารสารรัชต์ภาคย์, 15(40), 33-42.

Media Briefing. (2021). **ผลกระทบของโควิด 19 ระลอกใหม่ต่อเศรษฐกิจไทย.** สืบค้น 14 มกราคม 2565, [https://www.bot.or.th/Thai/AboutBOT/Activities/Documents/MediaBriefing2021/MediaBriefing\\_COVID19.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/AboutBOT/Activities/Documents/MediaBriefing2021/MediaBriefing_COVID19.pdf)

Work point news. (2565). **ตัวเลขผู้ติดเชื้อ COVID-19 ในประเทศไทย.** สืบค้น 14 มกราคม 2565, <https://covid19.workpointnews.com/>