

**บุฟเฟต์ปิ้งย่าง ณ สถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้บริโภคและ
กิจการร้านอาหารบุฟเฟต์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่**
**Grill buffet at the situation of COVID-19 affecting the adjustment of
consumers and buffet restaurant business in Mueang Chiang Mai
District, Chiang Mai Province.**

พรรณนารา ปวงคำ, วันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ¹

Phannara Puangkum and Wanpen Charoentrakulpeeti

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้บริโภค และกิจการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ในขอบเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) กลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 80 คน เพื่อตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง และศึกษาแนวทางการปรับตัวในการให้บริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง จากสถานการณ์ โควิด-19 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานและการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบท่อรายได้และอำนาจในการซื้อของผู้บริโภคลดลง ส่งผลต่อการปรับตัวของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่ต้องรับมือกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การปรับตัวหรือการใช้วิถีชีวิตแบบ ทำให้เกิดการนำเทคโนโลยีต่างๆ ในการทำกิจกรรมและติดต่อสื่อสารของผู้คน จึงเกิดการปรับใช้กับบริการสั่งซื้อแบบออนไลน์ ไม่ใช่เพื่อลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เพียงอย่างเดียว แต่ยังอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มยอดขายและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และทำให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในอนาคต

คำสำคัญ: บุฟเฟต์ปิ้งย่าง, สถานการณ์โควิด-19, การปรับตัว

¹ ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; Department of Geography, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University, Chiang Mai
Email: eyediizsehun@gmail.com

Abstract

This article aims to study consumer adaptation and the business of a buffet restaurant, grilling during the Covid-19 situation in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province. The random quota sampling assigned 80 Chiang Mai University students to answer a questionnaire on changes in their eating behaviour at grilled buffets. Another objective is to study the adaptation guidelines for the service of grilled buffet restaurants from the situation of COVID-19 in Mueang Chiang Mai District by random sampling (Accidental Sampling) from interviews and observations. The results showed that the analysis of consumer behaviour in eating and using grilled buffet restaurants in COVID-19 impacts consumers' income and purchasing power. This situation affects the adjustment of grilled buffet restaurants that deal with changing consumer behaviours. Furthermore, adaptation or lifestyle results in various technologies for people's activities and communication deployed to the online ordering service. Online ordering is not only to reduce the risk of contracting the COVID-19 virus but also to facilitate another channel for consumers to increase sales, meet their needs, and operate the further business in the future.

Keywords: Grill buffet, The COVID-19 situation, The adjustment

บทนำ

ปัจจุบันมนุษย์เรามีความต้องการในหลายปัจจัยสำหรับการดำเนินชีวิต ความจำเป็นของแต่ละบุคคลนั้นอาจจะไม่เท่ากัน เพราะขึ้นอยู่กับความต้องการของบุคคล หรือการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ตามหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ไม่เหมือนกัน แต่ปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนต้องการและมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต มีด้วยกัน 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่ อาศัย และยารักษาโรค อาหารนับได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่มีความจำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต มนุษย์ทุกคนต้องรับประทานอาหารทุกวัน และถูกต้องเหมาะสมตามหลักโภชนาการหรือ ควรได้รับสารอาหารให้ครบ 5 หมู่ เป็นการช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต และมีพัฒนาการที่ดี นอกจากนี้อาหารยังจำเป็นที่จะต้องสะอาดถูกหลักอนามัย เพราะเนื่องจากจะส่งผลต่อสุขภาพในอนาคต การรับประทานอาหารที่ดีจะทำให้มีสุขภาพที่ดีตามไปด้วย ร่างกายมีพลังงานเพียงพอที่จะดำรงชีวิตอยู่ได้ และสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้คนให้ความสำคัญกับอาหารเป็นอย่างมาก ซึ่งพบว่าในปัจจุบันมีการพัฒนาในด้านต่างๆ เกี่ยวข้องกับอาหารอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในด้านการผลิต การแปรรูปวัตถุดิบต่างๆ สำหรับการประกอบอาหาร การปรับเปลี่ยนสูตรต้นตำหรับของอาหารที่มีรสชาติดั้งเดิม ให้มีรสชาติที่แปลกใหม่ตามยุคสมัย ซึ่งธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่หันมาให้ความสำคัญกับกกลยุทธ์ใหม่ๆ เพราะในปัจจุบันการบริโภคอาหารบุฟเฟต์เป็นที่นิยมมากในสังคมทั้งในชุมชนเมืองและนอกเมือง ผู้คนทั่วไปจึงให้ความสนใจกับอาหารประเภทนี้เป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดร้านอาหารจำพวกบุฟเฟต์ขึ้นและมีการแข่งขันกันทางธุรกิจจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมรวมทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และที่สำคัญที่สุดคือมีราคาถูกลง และคุ้มค่าที่จะจ่าย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงได้ตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภค ที่จะสร้างสิ่งดึงดูดใจให้เป็นที่น่าสนใจ โดยทั่วไปคือเรื่องของราคาที่ผู้บริโภคสามารถเลือกร้านตามกำลังจ่าย ซึ่งเป็นการกำหนดราคาอาหารไว้แล้วอย่างตายตัว ทำให้ผู้บริโภคสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระให้กับทางร้าน โดยที่จะสามารถรับประทานได้อย่างไม่จำกัดปริมาณ และเรื่องของการที่สามารถเลือกได้ว่าจะรับประทานอาหารจากวัตถุดิบประเภทใดก็ได้ ตามความต้องการของผู้บริโภค และเนื่องจากต้องใช้เวลาอันยาวนานสำหรับการรับประทานอาหารประเภทบุฟเฟต์ ฉะนั้นช่วงเวลาในระหว่างการรับประทานจึงสามารถใช้เป็นโอกาสของการพบปะสังสรรค์ไปในตัวสำหรับกลุ่มบุคคลต่างๆ ในสังคม

ทว่าในสถานการณ์ปัจจุบันเกิดปัญหาโรคระบาดหรือเชื้อไวรัสโควิด-19 ขึ้นทั่วโลกเป็นระยะเวลานาน ซึ่งส่งผลกระทบในหลายด้าน ทั้งด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต การกักตัวอยู่บ้านเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 หรือการเดินทางไปพื้นที่เสี่ยงที่อาจนำไปสู่การติดเชื้อไวรัสได้ ทางด้านการศึกษา การทำงาน ที่มีการเรียนการสอนหรือการประชุมงานผ่านทางระบบออนไลน์ เพื่อหลีกเลี่ยงการพบปะจากบุคคลจำนวนมาก เพื่อหลีกเลี่ยงการแพร่กระจายและการติดเชื้อจากไวรัส ดังนั้นกิจกรรมการที่ต้องพบปะสังสรรค์ต่างๆ เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือพูดคุยเพื่อคลายเครียดจากการเรียนและการทำงาน จึงต้องอยู่ในกฎระเบียบและมาตรการที่รัฐบาลกำหนดไว้ เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้รับผิตชอบต่อสังคมร่วมกัน รวมไปถึงทางด้านธุรกิจร้านอาหารก็ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก หลายร้านต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ในครั้งนี้

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค และการให้บริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในสถานการณ์โควิด-19 ในขอบเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ บริเวณโดยรอบ

ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นแหล่งพื้นที่เศรษฐกิจ ที่มีการทำธุรกิจเกี่ยวกับร้านอาหารบุฟเฟต์จำนวนมาก และรวมไปถึงเป็นแหล่งที่รวมผู้คนหลากหลายกลุ่มช่วงอายุ ที่มีการปรับตัวของผู้บริโภคทางพฤติกรรมกับความเปลี่ยนแปลงทางการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างและการให้บริการของผู้ประกอบการร้านค้า ในสถานการณ์โควิด-19

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการรับประทานและการเข้าใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในสถานการณ์ โควิด-19
2. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวในการให้บริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างจากผู้ประกอบการในสถานการณ์ โควิด-19

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้การสำรวจแบบสอบถามและสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์ 2 ประเภท ได้แก่

1. แบบสอบถามผู้บริโภคจากกลุ่มตัวอย่างประชากร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ที่เปลี่ยนแปลงไปในสถานการณ์โควิด-19
2. แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการสุ่มร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผลการรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในสถานการณ์โควิด-19 กับการรับมือและปรับตัวของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ในอนาคตหลังสถานการณ์โควิด-19 เป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการจะดำเนินการธุรกิจต่อไปในอนาคต และเป็นประโยชน์อีกทางเลือกหนึ่งแก่การตัดสินใจ สำหรับผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลค่าเฉลี่ยของข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (51 คน) มากกว่าเพศชาย (29 คน) ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 20 ปี ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2

คณะสังคมศาสตร์ และมีรายได้อยู่ในช่วงที่ 5,001 – 10,000 บาท ประเด็นพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ผู้บริโภคทุกคนเคยบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง อยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่เลือกรับประทานในช่วงวันธรรมดา วันจันทร์-อาทิตย์ มากกว่า วันหยุดนักขัตฤกษ์ ระยะเวลาเฉลี่ยในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในแต่ละครั้ง คือ 2 ชั่วโมง/ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการรับประทานส่วนใหญ่ อยู่ที่ 200-300 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่ร้านอาหารบุฟเฟต์ที่เลือกรับประทานจะมีระยะห่าง น้อยกว่า 5 กิโลเมตร คือเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์บริเวณใกล้เคียงแหล่งที่พักอาศัย และจำนวนผู้ร่วมรับประทานในแต่ละครั้ง เฉลี่ยประมาณครั้งละ 3-4 คน ซึ่งพบว่าเป็นการไปรับประทานร่วมกันกับเพื่อนๆ เป็นส่วนใหญ่ และพบว่าโอกาสส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างมากที่สุด คือในช่วงที่ร้านมีโปรโมชั่น โดยส่วนใหญ่แล้วช่องทางที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างมากที่สุด คือจากการชักชวนให้ร่วมรับประทานและการบอกต่อกันจากเพื่อนๆ ส่วนบรรยากาศของร้านอาหารบุฟเฟต์ที่เป็นที่นิยม จะเป็นรูปแบบของการเปิดเพลงคลอๆ มากกว่าบรรยากาศที่เงียบสงบ และจากการเก็บข้อมูลในประเด็นสุดท้ายพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างหลังเกิดสถานการณ์โควิด-19 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกรับประทานอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ยังคงเลือกวิธีการนั่งรับประทานที่ร้านเป็นส่วนมากอยู่ หรือมีการทดแทนด้วยการสั่ง Delivery เพื่อนำมารับประทานเองที่บ้าน ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่มีการล็อกดาวน์จากทางภาครัฐ ที่ไม่สามารถนั่งรับประทานที่ร้านได้ จึงสอดคล้องกับความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ในช่วงสถานการณ์โควิด -19 ที่ลดน้อยลงด้วย เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ต่างคิดว่าสถานการณ์ดังกล่าวเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อรับประทานอาหารบุฟเฟต์อยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นที่ว่าค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารที่ร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่างในปัจจุบันที่ยังเกิดสถานการณ์โควิด-19อยู่ มีราคาถูกลงด้วย เพราะเนื่องจากการจัดโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง

แนวทางการปรับตัวในการให้บริการของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง จากผู้ประกอบการ ในสถานการณ์ โควิด-19 พบว่า เวลาเปิดและปิดของร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ช่วงเวลา 17.00-23.00 น. เนื่องจากมาตรการของทางภาครัฐ จึงสามารถให้นั่งรับประทานที่ร้านได้ไม่เกิน 23.00 น. ของทุกร้านอาหาร ร้านที่ปกติมีเวลาเปิดทำการเกิน 23.00 น. ก็ทำการปรับลดระยะเวลาในการให้บริการในช่วงที่ยังเกิดสถานการณ์โควิด-19 อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้มีระยะเวลาในการบริการอย่างจำกัด และจากข้อกำหนดจากทางภาครัฐเรื่องการบริการของ

ร้านอาหารในวิกฤตล็อกดาวน์ จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลงกว่าก่อนช่วงเกิดสถานการณ์โควิด-19 โดยการสำรวจร้านอาหารบุฟเฟต์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่า ที่ตั้งของร้านส่วนใหญ่อยู่ใกล้บริเวณพื้นที่ของแหล่งสถานศึกษาที่มีความเป็นเมืองค่อนข้างสูง ซึ่งบริเวณโดยรอบของแหล่งการศึกษาจะประกอบไปด้วย แหล่งที่พักอาศัยและแหล่งงาน เป็นส่วนใหญ่ จึงมีผู้บริโภคหลักไหลเข้าไปใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างกันอย่างหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา หรือผู้ใหญ่วัยทำงาน หรือแม้กระทั่งเด็ก อีกทั้งร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างมีทั้งในรูปแบบของภัตตาคารอาหารบุฟเฟต์ (ขนาดใหญ่) ร้านอาหาร (ปานกลางและเล็ก) ซึ่งแยกประเภทตามจำนวนที่นั่งของร้าน ทุกร้านมีการปรับตัวต่อสถานการณ์โควิด-19 คล้ายคลึงกัน แต่จะเห็นภาพได้ชัดว่าร้านขนาดใหญ่มีการปรับตัวในบริการที่รวดเร็วกว่า และหลายช่องทางมากกว่า เช่น การทำ Delivery ได้มากกว่า 1 ช่องทางทั้งจำหน่ายหน้าร้านเอง จัดส่งจากทางร้านเอง ส่งผ่านแอปพลิเคชัน ที่ทางร้านเข้าร่วม เช่น Grabfood , Foodpanda, Lineman ในขณะที่ร้านขนาดเล็กอาจจะต้องรอให้สถานการณ์ดีขึ้น หรือมีการปรับลดวิกฤตการณ์ล็อกดาวน์ลง ถึงจะทำการเปิดกิจการได้ต่อและเนื่องด้วยเหตุการณ์ในครั้งนี้ ทำให้มีการทำ Delivery มาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องแนวคิดการปรับตัวหรือการใช้วิถีชีวิตแบบ New Normal ที่ส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการทำกิจกรรมและติดต่อสื่อสารของผู้คน และรวมถึงในสถานการณ์นี้ ที่มีการปรับใช้กับบริการ Delivery ที่มีการสั่งซื้อแบบออนไลน์ ไม่ใช่เพื่อลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เพียงอย่างเดียว แต่ยังอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มยอดขายและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ทั้งปัจจุบันและยังส่งผลให้เกิดการทำ Delivery ไปยังถึงอนาคตอย่างต่อเนื่อง

สภาพแวดล้อมภายในร้านส่วนใหญ่เป็นบรรยากาศแบบเปิดโล่ง แต่บางส่วนของที่ปกติเป็นแบบปิดได้ทำการเปิดโล่งแทน หรือเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ จำกัดจำนวนคนและที่นั่ง ในการนั่งรับประทานอาหารภายในร้าน เพื่อลดการเสี่ยงติดเชื้อจากสถานการณ์โควิด-19 และการทำตามมาตรการจากทางภาครัฐ

ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่าง ส่วนใหญ่ เป็นแบบบุฟเฟต์ทั้งปิ้งย่างและชาบูแต่บางร้านมีแค่ปิ้งย่างเพียงอย่างเดียว ราคาในการรับประทานในแต่ละร้านจะอยู่ที่ประมาณ 159-319 บาท แต่ร้านส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ที่ 159-219 ซึ่งเป็นบุฟเฟต์แบบรวมเครื่องดื่มส่วนมาก นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าร้านอาหารบุฟเฟต์ได้เข้าร่วมโครงการของรัฐ (โครงการคนละครึ่ง) พบว่า การที่มีบุฟเฟต์ให้เลือกรับประทานได้หลายประเภทในหนึ่งร้าน จะเพิ่มตัวเลือกในการเลือกรับประทานอาหารบุฟเฟต์มากกว่าการมีตัวเลือกเดียว และเพื่อตอบสนองความต้องการและความชอบของแต่ละบุคคลให้ครอบคลุมขึ้น และการกำหนดราคาในการรับประทานต่อบุคคลของแต่ละร้านนั้น จัดให้อยู่ในช่วง

ราคาที่ถูกคิ่ลทั่วไม่มีกำลังซื้อ โดยเฉพาะนักศึกษาจัดเป็นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายของร้าน และเพื่อให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้พิจารณาถึงความค้ำค่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร จากการที่ทางร้านเข้าร่วมโครงการของรัฐนั้น เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทางร้านนั้นได้เพิ่มอำนาจในการทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ำให้ได้มากที่สุด ในช่วงสถานการณ์โควิด-19

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีวิธีการเลือกรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ปั้งย่าง ที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ต่างคิดว่าสถานการณ์ดังกล่าวเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์อยู่ในระดับสูง และค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารที่ร้านบุฟเฟ่ต์ปั้งย่างในช่วงสถานการณ์โควิด-19 มีราคาถูกลงด้วย เพราะเนื่องจากการจัดโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการของร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปั้งย่าง จากการสำรวจพบว่า ผู้มีรายได้นักจะมีการรับประทานที่บ่อยครั้งกว่า เพราะมีอำนาจในการซื้อสินค้าหรือมีอำนาจในการบริโภคได้มากกว่า อย่างไรก็ตามสถานการณ์โควิด -19 ส่งผลให้รายได้และอำนาจในการซื้อของผู้บริโภคลดลง ความถี่ในการรับประทานจึงลดลงด้วย จึงทำให้ส่งผลต่อการปรับตัวของร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปั้งย่างที่ต้องรับมือกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการขาย หรือการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ในส่วนของการปรับตัวต่อสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ปั้งย่างที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ยังคงเลือกวิธีการนั่งรับประทานที่ร้านเป็นส่วนมากอยู่ หรือมีการทดแทนด้วยการสั่ง Delivery เพื่อนำมารับประทานเองที่บ้าน ในขณะที่ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่มีการล็อกดาว์นจากทางภาครัฐ ที่ไม่สามารถนั่งรับประทานที่ร้านได้ จึงสอดคล้องกับความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์ในช่วงสถานการณ์โควิด -19 ที่ลดน้อยลงด้วย เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ต่างคิดว่าสถานการณ์ดังกล่าวเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์อยู่ในระดับสูง และความคิดเห็นที่ว่าค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารที่ร้านบุฟเฟ่ต์ปั้งย่างในปัจจุบันที่ยังเกิดสถานการณ์โควิด-19อยู่ มีราคาถูกลงด้วย เพราะเนื่องจากการจัดโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้บริการของร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปั้งย่าง

ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปั้งย่างที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่มีมาตรการและข้อควรปฏิบัติต่างๆ ที่เป็นข้อจำกัดในการให้บริการ ซึ่ง

ส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ จึงได้เกิดการเรียนรู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ดังกล่าว เพื่อให้ยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ เนื่องจากช่วงวิกฤตล็อกดาวน์ของทางภาครัฐ ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างเลยมีการเพิ่มช่องทางในการขายเกิดขึ้น โดยมีการส่งอาหารแบบ Delivery หรือการส่งอาหารที่สามารถส่งตรงถึงบ้านโดยบริการจากทางร้าน ที่จะทำการจัดส่งให้ตามที่อยู่ของผู้บริโภค เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบยาวมาจนถึงปัจจุบัน แต่ได้มีการผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์จากทางภาครัฐ ที่อนุญาตให้นั่งรับประทานที่ร้านได้ แต่มีข้อกำหนดและมาตรการสำหรับร้านอาหารที่เป็นข้อควรปฏิบัติที่ในการให้บริการที่เหมาะสมกับสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดในการให้บริการ ซึ่งอาจจะทำให้บริการได้ไม่เต็มรูปแบบเหมือนปกติ จึงส่งผลให้เกิดการปรับตัวของทางร้านอาหารอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะเตรียมพร้อมในการเปิดให้บริการ และนอกจากข้อควรปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ แล้วนั้น ทางร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างยังได้มีการปรับลดจำนวนอัตราการจ้างพนักงานลงด้วย เพื่อลดจำนวนค่าใช้จ่าย และยังคงลดปริมาณการซื้อวัตถุดิบลง เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณในการขาย และให้เหมาะสมกับจำนวนการซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้กิจการร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างยังดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ในสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานาน และยังคงเกิดขึ้นต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน การปรับตัวต่อสถานการณ์เพื่อให้ได้รับผลกระทบที่น้อยที่สุด และยังสามารถดำรงธุรกิจให้ดำเนินต่อไปในอนาคตได้ และเนื่องด้วยเหตุการณ์จากสถานการณ์ในครั้งนี้ ทำให้มีการทำ Delivery มาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องแนวคิดการปรับตัวหรือการใช้วิถีชีวิตแบบ New Normal ที่ส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการทำกิจกรรมและติดต่อสื่อสารของผู้คน และรวมถึงในสถานการณ์นี้ ที่มีการปรับใช้กับบริการ Delivery ที่มีการสั่งซื้อแบบออนไลน์ ไม่ใช่เพื่อลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เพียงอย่างเดียว แต่ยังอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มยอดขายและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ทั้งปัจจุบัน และยังคงส่งผลให้เกิดการทำ Delivery ไปยังถึงอนาคตอย่างต่อเนื่อง

องค์ความรู้จากการวิจัย

ร้านอาหารบุฟเฟต์ปิ้งย่างที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทางด้านของค่าใช้จ่ายหรือเงินลงทุนที่ต้องเสียให้กับกิจการ ที่เกิดการขาดทุน เนื่องจากรายได้ลดน้อยลง จากการบริการได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ เนื่องจากต้องรักษามาตรการ จากทางภาครัฐที่ได้ระบุข้อควรปฏิบัติหรือมาตรการสำหรับร้านอาหารไว้ และจากสถานการณ์ที่รุนแรงขึ้นของโควิด-19 ทำให้เกิดการล็อกดาวน์จากทางภาครัฐ ทำให้ยอดขายยิ่งลดลง

เนื่องจาก ไม่สามารถเปิดร้านให้นั่งรับประทานได้ แม้จะมีการผ่อนปรนมาตรการในภายหลัง ร้านบุฟเฟต์ปิ้งย่างก็ยังคงต้องรับมือกับสถานการณ์ต่อไป เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ยังไม่คลี่คลายมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีแนวทางการปรับตัวโดยการเพิ่มช่องทางการขายโดยการส่ง Delivery เพื่อให้บริการแก่ทางผู้บริโภค ให้ได้รับการเข้าถึงในการซื้อสินค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อกิจการให้อยู่รอดต่อไป จากสถานการณ์โควิด-19 นี้ และลดพนักงานเพื่อลดอัตราการจ้าง ให้ยังคงเหลือพนักงานที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมและค่านิยมของผู้บริโภคครั้งต่อไปนั้น ควรจะเพิ่มขนาดของกลุ่มประชากรให้ครอบคลุม ทั้งในด้านอาชีพของกลุ่มประชากร เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค ควรจะศึกษาในปริมาณที่เพียงพอต่อการเก็บข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร อ่ำคง. (2559). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร้านหมูกระทะบุฟเฟต์ในเขตเมืองพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ชนินทร์ ชุนพันธ์รักษ์. (2541). แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ. สืบค้น 3 กรกฎาคม 2564, จาก <http://www.researchsystem.siam.edu/images/researchin/>
- เขาวรัตน์ เชิดชัย. (2550). การบริโภคอาหารและภาวะโภชนาการของผู้สูงอายุในเขตชุมชนแออัดเขตเทศบาลขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- นันธิภา เจิดจำรัส. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคบุฟเฟต์ปิ้งย่างในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัฒน์ สุจำนงค์. (2552). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพฯ : ทิพย์วิสุทธิ.
- ภิรมณ์ แจ้งโธรงค์ และ มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. ทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของนักศึกษา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- มัทธนา วิงวอน. (2553). บุฟเฟต์หมูกระทะกับการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคในกรุงเทพฯ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ศิริลักษณ์ สีนธวาลัย. (2533). ทศนคติและพฤติกรรมของเด็กนักเรียนไทยในตัวเมืองที่ติดต่ออาหารว่าง. โภชนาการสาร, 21(4) , 101-103.

สงกรานต์ คงเพชร. (2555). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.(ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

หทัยชนก โนชัย. (2552). พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้บริการภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.