



แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน
หลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

อลิศ แซ่ยุ๋่น

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน
หลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



อลิส แซ่ยูน

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ โลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

HOW CHINESE RESTAURANT INDUSTRY FOR CHINESE TRAVELERS IN PATTAYA,
CHONBURI ADAPTED DURING COVID-19 CRISIS



ALICE SAEYOON

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE
BURAPHA UNIVERSITY

2024

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ อลิศ แซ่ยู่่น ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี)

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี)

..... กรรมการ
(ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวลิน)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี พิมาพันธุ์ศรี)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัย
บูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส แจ่มเยี่ยม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

63710042: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)
 คำสำคัญ: เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19, แนวทางการดำเนินธุรกิจ
 อลิศ แซ่ยูน : แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์
 โรคระบาดโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. (HOW CHINESE RESTAURANT INDUSTRY FOR
 CHINESE TRAVELERS IN PATTAYA, CHONBURI ADAPTED DURING COVID-19 CRISIS)
 คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ยอดยิ่ง ธนทวี, Ph.D., ปี พ.ศ. 2567.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของร้านอาหารจีน
 ในเมืองพัทยาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐ
 ที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ได้รับความช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
 3) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal)
 ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา และ 4) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทาง
 การดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ
 โรคโควิด 19 การศึกษาในครั้งนี้เลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก
 (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลรวม 24 คน แบ่งได้ 4 กลุ่ม 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน 2) ผู้ประกอบการ
 บริษัทนำเที่ยว 3) มัคคุเทศก์ และ 4) นักท่องเที่ยวชาวจีน

ผลการศึกษาพบว่า 1) สภาพปัญหาในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้แก่
 คำสั่งห้ามลูกค้านั่งในร้านอาหาร หรือ คำสั่งปิดเมือง (Shut down) และ คนจีนในประเทศจีนไม่สามารถเดินทาง
 ออกนอกประเทศได้ จึงทำให้อาหารจีนไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ 2) นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหาร
 ได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้แก่ การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ
 เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน หรือ โครงการคนละครึ่ง อีกทั้งภาครัฐได้ออกนโยบายให้ความช่วยเหลือด้าน
 การเงินแก่ผู้ประกอบการ SMEs ต่าง ๆ 3) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่
 (New Normal) ที่เลือกใช้บริการร้านอาหารจีนส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบริษัทนำเที่ยว
 จะมีร้านอาหารจีนอยู่ในโปรแกรมทัวร์ เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นคุ้นชินกับอาหารจีน นอกจากนั้นทางร้าน
 ควรจัดที่นั่งแบบเว้นระยะห่างทางกายภาพ รวมถึงการให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ร่วมกับการ
 ให้บริการขายหน้าร้าน และ สิ่งสำคัญที่ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ คือ คุณภาพ และ รสชาติของอาหารที่อร่อย และ
 4) แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาด
 ของโรคโควิด 19 มีดังนี้ 4.1) ด้านอาหาร ควรเน้นในด้านคุณภาพของอาหาร ให้ความสำคัญ รสชาติ รสชาติอร่อย มีเมนูให้เลือกหลากหลาย และ ควรจัดแต่งงานให้สวยงาม 4.2) สถานที่ของร้านอาหารจีนควร
 มุ่งเน้นไปที่ความสะอาด ใหม่ และ มีความสวยงาม รวมถึงการจัดมุมถ่ายรูปภายในร้าน อีกทั้งควรเลือกทำเลที่ตั้ง
 ของร้านให้อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวนิยมมาพักผ่อนนักท่องเที่ยวไป 4.3) ควรใช้วิธีการจัดส่งถึงบ้าน
 (Delivery) ควบคู่กับการขายหน้าร้าน โดยสามารถจัดทำเป็นอาหารกล่อง หรือ จัดชุดอาหาร สุกี่ ชามู และ ควรมี
 เมนูให้เลือกหลากหลาย รวมถึงควรมีเมนูภาษาจีน 5) ควรสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนอื่น ๆ เพื่อขยาย
 ฐานลูกค้าในกลุ่มตลาดรองเพิ่มขึ้น

63710042: MAJOR: GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT; M.B.A. (GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT)

KEYWORDS: COVID-19 PANDEMIC, BUSINESS OPERATIONS GUIDELINES

ALICE SAEYOON : HOW CHINESE RESTAURANT INDUSTRY FOR CHINESE TRAVELERS IN PATTAYA, CHONBURI ADAPTED DURING COVID-19 CRISIS. ADVISORY COMMITTEE: YORDYING THANATAWEE, Ph.D., 2024.

This study aims to: 1) Examine opinions on the challenges faced by Chinese restaurants in Pattaya during the COVID-19 pandemic; 2) Investigate views on government policies that provided assistance to Chinese restaurant businesses in Pattaya during the pandemic; 3) Assess opinions on the behavior of Chinese tourists under the "New Normal" who choose to dine at various types of Chinese restaurants in Pattaya; and 4) Explore perspectives on the business strategies for Chinese restaurants in Pattaya catering to Chinese tourists post-pandemic. This study employs qualitative research through in-depth interviews, with 24 informants divided into four groups: 1) Chinese restaurant proprietor, 2) Travel agency, 3) Tour guides, and 4) Chinese tourists

The study's findings are as follows: 1) During the COVID-19 pandemic, there were issues such as bans on dining in and the restriction preventing Chinese tourists, the main customer base, from traveling abroad. 2) Government policies supporting restaurant businesses during the pandemic included participation in government projects like the "Rao Tiew Duay Gun" campaign or the "Kon La Krueng" campaign, and financial aid for SMEs. 3) The "New Normal" behavior of Chinese tourists primarily involved those traveling with tour companies, as these companies included Chinese restaurants in their itineraries. For "New Normal" restaurant arrangements, it was recommended to provide spaced seating and offer delivery services. Key factors influencing customers' choice of Chinese restaurants were the quality and taste of the food. 4) Strategies for running Chinese restaurants in Pattaya for Chinese tourists post-pandemic include: 4.1) Food: Emphasize clean, fresh, high-quality, and delicious food with a variety of menu options and attractive plating. 4.2) Restaurant venue: Focus on cleanliness, newness, and beauty, including aesthetically pleasing photo spots within the restaurant. The location should be near popular tourist attractions frequented by tour groups. 4.3) Sales channels: Combine delivery services with on-site sales, offering boxed or set meals such as sukiyaki or shabu-shabu sets, and providing a variety of menu options, including Chinese-language menus to cater to customers. Additionally, it was suggested to expand the customer base by targeting tourists from other countries.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน หลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้สละเวลา ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้ วิทยานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ทำการวิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ กรรมการสอบ งานนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอ ในงานนิพนธ์ฉบับนี้ และ ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก ดร.สุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน กรรมการสอบงานนิพนธ์ที่กรุณาตรวจสอบ ให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไข งานนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้เป็นอย่างดี ตลอดจน ณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มอบโอกาสในการเข้าศึกษา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รุ่นพี่ และ เพื่อน ๆ ร่วมชั้นเรียนที่ช่วยให้คำแนะนำ และ ช่วยเหลือ การติดต่อประสานงาน การจัดส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ซึ่งให้คำปรึกษาด้วยดี มาโดยตลอด รวมถึงขอกราบขอบพระคุณผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน มัคคุเทศก์ และ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการ ร้านอาหารและบริษัทนำเที่ยว ที่ได้เสียสละเวลาตอบคำถาม

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และ ครอบครัวที่คอยให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ ผลักดัน ทำให้การวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จ

อลิส แซ่ยูน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขั้นตอนในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ข้อจำกัดของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีน	10
2.2. ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	15
2.3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ	20
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ.....	23
2.5 พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือ และฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564	27

2.6 นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โควิด 19.....	32
2.7 แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์โควิด-19	35
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	42
3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	42
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาช่วง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19.....	61
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19	67
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิต รูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมือง พัทยา	69
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19.....	73
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ	81
สรุปผล.....	81
สรุปผลการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ สภาพปัญหาของ ร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ...	82

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่
เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา83

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนว
ทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลัง
เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 1984

อภิปรายผล.....85

อภิปรายผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ สภาพปัญหาของ
ร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ...85

อภิปรายผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายรัฐที่ธุรกิจ
ร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด
ของโรคโควิด 1988

อภิปรายผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการใน
ร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา89

อภิปรายผลการศึกษา วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการดำเนิน
ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่
ระบาดของโรคโควิด 1991

ข้อเสนอแนะ96

 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้.....96

 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....98

บรรณานุกรม.....99

ภาคผนวก103

 ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย104

 ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง.....108

 ภาคผนวก ค ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์.....113

ภาคผนวก ง เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์.....115

ประวัติย่อของผู้วิจัย118



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ (n = 5)	51
ตารางที่ 2	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ (n = 5)	51
ตารางที่ 3	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามตำแหน่งงาน (n = 5)	52
ตารางที่ 4	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน (n = 5)	52
ตารางที่ 5	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเข้าเที่ยว (TA) จำแนกตามเพศ (n=5)	53
ตารางที่ 6	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเข้าเที่ยว (TA) จำแนกตามอายุ (n=5)	53
ตารางที่ 7	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเข้าเที่ยว (TA) จำแนกตามตำแหน่งงาน (n=5)	54
ตารางที่ 8	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเข้าเที่ยว (TA) จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน (n=5)	54
ตารางที่ 9	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ (TG) จำแนกตามเพศ (n=7)	55
ตารางที่ 10	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ (TG) จำแนกตามอายุ (n=7)	55
ตารางที่ 11	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) จำแนกตามเพศ (n = 7)	56
ตารางที่ 12	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) จำแนกตามอายุ (n = 7)	56

ตารางที่ 13 ประเภทร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) (n = 7)	57
ตารางที่ 14 กลุ่มลูกค้าคนจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามความคิดเห็นผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) (n = 7)	58
ตารางที่ 15 ลักษณะของบริษัททัวร์ของบริษัทนำเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) 59	
ตารางที่ 16 ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 5).....	60
ตารางที่ 17 สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP).....	61
ตารางที่ 18 ผลกระทบกับลูกค้าที่ใช้บริการในร้านอาหารจีน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของมัคคุเทศก์ (TG).....	62
ตารางที่ 19 ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (CT).....	63
ตารางที่ 20 แนวทางปฏิบัติที่ควรใช้ในการรับประทานอาหารจีนในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT)	64
ตารางที่ 21 การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของมัคคุเทศก์ (TG).....	65
ตารางที่ 22 การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT)	66
ตารางที่ 23 นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหาร (CRP) 67	
ตารางที่ 24 นโยบาย หรือ มาตรการช่วยเหลือบริษัทนำเที่ยวจากภาครัฐ ตามความคิดเห็นของบริษัทนำเที่ยว (TA) 68	
ตารางที่ 25 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในลักษณะของใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)	69

ตารางที่ 26 เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน ตามความคิดเห็นของมักคุเทศก์ (TG)	71
ตารางที่ 27 เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหาร ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT).....	72
ตารางที่ 28 การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำมาใช้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)	73
ตารางที่ 29 การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารจีนที่นำมาใช้หลังเหตุการณ์แพร่ระบาดโรคโควิด 19 จนถึงปัจจุบัน ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP).....	74
ตารางที่ 30 หลักเกณฑ์ หรือ เหตุผลหลักในการเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้ก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) 75	
ตารางที่ 31 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้านอาหารจีนที่ควรมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อความปลอดภัย ตามความเห็นของบริษัทนำเที่ยว (TA).....	76
ตารางที่ 32 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามความคิดเห็นของมักคุเทศก์ (TG)	77
ตารางที่ 33 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT).....	79

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 ขั้นตอนในการวิจัย.....	หน้า 5
---------------------------------	--------



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อทุกคนและธุรกิจมากมายในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤตโรคระบาด ธุรกิจหลายประเภทต้องมีการปรับตัวเพื่อพองธุรกิจให้อยู่ได้ในช่วงที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ซึ่งรวมถึงธุรกิจประเภทร้านอาหารที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากคำสั่งห้ามนั่งรับประทานอาหารที่ร้าน ซึ่งส่งผลให้ยอดขายของร้านอาหารต้องประสบปัญหายอดขายลดลงจนแทบไม่มียอดขาย ในขณะที่แต่ละร้านยังต้องมีการค่าใช้จ่าย ทั้งค่าเช่าร้าน ค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจอีกมากมาย ซึ่งหากย้อนไปในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด 19 จะเห็นว่ามีร้านอาหารทั้งเล็กและใหญ่ต่างหาวิธีการปรับตัวเพื่อพองธุรกิจร้านอาหารให้รอดพ้นไปได้ในช่วงสถานการณ์นั้น โดยในช่วงนั้นร้านอาหารได้ใช้วิธีการแก้ไขปัญหาด้วยการปรับตัว เช่น การขายแบบจัดส่งถึงบ้าน โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารให้สวยงาม นำรับประทาน คุสดีใหม่เหมือนลูกค้านั่งรับประทานอาหารที่ร้าน หรือกระทั่งการใช้วิธีไลฟ์สดภาพบรรยากาศการปรุงอาหารในห้องครัวเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความตั้งใจ ความใส่ใจต่อคุณภาพ ความสะอาด ขั้นตอนการปรุงอาหารที่พิถีพิถัน และ รสชาติที่อร่อย จึงช่วยสร้างความมั่นใจในคุณภาพให้กับลูกค้าได้มากขึ้นและยังช่วยจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสนใจที่จะเลือกซื้อได้อีกด้วย (กรุงศรีออนไลน์, 2564ก)

การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งมีร้านอาหารหลายแห่งที่สามารถปรับตัว และ ยังคงรักษาธุรกิจร้านอาหารให้คงอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน อย่างเช่นร้านอาหารในเครือไบเบค ที่ได้รับผลกระทบอย่างมากในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว และ ยังคงรักษาจำนวนพนักงานที่ทำงานให้คงอยู่กับธุรกิจได้ โดยใช้วิธีการปรับตัวให้บริการลูกค้าในรูปแบบการให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน ซึ่งจะมีพนักงานรวมถึงผู้บริหารของร้านอาหารต้องช่วยกันขนส่งโดยการให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน ซึ่งผู้บริหารร้านอาหารเชื่อว่าการไปส่งอาหารให้กับลูกค้าด้วยตนเอง ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤตนี้จะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดี รวมถึงเชื่อมั่นว่าผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจจะอยู่เคียงข้างกับพนักงาน โดยไม่ปล่อยให้พนักงานต้องต่อสู้โดยลำพัง ซึ่งวิธีนี้นอกจากจะทำให้พนักงานมีแรงใจในการฝ่าฟันอุปสรรคไปด้วยกันกับธุรกิจและยังช่วยสร้างยอดขายให้กับธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง และ นอกจากนั้นยังมีบริการให้พ่อครัวไปปรุงอาหารให้ลูกค้าถึงบ้านโดยจัดค่าบริการเป็นแบบให้บริการแบบเหมารวมให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการได้ตาม

ความต้องการของลูกค้าเอง ซึ่งกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ร้านอาหารนำมาใช้ในการปรับตัว มีทั้งรูปแบบที่ใช้เป็นปกติ และ ยังมีรูปแบบที่แปลกใหม่ รวดเร็ว โดดเด่น ตรงจุด ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ อีกทั้งยังสามารถนำจุดเด่นของการปรับตัวที่ร้านอาหารนำมาใช้ในช่วงวิกฤตกลับมารวมอยู่ในธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันด้วย (กรุงศรีออนไลน์, 2564)

ธุรกิจร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทยแหล่งหนึ่ง คือ เมืองพัทยาซึ่งได้รับผลกระทบในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 เป็นอย่างมาก เนื่องจากเมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์นายกเมืองพัทยา สนธยา คุณปลื้ม (ชนภาคย์ อิทธิชัยพล, 2564) ให้ความเห็นว่าเมืองพัทยาศูนย์รับนักท่องเที่ยวมากถึงปีละ 16 ล้านคน ทั้งยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีเพียงแค่ 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งเมืองพัทยาสถาปัตยกรรมสร้างรายได้มากถึงปีละ 2.5 แสนล้านบาท ในช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 แต่เมื่อมีคำสั่งปิดเมือง หรือ ล็อกดาวน์ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวของเมืองพัทยาลดลงไปมาก โดยปี พ.ศ. 2563 ตามข้อมูลจากสถิติจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงไปประมาณร้อยละ 80.0 โดยธุรกิจร้านอาหาร หรือ ธุรกิจภัตตาคารอาหารของเมืองพัทยา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากเหตุการณ์ในครั้งนี้ โดยข้อมูลของผู้จัดการออนไลน์ (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) รายงานว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยามีการตื่นตัวรับคำสั่งตามมาตรการผ่อนคลายจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 โดยยังคงให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้านตามช่วงเวลาที่ตั้งนั่งในร้าน รวมถึงการปรับรูปแบบการให้บริการภายในร้านได้ไม่เกิน 23.00 น. โดยจัดโต๊ะแบบเว้นระยะห่าง เพื่อให้บริการกับลูกค้าที่เข้ามารับประทานอาหารในร้าน รวมถึงมีการทำฉากกั้น งดการจำหน่ายสุรา ซึ่งการปรับตัวดังกล่าวทำให้ร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา เริ่มมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านบ้าง ทั้งนี้สำนักงานข่าวประชาสัมพันธ์ (สำนักงานข่าวประชาสัมพันธ์, 2564) ได้ทำการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการร้านอาหารภายหลังจากประกาศผ่อนคลายมาตรการดังกล่าว พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารเกิดความหวังในการประกอบธุรกิจอีกครั้งหลังจากที่ใช้วิธีการจัดส่งถึงบ้านเพียงอย่างเดียว แต่ทว่ารายได้ในการประกอบการร้านอาหารไม่เพียงพอต่อรายจ่าย ทำให้เกิดหนี้สิน โดยผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า ถ้าหากมีการแพร่ระบาดเกิดขึ้นอีกต้องการให้มีมาตรการเฉพาะบางพื้นที่ที่เป็นพื้นที่แพร่ระบาดเท่านั้น ในส่วนของร้านอาหารที่ไม่อยู่ในพื้นที่แพร่ระบาด ภาครัฐควรกำหนดมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยให้ร้านอาหารที่ไม่อยู่ในพื้นที่แพร่ระบาดนั้นสามารถเปิดขายได้แต่ต้องให้ร้านอาหารปฏิบัติตามมาตรการที่ภาครัฐกำหนดอย่างเคร่งครัด เพื่อทดแทนการถูกสั่งห้ามให้

ลูกค้าเข้ามารับประทานอาหารทั้งหมด ซึ่งการใช้มาตรการดังกล่าวจึงจะถือว่าภาครัฐได้ช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารให้สามารถประกอบการได้ต่อไป

สำหรับร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ส่วนใหญ่เปิดให้บริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอันดับหนึ่ง ที่นิยมเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ซึ่งนับตั้งแต่ก่อนที่จะมีสถานการณ์โรคโควิด 19 จนถึงปี พ.ศ. 2564 นักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงเป็นกลุ่มประเทศอันดับหนึ่งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ประมาณปีละ 2.7 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากกว่าอันดับที่ 2 และ อันดับ ที่ 3 รวมกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้มีร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาเปิดอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าชาวจีนจำนวนมากที่เดินทางเข้ามาในเที่ยวในเมืองพัทยา (ลงทุนแมน, 2564) แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2566 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนน้อยกว่าเป้าหมาย ตามที่คาดการณ์ไว้ ประมาณ 4 ล้านคน แต่ในความเป็นจริงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คงเหลือเพียง 3.5 ล้านคน ทั้งนี้เกิดจากปัญหาหลายปัจจัย อาทิ ปัญหาเศรษฐกิจจีน การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจีน พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของชาวจีน และ ปัจจัยสำคัญ คือ ปัจจัยด้านความอ่อนไหวต่อประเด็นความปลอดภัย รวมถึงจำนวนเที่ยวบิน ที่ยังมีให้บริการน้อย (ไทยโพสต์, 2566) แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอันดับแรกที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ทำให้ร้านอาหารจีนยังคงมีความสำคัญต่อการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อไป

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ธุรกิจประเภทร้านอาหารได้รับผลกระทบอย่างหนัก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งในช่วงการเริ่มต้นของการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งเกิดเหตุการณ์ที่มีผู้ติดเชื้อชาวจีนได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา และ เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนนั้นส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารจีนถูกสั่งปิดทั้งหมด (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2564) นอกจากนี้หลังจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด 19 ได้ไม่นานภาครัฐได้มีมาตรการจำกัดการเดินทางเข้าออกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งนั่นส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างยกเลิกการจองห้องพัก รวมถึงการยกเลิกกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งผลกระทบนี้คือผลกระทบทางตรงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลักและในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ร้านอาหารจีนที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวจีนหลายแห่งต่างทยอยปิดกิจการ ทั้งแบบชั่วคราว และ ปิดกิจการแบบถาวร เนื่องจากประสบปัญหาขาดรายได้ และ ไม่มีเงินทุนเพียงพอต่อรายจ่ายที่เกิดขึ้น จากเหตุการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านอาหารจีนที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก โดยใน

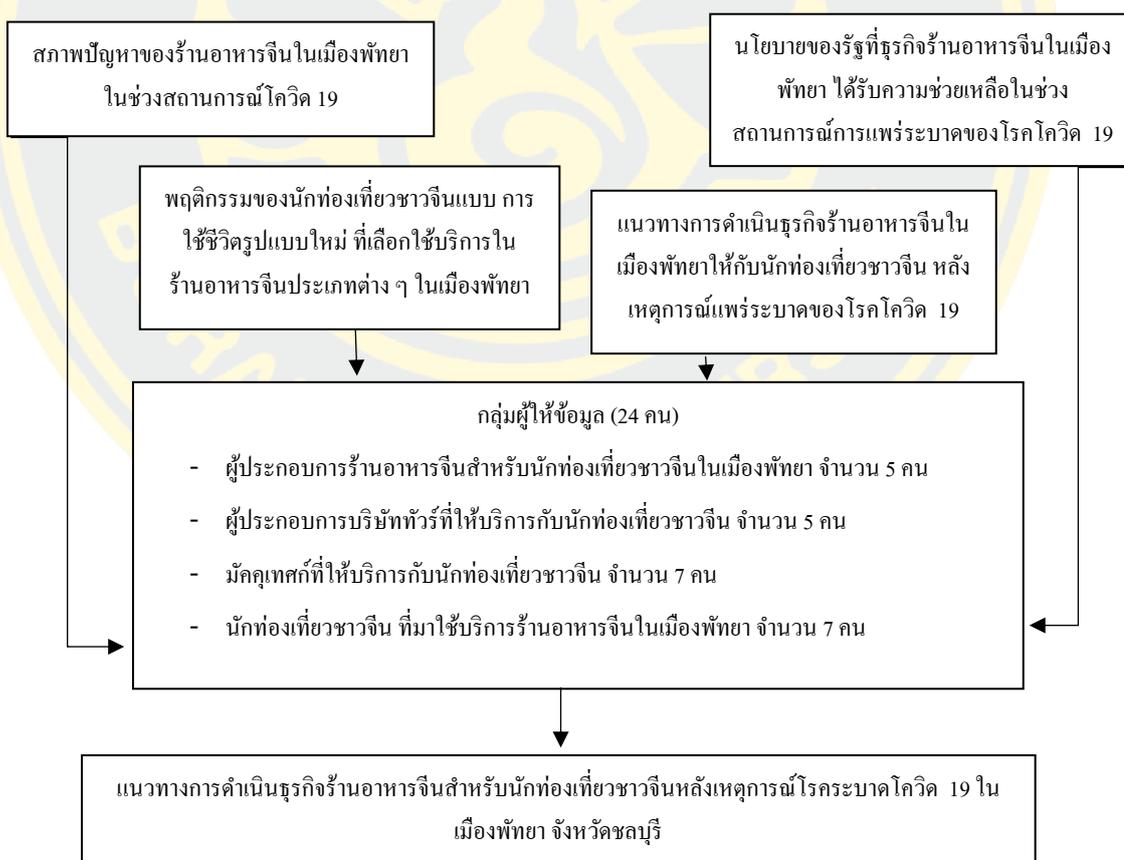
ส่วนที่ยังดำเนินกิจการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ (ศตพร เต็จดวง, 2564)

จากการปรับตัวของร้านอาหารในเมืองพัทยาตั้งแต่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จนถึงช่วงหลังที่รัฐบาลจีนได้มีการผ่อนคลายมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 โดยอนุญาตให้ประชาชนของประเทศสามารถเดินทางออกนอกประเทศได้ จึงถือว่าเป็นความหวังของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน ที่คาดหวังว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยจะเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาดู ซึ่งหากมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเหมือนช่วงที่ยังไม่เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 น่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองพัทยาได้กลับมาฟื้นฟูธุรกิจร้านอาหารให้เติบโตได้เหมือนอย่างเคย (มดิชนออนไลน์, 2566) จากสภาพปัญหา และ โอกาสทางธุรกิจของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาที่ให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงแนวทางในการศึกษาข้อมูลของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารจีน บริษัททัวร์ มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยวชาวจีน เกี่ยวกับสภาพปัญหา และ นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารได้รับหรือต้องเผชิญในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 รวมไปถึงการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะของการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารจีน ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในรูปแบบใหม่ รวมถึงนำไปใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมเพื่อใช้ในการปรับตัวให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารจีนที่เพิ่งกลับมาเปิดกิจการร้านอาหารจีนอีกครั้งหลังจากที่ปิดกิจการเป็นการชั่วคราวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และ ยังสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารจีน รวมถึงเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนทุกกลุ่มที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาทันทีหลังจากที่กลับมาอยู่ในสภาวะการปกตินจนถึงปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
2. เพื่อศึกษานโยบายรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา
4. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ขั้นตอนในการวิจัย



ภาพที่ 1 ขั้นตอนในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิจัยครั้งนี้ จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวให้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ที่จะกลับมาเปิดกิจการร้านอาหารจีน หรือ ที่เปิดกิจการร้านอาหารจีนใหม่ ตามรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน สามารถนำไปพัฒนากิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย หรือ สถานที่ในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน

2. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน ได้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานอาหารจีน ให้ได้รับการยอมรับ หรือการรับรองเพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าได้มากขึ้น

3. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น การจัด โปรโมชันร่วมกันกับบริษัททัวร์ เป็นต้น

4. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนสามารถพัฒนาการจูงใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนได้มากขึ้น เช่น การสร้างคอนเทนต์ หรือ การโพสต์แนะนำของข้อมูลของร้านอาหารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้ในแอปพลิเคชันนั้น ๆ

5. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนสามารถเห็น โอกาสในการพัฒนากลยุทธ์ที่ใช้ในการบริหารจัดการร้านเพื่อให้ร้านยังคงอยู่ได้ ถ้าหากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินขึ้นอีก

6. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการสร้างการรับรู้ถึงอาหารของร้านอาหารจีน เช่น การจัดชุดเมนูเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น หรือการสร้างความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านออนไลน์ เป็นต้น

7. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นเพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มตลาดรองเพิ่มขึ้นได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1. ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีน
- 1.2. ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
- 1.3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ
- 1.4. แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ

1.5. พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ.2564

1.6. นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

1.7. แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

2. ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล
การวิจัยในครั้งนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

2.1. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน

2.2 ผู้ประกอบการบริษัททัวร์ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน

2.3. มัคคุเทศก์ ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2.4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการใช้ทำวิจัยในครั้งนี้คือ ร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่เดือนกันยายน - เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2565

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ดำเนินการศึกษาข้อมูลเฉพาะในเขตพื้นที่เขตเมืองพัทยา ดังนั้นข้อมูลนี้อาจจะไม่ครอบคลุมการศึกษาในจังหวัดชลบุรี

2. การศึกษานี้กำหนดการศึกษากลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มหนึ่ง ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนั้น ตัวแทนของผู้ให้ข้อมูลจึงเลือกศึกษาเฉพาะผู้ที่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยไม่ได้ศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักท่องเที่ยวชาติอื่นหรือนักท่องเที่ยวไทย ทำให้มีข้อมูลเฉพาะเจาะจงที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นประชากรของประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ ที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญกลุ่มหลักของประเทศไทย ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มคณะ (Group Tour) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเป็นกลุ่มคณะ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้ดูแล ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มที่ออกแบบแผนการท่องเที่ยวเอง (Private and Customize tour) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มเล็ก เฉพาะเพื่อน หรือ คนในครอบครัว โดยวางแผนการท่องเที่ยวตามความต้องการ ซึ่งมีจำนวนไม่มากนักและสามารถปรับเปลี่ยนเวลาได้

1.2 กลุ่มที่เดินทางแบบจอยทัวร์ (Join Tour) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวที่กำหนดการท่องเที่ยวและเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางได้รวมถึงการเดินทางร่วมกับบุคคลอื่นที่มีใช้ครอบครัว หรือเพื่อนฝูง ซึ่งมีราคาไม่สูงมาก และมีจำนวนคนมาก

2. นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ หรือ FIT (Free Independent Travelers) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาด้วยตนเองและมีกำลังซื้อสูง โดยที่อาจเคยเดินทางมากับคณะ

ร้านอาหารจีน หมายถึง ร้านอาหารหรือภัตตาคารที่เลือกจำหน่ายอาหารจีนเฉพาะ หรือหลากหลายรูปแบบของอาหารจีน ในที่นี้ แบ่งประเภทร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน มีดังนี้

1. ภัตตาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีน
2. ภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน
3. ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน
4. ร้านสุกี้แบบจีนรับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน
5. ร้านอาหารจีนอื่น ๆ ที่อาจจะมีการเรียกกันเฉพาะกลุ่ม ในบางพื้นที่ของเมืองพัทยา

แนวทางการดำเนินธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจการในที่นี้ ได้แก่ ร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีการผลิตสินค้า (อาหาร) และ บริการ มีการซื้อขายแลกเปลี่ยน จำหน่าย โดยหลักสำคัญคือต้องการดำเนินกิจกรรมในธุรกิจเพื่อความมั่นคงของธุรกิจ นำไปสู่ความเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยสร้างผลประโยชน์ หรือกำไรได้ตามเป้าหมายที่ธุรกิจได้กำหนดไว้

เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 หมายถึง การระบาดของเชื้อไวรัสชนิดหนึ่ง ที่มีการติดต่อได้จากคนสู่คน เป็นโรคระบาดที่เป็นภัยคุกคามต่อโลกและประเทศไทย โดยถือว่าเป็นโรคอุบัติใหม่ โดยเริ่มมีการระบาดในประเทศไทยช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ซึ่งทางรัฐบาลของประเทศไทยได้มีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักร และ ตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) โดยมีผลบังคับใช้ 26 มีนาคม 2563



บทที่ 2

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยมีประเด็นสาระสำคัญดังนี้

- 2.1. ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีน
- 2.2. ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
- 2.3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ
- 2.4. แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ
- 2.5. พระราชกำหนด การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ.2564
- 2.6. นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
- 2.7. แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
- 2.8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นประชากรของประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญ กลุ่มหลักของประเทศไทย รวมไปถึงการท่องเที่ยวของโลก เนื่องจากประเทศจีนมีจำนวนประชากรประมาณพันล้านคนและยังมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นมากจากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวนอกประเทศมีประมาณ ร้อยละ 10.0 ของประชากรในประเทศจีน แต่เนื่องจากประชากรจีนรวมของประเทศมีจำนวนหลายพันคน ซึ่งอัตราของผู้เดินทางออกนอกประเทศมีประมาณ 100 ล้านคน ซึ่งถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก (กฤติกา คุณูปการ, 2564)

ในอดีตประเทศจีนเป็นประเทศปิดดังนั้นเมื่อประเทศจีนเริ่มเปิดประเทศ ประชากรจึงมีกำลังในการใช้จ่าย ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศสำหรับชาวจีนจะเป็นการแสดงถึงฐานะในระดับกลางขึ้นไป โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกที่ชาวจีนรู้สึกคุ้นเคย และปลอดภัย จึงทำ

ให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะเลือกมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดต่าง ๆ เช่น เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต กรุงเทพฯ และ เกาะสมุย จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวไม่นิยมเที่ยวคนเดียว โดยที่ส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวกับคู่รัก ครอบครัวหรือเพื่อน ซึ่งมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เลือกเดินทางคนเดียว นอกจากนี้ข้อมูลจาก ไป่ตู้ (Baidu) พบว่า คนจีนที่เคยมาเที่ยวประเทศไทยมักจะกลับมาเที่ยวอีก แต่จะเป็นการมาเที่ยวแบบ FIT (Free and Independent Traveler) คือการเดินทางมาเที่ยวด้วยตัวเองโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ และมีกำลังซื้อที่สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจในการท่องเที่ยว ซึ่งประเทศสำคัญอันดับหนึ่งคือ ประเทศไทยซึ่งเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งยังมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญ หรือ แม้กระทั่งการทำเด็กหลอดแก้ว ซึ่งเหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางมาพักผ่อนระยะยาวเพื่อทำการพักฟื้นร่างกาย หรือ จิตใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสร้างกลยุทธ์เพื่อดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เพราะมีแนวโน้มที่จะสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้มากขึ้น (กฤติกา คุณูปการ, 2564)

การเดินทางท่องเที่ยวในต่างแดนของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการให้พนักงานในโรงแรมสามารถพูดภาษาจีนกลางได้ หรือ มีการรองรับการชำระเงินของชาวจีน มีการให้บริการรับส่งในพื้นที่ให้บริการ มีคฤหาสน์ที่สามารถพูดจีนกลางได้ หรือ การเลือกใช้บริการภัตตาคารหรือร้านอาหารจีนในโรงแรม ตามลำดับโดยความต้องการข้างต้นนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนคาดหวังหรือต้องการได้รับจากการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการจัดเตรียมความพร้อมที่จะสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ได้มากที่สุด เช่น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการยกระดับการบริการให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มสูงขึ้น มีการจัด โปรแกรมทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม (เฉพาะนักท่องเที่ยวจีน) การจัดอบรมพนักงานหรือคัดเลือกพนักงานที่พูดภาษาจีนกลางได้ เป็นผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน มีการจัดทำแคมเปญประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดทำแผนที่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ สถานบริการด้านการท่องเที่ยวได้มากขึ้น (Hotel.com, 2559, อ้างถึงใน Thumbsup Media, 2560)

ร้านอาหารจีนเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และ เลือกใช้บริการในร้านอาหาร โดยจะให้ความสำคัญในการใช้บริการในร้านอาหารที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี รวมถึงมีการเลือกซื้ออาหารจากการดูรีวิว หรือ คอมเมนต์

จากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์นั้นถือว่าเป็นช่องทางสำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยม และ ให้ความเชื่อถือ ซึ่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เช่น วีแชท (WeChat) ไป่ตู (Baidu) เว่ยป้อ (Weibo) เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวมักจะมี ความชื่นชอบการสร้าง คอนเทนต์ (Content) โดยการถ่ายรูปลงในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำการรีวิวเพื่อเรียกยอดวิว (View) ให้คนสนใจคอนเทนต์ ที่ตนเองได้สร้างขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักร้านอาหารผ่านการโฆษณา หรือ สร้างการรับรู้ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มหลัก ๆ อาทิเช่น ไป่ตู (Baidu) หรือ วีแชท (WeChat) เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งนักท่องเที่ยว จะทำการค้นหาข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงควรพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ หรือ บนแพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยมเพื่อให้เกิดการรับรู้ และ สร้างการตัดสินใจในการใช้จ่าย ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายยอดขายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ได้มากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน (กฤติกา คุณูปการ, 2564)

ประเภทของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สามารถแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้ดังนี้ (รัชพล เตชะพงศกิต, 2562)

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มคณะ (Group Tour) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเป็นกลุ่มคณะ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้ดูแล ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มที่ออกแบบแผนการท่องเที่ยวเอง (Private and Customize Tour) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มเล็กเฉพาะเพื่อน หรือ คนในครอบครัว โดยวางแผนการท่องเที่ยวตามความต้องการ ซึ่งมีจำนวนคนไม่มากนัก และสามารถปรับเปลี่ยนเวลาได้

1.2 กลุ่มที่เดินทางแบบจอยทัวร์ (Join Tour) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวที่กำหนดการท่องเที่ยวและเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางได้ รวมถึงการเดินทางร่วมกับบุคคลอื่นที่มีใช้ครอบครัวหรือเพื่อนฝูง และมีราคาไม่สูงมาก อีกทั้งยังมีจำนวนคนมากด้วยเช่นกัน

1.3 นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ หรือ FIT (Free and Independent Traveler) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาด้วยตนเองและมีกำลังซื้อสูง โดยที่อาจเคยเดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยมักจะชื่นชอบในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน

Hotel.com (2559, อ้างถึงใน Thumbsup Media, 2560) ได้แบ่งพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มเที่ยวแบบเจาะลึก มีประมาณร้อยละ 30.0 โดยส่วนใหญ่เกิดในยุค 70 หรือ เป็นกลุ่มมิลเลนเนียล และมองว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญของชีวิต โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้จะใช้เงินประมาณร้อยละ 26.0 ของรายได้ไปกับการท่องเที่ยว และ บังคับเรื่องราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจ

2. กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อยกระดับความสัมพันธ์ของครอบครัว มีประมาณร้อยละ 20.0 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดในยุค 60-70 รายได้ปานกลาง ชอบใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ซึ่งมักใช้จ่ายอย่างประหยัดประมาณ 407 เหรียญสหรัฐต่อวัน หรือ ประมาณ 13,667 บาท

3. กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์ชีวิต มีประมาณร้อยละ 14.0 เกิดในยุค 80-90 อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ มีรายได้ดี ใช้จ่ายเงินประมาณ ร้อยละ 29.0 ของรายได้ส่วนตัวไปกับการท่องเที่ยว ชอบพักโรงแรมบูติก และ เชื่อมั่นในคำแนะนำจากคนท้องถิ่นก่อนออกเดินทางจริง

4. กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อความสนุก มีประมาณร้อยละ 9.0 เกิดในยุค 80 ใช้เงินเฉลี่ย 3,546 เหรียญสหรัฐ หรือ ประมาณ 119,074 บาทไปกับการท่องเที่ยวในปี 2559 ชอบพักโรงแรมห้าดาว และ กว่าร้อยละ 60.0 มีแนวโน้มจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

5. กลุ่มท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย มีประมาณร้อยละ 17.0 เกิดในยุค 90 ไม่ชอบท่องเที่ยวตามแบบแผน และ ใช้จ่ายเงินอย่างประหยัด มองหาโรงแรมที่มีวัฒนธรรมที่เข้ากันได้มากกว่าโรงแรมหลายดาว

Power SME Thai (2561) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องทราบเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีดังนี้

1. ชาวจีนชอบเดินทางออกนอกประเทศ เนื่องจากชาวจีนที่มีกำลังซื้อมีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น ทำให้ประชาชนรู้สึกอยากมีอิสระที่จะเดินทางออกนอกประเทศ จึงให้ความสนใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเริ่มต้นการท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก เดินทางง่าย แหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและน่าสนใจ โดยเฉพาะประเทศไทย และโอกาสที่มาพร้อมกับนักท่องเที่ยวจีน คือ การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. นิยมเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าไปกับทัวร์ แม้ในช่วงแรก ๆ ที่นักท่องเที่ยวจีนเริ่มเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จะเดินทางในลักษณะทัวร์คณะใหญ่ ๆ และ เป็นกลุ่มครอบครัว แต่ในระยะหลัง พบว่า นักท่องเที่ยวจีนที่เป็นคนรุ่นใหม่ นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ ซึ่งจะเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือ เพื่อน ๆ ทำให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นได้ตามต้องการ ทั้งในเรื่องของที่พักร ค่าของใช้ ค่าอาหาร ซึ่งสามารถเลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยวได้ตามใจ โดยไม่ถูกจำกัด

3. เลือกการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวมักเลือกท่องเที่ยวในหลายลักษณะ ทั้งทะเล ภูเขา น้ำตก สถาบันเทิง ดึกสูง ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวที่หลากหลายนี้ถือว่าการตอบ โจทย์ทุกวิถีการดำเนินชีวิตด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมาก ตั้งแต่การใช้ ชีวิตกินอยู่หรูหรา ไปจนถึงแบบ สโลว์ไลฟ์ (Slow Life) หรือ การใช้ชีวิตอย่างไม่เร่งรีบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับประทานอาหารที่อร่อย ซึ่งจะเลือกรับประทานทั้งอาหารไทย อาหารจีน และ อาหารของทุกชาติ

4. นิยมชำระเงินผ่านมือถือ ซึ่งประเทศจีน ถือเป็นผู้นำของสังคมไร้เงินสดที่จับต้อง และ เห็นภาพได้ชัดที่สุด ดังนั้นการจ่ายเงินผ่าน รหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่สามารถชำระได้ทั่วโลก จึง เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้จ่ายผ่านช่องทางนี้เป็นส่วนมาก ซึ่งอำนวยความสะดวกในการ ท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จึงต้องจัดบริการชำระเงินผ่านมือถือ ให้สอดคล้อง กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พฤติกรรมท่องเที่ยวนอกประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีน หลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด 19

หลังจากผ่านพ้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ผู้ประกอบการด้านการ ท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ให้ความสนใจเดินทางมายังประเทศไทยค่อนข้างมาก โดยคาดการณ์ เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนไว้ว่า การเลือกท่องเที่ยวจะเลือกที่ความคุ้มค่า โดยจะระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นประเมินการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนนั้นจะอยู่ที่ประมาณ 30,000 - 40,000 บาท รายละเอียดของการเลือกใช้จ่ายคือการใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า โดยส่วนใหญ่ยังเลือกใช้ บริการที่ได้มาตรฐานที่ดี ตั้งแต่ที่พัก และ จะเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ซึ่งจะ พิจารณาถึงสถานที่ตั้งของที่พักต้องมีความสะดวกในการเดินทาง มีความปลอดภัย ตกแต่งสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ขนาดห้องกว้างกว่า 24 ตารางเมตร เป็นต้น ส่วนการเลือก รับประทานอาหารจะเลือกร้านอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง แต่การเลือกซื้อของอาจจะเลือกซื้อของ ผักสดลง จำนวนวันเที่ยวน้อยลง โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่อาจเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 3-4 วัน เช่น มาเที่ยววันศุกร์แล้วเดินทางกลับวันอาทิตย์ หรือ วันจันทร์ เพื่อไปทำงานต่อ สำหรับ ประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมองหา นอกจากแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นเมือง หรือ จังหวัดท่องเที่ยวหลักได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี พัทยา ประจวบคีรีขันธ์ หัวหิน เชียงใหม่ ภูเก็ต และ เกาะสมุย อาจจะให้ความสนใจนิคมท่องเที่ยวเมืองรองด้วย เช่น นครปฐม หรือ สุพรรณบุรี ซึ่ง ถือว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิม นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาวจีนจากเดิมที่เคยใช้บริการบริษัททัวร์ จะเปลี่ยนไปใช้บริการจากแพลตฟอร์ม

ออนไลน์ หรือ OTA (Online Travel Agency) รวมไปถึงแนวโน้มของการเลือกแหล่งท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ ในแต่ละวันต้องไปใช้บริการร้านอาหารให้มากที่สุด โดยมุ่งหวังว่าจะต้องไปรับประทานอาหารให้ครบตามที่ได้ตามรายการที่เตรียมไว้ จึงเห็นว่าศักยภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นรู้จักการจัดการเลือกการท่องเที่ยว หรือ เลือกบริการแบบเหมารวมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยตนเอง ดังนั้นเพื่อรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปลี่ยนไปจากเดิมผู้ประกอบการควรที่จะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปลี่ยนไป เช่น การไปเที่ยวเกาะนั่งเรือหางยาว ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น (ไทยรัฐออนไลน์, 2566)

การท่องเที่ยวด้วยเสน่ห์ของ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) สำหรับประเทศไทยที่มีความหลากหลายสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาท่องเที่ยว จากการศึกษาข้อมูลของ China-briefing.com อ้างอิงจากผลสำรวจของ Alipay พบว่า จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเลือกท่องเที่ยวมากที่สุดในช่วงครึ่งแรกของปี ค.ศ. 2023 อันดับแรกคือ ฮองกง อันดับสองคือ มาเก๊า อันดับสามคือ ญี่ปุ่น อันดับสี่คือ ประเทศไทย และ อันดับห้าคือ ฝรั่งเศส ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทย ท่ามกลางภาพลักษณ์เชิงลบที่ชาวจีนมีต่อประเทศไทยจากการรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เรื่องความอันตรายในประเทศไทย แต่จุดเด่นของประเทศไทยที่ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Wellness Tourism ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การดูแล ฟื้นฟูสุขภาพแบบองค์รวมทั้งกาย และ ใจ หรือ Holistic well-being experiences ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นประเภทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจมานานหลายปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีความต้องการในการเลือกใช้บริการด้านการดูแลสุขภาพ อีกทั้งประเทศไทยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งทะเล หาดทราย และ แสงแดด ที่ทำให้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นทางเลือกที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ (ไทยรัฐออนไลน์, 2566)

2.2. ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ความหมายและรายละเอียดของอาหารจีน

อาหารจีน หมายถึง อาหารที่ประกอบขึ้นตามวัฒนธรรมของชาวจีน ซึ่งรวมทั้งจีนแผ่นดินใหญ่ ไต้หวัน และ ฮองกง ซึ่งมีหลากหลายชนิดตามแต่ละท้องถิ่น โดยทั่วไปนิยมรับประทานอาหารจากผัก และ ธัญพืชเป็นหลัก นอกจากนี้ในราชสำนักก็จะมีอาหารประเภทเนื้ออาหารที่รู้จักกัน เช่น ก๋วยเตี๋ยว ต้มยำ หูจูลาม กระเพาะปลา วัฒนธรรมการกินเป็นการกินร่วมกัน โดยอุปกรณ์การกินหลัก คือ ตะเกียบ (วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี, 2566)

อาหารจีนจะมีอุปกรณ์การทำหลัก ๆ เพียงสี่อย่างคือ มีด เขียง กระทะก้นกลม และ ตะหลิว ซึ่งในสมัยชุมชนชีว-จั่นกั้ว ได้เริ่มมีการแบ่งอาหารจีนเป็น 2 ตระกูลใหญ่ คือ อาหารเมืองเหนือ และ อาหารเมืองใต้ กระทั่งต้นราชวงศ์ชิง ได้มีการแบ่งอาหารเป็น 4 ตระกูลใหญ่ คือ อาหารซันตง (鲁菜 - หลู่ไช้) อาหารเจียงซู (苏菜 - ซูไช้) อาหารกวางตุ้ง (粤菜 - เยว้ไช้) อาหารเสฉวน (川菜 - ชวนไช้) และในปัจจุบันมี 8 ตระกูลใหญ่ โดยเพิ่มอาหาร อันฮุย (徽菜 - ฮุยไช้) อาหารฮกเกี้ยน (闽菜 - หมิ่นไช้) อาหารหูหนาน (湘菜 - เซียงไช้) และ อาหารเจ้อเจียง (浙菜 - เจ้อไช้)

การแบ่งอาหารจีนตามข้างต้นจะเห็นว่า มีแนวทางการแบ่งที่หลากหลายไปตามลักษณะของตระกูล หรือ เมืองที่อาศัย นอกจากนั้นชาวจีนมีความเชื่อว่า อาหารที่ดีไม่ได้มีหน้าที่เพียงให้อิ่มท้อง หรือ รสชาติที่ดีเป็นสำคัญเท่านั้น แต่ต้องทำหน้าที่เป็นยา ดังนั้นการปรุงอาหารจึงต้องรู้หลักความสมดุลหยิน-หยาง และ ให้ความสำคัญกับธาตุทั้ง 5 จากความเชื่อที่ว่า “ฟ้า ดิน และ มนุษย์เป็นหนึ่งเดียวกัน” คือ ธาตุที่ประกอบด้วย ไม้ ไฟ ดิน โลหะ และ น้ำ ซึ่งหมายถึง ลมปราณทั้ง 5 ที่ต้องสอดประสานไปกับธรรมชาติ ในการกินจึงต้องคำนึงถึงฤดู สภาพแวดล้อม อากาศ และ อาหารที่ให้ฤทธิ์ร้อน และ ฤทธิ์เย็น รวมทั้งรสชาติที่ส่งผลต่ออวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายที่ต้องรักษาให้สมดุล กินแต่พอดี กินไม่มากไม่น้อยเกินไป ไม่กินรสใดรสหนึ่งมากเกินไป เพราะแต่ละรสส่งผลต่ออวัยวะในร่างกายได้แก่ รสเปรี้ยวส่งผลกับตับ รสขมส่งผลกับหัวใจ รสหวานส่งผลกับม้าม รสเค็มส่งผลกับไต และรสเผ็ดส่งผลกับปอด เป็นต้น ด้วยเหตุนี้องค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลให้อาหารทำหน้าที่เป็นยาป้องกัน และ รักษาโรคนั้นเป็นความเชื่อที่วนอกเหนือจากเชื้อโรค และ บั๊กจียายนอก ความเจ็บป่วยเป็นเรื่องของสมดุลของธาตุในร่างกายเป็นหลักด้วยเช่นกัน เช่น “อาหารเสฉวน” มีลักษณะสอดคล้องกับสภาพอากาศ และ ภูมิประเทศของมณฑลเสฉวนที่ค่อนข้างร้อนชื้น อากาศปิด เพราะโอบล้อมด้วยภูเขาสูง ไม่มีแดดมากนัก จึงทำให้ระบบเผาผลาญของคนเสฉวนไม่ดีเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้อาหารเสฉวนจึงมีเครื่องเทศเป็นส่วนประกอบสำคัญ เช่น “ซวงเจียว” “ฮวาเจียว” หรือที่เรียกกันว่า พริกเสฉวน ซึ่งเป็นเครื่องเทศที่ใกล้เคียงกับมะแขว่น ที่พบมากทางภาคเหนือ แต่จะมีความแตกต่างที่กลิ่น และ ความซา ซึ่งให้รสเผ็ดเป็นเอกลักษณ์ จะมีลักษณะเผ็ดซา หรือในภาษาจีนเรียกรสเฉพาะนี้ว่า “หม่าล่า” มีสรรพคุณช่วยขับลม ย่อยอาหาร ขับเหงื่อ กระตุ้นการไหลเวียนโลหิต ฯลฯ อาหารเสฉวนจึงเอื้อต่อการดำรงชีวิตของชาวเสฉวนเป็นสำคัญ (สุริวิธสา กล่อมเดช, 2561) จะเห็นว่าการแบ่งประเภทของอาหารที่มีชื่อเรียกแตกต่างกันจะมีที่มา หรือ เรื่องเล่าในแต่ละประเภทของอาหารจีนแตกต่างกันไป นอกจากนั้นการแบ่งประเภทของอาหารจีนยังสามารถแบ่งเป็นกลุ่ม

ย่อย ๆ ตามมณฑลต่าง ๆ ได้ดังนี้ (Easy Chinese Cooking, 2551, อ้างในวิกิพีเดียสารานุกรมเสรี, 2566)

1. อาหารเสฉวน เป็นอาหารจีนที่ใช้เครื่องเทศและของป่ามาก เครื่องปรุงที่เป็นเอกลักษณ์คือ พริกหอมหรือพริกเสฉวน เป็นอาหารรสจัดรวมทั้งรสเผ็ดร้อน ใช้เต้าหู้เป็นเครื่องปรุงมีเครื่องเทศมาก อาหารที่มีชื่อเสียงคือ ซุปเสฉวน

2. อาหารกวางตุ้ง เป็นอาหารจีนที่เด่นในด้านการใช้เทคนิคการปรุงเพื่อคงความสดใหม่ของอาหารมากที่สุดมักใช้น้ำมันหอย และ ผักมาก เน้นการปรุงอาหารที่สุก รสชาตินุ่มนวล และมีอาหารประเภทต้มซ่าเป็นที่รู้จักกันดี อาหารที่มีชื่อเสียง ได้แก่ หมูหัน เป็ดย่าง และ นกพิราบทอดกรอบ

3. อาหารฮกเกี้ยน เป็นอาหารจีนที่เด่นด้านการใช้น้ำซุป มักใช้ข้าวหมกสีแดงสด โดยที่นำมาหมกเต้าหู้ยี้สีแดง มีน้ำซุปใสที่เก่าที่สุด และ ใช้เครื่องปรุงบางอย่างจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น น้ำปลาและผงกะหรี่ อาหารที่มีชื่อเสียง คือ พระกระโดดกำแพง

4. อาหารไหหลำ อาหารส่วนใหญ่มีเต้าเจี้ยวถั่วเหลือง และ ถั่วดำ เป็นเอกลักษณ์พิเศษ และใช้น้ำส้มปรุงรสได้ โดยทั่วไปจะมีชนิดอาหารคล้ายอาหารจีนแบบอื่น ๆ แต่จะมีรสชาติ และ หน้าตาที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนมไหว้พระจันทร์แบบไหหลำจะมีไส้น้อยกว่าแบบอื่น และ ป๊ะจ่างแบบไหหลำก็จะเน้นที่ข้าวเหนียวมากกว่าแบบอื่นเช่นกัน อาหารที่มีชื่อเสียง คือ ขนมจีนไหหลำ

5. อาหารปักกิ่ง เน้นการทอดที่กรอบและนุ่มนวล แต่อาหารไขมันค่อนข้างสูง ทั้งนี้เพราะภูมิอากาศที่หนาวเย็น

6. อาหารซัวเถา เน้นในการตุ๋น เลี้ยว เปื่อย โดยเป็นรสชาติของอาหารที่เปื่อยนุ่มจนแทบละลายเมื่อถูกลิ้น

7. อาหารซานตง เป็นอาหารจีนที่มีความโดดเด่นในด้านเป็นอาหารในราชสำนัก และ ได้รวมอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากชาวแมนจู และ ชาวมองโกลเข้าไว้ด้วย เช่น เป็ดปักกิ่ง และ หม้อไฟมองโกลเลีย

8. อาหารเซี่ยงไฮ้ เป็นอาหารจีนที่ได้รับอิทธิพลอาหารตะวันตกมาก เพราะเป็นเมืองท่าเมืองเดียวของจีนในสมัยที่เริ่มติดต่อกับชาติตะวันตก อาหารที่มีชื่อเสียงเช่น เป็ดอัดแห้ง และ อาหารที่ปรุงจากปูชน

9. อาหารจินเต๋อจิว มีลักษณะคล้ายอาหารจีนกวางตุ้ง แต่เน้นอาหารทะเลมากกว่า

10. อาหารจินแคะ เป็นอาหารที่เน้นข้าว เนื้อสัตว์ ผักดอง และ ผักตากแห้ง อาหารที่มีชื่อเสียงคือลูกชิ้นแคะ และ ผักค้ำต้มหมูสามชั้น

การแบ่งประเภทของอาหารจีนตามข้างต้น จะเป็นการแบ่งตามตระกูล หรือ เมืองใหญ่ของจีน ต่อไปเป็นการแบ่งอาหารจีนตามกลุ่มทางสังคม โดยชนชั้นในวัฒนธรรมอาหารจีน แบ่งได้ 5 ชั้น ดังนี้ (สุริวิศสา กล่อมเดช, 2561)

1. ชั้นชนาชนา และ กรรมกรผู้ยากไร้ กินเพียงเพื่อประทังชีวิต
 2. ชั้นเจ้าที่ดินน้อย ชั้นกลางระดับล่างในเมือง กินบนความเป็นจริง มีประโยชน์ท้อแท้
 3. ชั้นคหบดี และ ข้าราชการ คำนึงถึงรสชาติ ประงอาหารอย่างประณีต
 4. ชั้นปัญญาชน ขุนนาง กินเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตน
 5. ราชสำนัก กินอย่างทรงเกียรติ สูงศักดิ์ เพื่อแสดงฐานะและอำนาจ
- ตัวอย่างของอาหารที่แสดงออกถึงความมั่งคั่งและบ่งบอกฐานะ เช่น “หูลลาม” หรือ คีริบหลามที่เคยเป็นเมนูต้องห้ามของสามัญชน แต่จะมีเพียงฮ่องเต้เท่านั้นที่เสวยได้ กระทั่งปัจจุบัน ได้นำหูลลามมาจัดอยู่ในเมนูของภัตตาคารอาหารจีน ซึ่งแน่นอนว่า หูลลามจะมีราคาแพง จึงถือเป็นอาหารที่เชิดชูหน้าตา และ สถานะทางสังคม จึงมักนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารในงานมงคล เช่น งานแต่งงาน หรือ วันรวมญาติ การนัดหมายเจรจาธุรกิจ แต่ปัจจุบันมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่รณรงค์ในเรื่องของการรับประทานหูลลามเช่นกัน (สุริวิศสา กล่อมเดช, 2561)

แนวทางในการเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนที่มีคุณภาพ

ร้านอาหารจีนในประเทศไทยมีอยู่มากมายหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถหาได้ง่าย โดยส่วนใหญ่ร้านอาหารจีนนิยมตั้งร้านในโรงแรม ห้างสรรพสินค้า หรือ ศูนย์การค้า บางส่วนจะตั้งร้านอาหารจีนเป็นอาคารพาณิชย์ ซึ่งนอกจากปัจจัยเรื่องความสะดวกในการเดินทางแล้ว ผู้ใช้บริการควรคำนึงถึงแนวทางในการพิจารณาเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนเพื่อให้ได้ใช้บริการอย่างมีคุณภาพ ดังนี้ (ภัตตาคารเล่งหงษ์, 2562)

1. อาหารอร่อยคุณภาพดี โดยเลือกจากร้านอาหารจีนที่มีชื่อเสียงมานานที่การันตีความอร่อย และ คุณภาพได้เป็นอย่างดี
2. อาหารสดใหม่ เน้นอาหารที่ปรุงสุก และสดใหม่ เพื่อให้ยังสามารถคงคุณค่าของสารอาหารได้อย่างครบถ้วน อาหารบางประเภทเป็นอาหารประจำชาติ จึงต้องอาศัยพ่อครัวฝีมือดีที่มีประสบการณ์มายาวนาน ที่จะช่วยปรุงอาหารได้อย่างถูกขั้นตอน และ อร่อยเหมือนต้นฉบับมาทำเอง
3. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับการไปทานข้าวร้านอาหารจีน บ่อยครั้งที่จะมีผู้สูงอายุไปด้วยหรือบางที่อาจจะนัดเครือญาติหรือเพื่อนไปทานอาหารจีน ซึ่งมาจากคนละที่ ดังนั้นการพิจารณา

ถึงร้านอาหารที่มีที่จอดรถที่เพียงพอขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จึงจะช่วยให้การไปใช้บริการร้านอาหารจีนมีความสะดวกมากขึ้น

4. ความสะอาด หลักสำคัญของร้านอาหารเพื่อความปลอดภัย และ โครงการ ร้านอาหารไทย ปลอดภัย สุขภาพดี (Clean Food Good Taste) ร้านอาหารที่ดีจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ความสะอาดใน ไม่เพียงแต่อาหารหรือสถานที่ภายในร้าน แต่ต้องรวมถึงพนักงาน บริเวณทั้งภายใน และ ภายนอก อุปกรณ์การทำอาหาร และ อาหารที่ปรุงสุกด้วย

5. การบริการที่ประทับใจ หากลูกค้าเกิดความประทับใจแล้วนั้นจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป เพราะฉะนั้นร้านอาหารจึงควรให้บริการด้วยใจ ด้วยคุณภาพ และ มาตรฐานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

ประเภทร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากการแบ่งประเภทของร้านอาหารจีนข้างต้น จะเห็นว่ามีประเภทไว้หลากหลาย ซึ่งแล้วแต่เหตุผลที่ใช้ในการแบ่งประเภทร้านอาหารจีน ทั้งนี้การศึกษานี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเกี่ยวกับประเภทร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่มีข้อมูลที่อยู่รายชื่อเป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นผู้วิจัยได้นัดหมายผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จำนวน 5 ท่าน ที่มีความคุ้นเคยกับผู้วิจัย โดยร่วมกันกำหนดประเภทของร้านอาหารจีน ตามที่นิยมเรียกกัน หรือ แบ่งประเภทของร้านอาหารจีนที่ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไว้ดังนี้ (กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจีนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี, สัมภาษณ์กลุ่มเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2565)

1. ภัตตาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีน
2. ภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน
3. ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน
4. ร้านสุกี้แบบจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน
5. ร้านอาหารจีนอื่น ๆ ที่อาจจะมีการเรียกกันเฉพาะกลุ่ม ในบางพื้นที่ของเมืองพัทยา

ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาประเภทของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ตามที่ได้ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (สัมภาษณ์กลุ่มเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2565)

สถานการณ์ร้านอาหารจีนในพัทยา หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

มติชนออนไลน์ (2566) ได้เสนอข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์ร้านอาหารในเมืองพัทยา หลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 พบว่าในช่วงต้นปี พ.ศ. 2566 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเมืองพัทยา แต่ธุรกิจร้านอาหารในเมืองพัทยายังไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้มากนักหลังจากที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 มีเพียงร้านอาหารที่

ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้กับชายหาดพัทยาเหนือ กับ ซอยบัวขาวเท่านั้นที่มียอดขายกลับมาเกือบเทียบเท่ากับช่วงก่อนสถานการณ์เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งหากเปรียบเทียบยอดขายในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 กับช่วงต้นปี พ.ศ. 2566 มียอดขายเพิ่มขึ้นเพียง 1 ใน 3 เท่านั้น โดยปัญหาหลักอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ร้านอาหารจีนในเมืองพัทยายังไม่สามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวจีนได้เหมือนเดิม คือปัญหาทางการเงิน และ เศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายประหยัดมากขึ้น รวมถึงพฤติกรรมรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เปลี่ยนไป บางกลุ่มนิยมการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ที่สามารถเลือกสั่งหรือตักอาหารรับประทานได้แบบไม่อั้น และ นักท่องเที่ยวต่างชาติบางกลุ่มจะนิยมเลือกรับประทานอาหารน้อย ๆ เลือกทานแบบพอ่อมเป็นมือ ๆ เท่านั้น

2.3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ความหมายกลยุทธ์ทางธุรกิจ

Pearce and Robinson (2000) อธิบายความหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติการต่าง ๆ ที่จะมียผลต่อการวางแผน และการปฏิบัติตามแผน โดยวิธีเหล่านั้นจะสามารถช่วยให้บริษัทประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Wheelen and Hunger (2006) อธิบายความหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy) คือ กระบวนการตัดสินใจ การปฏิบัติการต่าง ๆ ทางด้านการจัดการที่เป็นตัวกำหนดการดำเนินงานในระยะยาวของบริษัทประกอบด้วย การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร การจัดทำกลยุทธ์ เรียกว่า แผนกลยุทธ์หรือแผนระยะยาว การปฏิบัติตามกลยุทธ์ รวมถึงการประมวผล และการควบคุม

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา (2565) อธิบายความหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy) หมายถึง การวางแผนทางธุรกิจ รายได้ วิเคราะห์ต้นทุน กำลังคนที่ใช้การวางแผนโครงสร้างองค์กร รวมไปถึงการดำเนินงานในองค์กรและอื่น ๆ ที่ต้องกำหนดไว้อย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจ ครอบคลุมทั้งการบริหารจัดการองค์กร การดำเนินงานภายใน การจัดการด้านการเงิน รวมไปถึงการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และเป้าหมายของการทำธุรกิจในระยะยาวไว้อย่างชัดเจน

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (2566) ได้อธิบายความหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business Strategy) หมายถึง กระบวนการทางธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ เป้าหมายธุรกิจขององค์กรทำให้องค์กรสามารถวางแผนจัดการทรัพยากรและกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจเพื่อเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสม ซึ่งนั้นสร้างความได้เปรียบในตลาดอีกทั้งยังมีส่วนช่วยเพิ่ม

โอกาสในการแข่งขันด้วยเช่นกันอันมีส่วนสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในธุรกิจ ดังนั้นการพัฒนากลยุทธ์เพิ่มยอดขายให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคจึงเป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กรเพื่อสร้างรายได้ที่เติบโต และความมั่นคงในระยะยาว

สรุปคือ กลยุทธ์ทางธุรกิจหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติการต่าง ๆ ด้านการจัดการที่เป็นตัวกำหนดการดำเนินงานในระยะยาวโดยมีการวางแผน และการปฏิบัติตามแผน ต้องมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร การจัดทำกลยุทธ์ ซึ่งเรียกว่า แผนกลยุทธ์หรือแผนระยะยาว การปฏิบัติตามกลยุทธ์รวมถึงการประเมินผลและการควบคุมอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และ พันธกิจ (Mission) และเป้าหมายของการทำธุรกิจในระยะยาวไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจรวมถึงสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจในระยะยาวอีกด้วย

การแบ่งลำดับของกลยุทธ์ทางธุรกิจ

Kris Piroj (2565) อธิบายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ สำหรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์แต่ละส่วนที่ต่างกันขององค์กร ซึ่งมีวิธีการดำเนินกลยุทธ์แตกต่างกันในแต่ละระดับ แบ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจในแต่ละระดับไว้ดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) คือ กำหนดกลยุทธ์ในภาพกว้างเพื่อใช้ในการกำหนดภาพรวมการดำเนินงานขององค์กร เช่น วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) และ ทิศทางของบริษัทว่าจะเพิ่มหรือลดการลงทุนในธุรกิจอย่างไร

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) คือ กลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทจะแข่งขันในตลาดด้วยวิธีใด เช่น ด้านต้นทุน ความแตกต่างและการแข่งขันในตลาดเฉพาะกลุ่ม

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) คือ การกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละหน้าที่ (Function) ภายในธุรกิจนั้น ๆ เช่น การตลาด การผลิต โลจิสติกส์ การเงิน การวิจัย พัฒนา และทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยกลยุทธ์ระดับหน้าที่จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละหน้าที่

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้อธิบายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจมีการแบ่งลำดับหลายแบบโดยการจัดลำดับนั้นจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับแต่ละองค์กร และ สถานการณ์ที่ที่พบเจอส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย มีดังนี้

1. กลยุทธ์การเติบโต จะมุ่งเน้นการเพิ่มขยายธุรกิจขององค์กรให้โตอย่างรวดเร็ว โดยการเข้าสู่ตลาดใหม่ ขยายตัวทางภูมิภาค เพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ตลอดจนการเพิ่มยอดขายในตลาดที่มีอยู่เพื่อเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดขององค์กร

2. กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพ มุ่งเน้นในการพัฒนากระบวนการธุรกิจและการใช้ทรัพยากรองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยการลดต้นทุนการผลิต การปรับปรุงกระบวนการทำงาน ใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุง หรือ ลดระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ

3. กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา เน้นการเป็นผู้นำตลาดในเรื่องราคา โดยลดราคาสินค้าหรือบริการให้ต่ำกว่าคู่แข่งเจ้าอื่น สามารถทำได้ด้วยการลดต้นทุนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ

4. กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือ บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งในด้านคุณลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์สามารถทำได้ผ่านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผ่านการสร้างแบรนด์ให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง หรือ การให้บริการที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ

5. กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดใหม่ เน้นการขยายตลาดขององค์กร โดยเข้าสู่ตลาดใหม่ที่ยังมีคู่แข่งหรือมีการแข่งขันน้อย สามารถทำได้ด้วยการศึกษาตลาดที่เป็นเป้าหมาย การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้เหมาะสมกับตลาดใหม่ ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าในตลาดใหม่

องค์ประกอบหลักในการทำให้กลยุทธ์ทางธุรกิจประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์ทางธุรกิจมีองค์ประกอบหลักหลายประการที่นำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ โดยองค์ประกอบเหล่านี้อาจแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบท และ อุดสาหกรรมของธุรกิจนั้น ๆ และเพื่อให้กลยุทธ์ทางธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังจำเป็นต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2566)

1. วิสัยทัศน์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องมีเป้าหมายเฉพาะเจาะจง วัดผลได้ ซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานขององค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายเหล่านั้น

2. การวิเคราะห์ตลาด ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดรวมถึงความต้องการของลูกค้ารวมถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมการแข่งขันและ โอกาสที่อาจเกิดขึ้น จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ

3. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องระบุและใช้ประโยชน์จากจุดแข็งความสามารถของทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง สามารถทำได้ผ่านปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน ความแตกต่างด้านนวัตกรรม หรือ การกำหนดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม

4. กำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดตลาดเป้าหมายและการแบ่งกลุ่มลูกค้าช่วยปรับแต่งความพยายามทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ธุรกิจสามารถมั่นใจได้ว่าได้ส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์ของธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

5. การนำเสนอคุณค่า คือการสื่อสารให้เห็นถึงคุณค่าและประโยชน์เฉพาะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นการตอกย้ำว่าเหตุใดลูกค้าจึงควรเลือกใช้สินค้าและบริการของธุรกิจนั้นมากกว่าคู่แข่ง

6. การวางแผนดำเนินงาน การพัฒนากลยุทธ์สำหรับการดำเนินงาน การผลิต การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และ การจัดสรรทรัพยากร เป็นเคล็ดลับสำคัญที่ช่วยให้แน่ใจว่าการดำเนินการตามกลยุทธ์ทางธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

7. การประเมินความเสี่ยง คือการระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจช่วยให้สามารถจัดการความเสี่ยงและวางแผนฉุกเฉินได้

8. การวางแผนทางการเงิน การจัดทำงบประมาณ และการตรวจสอบประสิทธิภาพทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืนและการจัดสรรทรัพยากร

9. การนำไปใช้และการดำเนินการ การแปลงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องมีการสื่อสาร การประสานงาน และ การติดตามความคืบหน้าที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถกำหนดขอบเขตความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายภายในองค์กร เพื่อให้ทุกอย่างเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด

10. การประเมินและการปรับตัวการประเมินประสิทธิผลของกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ การตรวจสอบตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพ และการเปิดรับข้อเสนอแนะนั้นช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนและปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้

จากการศึกษารายละเอียดของกลยุทธ์ทางธุรกิจ จะเห็นได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้เกิดจากการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจช่วยให้ธุรกิจมีทิศทางจากการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำงาน วิสัยทัศน์เป้าหมายในแต่ละระยะ การจัดสรรทรัพยากร การตัดสินใจ เพื่อดำเนินธุรกิจไปสู่จุดหมายได้ อย่างชัดเจน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ.2542 กล่าวว่า ธุรกิจ หมายถึง การงานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจการอย่างอื่นที่สำคัญและที่ไม่ใช่ราชการ (กฎ) การประกอบกิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรมการบริการ หรือกิจการอย่างอื่นเป็นการค้าทั้งนี้การดำเนินธุรกิจจึงถือเป็นกิจกรรมที่ทำให้มีการผลิตสินค้าและบริการมีการซื้อขาย

แลกเปลี่ยน จำหน่าย กระจายสินค้า และมีประโยชน์หรือกำไรจากกิจกรรมนั้นโดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการมุ่งหวัง คือ ผลกำไร เพราะถือเป็นแรงจูงใจของการดำเนินการธุรกิจซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันและการขยายตัวทางธุรกิจให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น (ชิตินา ไชยมงคล, 2562)

วัตถุประสงค์ของการประกอบธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการประกอบธุรกิจ มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2562)

1. เพื่อความมั่นคงของกิจการ เมื่อธุรกิจเริ่มดำเนินการขึ้นเจ้าของธุรกิจก็มีความประสงค์จะผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไปอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีที่สิ้นสุด
2. เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ นอกจากความมั่นคงของกิจการแล้ว ธุรกิจยังต้องการที่จะเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยการขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น มีสาขามากขึ้น มีพนักงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดความมั่นคงทั้งทางการเงินและฐานะทางสังคม
3. เพื่อผลประโยชน์หรือกำไร สิ่งที่มุ่งใจให้เจ้าของธุรกิจดำเนินธุรกิจต่อไป คือ กำไร ถ้าธุรกิจไม่มีกำไรกิจการนั้นก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ การที่ธุรกิจจะมีกำไรได้นั้นต้องจำหน่ายสินค้าหรือได้รับค่าบริการในราคาสูงกว่าค่าใช้จ่าย หรือ ต้นทุนที่ได้เสียไปในการผลิตสินค้าหรือบริการนั้น
4. เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจจะต้องคำนึงถึงจริตประเพณี ศีลธรรมอันดีงามของสังคมด้วย ธุรกิจจะต้องไม่ดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อประเพณี ศีลธรรมอันดีงามของสังคมเช่นกัน ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงผู้บริโภค คำนึงถึงสภาพแวดล้อมต้องช่วยพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้น

แนวทางในการดำเนินธุรกิจ

Businessnewdaily (อ้างใน Pnstoretailer.com, 2566) อธิบายถึงแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงขั้นตอนและองค์ประกอบในการประกอบธุรกิจอย่างละเอียดซึ่งสามารถพิจารณาถึงประเด็นสำคัญที่ควรนำไปใช้เป็นแนวทางในการเริ่มทำธุรกิจ ดังนี้

1. การศึกษาธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกับธุรกิจที่ทำโดยศึกษาแนวคิดและกระบวนการทำงานของแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการเขียนแผนธุรกิจ
2. เขียนแผนธุรกิจ โดยเริ่มจากการกำหนดจุดประสงค์ เป้าหมาย และการจัดหาเงินทุน
3. การประเมินการเงินของผู้ประกอบการ โดยต้องวางแผนควบคุมค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น รวบรวมต้นทุน และ วางแผนการเงินสำรอง
4. กำหนดโครงสร้างธุรกิจ โดยเลือกว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจทั้งหมดด้วยตนเอง หรือ ต้องการหุ้นส่วน
5. ลงทะเบียนกับรัฐบาล เพื่อการยอมรับอย่างเป็นทางการจดทะเบียนพาณิชย์

6. การสร้างทีมงาน โดยกำหนดการว่าจ้างพนักงานและกำหนดโครงสร้างของทีมงานที่มีคุณภาพเพื่อบริหารงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ

7. การจัดสวัสดิการที่ดีให้พนักงานเพื่อสนับสนุนส่งเสริมบำรุงกำลังใจให้กับพนักงานให้มีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน รวมถึงการขึ้นทะเบียนประกันสังคม หรือ ขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวให้ถูกต้องเรียบร้อย

8. การคัดเลือกทีมงานขาย โดยการหาพนักงานด้วย เช่น เจ้าหน้าที่ตอบข้อความของลูกค้า หรือ พนักงานขายหน้าร้าน และ พนักงานให้บริการ

9. การสร้างแบรนด์ และ ทำการตลาด เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น โดยยุคปัจจุบันสามารถสร้างสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือ ทำคอนเทนต์ต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์

10. การปรับปรุงและขยายธุรกิจ เพื่อตรวจสอบข้อมูลย้อนหลัง และ ความพยายามในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และ บริการอยู่เสมอ เมื่อเริ่มมั่นคงแล้วให้เริ่มคิดที่จะขยายธุรกิจให้ก้าวหน้าต่อไป

Peakaccount.com (2562) อธิบายถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรต้องเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจใหม่ มีดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจในธุรกิจที่ทำถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ที่จะประกอบธุรกิจ เช่น ผู้ที่สนใจทำธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจแฟรนไชส์ ควรศึกษาหาข้อมูลความรู้ในธุรกิจที่จะทำเพื่อหาข้อมูลรูปแบบการลงทุน โดยทำความเข้าใจในตัวสินค้ารวมไปถึงการกำหนดค่าแฟรนไชส์ในการลงทุน และ โอกาสในการคืนทุน เป็นต้น หากเป็นธุรกิจที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน การศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจนั้น ๆ เป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง

2. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ควรพิจารณารูปแบบการทำธุรกิจว่าจะจะเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือ บริษัท โดยประเมินความเหมาะสมและข้อดีข้อเสียในรูปแบบธุรกิจแต่ละประเภท การจดทะเบียนธุรกิจ เป็นการแจ้งเกิดธุรกิจอย่างเป็นทางการ ซึ่งผู้ที่คิดจะเริ่มต้นธุรกิจควรมีพื้นฐานความรู้ในเรื่องของการจดทะเบียนธุรกิจด้วย โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 การจดทะเบียนพาณิชย์สำหรับบุคคลธรรมดา เหมาะกับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน

2.2 การจดทะเบียนนิติบุคคล ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทจำกัด ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดเพราะส่งผลดีต่อความน่าเชื่อถือ มีการทำงานเป็นระบบเป็นขั้นตอน และ ให้อำนวยต่อการระดมทุน เช่น การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน

3. เงินลงทุน ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ ผู้ลงทุนควรมีเงินทุนเพียงพอในการเริ่มต้นธุรกิจ ไม่ควรนำเงินเก็บทั้งหมดมาลงทุน ต่อเมื่อมีการขยายกิจการจึงค่อยพิจารณาการกู้เงิน ผู้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจส่วนใหญ่นิยมเปิดในรูปแบบบริษัทจำกัด ซึ่งในการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กำหนดให้ชำระค่าหุ้น ณ วันที่จดทะเบียนจัดตั้ง ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25.0 ของทุนที่จดทะเบียน เช่น ทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาทต้องชำระค่าหุ้น ณ วันที่จดทะเบียนจัดตั้งไม่ต่ำกว่า 250,000 บาท การจัดตั้งบริษัทกฎหมายกำหนดให้มีผู้ถือหุ้นอย่างน้อย 3 คนขึ้นไปในการจัดตั้งบริษัทดังนั้นการจัดตั้งบริษัทควรมีเงินทุนสำหรับชำระค่าหุ้นดังกล่าว ข้างต้น

4. มีความเข้าใจถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และ ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการกำหนดว่าลูกค้าของกิจการคือใคร อยู่ที่ไหน ควรศึกษาความต้องการของตลาด และ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้า ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ควรพิจารณาถึงช่องทางจัดจำหน่ายในการเข้าหาลูกค้า เช่น ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) และ ช่องทางตลาดออนไลน์ ได้แก่ ลาซาด้า (Lazada) หรือ ช้อปปี้ (Shopee) เป็นต้น หรือการขายผ่านเว็บไซต์ของกิจการ รวมทั้งช่องทางการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ได้แก่ ร้านค้าปลีก ร้านค้าต่าง ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น หรือแม้แต่การขายผ่านร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เกต หรือ การขายผ่านแคตตาล็อก เป็นต้น

5. การเตรียมจ้างงานบุคคล ผู้เริ่มต้นธุรกิจควรคำนึงถึงบุคลากรที่จะมาร่วมงานตามความเหมาะสม ในช่วงแรกที่ยังไม่มีจำนวนรายการซื้อขายมากเจ้าของสามารถดำเนินการได้เพียงคนเดียวหรือจ้างเจ้าหน้าที่ 1-2 คน เพื่อมาช่วยงานเอกสารทั่ว ๆ ไป และ ปรับเปลี่ยนในการจ้างพนักงานในส่วนงานต่าง ๆ เมื่อมีการขยายตัวของกิจการ ไปจนถึงการจัดโครงสร้างองค์กรมีการแบ่งแผนกตามหน้าที่งานเมื่อมีการบริหารงานในรูปแบบของบริษัท

6. การทำแผนธุรกิจ เป็นการศึกษาเรียนรู้ในการทำแผนธุรกิจจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นการประเมินจุดอ่อนจุดแข็งของกิจการเอง รวมทั้งโอกาสและความเสี่ยงในการทำธุรกิจ การวิเคราะห์คู่แข่ง การจัดหาคู่ค้าทางธุรกิจ เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ พันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น รวมทั้งการประเมินต้นทุนต่อหน่วยของสินค้า การกำหนดจุดขายของธุรกิจ การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น

7. การเตรียมความพร้อมในการทำบัญชี ถ้ากิจการเป็นรูปแบบบุคคลธรรมดา หรือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ ไม่จำเป็นต้องจัดให้มีการทำบัญชี และ จัดหาผู้สอบบัญชี แต่ต้องจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายตามที่ประมวลรัษฎากรกำหนด ซึ่งเป็นหลักฐานประกอบการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประจำปี ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของกิจการได้

สำหรับกิจการที่เป็นนิติบุคคล ควรต้องมีผู้ทำบัญชี และ ผู้สอบบัญชีของกิจการ โดยในการทำบัญชีกิจการสามารถจ้างสำนักงานบัญชี ผู้ทำบัญชีอิสระหรือจ้างนักบัญชีเอง กิจการควรจัดหาโปรแกรมบัญชีกิจการสามารถจ้างสำนักงานบัญชี ผู้ทำบัญชีอิสระหรือจ้างนักบัญชีเอง กิจการควรจัดหาโปรแกรมบัญชีที่มีความทันสมัยเหมาะสมกับกิจการเพราะจะช่วยให้การทำบัญชีสะดวก รวดเร็ว ปัจจุบันมีโปรแกรมบัญชีแบบออนไลน์ให้เลือกใช้ สามารถสร้างเอกสารทางบัญชีได้ทางออนไลน์ มีระบบการตรวจสอบทุกขั้นตอนในการออกงบการเงิน มีระบบเก็บรักษาข้อมูลที่ปลอดภัยและให้งบการเงินที่ถูกต้องทันเวลา และ รายงานทางการเงินที่สำคัญทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการนำไปใช้วางแผนได้

2.5 พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือ และฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564

กฎหมายว่าด้วยการให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจ ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 172 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ได้ตราพระราชกำหนดขึ้นไว้ ดังต่อไปนี้ (พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือ และฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564

มาตรา 1 พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟู ผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ.2564

มาตรา 2 พระราชกำหนดนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชกำหนดนี้ “สถาบันการเงิน” หมายความว่า ธนาคารพาณิชย์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงินและสถาบันการเงินเฉพาะกิจตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงินซึ่งประกอบธุรกิจให้สินเชื่อ

มาตรา 4 เพื่อเป็นการช่วยเหลือและฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ มาตรการที่รัฐกำหนดให้ประชาชนต้องปฏิบัติตามเป็นการระงับ ยับยั้ง และแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการระบาดของโรคดังกล่าวให้กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทยและบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมมีหน้าที่และอำนาจดำเนินการตามวิธีการบัญชีไว้ไว้ในพระราชกำหนดนี้ด้วย

มาตรา 5 นอกจากการให้กู้ยืมเงินตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยธนาคารแห่งประเทศไทย ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยมีอำนาจให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงินเป็นการเฉพาะคราวเพื่อให้สถาบันการเงินนำไปให้ผู้ประกอบการธุรกิจกู้ยืมหรือเพื่อใช้ประโยชน์ตามที่กำหนดในพระราชกำหนด

นี้ ทั้งนี้ภายในวงเงินไม่เกินสามแสนห้าหมื่นล้านบาทการ ให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงินตามวรรคหนึ่ง อาจทำโดยวิธีการรับซื้อตั๋วสัญญาใช้เงิน ที่สถาบันการเงินผู้กู้เป็นผู้ออกก็ได้ มิให้นำบทบัญญัติมาตรา 9 (4) แห่งพระราชบัญญัติธนาคารแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2485 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติธนาคารแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2551 มาใช้บังคับแก่การให้กู้ยืมเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยตามพระราชกำหนดนี้

มาตรา 6 ในการดำเนินการตามพระราชกำหนดนี้ให้สถาบันการเงินผู้ประกอบธุรกิจเจ้าของทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันและบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม ได้รับยกเว้น ค่าธรรมเนียม ดังต่อไปนี้

1. ค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการจำนอง และ ค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการกู้ยืมเงินตามหมวด 1 หรือ การกู้ยืมเงินเพื่อซื้อคืนทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันตามหมวด 2

2. ค่าธรรมเนียมอันเกิดจากการ โอนทรัพย์สินเพื่อชำระหนี้ให้แก่บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมตามหมวด 1 หรือการ โอนทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันเพื่อชำระหนี้ ให้แก่สถาบันการเงินหรือการ โอนทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันคือ ผู้ประกอบธุรกิจหรือเจ้าของทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันตามหมวด 2

มาตรา 7 ให้รัฐมนตรีการกระทรวงการคลังรักษาตามพระราชกำหนดนี้

หมวดที่ 1 มาตรการสนับสนุนการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ

มาตรา 8 ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยมีอำนาจให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงิน เพื่อให้สถาบันการเงินนำไปให้ผู้ประกอบธุรกิจกู้ยืมตามที่กำหนดในหมวดนี้ภายในวงเงินไม่เกิน สองแสนห้าหมื่นล้านบาท ธนาคารแห่งประเทศไทยโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีอาจให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงิน เพิ่มเติมจากวงเงินตามวรรคหนึ่งได้ แต่เมื่อรวมกับวงเงินให้กู้ยืมตามหมวด 2 แล้วต้องไม่เกินวงเงินตามมาตรา 5 วรรคหนึ่ง อัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงินตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้คิดในอัตราร้อยละศูนย์จุดศูนย์หนึ่งต่อปี

มาตรา 9 ให้สถาบันการเงินยื่นคำขอกู้ยืมเงินต่อธนาคารแห่งประเทศไทยตามหลักเกณฑ์ และ เงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด ภายในสองปีนับตั้งแต่วันที่พระราชกำหนดนี้ใช้บังคับ แต่ในกรณีที่ยังมีวงเงินเหลืออยู่และมีความจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือต่อไป หรือ จะยุติการดำเนินมาตรการ ธนาคารแห่งประเทศไทยโดยเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีจะขยายระยะเวลายื่นคำขอกู้ยืมเงินดังกล่าวออกไปอีกไม่เกินหนึ่งปีก็ได้ หรือ จะยุติการดำเนินมาตรการนี้ ก่อนกำหนดก็ได้

ภายใต้มาตราบังคับ 10 และมาตรา 11 ในการกู้ยืมเงินตามวรรค 1 ธนาคารแห่งประเทศไทยจะกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขให้สถาบันการเงินผู้กู้ต้องปฏิบัติตามด้วยก็ได้

มาตรา 10 เงินที่สถาบันการเงินได้รับตามมาตรา 9 ต้องนำไปใช้ให้กู้ยืมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่มีวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงิน หรือมีวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินที่จะให้กู้ยืมไม่เกินห้าร้อยล้านบาทหรือจำนวนมากกว่านั้นตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด ทั้งนี้ให้พิจารณาวงเงินสินเชื่อ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2564 เป็นเกณฑ์วงเงินสินเชื่อตามวรรคหนึ่ง ไม่รวมถึงวงเงินสินเชื่อเพื่อการอุปโภค บริโภค ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

มาตรา 11 การกู้ยืมเงินแก่ผู้ประกอบการธุรกิจตามมาตรา 10 สถาบันการเงินต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

(1) ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการให้กู้ยืมเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

(2) คิดอัตราดอกเบี้ยโดยเฉลี่ยตลอดอายุสัญญาตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด แต่ต้องไม่เกินร้อยละห้าต่อปีโดยในช่วงระยะเวลาสองปีแรกของสัญญาให้คิดอัตราดอกเบี้ยได้ไม่เกินร้อยละสองต่อปี

(3) ไม่เรียกเก็บดอกเบี้ยจากผู้ประกอบการธุรกิจในระหว่างหกเดือนแรก นับแต่วันที่ผู้ประกอบการธุรกิจได้รับสินเชื่อของการยื่นขอสินเชื่อแต่ละคราว หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนดตาม (1) ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบปัญหาหรือได้รับผลกระทบอันเนื่องมาจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงเป็นสำคัญ ให้กระทรวงการคลังจ่ายเงินชดเชย (3) ให้แก่ธนาคารแห่งประเทศไทยตามที่ ธนาคารแห่งประเทศไทยเรียกเก็บเพื่อจ่ายชดเชยให้แก่สถาบันการเงินต่อไป

มาตรา 12 ให้สถาบันการเงินชำระคืนเงินที่ได้กู้ยืมตามหมวดนี้พร้อมดอกเบี้ยแก่ธนาคารแห่งประเทศไทยภายในห้าปีนับแต่วันที่ได้รับเงินกู้ หรือระยะเวลายาวกว่านั้นตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนดการชำระคืนตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

มาตรา 13 เพื่อประโยชน์ในการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบปัญหา หรือได้รับผลกระทบอันเนื่องมาจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ให้บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมมีวัตถุประสงค์ หน้าที่ และอำนาจในการค้ำประกันสินเชื่อ ที่สถาบันการเงินให้ผู้ประกอบการธุรกิจกู้ยืมตามพระราชกำหนดนี้ด้วย

ในการค้าประกันสินเชื่อตามวรรคหนึ่ง ให้บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมรับภาระไม่เกินร้อยละสี่สิบของวงเงินสินเชื่อทั้งหมดที่สถาบันการเงินแต่ละแห่งได้ให้เงินกู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจตามมาตรา 11 และมีการค้าประกันโดยบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมตามมาตรา 11 ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ และ เงื่อนไขที่กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย และบริษัทประกันสินเชื่อ อุตสาหกรรมขนาดย่อม ร่วมกันกำหนด

มาตรา 14 ระหว่างการดำเนินการตามมาตรา 13 หากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมขาดสภาพคล่องเฉพาะที่เกิดจากการดำเนินการตามมาตรา 13 ให้กระทรวงการคลังมีหน้าที่และอำนาจดำเนินการให้ความช่วยเหลือตามควรแก่กรณี เพื่อให้บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมสามารถดำเนินการตามพระราชกำหนดนี้ได้โดยมีประสิทธิภาพ ในการดำเนินการตามมาตรา 13 หากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม มีภาระต้องชำระหนี้อันเป็นผลให้ขาดทุนเป็นจำนวนเท่าใด ให้กระทรวงการคลังชดเชยให้โดยให้สำนักงบประมาณตั้งงบประมาณชดเชยเป็นรายปีให้แล้วเสร็จภายในห้าปี นับแต่วันที่ทราบจำนวนเงินที่ขาดทุนหลักเกณฑ์ และวิธีการในการคิดผลขาดทุนตามวรรคสองให้เป็นไปตามที่กระทรวงการคลังประกาศกำหนด

มาตรา 15 เมื่อบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมชำระหนี้ให้สถาบันการเงินตามมาตรา 13 แล้วให้บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมเป็นผู้รับช่วงสิทธิของสถาบันการเงินที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจ

การบริหารจัดการหนี้ที่ได้รับช่วงสิทธิตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยจะกำหนดให้มอบหมายให้บริษัทบริหารสินทรัพย์ตามกฎหมายว่าด้วย บริษัทบริหารสินทรัพย์ หรือ บุคคลอื่นดำเนินการแทนก็ได้ กรณีเช่นนั้นให้ถือว่าบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมเป็นสถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทบริหารสินทรัพย์ ผลกำไรที่ได้จากการดำเนินการตามพระราชกำหนดนี้ให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

หมวด 2 มาตรการสนับสนุนการรับโอนทรัพย์สินหลักประกันเพื่อชำระหนี้

มาตรา 16 ให้ธนาคารแห่งประเทศไทยมีอำนาจให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงินเพื่อใช้ในการดำเนินการตามหมวดนี้ ภายในวงเงินไม่เกินหนึ่งแสนล้านบาท ธนาคารแห่งประเทศไทยโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอำนวยการให้กู้ยืมเงินแก่สถาบันการเงิน เพิ่มเติมจากวงเงินตามวรรคหนึ่งได้แต่เมื่อรวมกับวงเงินให้กู้ยืมตามหมวด 1 แล้วต้องไม่เกินวงเงิน ตามมาตรา 5 วรรคหนึ่ง

มาตรา 17 สถาบันการเงินที่จะขอกู้ยืมเงินจากธนาคารแห่งประเทศไทยตามหมวดนี้ ต้องเป็นสถาบันการเงินที่ได้รับโอนทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ที่

ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด แต่หลักเกณฑ์และเงื่อนไข ต้องไม่ขัดต่อหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(1) ผู้ประกอบธุรกิจเป็นลูกหนี้ของสถาบันการเงินนั้นอยู่แล้วก่อนวันที่ 1 มีนาคม

พ.ศ. 2564

(2) ผู้ประกอบธุรกิจมีทรัพย์สินไม่ว่าจะเป็นของผู้ประกอบธุรกิจเอง หรือ ของบุคคลอื่นเป็นหลักประกันการชำระหนี้ตาม (1)

(3) สถาบันการเงินรับ โอนทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันการชำระหนี้ตาม (2) เพื่อชำระหนี้ที่ค้างชำระอยู่ตามจำนวนที่ตกลงกัน

(4) ในการรับโอนทรัพย์สินตาม (3) ต้องมีเงื่อนไขว่าผู้ประกอบธุรกิจ หรือเจ้าของทรัพย์สินอันเป็นหลักประกัน หรือบุคคลอื่นซึ่งผู้ประกอบธุรกิจหรือเจ้าของทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันกำหนดมีสิทธิซื้อทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันคืนได้ภายในระยะเวลาที่ตกลงกัน ซึ่งต้องไม่เกินห้าปีนับแต่วันที่โอนทรัพย์สินอันเป็นหลักประกัน หรือภายในระยะเวลาที่ยาวกว่านั้นตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศขยายตามมาตรา 19

(5) เมื่อผู้ประกอบธุรกิจ โอนทรัพย์สินตาม (4) แล้วผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเช่าทรัพย์สินนั้นจากสถาบันการเงินเพื่อไปประกอบธุรกิจตามสภาพแห่งทรัพย์สินได้ ตามอัตราค่าเช่าที่ตกลงกันแต่ต้องแจ้งความประสงค์ว่าจะเช่าให้สถาบันการเงินทราบภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่โอนทรัพย์สิน

(6) ราคาทรัพย์สินที่สถาบันการเงินจะขายคืนให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจหรือเจ้าของทรัพย์สินอันเป็นหลักประกันตาม (4) ต้องไม่สูงกว่าราคาที่รับโอนไว้รวมกับค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา และ ค่าใช้จ่ายอื่นใดที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนดหักด้วยค่าเช่าตาม (5)

มาตรา 18 เมื่อสถาบันการเงินทำสัญญารับ โอนทรัพย์สินตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามมาตรา 17 แล้วสถาบันการเงินมีสิทธิกู้ยืมเงินจากธนาคารแห่งประเทศไทยตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

ภายในสองปีนับแต่วันที่พระราชกำหนดนี้ใช้บังคับให้สถาบันการเงินยื่นคำขอกู้ยืมเงินต่อธนาคารแห่งประเทศไทยตามวรรคหนึ่งได้ไม่เกินจำนวนเงินที่เป็นราคารับ โอนทรัพย์สินดังกล่าวโดยคิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละศูนย์จุดศูนย์หนึ่งต่อปี แต่ในกรณีที่มีเหตุอันสมควร ธนาคารแห่งประเทศไทย โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการจะขยายระยะเวลาดังกล่าวออกไปอีกไม่เกินหนึ่งปีก็ได้

มาตรา 19 ให้สถาบันการเงินชำระคืนเงินที่ได้กู้ยืมตามหมวดนี้พร้อมดอกเบี้ยแก่ธนาคารแห่งประเทศไทยภายใน 5 ปีนับแต่วันที่ได้รับเงินกู้ หรือระยะเวลายาวกว่านั้นตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศกำหนด

การชำระคืนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ประกาศกำหนด

2.6 นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โควิด 19

บทบาทของภาครัฐในการบริหารจัดการกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 นับตั้งแต่ช่วงที่มีการระบาดของโรคที่เป็นภัยคุกคามต่อโลกและประเทศไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่ยุ่อกเหนือการควบคุมของรัฐบาล เหตุการณ์ครั้งนี้ถือว่าเป็นบทเรียนของสังคมไทยในการคิดออกแบบระบบใหม่ในการบริหารจัดการภาครัฐ โดยเฉพาะการออกแบบนโยบายระบบสวัสดิการพื้นฐานเกี่ยวกับสุขภาพที่เกิดประโยชน์ถ้วนหน้า รวมทั้งการจัดวางระบบ กลไก เครื่องมือในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยมีภูมิคุ้มกันต่อโรคภัยหรือภัยคุกคามต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตรวมถึงประชาชนทุกคนสามารถดำรงชีพที่ไม่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตปกติได้ (วัลย์พร รัตนเศรษฐ์ และ สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์, 2564) จากแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในช่วงการแพร่ระบาดไม่มากนัก คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2563 มีผลบังคับใช้ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยออกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักรและตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) รวมถึงคณะรัฐมนตรียังได้อนุมัติในการออกพระราชบัญญัติในการกู้เงินเพิ่มเติมการเยียวยาและฟื้นฟู เศรษฐกิจ กำหนดมาตรการในการขอความร่วมมือเพื่อควบคุมโรคระบาดนี้ในการอยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ มาตรการเพื่อรักษาระยะห่างโดยเว้นระยะ 1-2 เมตร (Social Distancing) และการประกาศเคอร์ฟิว (Curfew) ในบางช่วงเวลาทั่วประเทศ ทำให้ทุกคนและทุกองค์กรต้องปรับตัวในทุกระดับ ทั้งการเผชิญหน้ากับการแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของโรคระบาด และการแพร่ระบาดที่อาจหยุดนิ่งได้ในอนาคต ภาพการณ์แบบนี้จึงส่งผลต่อการปรับตัวในการใช้ชีวิตการทำงาน ชีวิตประจำวันแบบปกติ ชีวิตส่วนตัว องค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่าง ๆ จึงให้ความร่วมมือในการใช้นโยบายการทำงานที่บ้าน (Work From Home) โดยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้เพื่อการสร้างผลิตภาพขององค์กร และบุคลากรเป็นการชั่วคราว ซึ่งผลการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อต่อสู้กับโควิด 19 เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดภาวะการระบาดของโรคได้ จึงเห็นได้ว่าวิธีการต่าง ๆ ยังต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงโดยเกิดจากการเรียนรู้เพื่อปรับตัว และ พร้อมรับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ (สมาคมประชาสัมพันธไทย, 2563)

ในส่วนของผู้ประกอบการ SMEs ในช่วงที่รัฐบาลมีการประกาศปิดเมือง (Lockdown) รัฐบาลได้ออกเงินกู้เพื่อเยียวยาให้ธุรกิจสามารถรักษาสภาพคล่องไว้ รัฐบาลได้ใช้นโยบายเกี่ยวกับการสนับสนุนเงินตั้งต้นสำหรับให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้ได้รับผลกระทบจะมีความแตกต่างกันดังนั้นนโยบายรัฐที่เข้าไปช่วยเหลือไม่สามารถทำแบบเดียวกันได้ จึงต้องพิจารณาออกแบบในแต่ละนโยบายที่แตกต่างกันตามระดับของผลกระทบในส่วนของภาคธุรกิจที่มีการฟื้นตัวได้ก่อน คือ ภาคการผลิต ซึ่งในส่วนภาคบริการได้มีการฟื้นตามมาเป็นลำดับ เนื่องจากภาคบริการเป็น Human Contact จึงส่งผลกระทบอย่างมาก เช่น ภาคบริการในกลุ่มการท่องเที่ยวต้องเปลี่ยนไปจากเดิมโดยต้องมีโครงสร้างที่จะดำเนินการในรูปแบบใหม่สำหรับธุรกิจที่เป็นรูปแบบเดียวกัน เช่น โรงแรมมีลูกค้ามาจากประเทศที่ไม่มีภาวะระบาดของโรคโควิด 19 จะไม่มีผลกระทบ แต่อย่างไรก็ตามหากมีนักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศที่มีการแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด 19 เข้ามาพักจะก่อให้เกิดความเสี่ยงเพิ่มขึ้น ดังนั้นภาคธุรกิจจึงต้องมีการคัดกรองที่เข้มข้นเพื่อให้รองรับลูกค้าได้อย่างปลอดภัย (กรุงศรีออนไลน์, 2564ข)

นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลนำมาใช้ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีดังนี้

1. การปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐในช่วงก่อนสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ที่สามารถเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนมาก คือ ด้านเทคโนโลยี (Disruptive Technology) ที่ส่งผลให้เกิดการปรับตัว และการเปลี่ยนแปลงของทุกประเทศ รวมทั้งประเทศไทยโดยภาครัฐได้มีการปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้าง ประกาศนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยีซึ่งภาครัฐมองว่า นโยบายประเทศ 4.0 หรือ Thailand 4.0 ถือเป็นโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง รวมถึง การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่สมดุลของการพัฒนา ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติซึ่งมีความมั่นคง มั่งคั่ง และ ยั่งยืน ในบริบทของโลกยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The Fourth Industrial Revolution) โดยนโยบายนี้ทำให้ทุกหน่วยงานภาครัฐได้จัดให้มีแนวทางสู่รัฐบาลดิจิทัล หรือ องค์กร 4.0 การพัฒนาองค์กรที่มุ่งขับเคลื่อนให้สามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นจึงเกิดรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Government) เป็นจุดเริ่มต้นของการมุ่งสู่รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) เพื่อให้ระบบราชการสามารถเปิดกว้างและเชื่อมโยงถึงกันมีการทำงานที่มุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen-Centric Government) สร้างระบบราชการที่มีขีดสมรรถนะสูง และ ทันสมัย (Smart & High Performance Government) โดยกำหนดรูปแบบ “ประชารัฐ” มีการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ในการคิดค้น และ แสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ทำให้

เกิดผลกระทบยิ่งใหญ่เพื่อปรับปรุงและออกแบบการให้บริการสาธารณะ รวมถึงนโยบายสาธารณะ ให้สามารถตอบโจทย์ความท้าทายของประเทศ หรือตอบสนองปัญหาความต้องการของประชาชน ได้อย่างมีคุณภาพ การพัฒนาระบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่จะนำระบบนี้มาสนับสนุนดิจิทัลใน ราชการส่วนกลางที่จะนำไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลต่อไป ซึ่งจะทำให้มีระบบที่เปิดกว้างและ เชื่อมโยงกัน (Open & Connected Government) ทั้งงานราชการบริหารส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วน ท้องถิ่นและภาคเอกชน ภาคประชาสังคมเพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารซึ่งถือว่าเป็นการ สนับสนุนให้รับมือวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 ได้ดีการรองรับมาตรการเว้นระยะห่างและการทำงาน ที่บ้านซึ่งสะท้อนว่าการบริหารงานภาครัฐนั้นอยู่บนภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอันเป็น พลวัต (Dynamic) ซึ่งมีรูปแบบบริหารราชการหลากหลาย และ หลายทางเลือกที่เหมาะสมกับวิกฤตที่ หลากหลาย รวมถึงสังคมที่หลากหลายซึ่งระบบนี้น่าจะนำไปใช้ในการบริหารภาครัฐต่อไปใน บริบทหลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 เนื่องจากมีข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่ จะนำไปใช้คาดการณ์ในอนาคต (Foresight scenarios) (คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2564)

2. การบริหารจัดการภาครัฐในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ใน ประเทศไทยเริ่มจากการพบนักท่องเที่ยวหญิงชาวจีน อายุ 61 ปี จากเมืองอู่ฮั่น เป็นผู้ป่วยรายแรก หลังจากนั้นรัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 และ ทำการสั่งปิด พื้นที่เสี่ยงทั้งในกรุงเทพมหานครและทั่วราชอาณาจักรทำให้สามารถควบคุมการแพร่เชื้อไวรัสไว้ ได้แต่ในขณะเดียวกันพบว่ามียุโรปผู้ป่วยนอกพื้นที่กรุงเทพมหานครเพิ่มสูงขึ้นตามการเคลื่อนย้าย ข้ามพื้นที่สู่ต่างจังหวัดในกรณีนี้ถึงแม้ว่าจำนวนการตรวจหาเชื้อโรคโควิด 19 จะน้อยเมื่อเทียบกับ ประเทศเพื่อนบ้านแต่ถ้าผลการตรวจยืนยันว่าเป็นแล้วนั้นผู้ติดเชื้อจะได้รับการรักษาพยาบาลอย่างดี ซึ่งนั่นทำให้ยอดผู้เสียชีวิตอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 เป็นต้นมา จำนวนผู้ป่วย ยืนยันที่เพิ่มขึ้นทั้งหมดจะเป็นกลุ่มคนที่เดินทางมาจากต่างประเทศ (สำนักงานผู้ประสานงาน สหประชาชาติประจำประเทศไทย, 2563) จากมาตรการต่าง ๆ ที่เข้มงวดของภาครัฐทำให้ในช่วงต้น ปี 2563 ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในระลอกแรกได้ค่อนข้างดี โดยการควบคุมตัวเลขผู้ติดเชื้อให้อยู่ในระดับต่ำได้เมื่อเทียบกับหลายประเทศ แม้ในช่วงขณะนั้น ประเทศไทยจะมีการปิดประเทศและก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย โดยอัตราการเติบโตของ GDP ของไทยในปี 2563 จะติดลบ คิดเป็นร้อยละ 6.1 หรือ หดตัวอย่างรุนแรงที่สุดในรอบ 22 ปีซึ่ง การควบคุมการระบาดของโรคโควิด 19 ในระลอกแรกถือว่าประสบความสำเร็จ เนื่องจากปัจจัย หลายอย่าง เช่น การจ้างที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ความทุ่มเทของบุคลากรทางการแพทย์ รวมถึงอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) โดยเฉพาะความร่วมมือของประชาชนที่ตื่นตัวในการป้องกันการ ระบาด ทำให้รายงานจำนวนผู้ติดเชื้อเป็นศูนย์ต่อเนื่องมาหลายเดือน และ ส่งผลทำให้ประเทศ

ไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสามารถระบาดได้ดีในระดับโลก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ), 2564)

2.7 แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์โควิด-19

ในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ธุรกิจร้านอาหารต่างต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคในยุคของการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) มีแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ดังนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

1. การให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน คือรูปแบบการบริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยผู้ให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น แกร็บ (Grab) ไลน์แมน (Lineman) ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) โดยแอปพลิเคชันเหล่านี้นับว่าเป็นทางเลือกที่ทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการต่างใช้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้นับว่าเป็นการให้บริการที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และ การให้บริการผ่านแอปพลิเคชันเหล่านี้ยังมีการร่วมมือกับร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายสำหรับร้านอาหาร

2. การเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Physical Distancing) คือ รูปแบบการให้บริการตามแนวทางของรัฐบาล ด้วยการจำกัดจำนวนผู้เข้ารับบริการจากร้านอาหาร รวมถึง การเว้นระยะห่างในการรับประทาน การตรวจคัดกรอง และ การทำความสะอาดฆ่าเชื้อหลังผู้เข้ารับบริการ

3. การทำอาหารที่บ้าน (Home Cooking) เนื่องจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ไม่สามารถทำงานนอกบ้าน หรือ แม้กระทั่งออกนอกบ้านได้มากนักจึงทำให้หลายคนหันมาทำอาหารที่บ้านกันมากขึ้น รวมถึงการเกิดอาชีพเสริมผ่านการขายทางสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้คนต่างเลือกใช้กัน

แนวทางการบริหารธุรกิจร้านอาหารเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

แนวทางการบริหารธุรกิจร้านอาหารเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 คือ การบริหารต้นทุน และ การรักษาสภาพคล่อง หรือ กระแสเงินสด ถือเป็นปัจจัยที่ร้านอาหารต้องทำการบริหารเพื่อความอยู่รอดของร้านอาหาร โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563)

1. กลุ่มตลาดต่างประเทศ เช่น กลุ่มร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า หรือ ร้านอาหารตามแหล่งท่องเที่ยว ชายแดน หรือ ร้านอาหารตามบาทวิถี (Street Food) คือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เนื่องจากลูกค้ากลุ่มหลักคือกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

จึงทำให้กลุ่มธุรกิจตลาดนี้มีความเปราะบางมากหากสายป่านธุรกิจไม่ยาวพอ จึงจำเป็นต้องเน้นไปที่ การลดต้นทุนการดำเนินงานให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะต้นทุนรายจ่ายประจำ เช่น การเจรจาต่อรอง เพื่อขอลดค่าเช่าพื้นที่ หรือการทยอยปิดสาขาที่ทำรายได้น้อย มีการจัดทำครัวกลางสำหรับธุรกิจที่มี จำนวนสาขามาก ควบคุมต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบ รวมถึงการร่วมมือของพนักงานในการลดจำนวน เวลาในการทำงานในช่วงเวลาที่ไม่มีลูกค้าหรือลูกค้ามีจำนวนน้อย และ เพื่อให้กิจการยังมีรายได้ จึงต้องขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มคนไทยที่มีกำลังซื้อ หรือกลุ่มพรีเมียม รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวใน ประเทศ อีกทั้งการเข้าร่วมการให้บริการออนไลน์ถือเป็นอีกทางเลือกสำหรับกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร

2. กลุ่มตลาดในประเทศ คือ กลุ่มร้านอาหารขนาดกลางถึงเล็ก “SMEs” (Small and Medium Enterprise) รวมถึงร้านอาหารตามบาทวิถี (Street food) ที่มีหรือไม่มีหน้าร้านอาจได้รับผลกระทบจากความกังวลที่ผู้บริโภคไม่กล้าออกจากบ้าน หรือหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารนอก บ้านจากเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 รวมถึงการจ้างงานที่ลดลงจากภาวะที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยว

3. ความท้าทาย และ แนวทางการปรับตัวในอนาคตของธุรกิจร้านอาหาร ความท้าทายที่ ธุรกิจร้านอาหารจะต้องเผชิญคือ สภาพเศรษฐกิจที่อาจจะยังไม่เติบโตเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นการเลิกจ้าง การลดการผลิตที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคในระดับกลาง รวมถึงการแข่งขันที่สูงขึ้นด้วย ทั้งทางตรง และ ทางอ้อมรวมถึงต้นทุนที่สูงขึ้น แต่ร้านอาหารไม่สามารถปรับราคาขึ้น ได้มากนัก อีกทั้งพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปเป็นจำนวนมาก รวมถึงการเข้ามาของการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคและการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจเนื่องจากการเปิดโอกาสทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงผู้บริโภคแล้วนั้นสิ่งที่ตามมาคือ ช่องทางตัวเลือกที่มากขึ้นต่อผู้บริโภค ซึ่งนั่นหมายถึงความท้าทายที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวรับมือเพื่อดำเนินธุรกิจต่อไปได้รวมถึงการเข้าใจ ปัจจัยต่าง ๆ ของธุรกิจของตนเอง เพื่อปรับ และ พัฒนาร้านอาหารของตนเอง

4. แนวทางการปรับตัว มีดังนี้

4.1. การวางแผนให้ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางของการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายทั้งในระยะสั้น กลาง ยาว

4.2. วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและสภาพธุรกิจ ซึ่งปัญหาที่ไม่เคยเจอในอดีตนั้น อาจเกิดขึ้นในปัจจุบันได้ ซึ่งการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและสภาพธุรกิจจะทำให้การดำเนิน ธุรกิจสามารถพัฒนา และสร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

4.3. การวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภคและคู่แข่ง ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้ทราบถึงความต้องการรวมถึงลักษณะของผู้บริโภค และทิศทางต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นเพื่อนำมาสร้างโอกาสทางธุรกิจและประเมินคู่แข่ง

4.4. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด คือการออกแบบกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดให้ลูกค้าหน้าเก่ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกทั้งยังสามารถดึงดูดลูกค้าหน้าใหม่ให้อยากเข้ามาใช้บริการ

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภาพร ดีสุขแสง และ พนมลธิษฐ์ สอนประจักษ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถี (Street food) ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตำบลปากน้ำ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 มีผลต่อการปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถี ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถีอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร รวมถึงกระบวนการด้านการบริการ ด้านกายภาพ และการนำเสนอต่อผู้บริโภคที่มีความสำคัญเพราะผู้บริโภค หรือ ลูกค้าให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่สร้างความสนใจโดยที่ราคาที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อสินค้า และ การบริการนั้น ๆ จะต้องคุ้มค่า รวมถึงทำเลที่ตั้งและปัจจัยทางกายภาพจะต้องอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย รวมถึงอุปกรณ์ทำอาหาร และ รับประทานอาหารจะต้องมีความสะอาด พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย และ การส่งเสริมทางการตลาดจะต้องมีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอ อีกทั้งด้านกระบวนการด้านบริการจะต้องมีความชัดเจน เช่น เจลแอลกอฮอล์สำหรับลูกค้า และ อีกสิ่งสุดท้ายที่มีความสำคัญต่อการปรับตัว คือ เงินทุน เพราะผู้ประกอบการจะต้องมีการคาดการณ์ในเรื่องรายรับรายจ่ายล่วงหน้า

กฤษวัฒน์ จิตวโรภาส (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อธุรกิจร้านอาหาร ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเสนอแนวทางในการช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า (2.1) ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร คือ (2.1.1) ร้านอาหารมีจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลงจากเดิม (2.1.2) ร้านอาหารมีรายได้ลดลง (2.1.3) ร้านอาหารมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (2.1.4) ลูกค้ายังขาดความเชื่อมั่นในการออกมารับประทานอาหาร (2.2) แนวทางการช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารมี ดังนี้ (2.2.1) ภาครัฐควรมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ

(2.2.2) รัฐควรมีนโยบายดูแลควบคุมราคาสินค้าและวัตถุดิบให้สอดคล้องกับอุปสงค์และอุปทานของตลาด (2.2.3) ผู้ประกอบการควรสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติการเกี่ยวกับสุขอนามัย (2.2.4) ผู้ประกอบการควรหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุน ซึ่งผลการวิจัยนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจ

ชญ์รักดิ์ สุวรรณวัฒน์ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับแผนธุรกิจของร้านอาหารเพื่อการจัดการภาวะวิกฤตภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 จากการศึกษาพบว่า การศึกษานี้ได้ใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์แนวทางในการปรับแผนธุรกิจของร้านอาหารที่ได้จากข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด 4P's ปรับแผนธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งสรุปได้ดังนี้ (1) การปรับแผนธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ยุคปัจจุบัน ปัจจุบันผู้คนต่างให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น จึงส่งผลต่อการเลือกรับประทานอาหารที่สร้างภูมิคุ้มกันให้กับตนเอง ดังนั้นร้านอาหารควรปรับเปลี่ยนเมนูอาหารหรือวัตถุดิบในการทำอาหารให้เป็นสมุนไพร หรือ วัตถุดิบทางธรรมชาติ หรือ เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น (2) ปรับแผนธุรกิจด้านราคาอาหารให้เป็นทางเลือกที่ดีทั้งลูกค้า และ ผู้จัดจำหน่าย โดยกำหนดราคาที่เหมาะสม และ จับต้องได้กับการขายผ่านระบบออนไลน์ (3) ปรับแผนธุรกิจที่บริการหน้าร้านหรือนั่งรับประทานในร้าน เป็นด้านช่องทางจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) หรือ ไลน์ (Line) และ อื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และ ไม่ซับซ้อนเพราะลูกค้ามีความสะดวกในการใช้ สื่อออนไลน์แตกต่างกัน ร้านอาหารต้องสามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม (4) ปรับแผนธุรกิจด้านการให้บริการให้เหมาะกับสถานการณ์ และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน และ หาวิธีการให้บริการที่เหมาะสมที่สุด (5) ร้านอาหารที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า ควรปรับแผนธุรกิจจากเดิมโดยเปลี่ยนเป็นการรับบัตรคิวอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน รวมถึงการปรับวิธีการกักรับบัตรคิวแล้วเข้ามานั่งในร้าน เปลี่ยนเป็นการรับบัตรเข้ามารับประทานอาหารที่สั่งไปส่งกล่องกลับบ้าน (6) ปรับแผนธุรกิจด้านประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้เห็นถึงความสะอาด ปลอดภัย และ มั่นใจว่าการสั่งอาหารผ่านออนไลน์ ลูกค้าจะได้รับความปลอดภัยจากเชื้อไวรัสโควิด 19 และ (7) ปรับแผนธุรกิจให้เข้าร่วมกับภาครัฐ เช่น การสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ ลูกค้ามีแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” สามารถใช้บริการสิทธิต่าง ๆ ของภาครัฐได้ เช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ โครงการม.33 เรารักกัน ในการชำระค่าอาหารซึ่งทำให้เกิดทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น

วรุฒิ สุวรรณวลัยกร (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 ของเขตพื้นที่จังหวัดหนองคายระลอกที่ 1 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโควิด 19 ของเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย ระลอกที่ 1 (2) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 ของเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย ระลอกที่ 1 ซึ่งผลวิจัยพบว่า ปัจจัยผู้ประกอบการด้านประเภทธุรกิจ ด้านลักษณะของการประกอบการ ด้านขนาดธุรกิจ (กำหนดจากรายได้ต่อปี) และด้านอายุของธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 ของเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย ระลอกที่ 1 ด้านรายได้และด้านค่าใช้จ่ายแตกต่างกันปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 ของเขตพื้นที่จังหวัดหนองคายระลอกที่ 1 คือ (1) ด้านรายได้ พบว่า มีตัวแปรด้านสังคมและด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ต่อด้านรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายการผันแปรผลกระทบต่อผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโรคโควิด 19 ทางด้านรายได้ได้ร้อยละ 79.10 ($R^2 = 0.791$) (2) ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า ตัวแปรทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และ ด้านเทคโนโลยีต่างส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโรคโควิด 19 ต่อด้านค่าใช้จ่ายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัฒน์ สุขขวัญ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความเข้าใจต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคโดยตรง และ ส่วนสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคคือ ความปลอดภัยด้านอาหาร และ ภาชนะถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการร้านอาหารควรปฏิบัติ ดังนี้ ผู้ประกอบการต้องมีการจัดการตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด ควรกำหนดราคา หรือ เพิ่มราคาได้ตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น ถ้าหากสินค้าและบริการยังสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ในช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 19 และผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น และ ทางอ้อม คือ มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภค

สุกัญชญา ทองคำผุย (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหาร เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (2) เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหาร

ในจังหวัด ศรีสะเกษ (3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลการวิจัยพบว่า (3.1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกิจการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเทศบาลเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวมากที่สุด สามอันดับแรก คือ จำนวนผู้ติดเชื้อมีจำนวนสูงขึ้น ทำให้ลูกค้าน้อยลง ถัดมาคือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้รายได้ลดลง และ สุดท้ายคือ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อกิจการ เช่น การงดรับประทานอาหารนอกบ้าน การเว้นระยะห่าง เป็นต้น (3.2) การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหาร รูปแบบการให้บริการของกิจการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเทศบาลเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวมากที่สุดคือ (3.2.1) กิจการมีการปรับเปลี่ยนเมนูให้น่าสนใจมากขึ้น (3.2.2) มีการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter) (3.3) การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารตามมาตรการของภาครัฐ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตเทศบาลเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ มีการปรับตัวมากที่สุดสามอันดับแรก คือ (3.3.1) เปิด-ปิด ตรงตามเวลาประกาศจังหวัด (3.3.2) มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดตาม พรบ.ฉุกเฉินอย่างเคร่งครัด และ (3.3.3) พนักงานสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาการให้บริการ (3.4) กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอ รูปแบบการให้บริการของกิจการ การปฏิบัติตามมาตรฐานการของภาครัฐ และ สถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อกิจการที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ และ ด้านภาพลักษณ์ รวมถึงการนำเสนอพบว่า รูปแบบการให้บริการของกิจการ และการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐนั้น มีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน โดยมีผลกระทบในทิศทางบวก ทั้งนี้สถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

เสาวณีย์ ตรีรัฐเพชรและคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพสถานการณ์และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่ ตำบลเกาะขอย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ร้านอาหาร และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในตำบลเกาะขอย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารมีรายได้ลดลงในขณะที่ค่าใช้จ่ายเท่าเดิม เนื่องจากจำเป็นต้องปฏิบัติตาม พ.ร.ก.ฉุกเฉินในสภาวะการแพร่ระบาดของโควิด 19 ร้านอาหารจึงไม่สามารถให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหารที่

ร้านได้ ส่วนด้านการปรับตัวผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการโดยใช้ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการได้มีการวิเคราะห์พิจารณาถึงต้นทุน ได้ใช้วิธีการปรับลดปริมาณ และ ปรับวิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบให้พอดีกับต้นทุน (2) ด้านราคา ผู้ประกอบการยังคงขายราคาเท่าเดิมและ เพิ่มรายการส่งเสริมการขายในเมนูอาหารที่ขายดี (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการ สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อเพิ่มยอดขาย คือ การให้บริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน (Delivery) (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ร้านอาหารมีการจัดราคาพิเศษ และ เลือกใช้วัตถุดิบ ที่สด สะอาด (5) ด้านบุคคล ผู้ประกอบการมีการปรับลดจำนวนพนักงานเหลือเพียงพนักงานที่มี หน้าที่สำคัญ (6) ด้านเงินทุน ผู้ประกอบการมีการปรับลดต้นทุน มีการลดจำนวนพนักงานในร้าน หรือ ปรับเปลี่ยนวัตถุดิบสำหรับราคาพิเศษ โดยลดความหลากหลายหรือเปลี่ยนแหล่งวัตถุดิบที่ ราคาถูกกว่า เพื่อให้ธุรกิจยังสามารถดำเนินการต่อไปได้และสร้างรายได้จนเจือจรรอบครัวได้อย่างไม่ ขัดสนในยุค “ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal)”

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาโดยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้วิธีการเลือกผู้ตัวอย่างแบบลูกโซ่ หรือ แบบปากต่อปาก (Snowball Sampling) กับผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้ได้กำหนดรายละเอียดการดำเนินงานตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

- 3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลรวมทั้งหมด 24 คน โดยแบ่งกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลได้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน จำนวน 5 คน ต้องมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ประกอบการที่เปิดร้านอาหารจีน ที่เปิดดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย โดยตั้งร้านอาหารจีนอยู่ในเมืองพัทยา และให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

- 1.1 เจ้าของ หรือ ผู้จัดการร้านอาหาร รับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

- 1.2 เจ้าของ หรือ ผู้จัดการร้านอาหาร รับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

- 1.3 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีน รับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

- 1.4 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีน รับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 5 คน ต้องมีคุณสมบัติ คือ เป็นผู้ประกอบการที่เปิดบริษัทนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย โดยตั้งบริษัทนำเที่ยวอยู่ประเทศไทย และให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

- 2.1 ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ
- 2.2 ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ (VIP)
- 2.3 ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวนำเข้าและส่งออก

3. มัคคุเทศก์ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 7 คน ต้องมีคุณสมบัติ คือ เป็นมัคคุเทศก์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยให้บริการเป็นมัคคุเทศก์กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

- 3.1 มัคคุเทศก์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ
- 3.2 มัคคุเทศก์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มพิเศษ (VIP)

4. นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 7 คน ต้องมีคุณสมบัติ คือ เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โดยเข้ามาใช้บริการร้านอาหารจีนกับร้านอาหารที่มีผู้ประกอบการร้านอาหารจีนที่เปิดดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย โดยตั้งร้านอาหารจีนอยู่ในเมืองพัทยา และให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

- 4.1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง
- 4.2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะ

ในกรณีศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด โดยใช้วิธีการศึกษากลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบปากต่อปาก (Snowball Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มเลือกผู้ให้ข้อมูลในแต่ละประเภท โดยเลือกประเภทละ 1 คน จากนั้นผู้ที่ได้รับการเลือกจะทำการช่วยแนะนำผู้ที่จะให้ข้อมูลที่มีลักษณะตรงตามประเภทของผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มคล้ายกับการแนะนำปากต่อปาก เช่น ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่เป็นมัคคุเทศก์ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการในร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา 1 คน เมื่อสัมภาษณ์เสร็จจะขอให้ผู้ให้ข้อมูลช่วยแนะนำมัคคุเทศก์ที่มีลักษณะเหมือนกันเป็นผู้ให้ข้อมูลรายต่อไป ทำแบบนี้จนสัมภาษณ์แล้วข้อมูลมีความอิ่มตัว ในที่นี้ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นมัคคุเทศก์ มีจำนวน 7 คน เมื่อผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลทุกประเภทแล้วจะพิจารณาถึงข้อมูลที่มีความอิ่มตัวเป็นสำคัญ จึงจะหยุดการสัมภาษณ์ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลนั้น ๆ ทันที

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือแบบปากต่อปาก (Snowball Sampling) ซึ่งข้อคำถามที่จะนำมาใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้ 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน 3) มัคคุเทศก์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน และ 4) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบทางข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ทั้งนี้ในการสร้างเครื่องมือ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการสร้างซึ่งอธิบายได้ ดังนี้

1. ทำการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย วารสาร งานวิจัย รวมถึง บทความที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสัมภาษณ์ รวมถึงศึกษาการสร้างแบบสัมภาษณ์

2. ผู้วิจัยได้จัดสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการออกแบบคำถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และ วัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยกำหนด

3. ผู้วิจัยร่างแบบคำถามในแบบสัมภาษณ์ และ นำคำถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นไปเสนอให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาได้ทำการตรวจแก้ไข และทำการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยต่อไป การสร้างคำถามในแบบสัมภาษณ์มีการแยกคำถามแบ่งตามประเภทของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1. คำถามเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีประเด็นคำถาม ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ของบริษัทนำเที่ยว

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการแบบใด

1.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีนเกี่ยวกับประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการในร้านอาหารจีน

1.4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน เกี่ยวกับสภาพปัญหาของธุรกิจ ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

1.5 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน เกี่ยวกับนโยบายภาครัฐที่มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจ

1.6 ความคิดเห็นผู้ประกอบการร้านอาหารจีน เกี่ยวกับพฤติกรรมที่เปลี่ยน ไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนหรือการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารจีน

1.7 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน เกี่ยวกับการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่นำมาใช้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

1.8 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน เกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารจีนที่นำมาใช้หลังจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จนถึงปัจจุบัน

2. คำถามเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว มีประเด็นคำถาม ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ของบริษัทนำเที่ยว

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบริษัททัวร์จีนเป็นการนำเที่ยวแบบใด

2.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ บริษัทนำเที่ยว เกี่ยวกับประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว

2.4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว หลักเกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้ก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

2.5 เหตุผลสำคัญที่ใช้เป็นองค์ประกอบในการเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนในปัจจุบันให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน

2.6 ความคิดเห็นที่บริษัทนำเที่ยว ได้รับจากนโยบาย หรือมาตรการช่วยเหลือของรัฐ

2.7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้านอาหารจีนที่ควรมี มาตรการ และแนวปฏิบัติในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อความปลอดภัย

3. คำถามเพื่อใช้สัมภาษณ์มัคคุเทศก์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน เกี่ยวกับการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีประเด็นคำถาม ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่มีผลกระทบกับการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนอย่างไร

3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ควรทำอย่างไรบ้าง

3.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

4. คำถามเพื่อใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน เกี่ยวกับการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีประเด็นคำถามดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน

4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่มีผลกระทบกับการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนอย่างไร

4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางปฏิบัติที่ควรใช้ในการรับประทานอาหารจีนในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด19 (ในมุมมองนักท่องเที่ยวชาวจีน)

4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ควรทำอย่างไรบ้าง

4.6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

เมื่อสร้างคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้นำไปผ่านกระบวนการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามนี้ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแก้ไขข้อคำถามแล้ว จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านนี้จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้เกิดความแม่นยำและสมบูรณ์ เพื่อให้ครอบคลุมถึงเนื้อหาที่ต้องการศึกษา และ ตรงตามการศึกษาหาข้อมูลโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน มีรายชื่อดังนี้

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร | อาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 2. ผศ. ดร.สุชนิ เมธิโยธิน | อาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 3. ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม | อาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา |

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้พิจารณาให้คะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of item objective congruence) ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดนั้นมาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รวมถึงภาษาที่ใช้เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทำการสัมภาษณ์ โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

+1 คือ ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 คือ ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่

-1 คือ แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

คะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \sum r/n$$

เมื่อ IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์

$\sum r$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าหาได้ค่า IOC มากกว่า 1 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามนั้นมีความตรงตามวัตถุประสงค์ และ
ถ้าได้ค่า IOC น้อยกว่า 1 หรือ ค่าเป็นลบ แสดงว่า คำถามข้อนั้น ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผลการประเมินดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence : IOC) พบว่า
ทุกข้อคำถามผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประเมินคะแนนส่วนใหญ่ +1 มีเพียงบางข้อที่มีผู้ทรงคุณวุฒิ
ประเมินคะแนนให้ 0 จำนวน 1 ต่อ 3 จึงสรุปได้ว่า ค่า IOC ของคำถามอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่ง
ถือว่าแบบสัมภาษณ์นี้ผ่านเกณฑ์การประเมิน IOC

2. นำแบบคำถามที่แก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและผ่านการพิจารณาจริยธรรม
การวิจัยแล้วนำข้อมูลมาทำการประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม และ ตรวจสอบว่ามี
คำถามข้อใดที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 1 ขึ้นไปนั้น สามารถระบุได้ว่าข้อคำถามนั้นตรงตาม
เนื้อหาและวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกเข้าสู่กระบวนการทาง
จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยบูรพา หนังสือรับรองเลขที่ G-HU 030/2565

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลที่ได้ศึกษาตามขั้นตอน
ดังต่อไปนี้

1. ชั้นนุกติยภูมิ สํารวจและศึกษาเอกสารต่าง ๆ โดยศึกษาข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับ
นักท่องเที่ยวชาวจีน 2) ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) แนวคิด
เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ 4) แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจ 5) พระราชกำหนดการให้
ความช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา
2019 พ.ศ.2564 6) นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในช่วงสถานการณ์โควิด 19 และ

7) แนวทางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ประกอบเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย

2. ขั้นปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้วยตนเอง โดยลงพื้นที่เพื่อไปสัมภาษณ์เชิงลึกตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ รวมถึงการจดบันทึกตามความเหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยได้ใช้เวลาสัมภาษณ์ ประมาณ 30-90 นาที โดยใช้วิธีการจัดการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งบันทึกเสียงด้วยเครื่องโทรศัพท์มือถือซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะจง

2.2 ผู้วิจัยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบพบตัว โดยจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยสถานที่ในการขอสัมภาษณ์ มีดังนี้

2.2.1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยจะขอเข้าสัมภาษณ์ ณ สถานที่ประกอบการของผู้ประกอบการ

2.2.2 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยผู้วิจัยจะขอเข้าสัมภาษณ์ ณ สถานที่ประกอบการของผู้ประกอบการ

2.2.3 สัมภาษณ์มัคคุเทศก์ โดยผู้วิจัยจะขอเข้าสัมภาษณ์ ณ ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

2.2.4 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยผู้วิจัยจะขอเข้าสัมภาษณ์ ณ ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในเมืองพัทยา

3. จัดทำจดหมายเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี รวมถึงผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีนและนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการร้านอาหารจีน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยทำการนัดหมายเพื่อเข้าแนะนำตัว และ วัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

เมื่อได้ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว จะนำไปตรวจสอบหาความคิดเห็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มาสังเคราะห์ และ วิเคราะห์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและวิธีการแก้ปัญหาของผู้ให้สัมภาษณ์

4. ในการทำการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย นางสาวอลิส แซ่ยุ่น นักศึกษาปริญญาโท จากมหาวิทยาลัยบูรพา มีความประสงค์ขอเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ในงานวิจัย โดยขออนุญาตสัมภาษณ์ทางผู้ประกอบการร้านอาหารจีน รวมถึง ผู้ประกอบการบริษัทนำเข้าและมัคคุเทศก์ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยคำถามที่ใช้จะไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นเพียงคำถามที่เป็นประโยชน์ต่อตัวผู้วิจัยและผู้อ่าน และหากมีข้อมูลใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่พร้อม หรือ ไม่ต้องการให้เปิดเผยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยพร้อมจะทำตามประสงค์ของผู้ประกอบการ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยคำนึงถึงผลกระทบของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลักและไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้ให้ข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสรุปผลและเขียนรายงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยนำบทสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ที่แก่นสาระ (Thematic Analysis) คือ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยแยกข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ไว้เป็นกลุ่มเดียวกันและข้อมูลที่ไม่เหมือนกันอีกกลุ่มแล้วนำมาวิเคราะห์สรุปผลในอนาคตถึงความเป็นไปได้หรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาโดยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์ที่ศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาได้รับการช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา 4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 24 คน ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน จำนวน 5 คน 2) ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 คน 3) มัคคุเทศก์ จำนวน 7 คน 4) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการร้านอาหารจีน จำนวน 7 คน ทั้งนี้โดยการนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) คือ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยแยกข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันไว้เป็นกลุ่มเดียวกันและข้อมูลที่ไม่เหมือนกันอีกกลุ่ม แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปผลในอนาคต ถึงความเป็นไปได้หรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โควิด 19

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

n	แทน	ค่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
CRP	แทน	ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (Chinese restaurant proprietor)
TA	แทน	ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจีน (Travel Agency)
TG	แทน	มัคคุเทศก์ (Tour Guide)
CT	แทน	นักท่องเที่ยวชาวจีน (Chinese tourists)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ (n = 5)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	2	40.00
หญิง	3	60.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) จำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ (n = 5)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
26 – 35 ปี	3	60.00
36 – 45 ปี	1	20.00
46 – 55 ปี	0	0.00
56 – 65 ปี	0	0.00
66 ปีขึ้นไป	1	20.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ

60.00 และอายุ 36-45 ปี และ 66 ปีขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันโดยมีค่าร้อยละรายการละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามตำแหน่งงาน (n = 5)

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้จัดการร้าน	1	20.00
เจ้าของร้านอาหาร	4	80.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน มีตำแหน่งเป็นเจ้าของร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 80.00 และ เป็นผู้จัดการร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ผู้ประกอบการ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน (n = 5)

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5 – 10 ปี	4	80.00
11 – 16 ปี	0	0.00
17 – 21 ปี	0	0.00
22 ปีขึ้นไป	1	20.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการร้านอาหารมีประสบการณ์ทำงาน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.00 และ 22 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามเพศ (n=5)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	3	60.00
หญิง	2	40.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวเป็น เพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามอายุ (n=5)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
26 – 35 ปี	1	20.00
36 – 45 ปี	2	40.00
46 – 55 ปี	1	20.00
56 – 65 ปี	1	20.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวมีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ อายุ 26-35 ปี อายุ 46-55 ปี และ อายุ 56-65 ปี มีจำนวนเท่ากัน โดยมีค่าร้อยละรายการละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามตำแหน่งงาน (n=5)

ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้จัดการบริษัท	1	20.00
กรรมการผู้จัดการ	1	20.00
เจ้าของบริษัท	3	60.00
รวม	5	100.00

จากตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว มีตำแหน่งเป็นเจ้าของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเป็นผู้จัดการบริษัท และ กรรมการผู้จัดการ มีจำนวนเท่ากัน โดยมีค่าร้อยละรายการละ 20.00 และมีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี และ 11-16 ปี โดยมีค่าร้อยละรายการละ 40.00 และมีประสบการณ์การทำงาน 17-21 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน (n=5)

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5 – 10 ปี	2	40.00
11 – 16 ปี	2	40.00
17 – 21 ปี	1	20.00

จากตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี และ 11-16 ปี โดยมีค่าร้อยละรายการละ 40.00 และมีประสบการณ์การทำงาน 17-21 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ (TG) จำแนกตามเพศ (n=7)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	5	71.43
หญิง	2	28.57
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ (TG) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.43 และ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 28.57

ตารางที่ 10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ (TG) จำแนกตามอายุ (n=7)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า/เท่ากับ 25 ปี	1	14.29
26 – 35 ปี	1	14.29
36 – 45 ปี	4	57.13
46 – 55 ปี	1	14.29
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ (TG) จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.13 และช่วงอายุแต่ละช่วงในแต่ละรายการ มีค่าร้อยละ 14.29 ดังนั้น อายุต่ำกว่าเท่ากับ 25 ปี อายุ 26-35 ปี และ อายุ 46-55 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) จำแนกตามเพศ
(n = 7)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	57.14
หญิง	3	42.86
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 11 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นเพศชาย มากกว่า เพศหญิง โดยเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.14 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.86

ตารางที่ 12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) จำแนกตามอายุ
(n = 7)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า/เท่ากับ 25 ปี	1	14.28
26 – 35 ปี	3	42.86
36 – 45 ปี	2	28.58
46 – 55 ปี	1	14.28
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.86 และมีอายุน้อยกว่าเท่ากับ 25 ปี และ อายุ 46-55 ปี มีจำนวนเท่ากัน โดยมีค่าร้อยละรายการละ 14.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ประเภทร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) (n = 7)

ประเภทร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภัตตาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	3	42.86
ภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน	2	28.58
ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	1	14.28
ร้านสุกี้แบบจีนรับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน	1	14.28
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 13 ประเภทร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการภัตตาคารอาหารจีนที่รับเฉพาะทัวร์จีน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน คิดเป็นร้อยละ 28.58 และ เป็นผู้ประกอบการร้านสุกี้แบบจีนที่รับเฉพาะทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนที่รับลูกค้าทั่วไปและทัวร์จีน มีจำนวนเท่ากัน ค่าร้อยละในแต่ละรายการ รายการละ 14.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 กลุ่มลูกค้าคนจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามความคิดเห็นผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) (n = 7)

กลุ่มลูกค้าคนจีนที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มคณะ (Group Tour)	2	28.58
กลุ่มที่ออกแบบแผนการท่องเที่ยวเอง (Private and Customize tour)	1	14.28
นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ หรือ FIT (Free Independent Travelers)	3	42.86
คนจีนที่อยู่ในประเทศไทยที่คิดถึงอาหารจีน	1	14.28
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 14 กลุ่มลูกค้าคนจีนที่เป็นกลุ่มลูกค้าคนจีนที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ หรือ FIT (Free Independent Traveler) คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มคณะ (Group Tour) คิดเป็นร้อยละ 28.58 และ ลำดับสุดท้ายมี 2 รายการ ได้แก่ กลุ่มที่ออกแบบแผนการท่องเที่ยวเอง (Private and Customize tour) และ คนจีนที่อยู่ในประเทศไทยที่คิดถึงอาหารจีน มีจำนวนเท่ากัน ค่าร้อยละในแต่ละรายการ รายการละ 14.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ลักษณะของบริษัททัวร์ของบริษัทนำเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA)

คนที่	ลักษณะของบริษัททัวร์เงินของบริษัทนำเที่ยว (TA)
TA1	บริษัทนำเที่ยวที่นำเข้ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Inbound)
TA2	บริษัทนำเที่ยวโดยมีลักษณะแบบกลุ่มคณะ และ กลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ รวมถึง กลุ่มลูกค้าที่มาเป็นกลุ่มครอบครัว
TA3	บริษัทนำเที่ยวแบบส่วนตัว และ กลุ่มลูกค้าสัมมนา
TA4	บริษัทนำเที่ยวแบบทั่วไป แบบส่วนตัว และ ลูกค้ากลุ่มพิเศษ (VIP Group) สำหรับกลุ่มลูกค้า 8-10 คน
TA5	บริษัทนำเที่ยวที่นำเข้าลูกค้าต่างชาติ (Inbound) ในประเภทกลุ่มของลูกค้าราชการชาวจีน กลุ่มครอบครัว และ เป็นบริษัทนำเที่ยวที่ส่งออกลูกค้าคนไทยไปต่างประเทศ (Outbound) ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าพิเศษ (VIP) และ ลูกค้ากลุ่มสัมมนาโดยใช้รถทัวร์ 3-4 คัน หรือ ใช้เป็นรถตู้สำหรับลูกค้า 8-10 คน

จากตารางที่ 15 ลักษณะของบริษัททัวร์เงินของบริษัทนำเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) พบว่า ส่วนใหญ่ให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มคณะทั้งหมด โดยจะเป็นในลักษณะการนำเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบนำเข้ากลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น กลุ่มข้าราชการจีน และ กลุ่มสัมมนาต่าง ๆ และ ในส่วนน้อยจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว รวมถึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบส่งออกกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวของบริษัทโดยใช้รถทัวร์ กลุ่มละ 3-4 คัน และ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มลูกค้าพิเศษโดยให้บริการเป็นรถตู้ 1 คันสำหรับลูกค้าจำนวน 8-10 คน

ตารางที่ 16 ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 5)

ประเภทร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มลูกค้าพิเศษ (VIP) (ไม่เกิน 10 คน)	4	50.00
กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ออกแบบแผนการท่องเที่ยวเอง หรือ จอยทัวร์ (Join Tour) คือซื้อบริการแบบ เที่ยวเช้าไป - เย็นกลับ (One day trip)	1	12.50
กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบสัมมนาเป็นหมู่คณะกลุ่มใหญ่	3	37.50
รวม	8	100.00

จากตารางที่ 16 ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยว ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มลูกค้าพิเศษ (VIP) (ไม่เกิน 10 คน) คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาเป็นกลุ่มสัมมนาเป็นหมู่คณะกลุ่มใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 37.50 และ กลุ่มที่ออกแบบแผนการท่องเที่ยวเอง หรือ จอยทัวร์ (Join Tour) คือซื้อทัวร์แบบเช้าไป - เย็นกลับ (One day trip) คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาช่วง
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ตารางที่ 17 สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในช่วงสถานการณ์การแพร่
ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)

ผู้ประกอบการ	สภาพปัญหา
CRP 1 ผู้จัดการภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน	มีการสั่งปิดเมืองและให้ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องปิด กิจการอยู่ช่วงหนึ่ง และ ทำให้จำเป็นต้องปรับตัวในเรื่อง การรับประทานอาหาร โดยจัดทำเป็นข้าวกล่อง และ มี การให้บริการจัดส่งถึงบ้าน
CRP 2 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน	ไม่มีลูกค้านั่งหน้าร้าน ต้องปรับตัวให้บริการจัดส่งถึง บ้าน
CRP 3 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีน รับเฉพาะทัวร์จีน	เนื่องจากร้านรับลูกค้าทัวร์จีนเป็นหลัก เมื่อเกิดเหตุการณ์ การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จึงทำให้ร้านไม่มีลูกค้า เมื่อมีการประกาศปิดประเทศโดยกะทันหัน ทำให้ต้อง ปิดกิจการในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด 19 แต่ร้านยังต้องดูแลพนักงาน และ ให้พนักงานไปช่วยใน กิจการอื่นของเจ้าของกิจการร้านอาหารแทน
CRP 4 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีน รับเฉพาะทัวร์จีน	ให้พนักงานออก และปิดกิจการในช่วงการแพร่ระบาด ของโรคโควิด 19
CRP 5 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีนรับ เฉพาะทัวร์จีนและร้านสุกี้แบบจีนรับ ลูกค้าทั่วไปและทัวร์จีน	ไม่มีลูกค้านั่งหน้าร้าน เนื่องจากคำสั่งของรัฐบาล ทำให้ ต้องปรับตัวทั้งการจัดที่นั่งสำหรับรับประทานสุกี้ และ เริ่มให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน

จากตารางที่ 17 สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในช่วง
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)
ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล รวมถึงผู้จัดการ และ เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไปและทัวร์จีน
เจ้าของกิจการร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีน และ
ร้านสุกี้แบบจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน ให้ความเห็นว่า ปัญหาสำคัญที่พบ คือ คำสั่งห้ามให้

ลูกค้านั่งในร้านหรือสั่งให้ปิดกิจการร้านอาหารชั่วคราว มีแนวทางการแก้ปัญหาจากผู้ประกอบการ 3 คน คือ เลือกรับบริการปรับตัวโดยใช้วิธีการให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน เช่น การทำเป็นข้าวกล่องส่งตามบ้าน นอกจากนั้น มีผู้ประกอบการ 2 คน ได้ปิดกิจการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 โดยมีผู้ประกอบการ 1 คน ประกอบกิจการหลายประเภท แต่ยังคงรักษาพนักงานไว้โดยให้พนักงานไปช่วยงานในกิจการอื่นและมีเจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่รับเฉพาะทัวร์จีน 1 คน ให้พนักงานออกและ ปิดกิจการในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ตารางที่ 18 ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของมัคคุเทศก์ (TG)

คนที่	ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
TG1	ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการรับประทานอาหารที่ร้าน
TG 2	ไม่มีลูกค้าทัวร์ ซึ่งอาจจะกระทบที่ทำให้ร้านอาหารต้องปิดร้าน
TG 3	ไม่มีลูกค้ารับประทานอาหาร ทำให้ร้านอาหารจีนต้องปิดร้าน
TG 4	ลูกค้าไม่รับประทานที่ร้าน จึงเลือกสั่งอาหาร โดยใช้บริการการจัดส่งถึงบ้าน
TG 5	ออกมาทานอาหารข้างนอกไม่ได้ คนไม่กล้าทานที่ร้าน เนื่องจากอาหารจีนเป็นอาหารที่ต้องรับประทานใน โต๊ะอาหารร่วมกัน จึงได้รับผลกระทบหนัก
TG 6	ร้านอาหารจีนไม่มีลูกค้า เพราะต้องระมัดระวังในการใช้บริการร้านอาหาร
TG 7	ลูกค้าน้อย ส่งผลกระทบในวงกว้าง และร้านอาหารหายาก

จากตารางที่ 18 ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของมัคคุเทศก์ (TG) พบว่าส่วนใหญ่แสดงความ คิดเห็น จำนวน 7 คน โดยให้ความเห็นว่า ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีน ซึ่งได้ให้ เหตุผลว่า ลูกค้าไม่สามารถออกมาใช้บริการร้านอาหาร และ ลูกค้าต่างต้องระมัดระวังความ ปลอดภัยจึงไม่กล้าไปใช้บริการในร้านอาหารจีน ซึ่งผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้ร้านอาหารจีนต้อง ปิดร้านในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 แต่ในบางร้านให้บริการแบบจัดส่ง ถึงบ้าน

ตารางที่ 19 ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (CT)

คนที่	ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
CT 1	กังวลใจว่าจะมีลูกค้าที่ติดเชื้อโควิด 19 เข้ามาใช้บริการนั่งทานที่ร้าน รวมถึงกังวลเรื่องของภาชนะต่าง ๆ ที่ทางร้านอาหารใช้ว่าจะสะอาดมากพอหรือไม่ ซึ่งตรงนี้ทำให้เกิดความกังวลจึงไม่กล้ามารับประทานอาหารที่ร้านอาหารจีน
CT 2	ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เพราะไม่มีคนกล้าออกจากบ้าน
CT 3	ร้านอาหารจีนส่วนใหญ่ปิดในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ไม่ได้ใช้บริการร้านอาหาร และ ส่วนใหญ่ทำอาหารทานเองที่บ้าน
CT 4	คนส่วนใหญ่ไม่กล้าออกจากบ้าน ไม่กล้าท่องเที่ยว ไม่กล้าใช้บริการร้านอาหาร ถ้าจะต้องเลือกใช้บริการในร้านอาหาร จะเลือกร้านที่เป็นพื้นที่เปิด มีอากาศถ่ายเท และเลือกอาหารที่แน่ใจว่าสะอาดปลอดภัยมากขึ้น
CT 5	มีลูกค้าน้อยลง เพราะเมื่อเกิดเหตุการณ์ระบาดของโรคโควิด 19 คนไม่กล้าเข้ามาใช้บริการที่ร้านอาหาร เพราะกลัวโรคระบาด
CT 6	ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 คนจีนไม่สามารถออกนอกประเทศได้ ซึ่งทำให้ร้านอาหารจีนที่รับทัวร์ได้รับผลกระทบ ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ แต่ถ้าคนจีนที่อยู่ไทยอาจจะยังใช้บริการบ้าง แต่ก็น้อยมาก ๆ
CT 7	ลูกค้าคนจีนที่เป็นนักท่องเที่ยวไม่มี ก็น่าจะขายไม่ได้เลย

จากตารางที่ 19 ผลกระทบกับลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (CT) ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีใครเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีน ซึ่งจำนวน 6 คน ให้เหตุผลว่าที่ไม่มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการในร้านอาหารจีน เช่น ลูกค้ากลัวติดโรคโควิด 19 เพราะไม่แน่ใจว่าจะมีลูกค้าที่ติดโรคโควิด 19 เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนหรือไม่ หรือ บางคนไม่กล้าออกจากบ้านจึงเลือกทำอาหารทานเองเพราะไม่มั่นใจในความสะอาดและความปลอดภัย แต่ถ้าจะออกมาใช้บริการในร้านอาหารจีนจะเลือกใช้บริการในร้านอาหารที่เป็นพื้นที่เปิด มีอากาศถ่ายเท และ จะต้องแน่ใจว่ามีความสะอาดปลอดภัย และ บางส่วนให้เหตุผลว่า ร้านอาหารจีนที่รับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวจีนจะไม่มีลูกค้า เพราะคนจีนไม่สามารถออกนอกประเทศได้จึงทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามา จึงทำให้ไม่สามารถขายอาหารได้

ตารางที่ 20 แนวทางปฏิบัติที่ควรใช้ในการรับประทานอาหารจีนในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ
ของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรป (CT)

คนที่	แนวทางปฏิบัติที่ควรใช้ในการรับประทานอาหารจีนในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดของ ของโรคโควิด 19
CT1	ร้านควรมีการใช้ช้อนกลางอย่างสม่ำเสมอ เลือกใช้ตะเกียบแบบใช้แล้วทิ้ง มุ่งเน้นการ รักษาความสะอาด รวมถึงจัดเตรียมแอลกอฮอล์ไว้สำหรับลูกค้า และให้บริการที่ดี
CT2	ร้านควรให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้านเพื่อให้ง่ายสำหรับลูกค้า เพราะช่วงของการแพร่ ระบาดของลูกค้าไม่กล้าออกจากบ้าน ถึงแม้รสชาติจะไม่เหมือนตอนทานที่ร้าน แต่การ ให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้านก็ยังเป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้
CT3	เลือกร้านที่ทำความสะอาดฆ่าเชื้อสิ่งของที่นำมาให้บริการลูกค้า
CT4	เลือกร้านที่ดูมีความสะอาด ไม่แออัด เลือกทานอาหารที่ปรุงสุก
CT5	ควรคำนึงถึงความปลอดภัย ใส่หน้ากากอนามัยอยู่ตลอดเวลา และควรฉีดแอลกอฮอล์ สม่ำเสมอ
CT6	ทานเป็นอาหารกล่องมากขึ้นเพราะร้านไม่อนุญาตให้ทานอาหารในร้านอาหารเลย
CT7	ไม่รับประทานอาหารที่ร้าน

จากตารางที่ 20 แนวทางการปฏิบัติที่ควรใช้ในการรับประทานอาหารจีนในช่วง
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรป (CT) ส่วนใหญ่เห็น
ว่า จะเลือกใช้บริการจะคำนึงถึงความสะอาดเป็นสำคัญ ซึ่งมีจำนวน 3 คน ให้เหตุผลว่า ร้านอาหาร
จีนควรใช้ช้อนกลาง ใช้ตะเกียบแบบใช้แล้วทิ้ง หรือมีแอลกอฮอล์ไว้เพื่อบริการลูกค้าในขณะที่อยู่
ในร้าน ร้านไม่แออัด มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อภาชนะ และมีจำนวน 3 คน ให้เหตุผลว่า
ไม่เลือกรับประทานอาหารที่ร้าน โดยให้เหตุผลว่าทางร้านไม่อนุญาตให้ทานอาหารในร้าน จึงเลือก
ซื้อแบบกล่องที่ร้าน และ เลือกสั่งอาหารแบบการจัดส่งถึงบ้านแทน

ตารางที่ 21 การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของมักคุเทศก์ (TG)

คนที่	การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
TG 1	เน้นเรื่องบริการที่ดี และอาหารอร่อย
TG 2	ความสะอาด รสชาติอาหาร
TG 3	ร้านอาหารไม่สามารถนั่งทานที่หน้าร้านได้ ดังนั้นร้านควรปรับตัว โดยทำให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน รวมถึงถ่ายภาพอาหารให้ดูน่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์
TG 4	เน้นความสะอาดของสถานที่และพนักงาน ความปลอดภัยต่าง ๆ บริการที่ดีขึ้น ปรับเมนูให้เข้ากับสถานการณ์
TG 5	ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ร้านอาหารจีนเริ่มมีการปรับตัวได้ดี มีความสะอาดทันสมัย พนักงานที่ให้บริการที่เป็นคนไทยสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ มีระบบระเบียบที่ดี
TG 6	ร้านอาหารมีมาตรการในการรับลูกค้า สำหรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มทัวร์จะเข้าร้านยาก และร้านต้องดูแลความสะอาดมากขึ้น จึงทำให้เราต้องเลือกร้านที่มั่นใจเพื่อความสบายใจของลูกค้า
TG 7	บางร้านปรับตัวไม่ได้ก็ปิดร้าน และในบางร้านที่ปรับตัวได้จะลดราคาอาหารเพื่อดึงดูดลูกค้า แต่พอสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 หมดราคาอาหารสูงขึ้น

จากตารางที่ 21 การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของมักคุเทศก์ (TG) พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 4 คน แสดงความคิดเห็นว่า ร้านอาหารต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เช่น การปรับเมนูใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ หรือ การให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน โดยจัดทำเมนูอาหารลงสื่อสังคมออนไลน์ โดยทำการถ่ายภาพอาหารให้ดูน่าสนใจ หรือ การลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนั้นยังมีความคิดเห็นแตกต่างกันออกไป ตามความเห็นของแต่ละท่าน เช่น ทำอาหารให้มีรสชาติอร่อย พนักงาน และร้านอาหารควรรักษาความสะอาด ร้านอาหารควรมีการกำหนดมาตรการในการรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจที่จะเลือกใช้บริการและพนักงานให้บริการที่เป็นคนไทยที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้

ตารางที่ 22 การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรป (CT)

คนที่	การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
CT 1	ร้านอาหารจีนใช้วิธีการทำความสะอาดตลอดเวลา มีการจัดระบบถ่ายเทอากาศที่ดี มีการเช็ดทำความสะอาดเก้าอี้และโต๊ะหลังจากลูกค้าออกจากร้านทันที และห้องน้ำมีการฆ่าเชื้อทำความสะอาดตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอ
CT 2	ร้านอาหารจีนมีการปรับตัวได้ดี เพราะมีการให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน มีการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ ไว้สำหรับบริการลูกค้า มีการจัดชุดอาหารที่เหมาะสมกับคนจีน
CT 3	ร้านอาหารจีนหลายร้านในละแวกที่ให้บริการมีการสร้างไลน์กลุ่มเพื่อจัดส่งอาหารให้กับลูกค้า
CT 4	ร้านอาหารจีนมีการทำความสะอาดสม่ำเสมอ เว้นระยะห่างระหว่างของโต๊ะ และมีการตั้งฉากกันระหว่างโต๊ะ
CT 5	ร้านอาหารจีนมีการปรับตัวตามมาตรการรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เช่น การให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน
CT 6	ร้านอาหารจีน จัดทำอาหารเป็นชุด สำหรับรับประทานเฉพาะบุคคล มากกว่ารายการอาหารจีนที่ต้องรับประทานร่วมกัน โดยมีการจัดทำเป็นอาหารกล่องมีการใช้อุปกรณ์ที่ใช่แล้วทิ้ง
CT 7	ร้านอาหารจีนปรับตัวได้ดี

จากตารางที่ 22 การปรับตัวของร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรป (CT) ส่วนใหญ่ทั้งหมดให้ความเห็นว่าร้านอาหารจีนปรับตัวได้ดี โดยให้เหตุผลประกอบหลายประการ เช่น ร้านอาหารจีนเน้นทำความสะอาดในร้านอย่างสม่ำเสมอ มีการเว้นระยะห่างของโต๊ะให้ลูกค้าได้นั่งรับประทานอาหาร มีการใช้ฉากกั้นระหว่างโต๊ะ มีการจัดทำอาหารเป็นชุดสำหรับรับประทานคนเดียว มีการทำอาหารแบบกล่องที่สามารถซื้อกลับบ้าน หรือ ให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน รวมถึงมีการจัดทำไลน์กลุ่มเพื่อให้ลูกค้าสั่งอาหารและจัดส่งอาหารให้ลูกค้า ร้านมีอากาศที่ถ่ายเทสะดวก มีการทำความสะอาดภาชนะอย่างดี และ เลือกรับประทานแบบใช้แล้วทิ้ง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา
ได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ตารางที่ 23 นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ได้รับความช่วยเหลือในช่วง
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของผู้ประกอบการ
ร้านอาหาร (CRP)

CRP	นโยบายของรัฐ
CRP1 ผู้จัดการภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	เจ้าของร้านเป็นคนจีน จึงไม่ได้รับความช่วยเหลือจาก รัฐบาลใด ๆ เลย และทางร้านไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ต่าง ๆ ของรัฐบาล
CRP2 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	เข้าร่วมโครงการของรัฐทั้งหมด เช่น โครงการเราเที่ยว ด้วยกัน หรือ โครงการคนละครึ่ง แต่ความช่วยเหลือ อื่น ๆ ไม่ได้รับเลย
CRP3 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน	ได้รับความช่วยเหลือเพียงแค่นโยบายเกี่ยวกับการเงิน ในเรื่องของการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ต่าง ๆ
CRP4 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล
CRP5 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีน รับลูกค้าทั่วไปและทัวร์จีน	โครงการรัฐช่วยให้ร้านสามารถรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้มากขึ้น เนื่องจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด 19 ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยจึงเป็นลูกค้ากลุ่มหลักของทางร้าน ในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

จากตารางที่ 23 นโยบายของรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้รับความ
ความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของ
ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับความช่วยเหลือจากนโยบายของรัฐ
จำนวน 3 คน โดย 2 คนแรกได้รับความช่วยเหลือจากการเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ เช่น โครงการ
เราเที่ยวด้วยกัน หรือ โครงการคนละครึ่ง และ อีก 1 คน ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในการ
ช่วยเหลือทางการเงินกับผู้ประกอบการ SMEs ต่าง ๆ และ รองลงมาเป็นความเห็นจาก

ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน ให้ความเห็นว่าไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลเลย โดยที่ 1 คน ไม่ได้ให้เหตุผล และ อีก 1 คน ให้ความเห็นว่า เป็นเพราะเจ้าของร้านเป็นคนจีน จึงไม่สามารถเข้าร่วมนโยบายของภาครัฐได้

ตารางที่ 24 นโยบาย หรือ มาตรการช่วยเหลือบริษัทนำเที่ยวจากภาครัฐ ตามความคิดเห็นของบริษัทนำเที่ยว (TA)

TA	นโยบาย หรือ มาตรการช่วยเหลือจากรัฐ
TA1	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ
TA2	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ
TA3	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ
TA4	ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ
TA5	ถ้าทางตรงสำหรับบริษัทไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ แต่ถ้าทางอ้อมมี มาตรการประกันสังคมที่เข้ามาช่วยเหลือพนักงานของบริษัท

จากตารางที่ 24 นโยบาย หรือ มาตรการช่วยเหลือบริษัทนำเที่ยวจากภาครัฐ ตามความคิดเห็นของบริษัทนำเที่ยว (TA) พบว่า บริษัทนำเที่ยวไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ ซึ่งมีจำนวน 5 คน แต่มีความคิดเห็นเพิ่มเติม 1 คน ให้ความเห็นว่า ได้รับความช่วยเหลือทางอ้อมจาก มาตรการประกันสังคมที่เข้ามาช่วยเหลือพนักงานของบริษัท

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา

ตารางที่ 25 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในลักษณะของใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)

CRP	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal)
CRP 1 ผู้จัดการภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	ไม่สามารถออกมานั่งรับประทานอาหารนอกบ้านได้ จึงทำให้ร้านจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเมนูตามสถานการณ์ เช่น เมนูอาหารกล่องสำหรับจัดส่งถึงบ้าน มีการจัดชุดอาหาร แต่ยังคงรักษารูปแบบเดิมของร้านไว้ คือ อาหารยังต้องมีเนื้อสัตว์ 2 อย่าง ผัก 2 อย่าง ใช้ทางเลือกการส่งแบบจัดส่งถึงบ้าน แม้โดยรวมยอดขายจะลดน้อยลง ก็ยังต้องทำ
CRP 2 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	ลูกค้าไม่นั่งหน้าร้าน สั่งกลับบ้านมากขึ้น ร้านค้าจึงต้องปรับเมนูอาหารให้เข้ากับสถานการณ์
CRP 3 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	ปรับเมนูอาหารสำหรับลูกค้าทัวร์ใหม่ มีการจัดที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวทัวร์จีนให้นั่งต่อโต๊ะน้อยลง เช่น ก่อนเหตุการณ์โควิด 19 นั่งโต๊ะละ 8-10 คน เมื่อเกิดเหตุการณ์โควิด 19 จำเป็นต้องจัดที่นั่งเป็น 4-6 คน ต่อโต๊ะ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเป็นกลุ่ม
CRP 4 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	ร้านปิดตัวไปช่วงโควิด เพิ่งได้กลับมาเปิดช่วงที่เปิดประเทศ ทางร้านจัดโต๊ะนั่งให้สอดคล้องกับพฤติกรรมแบบนิวนอร์มอล โดยจัดจัดที่นั่งให้ห่างขึ้น จำนวนที่นั่งในแต่ละโต๊ะน้อยลง

ตารางที่ 25 (ต่อ)

CRP	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิต รูปแบบใหม่ (New Normal)
CRP 5 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีน รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน	มีการจัดที่นั่งใหม่ให้ลูกค้าจากนั่ง 4 คนต่อ โต๊ะ ต้อง เปลี่ยนการจัดที่เป็นเป็น 1-2 คนต่อโต๊ะ มีการจัดวาง แอลกอฮอล์ ไว้ตามโต๊ะนั่ง เพื่อให้บริการกับลูกค้าที่เป็น นักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อตอบย้ำเรื่องความสะอาด

จากตารางที่ 25 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) พบว่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นจำนวน 3 คน ให้ความเห็นว่าการจัดที่นั่งในแต่ละโต๊ะนั้นลดลงจากเดิม เช่น เคยจัดที่นั่ง โต๊ะละ 4 คน จัดใหม่เหลือเพียงโต๊ะละ 2 คน หรือ จากที่เคยจัดที่นั่ง โต๊ะละ 8-10 คน เหลือเพียง 4-6 คน ส่วนผู้ประกอบการอีก 2 คน ให้ความเห็นว่าภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทางร้านยังมุ่งเน้นการขายแบบจัดส่งถึงบ้าน โดยการปรับเมนูอาหารให้เหมาะสมสำหรับการส่งกลับบ้าน หรือ การจัดทำเป็นอาหารกล่อง แต่ยังคงรักษารูปแบบเมนูอาหารเดิม ๆ ของร้านไว้สำหรับลูกค้า

ตารางที่ 26 เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน ตามความคิดเห็นของมักคุเทศก์ (TG)

คนที่	เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน
TG 1	ทานอาหารจีนง่ายสำหรับลูกค้า และอาหารรสชาติไม่เผ็ด
TG 2	อาหารไทยจีน และสามารถตอบใจห้ลูกค้าจีน
TG 3	ตามกระแสจากสื่อสังคมออนไลน์ของจีน และการบริการ
TG 4	สถานที่สวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้ มีความเหมาะสมกับลูกค้า และอาหารถูกปาก
TG 5	บริษัทนำเที่ยวได้จัดสรรมาให้แล้ว เป็นนโยบายบริษัท สะดวกสำหรับลูกค้า เพราะว่า เป็นร้านที่คุ้นเคย
TG 6	เพราะเป็นรสชาติที่คุ้นเคย เพราะไม่ต้องปรับตัวมาก เพราะบางครั้งลูกค้าอาจจะไม่ คุ้นเคยกับการทานอาหารใหม่ ๆ
TG 7	เพราะมีในโปรแกรม และลูกค้ามีการร้องขอให้ม้ออาหารจีน

จากตารางที่ 26 เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน ความความคิดเห็นของ มักคุเทศก์ (TG) พบว่า ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าลูกค้าชอบอาหารจีน จำนวน 4 คน โดยให้เหตุผลหลาย ประการ เช่น อาหารจีนเป็นอาหารที่ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว รสชาติไม่เผ็ด ถูกปาก มีความคุ้นเคย กับรสชาติ นอกจากนั้นจะแสดงความเห็นแตกต่างกันไป ดังนั้น อาหารจีนอยู่ในโปรแกรมทัวร์ เพราะ ลูกค้าชาวจีนร้องขอให้ม้ออาหารจีนอยู่ในโปรแกรมทัวร์ด้วย หรือมาตามกระแสสื่อสังคม ออนไลน์ สถานที่สวยงาม และ มีการบริการที่ดี

ตารางที่ 27 เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหาร ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT)

คนที่	เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน
CT 1	คิดถึงอาหารจีน เพราะอาหารจีนมีรสชาติที่ถูกปาก มากกว่าอาหารไทย เพราะส่วนตัวไม่ถนัดทานอาหารไทย เพราะมีรสเผ็ด เปรี้ยว หวาน เค็ม
CT 2	เนื่องในวันที่เป็นโอกาสพิเศษ และเลือกทานที่ร้านอาหารจีน เพราะมีความคุ้นเคยกับรสชาติ และคิดถึงอาหารที่บ้าน
CT 3	เนื่องในโอกาสสำคัญต่าง ๆ เพราะในวันสำคัญ คนจีนมักจะชอบออกมาทานข้าวด้วยกัน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของชาวจีนและจะมีอาหารจีนบางประเภทที่ค้องทานในเทศกาลต่าง ๆ
CT 4	เพราะอยากลองทานอาหารจีนในประเทศไทย เพื่อจะได้ลองรสชาติความแตกต่างจากที่เมืองจีน ถึงแม้ว่าเครื่องปรุงจะเป็นของจีน แต่วัตถุดิบของสดเป็นของไทยซึ่งเป็นของท้องถิ่นของคนไทย ก็อาจจะมี ความแตกต่างกัน
CT 5	ตามจากสื่อสังคมออนไลน์
CT 6	มาตามรายการที่อยู่ในโปรแกรมของบริษัททัวร์
CT 7	อาหารจีนอร่อย

จากตารางที่ 27 เหตุผลที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีน ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) พบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเพราะ รสชาติ มีจำนวน 4 คน โดยมี 3 คนเห็นว่าอาหารจีนมีรสชาติดีร่อย และ จำนวน 1 คน อยากลองอาหารจีนที่เมืองไทยเพื่อเปรียบเทียบรสชาติที่แตกต่าง เหตุผลรองลงมา เกี่ยวกับการรับประทานในร้านอาหารจีน คือ เนื่องในวันโอกาสสำคัญต่าง ๆ หรือ โอกาสพิเศษ จำนวน 2 คน นอกจากนั้นยังมีเหตุผลอื่น ๆ โดยมีความเห็นอย่างละ 1 คน ได้แก่ คิดถึงบ้าน (ประเทศจีน) ไม่คุ้นเคยกับอาหารไทยเพราะคุ้นเคยกับอาหารจีนมากกว่า หรือ เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนเพราะอยู่ในโปรแกรมของบริษัท และ เพื่ออยากลองเปรียบเทียบกับอาหารจีนที่ประเทศจีน หรือกระทั่งตามมาจากสื่อสังคมออนไลน์

ผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมือง
พัทยาให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ตารางที่ 28 การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำมาใช้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19
ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)

CRP	การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำมาใช้ ในช่วงสถานการณ์โควิด 19
CRP1 ผู้จัดการภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	ทำอาหารกล่องสำหรับการจัดส่งถึงบ้านเนื่องจากส่วน ใหญ่มีลูกค้าประจำ จัดชุดอาหารที่หลากหลาย
CRP2 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทัวร์จีน	ปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ ปรับเปลี่ยนเมนู ทำอาหารจัดส่งถึงบ้าน รวมถึงจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการ ขายต่าง ๆ
CRP3 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน	ปิดกิจการ
CRP4 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน	ปิดกิจการ
CRP5 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีนรับ เฉพาะทัวร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีน รับลูกค้าทั่วไป และ ทัวร์จีน	ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณาอาหาร จัด ชุดสุกี้ ชาบู สำหรับนำกลับไปทานที่บ้าน เข้าร่วมการ ให้บริการออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงจัดทำกิจกรรมส่งเสริม การขายด้วย

จากตารางที่ 28 การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำมาใช้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ
ของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) พบว่า ส่วนใหญ่
ผู้ประกอบการจำนวน 3 คน เลือกใช้วิธีการปรับตัวตามสถานการณ์ โดยเลือกใช้วิธีการจัดส่งถึงบ้าน
โดยจัดทำเป็นอาหารกล่องหรืออาหารชุดสุกี้ ชาบู รวมถึงมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อ
กระตุ้นการสั่งซื้อ ส่วนผู้ประกอบการจำนวน 2 คน ที่เลือกปิดกิจการในช่วงการแพร่ระบาดของโรค
โควิด 19

ตารางที่ 29 การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารจีนที่นำมาใช้หลังเหตุการณ์แพร่ระบาดโรคโควิด 19 จนถึงปัจจุบัน ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP)

CRP	การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารจีนที่นำมาใช้ หลังจากเหตุการณ์แพร่ระบาดโรคโควิด 19 จนถึง ปัจจุบัน
CRP1 ผู้จัดการภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทวีร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทวีร์จีน	ทางร้านมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ มุ่งเน้นความสด ความสะอาดของอาหาร มีการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อ โดยใช้น้ำยาพิเศษเพื่อทำความสะอาดภาชนะ และพื้นที่ ของร้าน
CRP2 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนที่ รับลูกค้าทั่วไป และ ทวีร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีนรับเฉพาะทวีร์จีน	ทำรายการอาหารสำหรับบริการจัดส่งถึงบ้านเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ไม่เข้ามาใช้ บริการในร้าน และในส่วนของร้านที่ให้บริการลูกค้าที่ เข้ามาใช้บริการ จะปฏิบัติตามนโยบายรัฐรวมถึงมุ่งเน้น การทำความสะอาดฆ่าเชื้อภาชนะและพื้นที่ภายในร้าน
CRP3 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับ เฉพาะทวีร์จีน	มีการติดต่อบริษัทนำเที่ยวชาติอื่น เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว เวียดนาม อินเดีย ที่นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อให้ทางร้านมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้น
CRP4 เจ้าของภัตตาคารอาหารจีนรับ เฉพาะทวีร์จีน	เน้นความสะอาด มีการปรับปรุงร้านใหม่ตามนโยบาย ของรัฐ รวมถึงจัดทำรายการอาหารใหม่สำหรับบริษัทนำ เที่ยวต่าง ๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใน ด้านราคา เพื่อดึงดูดกลุ่มบริษัทนำเที่ยว
CRP5 เจ้าของร้านสุกี้แบบจีนรับ เฉพาะทวีร์จีน และ ร้านสุกี้แบบจีน รับลูกค้าทั่วไป และ ทวีร์จีน	ปรับเมนูให้เข้ากับสถานการณ์ เริ่มใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการลงรูปอาหาร รีวิวต่าง ๆ เพื่อใช้โฆษณาร้านมีการ ให้บริการจัดส่งถึงบ้านเพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง

จากตารางที่ 29 การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารจีนที่นำมาใช้หลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จนถึงปัจจุบันตามความเห็นของผู้ประกอบการร้านอาหารจีน (CRP) พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่า ร้านอาหารจีนควรมุ่งเน้นที่ความสะอาด ซึ่งจำนวน 3 คน ให้เหตุผลว่า ร้านอาหาร

จีนมุ่งเน้นความสะอาดของอาหาร โดยมุ่งเน้นอาหารที่มีความสด สะอาดหรือมีการจัดเตรียม แอลกอฮอล์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อโดยใช้น้ำยาพิเศษ เพื่อทำความสะอาดภาชนะ และ พื้นผิวของร้าน รองลงมาเห็นว่าร้านอาหารจีนควรใช้วิธีการให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน จำนวน 2 คน ให้เหตุผลว่า ร้านอาหารจีนควรเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการลงรูปอาหาร รีวิวต่าง ๆ เพื่อใช้โฆษณาร้าน และสามารถขายผ่านช่องทางการให้บริการออนไลน์อย่างการจัดส่งถึงบ้านได้ และได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม 1 คน เกี่ยวกับการติดต่อบริษัทนำเที่ยวในชาติอื่น ๆ ให้เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีน เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่น ๆ เพิ่มขึ้น และ ทางร้านควรจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายใน ด้านราคา เพื่อดึงดูดกลุ่มบริษัทนำเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทัวร์

ตารางที่ 30 หลักเกณฑ์ หรือ เหตุผลหลักในการเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้ก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรค โควิด 19 ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA)

คนที่	หลักเกณฑ์การเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้ก่อนเกิดเหตุการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19
TA1	เข้ามาดูสถานที่จริงก่อนที่จะเลือกใช้บริการ โดยดูว่าลักษณะของร้านว่าเหมาะกับกลุ่มลูกค้าของบริษัท และ รวมไปถึงสามารถทำราคาเพื่อเสนอเอเย่นต์ที่จีนได้ โดยร้านอาหารต้องสะอาด อาหารสด ถูกปาก รสชาติ และ มีบริการที่ดี
TA 2	พิจารณาเลือกขนาดของร้านอาหารที่สามารถรองรับคณะทัวร์ได้ และ อาหารต้องสะอาด สามารถทำอาหารจีนได้หลากหลายตามที่คาดหวังไว้และพนักงานสามารถสื่อสารภาษาจีนได้รวมถึงร้านต้องมีความปลอดภัย
TA 3	สถานที่สวยงาม สะอาด เหมาะกับกลุ่มลูกค้าทัวร์ อาหารมีรสชาติดี การบริการมีคุณภาพ และราคาเหมาะสม
TA 4	สถานที่สะอาด ตกแต่งสวยงาม หูหระ อาหารน่ารับประทาน ตกแต่งสวยงาม แต่ราคาไม่แพงแลให้บริการที่ดีสามารถสร้างความประทับใจในการใช้บริการได้
TA 5	เลือกจากสถานที่ตั้งของร้านอาหารที่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องพาลูกค้าไปรวมถึงมุ่งเน้นความสะอาดของอาหารเป็นหลัก(ควรมีช้อนกลาง) มีประเภทอาหารที่หลากหลาย และรสชาติของอาหารถูกปากลูกค้าชาวต่างชาติ แต่ต้องคงความเป็นไทยไว้

จากตารางที่ 30 หลักเกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้ก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว (TA) พบว่า ส่วนใหญ่เลือกร้านอาหารที่สะอาด มีคุณภาพดี รสชาติอร่อย มีเมนูหลากหลาย จำนวน 5 คน รองลงมาคือ สถานที่สวยงาม สะอาด จำนวน 4 คน นอกนั้นจะใช้หลักเกณฑ์โดยจะพิจารณาสถานที่จากการไปเลือกดูสถานที่จริงก่อนว่ามีความสวยงาม เหมาะสม สามารถรองรับคณะทัวร์ได้ มีการบริการที่ดี ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจในการใช้บริการได้ รวมไปถึงมีราคาไม่แพง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร สามารถเสนอราคาเอเยนต์ที่ประเทศจีนได้ อันดับสุดท้ายให้ความเห็นรายการละ 1 คน ได้แก่ ร้านนั้นตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าจะท่องเที่ยวไปเที่ยว และ พนักงานสามารถสื่อสารจีนได้ รวมถึงร้านต้องมีความปลอดภัย ตามลำดับ

ตารางที่ 31 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้านอาหารจีน ที่ควรมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อความปลอดภัย ตามความเห็นของบริษัทนำเที่ยว (TA)

คนที่	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้านอาหารจีน ที่ควรมีมาตรการและแนวปฏิบัติในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อความปลอดภัย
TA1	ร้านอาหารควรเตรียมแอลกอฮอล์สำหรับลูกค้า ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ พนักงานใส่หน้ากากอนามัย
TA 2	ร้านอาหารต้องเตรียมแอลกอฮอล์ไว้ให้กับลูกค้า และมีการเว้นระยะห่าง
TA 3	พนักงานของร้านอาหารต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อตลอดเวลา เช่น การอบฆ่าเชื้อภาชนะใส่อาหาร
TA 4	ร้านอาหารต้องจัดเตรียมแอลกอฮอล์ไว้ให้กับลูกค้า มีการฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยในแต่ละวันมีการกำหนดช่วงเวลาในการฆ่าเชื้อ มีการใช้ช้อนกลางสำหรับตักอาหาร และควรจัดเตรียมน้ำร้อนไว้สำหรับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าใช้น้ำร้อนสำหรับล้างฆ่าเชื้อ
TA 5	ร้านดั้งเดิมที่รับลูกค้าทัวร์อยู่แล้ว ปัญหาคือ ไม่ได้เน้นถึงความสะอาดมากเท่าที่ควร แต่เป็นร้านใหญ่ที่เหมาะสมกับลูกค้าทัวร์ และ อยากแนะนำให้เน้นความสะอาดมากขึ้น รวมถึงการใช้ภาชนะใหม่ ส่วนร้านเปิดใหม่หลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เป็นร้านที่มีความสวยงาม ดีไซน์ดี พนักงานจีนสามารถพูดไทยได้ สะอาด แต่ปัญหาที่พบเจอคือ ไม่ค่อยรับลูกค้าทัวร์เท่าใดนักจึงอยากแนะนำให้แบ่งพื้นที่ในร้านอาหารไว้ส่วนหนึ่งเพื่อรองรับลูกค้าทัวร์

จากตารางที่ 31 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้านอาหารจีนที่ควรมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการให้บริการร้านอาหารเพื่อความปลอดภัย ตามความเห็นของบริษัทนำเที่ยว (TA) พบว่า ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ความสะอาดเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความปลอดภัย โดยร้านอาหารควรเตรียมแอลกอฮอล์ไว้สำหรับลูกค้า มีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ พนักงานของร้านมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อภาชนะตลอดเวลา เช่น การอบฆ่าเชื้อภาชนะใส่อาหาร มีการใช้ช้อนกลางสำหรับตักอาหาร และ ควรจัดเตรียมน้ำร้อนไว้สำหรับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าใช้น้ำร้อนสำหรับฆ่าเชื้อ โคร นอกจากนี้ในแต่ละวันควรมีการกำหนดช่วงเวลาในการฆ่าเชื้อภายในร้าน ควรจัดที่นั่งแบบเว้นระยะห่างซึ่งมีความเห็นจากบริษัทนำเที่ยวเพิ่มเติม 1 คน ที่แสดงความเห็นว่า ร้านอาหารขนาดใหญ่ซึ่งเป็นร้านดั้งเดิมที่เหมาะสมกับการรับกลุ่มลูกค้าทัวร์นั้นยังไม่มี ความสะอาดเท่าที่ควร จึงเห็นว่าควรให้ความสำคัญในการรักษาความสะอาดมากขึ้น แต่ในส่วนของร้านอาหารจีนที่เพิ่งเปิดใหม่หลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จะเป็นร้านที่ออกแบบสวยงาม พนักงานจีนสามารถพูดไทยได้ มีความสะอาด แต่ปัญหาที่พบคือ ไม่มุ่งเน้นการให้บริการกับกลุ่มที่มาเป็นคณะทัวร์ จึงเสนอให้มีการแบ่งพื้นที่ในร้านอาหารไว้ส่วนหนึ่งเพื่อให้บริการกับกลุ่มลูกค้าทัวร์ได้มีทางเลือกที่ดีให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ตารางที่ 32 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามความคิดเห็นของมัครุเทศก์ (TG)

คนที่	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีน ที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
TG1	ควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสม ควรจัดสถานที่ให้สวยงาม และสะอาด
TG 2	ร้านอาหารควรมุ่งเน้นเรื่องวัตถุดิบอาหาร การจัดแต่งอาหาร รวมถึงการจัดตกแต่งร้านอาหารเพื่อให้ลูกค้าสามารถถ่ายรูปลงสื่อสังคมออนไลน์ได้ รวมถึงการแต่งกายของพนักงานควรแต่งกายให้ดูสะอาด เรียบร้อย
TG 3	มีการจัดร้าน โดยทำจุดถ่ายรูปสำหรับนักท่องเที่ยว การบริการที่ดี และอาหารอร่อย
TG 4	ร้านอาหารจีน ควรมีการฆ่าเชื้อตลอดเวลา มีภาชนะใหม่ ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าร้านอาหารร้านนี้สะอาด ควรปรับปรุงร้าน เช่น การทาสีให้ร้านอาหารดูดี การแต่งกายของพนักงานมีความสะอาดเรียบร้อยและรสชาติอาหารควรปรับปรุงให้ดีขึ้น วัตถุดิบมีความสดใหม่ ราคาเป็นกันเอง

ตารางที่ 32 (ต่อ)

คนที่	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีน
ที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	
TG 5	อยากให้ร้านอาหารจีนที่เปิดใหม่ ที่เริ่มรับทัวร์ มีการจัดการระบบให้ดีขึ้น ดูแลลูกค้าที่มาเป็นกลุ่มคณะให้ทั่วถึง สามารถตอบคำถาม จัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ ให้เรียบร้อย รักษาความสะอาด รวมถึงหากเป็นร้านดั้งเดิมที่ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนตกแต่งร้านใหม่ อยากให้ลองทำร้านให้ดูสว่างขึ้น ก็อาจจะเป็นอีกทางที่ทำให้ร้านดูดีขึ้นได้
TG 6	คิดว่ามาตรการด้านความสะอาดยังควรทำอย่างต่อเนื่อง
TG 7	หลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 การใส่ใจคุณภาพน้อย ร้านอาหารจีนควรพัฒนาใส่ใจคุณภาพการบริการให้มากขึ้นกว่าเดิม

จากตารางที่ 32 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันตามความเห็นของมัคคุเทศก์ (TG) พบว่าส่วนใหญ่แสดงความเห็นจำนวน 5 คน เกี่ยวกับสถานที่ของร้านอาหารจีน โดยให้เหตุผลว่า ร้านอาหารควรมีการปรับปรุงให้ดูดี เช่น การจัดตกแต่งร้าน ซึ่งให้เหตุผลว่า ร้านอาหารควรมีการตกแต่งที่ดูดี หรือ มีการจัดทำมุมถ่ายรูปให้กับลูกค้าซึ่งสามารถถ่ายรูปลงสื่อออนไลน์ได้ บางร้านควรทำร้านใหม่ รวมถึงควรรักษาความสะอาดของร้านอาหารให้ดูดี รองลงมาคือ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ อาหาร โดยแสดงความเห็นว่า ควรรักษา และ ปรับปรุงรสชาติอาหารให้อร่อย และ ดีขึ้น ควรเลือกวัตถุดิบประกอบอาหารที่สดใหม่ มีการจัดตกแต่งอาหารให้สวยงาม เพื่อให้ลูกค้าสามารถถ่ายรูปลงสื่อออนไลน์ได้ และมีความคิดเห็น 1 คน ให้ความเห็นที่ร้านอาหารจีนใส่ใจต่อคุณภาพบริการน้อยลงกว่าช่วงที่อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ดังนั้นร้านอาหารจีนควรพัฒนาใส่ใจคุณภาพการบริการให้มากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 33 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT)

คนที่	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีน ที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน
CT1	ร้านอาหารจีนควรมีการบริการที่ดีมากขึ้นรวมถึงการรักษาความสะอาดของร้าน และ ภาชนะที่ใช้เพื่อสร้างความรู้สึกอบอุ่นและประทับใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัย และยังคงรักษาความอร่อยของอาหารให้คงเดิม
CT 2	ร้านอาหารจีนควรมีมาตรการรักษาความสะอาดให้มีมาตรฐาน ถ้าเป็นไปได้อยากให้ใช้ภาชนะที่ใช้แล้วทิ้ง
CT 3	อยากให้ร้านอาหารจีน มีเมนูในแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารถึงบ้าน โดยเพิ่มเมนูชื่อภาษาจีนเพื่อง่ายต่อการสั่งอาหาร
CT 4	อยากให้ร้านอาหารจีน ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ พนักงานควรใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา แม้ว่าจะไม่มีโรคระบาดแล้ว แต่ลูกค้ายังมีความกังวลอยู่บ้างในเรื่องของความสะอาด และ ความปลอดภัย
CT 5	ที่ทางร้านอาหารจีนทำอยู่ก็ดีอยู่แล้ว
CT 6	อยากให้ร้านอาหารจีนที่รับทัวร์ มุ่งเน้นการตกแต่งร้านให้ดูสวยงามขึ้น จัดให้มีมุมสำหรับลูกค้าได้ถ่ายรูปลงสื่อสังคมออนไลน์ และ ร้านอาหารจีนยังไม่ค่อยสะอาด อยากให้ดูแลความสะอาดมากกว่านี้
CT 7	ไม่มีข้อเสนอแนะ ถ้าไม่โอเคก็ไม่ไป ฉะนั้นร้านอาหารจีนต้องทำให้ดีตลอดเวลา

จากตารางที่ 33 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของร้านอาหารจีนที่ควรปรับปรุง หรือ พัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน (CT) ส่วนใหญ่เห็นว่าร้านอาหารจีนควรมุ่งเน้นความสะอาดและความปลอดภัย จำนวน 4 คน โดยแต่ละคนให้เหตุผลเรื่องความสะอาดไว้ว่า ร้านอาหารจีนควรมีมาตรการรักษาความสะอาดที่เป็นมาตรฐาน โดยทำความสะอาดอยู่เสมอ พนักงานที่ให้บริการควรสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา รวมถึงควรเลือกใช้ภาชนะแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพื่อสร้างความรู้สึกอบอุ่น และ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัย และ ยังคงรักษาความอร่อยของอาหารให้เหมือนเดิม นอกจากนี้ยังมีความเห็นต่อข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแตกต่างกันไป โดยให้เหตุผลละ 1 คน เช่น ร้านอาหารจีนควรมีเมนูในแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารตามบ้าน โดยเพิ่มเมนูชื่อภาษาจีนเพื่อง่ายต่อการสั่งอาหาร และ ร้านอาหารจีน

ที่รับทัวร์ ควรมุ่งเน้นการตกแต่งร้านให้ดูสวยงามขึ้น หรือ จัดให้มีมุมสำหรับลูกค้าได้ถ่ายรูปลง
สื่อสังคมออนไลน์ และ ร้านอาหารจีนยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับความสะอาด อยากให้ดูแล
ความสะอาดให้มากกว่านี้



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โควิด 19 ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 ผลที่ได้รับจากการศึกษาวิเคราะห์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวนของผู้ให้ข้อมูล 24 คน แบ่งตามประเภทของผู้ให้ข้อมูล ได้ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี ซึ่งมีตำแหน่งเป็นเจ้าของร้านอาหาร มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี 2) ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36-45 ปี มีตำแหน่งเป็นเจ้าของบริษัท มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี และ 11-16 ปี 3) มัคคุเทศก์ จำนวน 7 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36-45 ปี และ 4) นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 7 คน ที่ใช้บริการร้านอาหารจีน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 26-35 ปี

ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารจีนที่ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการกวดาคารอาหารจีนรับเฉพาะทัวร์จีนโดยกลุ่มลูกค้าคนจีนที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนของผู้ประกอบการร้านอาหารจีนที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ หรือ FIT (Free Independent Travelers)

ลักษณะของบริษัททัวร์จีนของบริษัทนำเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวที่ให้ข้อมูล จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่ให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ทั้งหมด โดยจะเป็นในลักษณะการนำเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบนำเข้านักท่องเที่ยว (Inbound) เช่น กลุ่มข้าราชการจีน กลุ่มสัมมนา และ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบส่งออกนักท่องเที่ยว (Outbound) ที่เป็นกลุ่มลูกค้าจากบริษัทซึ่งโดยสารด้วยรถโดยสารขนาดใหญ่จำนวน 3-4 คัน และ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มลูกค้าพิเศษ (VIP) ซึ่งโดยสารด้วยรถตู้จำนวน 1 คัน มีผู้โดยสารประมาณ

8-10 คน โดยกลุ่มที่มาใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวในอันดับต้น ๆ จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบกลุ่มลูกค้าพิเศษ (VIP) (จำนวนลูกค้าไม่เกิน 10 คน) มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

สรุปผลการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารจีน มัคคุเทศก์ และ นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความเห็นสภาพปัญหาสอดคล้องกัน โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ปัญหาสำคัญคือ คำสั่งห้ามลูกค้านั่งในร้านอาหาร หรือ สั่งปิดเมือง (Shut down) นอกจากนั้นคนจีนในประเทศจีนซึ่งถูกระงับไม่ให้เดินทางออกนอกประเทศ ทำให้ร้านอาหารจีนไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการมีทางเลือก 2 ทางคือ 1) การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดโดยใช้วิธีการจัดส่งถึงบ้าน เช่น จัดทำเป็นข้าวกล่องส่งตามบ้าน และ 2) ปิดกิจการร้านอาหารจีนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นอกจากนี้ในส่วนของลูกค้าบางรายที่เป็นคนจีน และ อาศัยอยู่ในประเทศไทยที่ไม่กล้าใช้บริการร้านอาหารจีน เพราะไม่แน่ใจในความปลอดภัย จึงเลือกทำอาหารเอง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ร้านอาหารจีนในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 แม้จะเลือกวิธีการขายแบบจัดส่งถึงบ้าน แต่ยอดขายยังลดลงมาก แต่เพื่อความอยู่รอดที่จะทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนยังมีรายได้เข้ามาบ้างจึงพยายามเลือกที่จะประคับประคองกิจการไว้ด้วยวิธีการขายแบบจัดส่งตามบ้าน

วิธีในการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการยังสอดคล้องตรงกันกับความเห็นเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติ และ สิ่งที่ร้านอาหารจีนควรต้องนำมาใช้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามความเห็นของมัคคุเทศก์ และ นักท่องเที่ยวชาวจีน สรุปได้ 2 ประเด็น ดังนี้ 1) ขายผ่านช่องทางแอปพลิเคชันจัดส่งตามบ้านรวมถึงร้านอาหารจีนควรปรับเมนูใหม่โดยจัดทำเมนูอาหารลงสื่อสังคมออนไลน์ หรือ การทำกลุ่มออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งอาหาร และ จัดส่งอาหารให้ลูกค้าในสะดวกใกล้เคียง โดยถ่ายภาพอาหารให้ดูน่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้า และ มีการลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เลือกซื้อแบบบริการจัดส่งถึงบ้าน และ 2) ลูกค้าใช้บริการในร้านอาหารจีน ทางร้านต้องคำนึงถึงการรักษาความสะอาด และ รสชาติของอาหารที่อร่อยมีการกำหนดมาตรการในการรับลูกค้าที่เข้มงวด เพราะถ้าหากลูกค้าจำเป็นต้องเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน ลูกค้าจะคำนึงถึงความสะอาดเป็นสำคัญ เช่น ร้านอาหารจีนต้องเน้นทำความสะอาดในร้านอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงทำความสะอาดฆ่าเชื้อภาชนะอย่างดี มีการเว้นระยะห่างของโต๊ะที่ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหารสำหรับลูกค้าที่มาคนเดียว ใช้ตะเกียบ หรือ อุปกรณ์ที่เป็นแบบใช้แล้วทิ้ง มีแอลกอฮอล์ไว้ให้ลูกค้าใช้ขณะอยู่ร้าน

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน จำนวน 5 ท่านได้รับความช่วยเหลือจากนโยบายของรัฐ จำนวน 3 คน โดย 2 คนแรก ได้รับความช่วยเหลือจากการเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน หรือ โครงการคนละครึ่ง และ อีก 1 คน ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ในการช่วยเหลือทางการเงินกับผู้ประกอบการ SMEs ต่าง ๆ

ผู้ประกอบการบริษัทนำเข้าเที่ยวจำนวน 5 คน ไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ มีความเห็นเพิ่มเติม 1 คน จากทั้งหมด 5 คน ให้เห็นว่า ได้รับความช่วยเหลือทางอ้อมจากมาตรการประกันสังคมที่เข้ามาช่วยเหลือพนักงานของบริษัท

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ได้สรุปผลตามความเห็นของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

ผู้ประกอบการร้านอาหารจีน จำนวน 3 คน จากจำนวนทั้งหมด 5 คนเห็นว่าร้านอาหารควรจัดที่นั่งในแต่ละโต๊ะให้ลดลงจากเดิม เช่น จากเคยจัดที่นั่งโต๊ะละ 4 คน จัดใหม่เหลือเพียงโต๊ะละ 2 คน หรือ เคยจัดโต๊ะละ 8-10 คน ให้จัดใหม่เหลือเพียง 4-6 คน ส่วนผู้ประกอบการอีก 2 คนให้ความเห็นในช่วงสถานการณ์ผ่อนคลายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทางร้านยังคงมุ่งเน้นการขายแบบจัดส่งถึงบ้าน โดยปรับเมนูอาหารให้เหมาะสำหรับการสั่งกลับบ้าน หรือ การจัดทำเป็นกล่อง โดยยังคงรักษารูปแบบเมนูอาหารเดิม ๆ ของร้านไว้

มัคคุเทศก์ จำนวน 4 คน จากจำนวนทั้งหมด 5 คน เห็นว่าให้ความสำคัญกับอาหารจีน เพราะอาหารจีนเป็นอาหารที่ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารรสชาติไม่เผ็ด รสชาติถูกปาก และ มีความคุ้นเคย ทั้งนี้สาเหตุที่ยังใช้บริการร้านอาหารจีนให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะอาหารจีนอยู่ในโปรแกรมทัวร์ที่ลูกค้าชาวจีนร้องขอให้มีอาหารจีนอยู่ในโปรแกรมทัวร์ด้วย โดยร้านอาหารต้องมุ่งเน้นในการทำให้สถานที่สวยงาม และ ให้บริการที่ดี

นักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารจีน โดยคำนึงถึงรสชาติที่อร่อย เป็นสำคัญ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การ แพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนเห็นว่า ควรมุ่งเน้นที่ความสะอาดของอาหาร โดยเลือกวัตถุดิบที่มีความสดใหม่และรักษามาตรฐานความอร่อยไว้ ในส่วนของความสะอาดภายในร้าน ทางร้านต้องทำความสะอาดฆ่าเชื้อ โดยใช้น้ำยาพิเศษทำความสะอาดทั้งภาชนะและพื้นที่ของร้าน รวมถึงมีการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหาร นอกจากนี้ร้านอาหารจีนยังคงต้องเลือกใช้วิธีการจัดส่งถึงบ้านเพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่ง นอกจากการขายหน้าร้าน โดยทางร้านต้องจัดทำเป็นอาหารกล่องหรือเป็นอาหารชุด แม้กระทั่งเมนูสุกี้ หรือ ชาบู ก็ตาม รวมถึงการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการลงรูปอาหารรีวิวต่าง ๆ เพื่อใช้โฆษณาร้าน เพื่อให้สามารถขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อกระตุ้นการสั่งซื้อและจัดส่งถึงบ้าน นอกจากนี้ร้านอาหารควรสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่น ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มลูกค้ารองรับเพิ่มขึ้น และในกลุ่มของลูกค้าที่เป็นบริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนต้องมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในด้านราคา เพื่อดึงดูดกลุ่มบริษัทนำเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทัวร์

ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านอาหารจีนคำนึงถึงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ (1) คุณภาพของอาหารต้องมีความสะอาด มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีเมนูให้เลือกหลากหลาย ทั้งนี้ร้านอาหารจีนควรรักษาและปรับปรุงรสชาติอาหารให้อร่อย รวมถึงควรเลือกวัตถุดิบประกอบอาหารที่สดใหม่ มีการจัดตกแต่งอาหารให้สวยงาม ดูดี เพื่อให้ลูกค้าสามารถถ่ายรูปอาหารลงสื่อสังคมออนไลน์ได้ (2) จัดสถานที่ของร้านอาหารจีนให้สวยงาม โดยมีการออกแบบตกแต่งร้าน ทาสีให้ดูใหม่อยู่เสมอ เช่น การจัดมุมถ่ายรูปให้กับลูกค้าที่สามารถถ่ายรูปลงในสื่อสังคมออนไลน์ได้ (3) เน้นความสะอาดของร้าน เช่น มีแอลกอฮอล์ไว้ให้กับลูกค้าให้ได้ใช้ในร้านอาหาร พนักงานสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ มีเครื่องอบฆ่าเชื้อภาชนะใส่อาหาร มีการใช้ช้อนกลางสำหรับการตักอาหาร และ ควรจัดเตรียมน้ำร้อนไว้สำหรับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าใช้น้ำร้อนในการล้างฆ่าเชื้อภาชนะอีกด้วย และ ยังคงคำนึงถึงการจัดที่นั่งแบบเว้นระยะห่าง ทั้งนี้หากร้านอาหารจีนสามารถพัฒนาคุณภาพอาหาร การจัดสถานที่ให้สวยงาม และความสะอาดของร้านให้เป็นรูปธรรมจะเป็นโอกาสให้บริษัทนำเที่ยวเลือกใช้บริการกับร้านอาหารจีนให้กับลูกค้าของบริษัททัวร์ เพราะหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกร้านอาหารจีนให้กับนักท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ คือ ต้องไปเลือกดูสถานที่จริงก่อนว่ามีความสวยงามเหมาะสม และ

สามารถรองรับกับคณะทัวร์ได้ มีการให้บริการที่ดี สามารถสร้างความประทับใจในการใช้บริการ นอกจากนี้การจัดกิจกรรมทางการตลาด เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่บริษัททัวร์เลือกใช้บริการ และการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหารเพื่อสามารถเสนอราคาต่อเอเยนต์ที่ประเทศจีน ทั้งนี้ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารจีนก็เป็นอีกปัจจัยที่ใช้สำหรับตัดสินใจเลือกของบริษัทที่น่าเที่ยวด้วยเช่นกัน คือ ร้านอาหารจีนต้องตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่คณะนักท่องเที่ยวจะไปใช้บริการ และร้านต้องรักษาความสะอาดและความปลอดภัยไว้เป็นสำคัญ รวมถึงพนักงานของร้านอาหารสามารถสื่อสารภาษาจีนได้

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุง หรือ พัฒนาสำหรับร้านอาหารจีน ดังนี้ (1) ความสะอาดของร้านอาหารจีน โดยมุ่งเน้นความสะอาด และ ปลอดภัย ดังนั้นจึงควรมีมาตรการรักษาความสะอาดที่เป็นมาตรฐาน โดยทำความสะอาดอยู่เสมอ พนักงานที่ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เลือกใช้ภาชนะแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งเพื่อสร้างความรู้สึกรับรองใจ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัย (2) ความสวยงามของร้านอาหารจีน โดยตกแต่งร้านให้ดูสวยงามอยู่เสมอ มีการจัดมุมสำหรับลูกค้าเพื่อให้สามารถถ่ายรูปลงสื่อสังคมออนไลน์ และ (3) การให้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน นั้นยังคงต้องมีไว้เพื่อเป็นตัวเลือกลำดับสำหรับลูกค้าในการใช้บริการกับร้านอาหารจีนและเพิ่มเมนูชื่อภาษาจีนเพื่อง่ายต่อการสั่งอาหาร

อภิปรายผล

จากผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 โดยอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

อภิปรายผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ สภาพปัญหาของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

ปัญหาที่พบในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 คือ คำสั่งห้ามลูกค้านั่งในร้านอาหาร หรือ คำสั่งปิดเมือง (Shut down) นอกจากนี้คำสั่งห้ามคนจีนในประเทศจีนไม่ให้ออกนอกประเทศนั้นทำให้ร้านอาหารจีนไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการที่ยังคงเลือกประกอบกิจการร้านอาหารจีนอยู่นั้นใช้ความพยายามในการประคับประคองกิจการไว้ด้วยวิธีการขายแบบจัดส่งถึงบ้าน และ คำนึงถึงความสะอาดปลอดภัยเป็นสำคัญ ซึ่งสรุปแนวทางการแก้ปัญหาได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1. ขายเป็นแอปพลิเคชันจัดส่งถึงบ้าน โดยที่ร้านอาหารจีนควรปรับเมนูใหม่โดยจัดทำเมนูอาหารลงสื่อสังคมออนไลน์ หรือ การทำกลุ่มออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งอาหาร และจัดส่งอาหารให้ลูกค้าในละแวกใกล้เคียง โดยถ่ายภาพอาหารให้น่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้า มีการจัดทำเป็นอาหารกล่อง หรือ อาหารชุด เช่น สุกี้ หรือ ชาบู และ เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการลงรูปอาหาร รีวิวต่าง ๆ เพื่อใช้สำหรับโฆษณาร้านอาหาร โดยมีการเพิ่มเมนูชื่อภาษาจีนเพื่อง่ายต่อการสั่งอาหาร และสามารถขายผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ รวมถึงมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์เพื่อกระตุ้นการสั่งซื้อ และ มีการให้บริการจัดส่งถึงบ้าน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ งานวิจัยของ ประภาพร ดีสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (2564) พบว่าร้านอาหารควรส่งเสริมทางด้านการตลาด โดยมีการแข่งขันประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ งานวิจัยของ ชนัญรักษ์ สุวรรณวัฒน์ (2565) พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (Line) และ แอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และไม่ซับซ้อน เพราะลูกค้ามีความสะดวกในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ร้านอาหารต้องสามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่ม งานวิจัยของ สุกัญชญา ทองคำผุย (2565) พบว่า ร้านอาหารมีการปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยการจัดรูปแบบเมนูให้น่าสนใจ โดยโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ งานวิจัยของ เสาวนีย์ ตรีรัญเพชรและคณะ (2565) พบว่าการปรับตัวของผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารเพื่อเพิ่มยอดขาย คือ การให้บริการอาหารจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) จากการอภิปรายผลข้างต้นจะพบว่าข้อค้นพบจากงานวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเล่ม เมื่อพิจารณาต่อไปยังเห็นว่าการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดหลายเล่มดังนี้ Hotel.com (2559, อ้างถึงใน Thumbsup Media, 2560) อธิบายว่า ผู้ประกอบการควรจัดทำ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดทำแผนที่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวชาวจีนสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ สถานบริการด้านการท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) อธิบายว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในยุค การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ร้านอาหารควรปรับการให้บริการ โคนการให้บริการแบบจัดส่งอาหารถึงบ้าน (Delivery) คือ รูปแบบการบริการส่งอาหารถึงบ้านผ่านการให้บริการออนไลน์โดยผู้ให้บริการบนช่องทางการให้บริการออนไลน์ เช่น แกร็บฟู้ด (GrabFood) ไลน์แมน (Line Man) ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) โดยช่องทางการให้บริการออนไลน์เหล่านี้นับว่าเป็นทางเลือกที่ทั้งผู้บริโภค และ ผู้ให้บริการต่างใช้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า และ รับบริการ ซึ่งการให้บริการผ่านการให้บริการออนไลน์เหล่านี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้แก่ร้านอาหาร ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) อธิบายว่า พฤติกรรมของ

ผู้บริโภคเปลี่ยนไปเป็นจำนวนมาก รวมถึงการเข้าถึงการเข้ามาของการให้บริการจัดส่งถึงบ้านออนไลน์ต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค และการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจ เนื่องจากการเปิดโอกาสทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงผู้บริโภคแล้วนั้นสิ่งที่ตามมา คือ ช่องทางตัวเลือกที่มากขึ้นต่อผู้บริโภค ซึ่งนั่นหมายถึงความท้าทายที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวรับมือเพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป รวมถึงการเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ ของธุรกิจของตนเองเพื่อปรับ และ พัฒนาร้านอาหารของตนเอง และ ไทยรัฐออนไลน์ (2566) อธิบายว่า การรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ปล่อยออกมา เรื่องความอันตรายในประเทศไทยแต่เนื่องจากประเทศไทยยังคงอยู่ในอันดับที่นักท่องเที่ยวจีนอยากมาเที่ยวอยู่นั้น จึงมีจุดเด่นที่ประเทศไทยเห็นโอกาสในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจีนเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

2. ร้านต้องคำนึงถึงการรักษาความสะอาด และ รสชาติของอาหาร โดยร้านต้องกำหนดมาตรการการรักษาความสะอาดให้เป็นมาตรฐานโดยทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีการฆ่าเชื้อโดยใช้ยาพิเศษทำความสะอาดภาชนะ และ พื้นของร้าน เช่น มีเครื่องอบฆ่าเชื้อภาชนะใส่อาหาร มีการใช้ช้อนกลางสำหรับตักอาหาร และ ควรจัดเตรียมน้ำร้อนสำหรับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าใช้น้ำร้อนสำหรับล้างฆ่าเชื้อ ทั้งนี้อาจจะเลือกใช้ภาชนะแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เพื่อสร้างความรู้สึกอบอุ่นประทับใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงมีการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหาร การจัดโต๊ะที่นั่ง ควรเว้นระยะห่างเพื่อมาตรฐานความปลอดภัย เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ งานวิจัยของ ประภาพร ดิสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (2564) พบว่าปัจจัยทางกายภาพ รวมถึงอุปกรณ์ทำอาหาร จะต้องอยู่ในพื้นที่ปลอดภัย มีเจลแอลกอฮอล์สำหรับลูกค้า งานวิจัยของ สุภภัชชญา ทองคำผุย (2565) พบว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลต่อกิจการ เช่น การงดรับประทานอาหารนอกบ้าน การเว้นระยะห่าง จากการอภิปรายผลข้างต้นจะเห็นได้ว่าข้อค้นพบในงานวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่ได้อธิบายไว้ เมื่อพิจารณาต่อไปยังความสะอาดภายในร้านอาหารจีน เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงและรักษามาตรฐานความสะอาดอย่างดี เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) อธิบายว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในยุค การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ร้านอาหารควรปรับใช้วิธีการเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Physical Distancing) คือ รูปแบบการให้บริการตามแนวทางของรัฐบาล ด้วยการจำกัดจำนวนผู้เข้ารับบริการจากร้านอาหาร รวมถึง การเว้นระยะห่างในการรับประทาน การตรวจคัดกรอง และ การทำความสะอาดฆ่าเชื้อหลังผู้เข้ารับบริการ ซึ่งเหตุผลนี้ยังสอดคล้องกับที่ กัตตาการเล่งหงส์ (2562) อธิบายว่า ความสะอาดของร้านอาหารเป็นสิ่งสำคัญของร้านอาหาร ดังนั้นจึงควรคำนึงถึงความสะอาด และ ปลอดภัย ดังที่มีโครงการ “ร้านอาหารไทย ปลอดภัย สุขภาพดี”

(Clean Food Good Taste) ร้านอาหารที่ดีจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ความสะอาดของสถานที่ภายในร้าน และ ภายนอก อุปกรณ์การทำอาหาร การเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน เพื่อให้ได้ใช้บริการอย่างมีคุณภาพ นอกจากนั้นลูกค้าที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารยังเลือกจากร้านที่มีที่จอดรถเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จึงช่วยให้การให้บริการร้านอาหารจีนมีความสะดวกมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าในส่วนของข้อเสนอแนะที่ร้านอาหารจีนควรพัฒนาในด้านความสะอาดของร้าน โดยคำนึงถึงการสร้างมาตรฐานความสะอาดของร้านอาหารจีน ทั้งบริเวณร้าน รวมไปถึงภายในร้าน โดยการทำมาสะอาดฆ่าเชื้อภาชนะตลอดเวลา มีเครื่องอบฆ่าเชื้อภาชนะใส่อาหาร มีเครื่องลวกซ๋อนไว้ให้บริการ เพื่อสร้างความรู้สึที่ดีให้กับลูกค้าในด้านความปลอดภัยมากขึ้น ควรจัดเตรียมแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหาร การจัดโต๊ะที่นั่ง ควรเว้นระยะห่างเพื่อลดความแออัด รวมไปถึงการจัดทำที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่ร้านอาหารสามารถรองรับได้ และเพื่อช่วยสร้างความรู้สึที่ดีให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร

อภิปรายผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายรัฐที่ธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาได้รับความช่วยเหลือในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

การได้รับความช่วยเหลือจากนโยบายของรัฐ ได้แก่ การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน หรือ โครงการคนละครึ่ง และ การช่วยเหลือทางการเงินกับผู้ประกอบการ SMEs ต่าง ๆ ทั้งนี้ในส่วนของผู้ประกอบการบางรายที่ไม่ได้รับความช่วยเหลือในธุรกิจ แต่นโยบายภาครัฐให้ความช่วยเหลือกับพนักงานตามมาตรการประกันสังคมที่เข้ามาช่วยเหลือพนักงานของบริษัท เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่า ผลการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับที่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) อธิบายไว้ว่า กลุ่มร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงทำให้กลุ่มธุรกิจตลาดนี้มีความเปราะบางมาก ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะรักษากิจการให้คงอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และ การดำเนินธุรกิจหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 คลี่คลาย จะต้องพยายามลดต้นทุนการดำเนินงานให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะต้นทุนรายจ่ายประจำ เช่น การขอเจรจาต่อรอง เพื่อขอลดค่าเช่าพื้นที่ หรือ การทยอยปิดสาขาที่ทำรายได้น้อย รวมถึงขอความร่วมมือของพนักงานในการลดจำนวนเวลาการทำงานในช่วงเวลาที่ไม่มีความคึกคัก หรือ ลูกค้ามีจำนวนน้อย และ เพื่อให้กิจการยังพอมีรายได้จำเป็นที่จะต้องขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าคนไทยที่มีกำลังซื้อ หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ อีกทั้งการเข้าร่วมการให้บริการทางสื่อสังคมออนไลน์ ถือว่าเป็นอีกทางเลือกสำหรับกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร ดังนั้นวิธีการขายผ่าน

ช่องทางการให้บริการออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่จะช่วยหารายได้ให้กับร้านอาหารบ้าง และสามารถนำระบบการจัดส่งถึงบ้านมาใช้เป็นอีกช่องทางในการเพิ่มรายได้ในช่วงที่สถานการณ์คลี่คลายลงแล้ว

อภิปรายผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการในร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบ การใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เลือกใช้บริการร้านอาหารจีนประเภทต่าง ๆ ในเมืองพัทยา หลังจากผ่านพ้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จากข้อมูลที่อธิบายไว้ใน ไทยรัฐออนไลน์ (2566) ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกท่องเที่ยวที่ ๆ มีความคุ้มค่าโดยมักเลือกรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง นอกจากนั้นพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปลี่ยนไปจากเดิมจากที่เคยใช้บริการบริษัททัวร์ จะเริ่มเปลี่ยนไปใช้บริการจากแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTA (Online Travel Agency) รวมไปถึงแนวโน้มของการเลือกแหล่งท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยมุ่งหวังว่าจะต้องไปรับประทานอาหารเช้าครบตามรายการที่เตรียมไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงแนวทางที่จะนำไปพัฒนากลยุทธ์เพิ่มเติม จากการศึกษาข้อมูลของ Power SME Thai (2561) อธิบายว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน จะเลือกรับประทานอาหารที่อร่อย โดยเลือกรับประทานทั้งอาหารไทย อาหารจีน และ อาหารของทุกชาติ โดยนิยมชำระเงินผ่านมือถือ โดยการจ่ายเงินผ่าน รหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่สามารถชำระได้ทั่วโลก นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในระยะหลัง พบว่า นักท่องเที่ยวจีนที่เป็นคนรุ่นใหม่ นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ ซึ่งจะเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือ เพื่อน ๆ ทำให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นได้ตามต้องการ ทั้งในเรื่องของที่พักรับจ้างซื้อของ หรือ ค่าอาหาร ซึ่งสามารถเลือกใช้บริการด้านการท่องเที่ยวได้ตามใจ โดยไม่ถูกจำกัด การใช้ชีวิตกินอยู่หรูหรา ไปจนถึงแบบค่อยเป็นค่อยไปอย่างอิสระ ดังนั้นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ร้านอาหารจีนควรพัฒนาต่อไป คือการวิเคราะห์ตลาดผู้บริโภค และ คู่แข่งทั้งทางตรง และ ทางอ้อม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและ ลักษณะของผู้บริโภค รวมถึงทิศทางต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาสร้างโอกาส และ การประเมินทางธุรกิจ อีกทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับความสะอาดของร้านอาหาร การรักษามาตรฐานความอร่อยของอาหาร รวมถึงการให้ความสำคัญในการจัดร้านตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม เพื่อตอบรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเปลี่ยนไปจากเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการศึกษาหาข้อมูลก่อนการท่องเที่ยวจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทางออนไลน์ โดยจะระบุไว้ในรายการ

การท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ซึ่งการเตรียมการในการวางแผนการพัฒนา ร้านอาหาร และ รายการอาหาร รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการสื่อสารบนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยสร้างโอกาสให้ธุรกิจร้านอาหาร และสามารถดึงดูดให้ลูกค้าหน้าเก่ากลับมาใช้บริการซ้ำ และ ดึงดูดลูกค้าหน้าใหม่ให้ต้องการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จของร้านอาหารจีนได้

นอกจากนั้นควรสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มตลาดรองเพิ่มขึ้น และ ในกลุ่มของลูกค้าที่เป็นบริษัทนำเที่ยว ซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับที่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) อธิบายว่า การประกอบธุรกิจร้านอาหารควรมีการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ หรือ อยู่ในตลาดต่างประเทศ โดยการเข้าร่วมการให้บริการจัดส่งถึงบ้านออนไลน์ โดยธุรกิจร้านอาหาร ควรใช้เป็นทางเลือกเพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารเติบโตเจริญก้าวหน้าขึ้น ซึ่งประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี (2562) อธิบายว่า ธุรกิจมักต้องการที่จะเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยการขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น ขยายฐานลูกค้า หรือ การเพิ่มสาขาขึ้น มีพนักงานเพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดความมั่นคงทั้งทางการเงิน และ ฐานะทางสังคมเพื่อผลประโยชน์ หรือ กำไร ดังนั้นร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ควรเตรียมแนวทางการขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติประเทศอื่น ๆ นอกจากประเทศจีน เพื่อพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย ดังที่ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (2566) ได้อธิบายว่า การเพิ่มผลิตภัณฑ์ หรือ บริการใหม่ ตลอดจนการเพิ่มยอดขายในตลาดที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งทางตลาดขององค์กรนั้นจะต้องพัฒนากลยุทธ์เพิ่มยอดขายให้เหมาะสม และ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กร เพื่อสร้างรายได้ที่เติบโต และ ความมั่นคงในระยะยาว ดังนั้น ร้านอาหารจีนควรจัดเตรียมเขียนแผนธุรกิจในการพัฒนาร้านอาหารจีน หรือ ร้านอาหารประเภทอื่น ๆ เพื่อรองรับกับกลุ่มลูกค้าต่างชาติประเทศอื่น ๆ ซึ่งต้องมีการกำหนดแผนให้ชัดเจน ดังที่ Businessnewsdaily (อ้างใน Pnstoretailer.com, 2566) อธิบายว่า แนวทางการประกอบธุรกิจ หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจต้องมีการเขียนแผนธุรกิจ โดยกำหนดจุดประสงค์ เป้าหมาย การจัดหาเงินทุน การประเมินการเงินของผู้ประกอบการ โดยต้องวางแผนควบคุมค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น รวบรวมต้นทุน และ วางแผนการเงินสำรอง กำหนดโครงสร้างธุรกิจ โดยเลือกที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจทั้งหมดด้วยตัวเอง หรือ ต้องการหุ้นส่วน การสร้างทีมงาน โดยกำหนดการว่าจ้างพนักงาน และ กำหนดโครงสร้างของทีมงานที่มีคุณภาพเพื่อบริหารงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ การคัดเลือกทีมงานขาย การสร้างแบรนด์ และการทำการตลาด เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น ดังนั้นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ร้านอาหารจีน ควรพัฒนาต่อไปคือการสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่น ๆ เพิ่มขึ้นทั้งนี้เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มตลาดรอง และ ในกลุ่ม

ของลูกค้าที่เป็นบริษัทนำเข้า เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นหากรับเฉพาะกลุ่มลูกค้าจากประเทศจีน ทั้งนี้สามารถเลือกช่องทางการนำเสนอร้านอาหารจีนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เว็บไซต์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือ ทำการคอนเทนต์ต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ และ การปรับปรุง ขยายธุรกิจ เพื่อตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับ และ ความพยายามในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และ บริการอยู่เสมอ ซึ่งการดำเนินดังกล่าวจะช่วยสร้างโอกาสในการขยายกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศได้สะดวก รวดเร็ว และ ลดความเสี่ยงให้กับธุรกิจร้านอาหารจีนได้ดียิ่งขึ้น และ ช่วยให้เกิดการขยายธุรกิจร้านอาหารให้ก้าวหน้าต่อไปได้

อภิปรายผลการศึกษา วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนในเมืองพัทยาให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนควรมุ่งเน้นที่ความสะอาดของอาหาร โดยเลือกวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ และ รักษามาตรฐานความอร่อยให้คงไว้ในส่วนของความสะอาดภายในร้าน ทางร้านต้องทำความสะอาดฆ่าเชื้อโดยใช้น้ำยาพิเศษทำความสะอาดทั้งภาชนะ และ พื้นของร้าน รวมถึงมีการจัดเตรียมแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหาร นอกจากนี้การพัฒนารสชาติอาหาร และ ความสะอาดของอาหารแล้ว ควรพัฒนาเรื่องการจัดตกแต่งอาหารให้สวยงาม ดูดี เพื่อให้ลูกค้าสามารถถ่ายรูปอาหารลงสื่อสังคมออนไลน์ได้ เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ งานวิจัยของ ประภาพร ดีสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (2564) พบว่า ควรใช้การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้เห็นถึงความสะอาด ปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจในการสั่งอาหารผ่านช่องทางการให้บริการออนไลน์ ซึ่งลูกค้าจะได้รับความปลอดภัยแน่นอน งานวิจัยของ วัฒนะ สุขขวัญ (2565) พบว่า ผู้บริโภคมีความเข้าใจต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จึงมุ่งเน้นความสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภค คือ ความปลอดภัยด้านอาหาร และ ภาชนะ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด จากผลการศึกษาเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงเห็นว่าการพัฒนาคุณภาพอาหารให้มีความสดใหม่ มีคุณภาพดี รสชาติอร่อย การจัดตกแต่งอาหารให้สวยงาม ดูดี เป็นสิ่งที่ร้านอาหารจีนควรมุ่งมั่นที่จะรักษาและพัฒนาคุณภาพของอาหารจีนอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาต่อไปเห็นว่าเหตุผลนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดต่าง ๆ ดังนี้ แนวคิดของ กัตตาการเล่งหงส์ (2562) อธิบายว่า การเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน ลูกค้าจะเลือกอาหารสดใหม่ รสชาติอร่อย และ มีคุณภาพดี โดยพฤติกรรมของคนจีนจะเน้นอาหารที่ปรุงสุกสดใหม่ เพื่อให้สามารถคงคุณค่าของสารอาหารได้อย่างครบถ้วน

แนวคิดของ Power SME Thai (2561) อธิบายว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จะเลือกรับประทานอาหารที่อร่อย โดยเลือกรับประทานทั้งอาหารไทย อาหารจีน และ อาหารของทุกชาติ แนวคิดของ ไทยรัฐออนไลน์ (2566) อธิบายว่า หลังจากผ่านพ้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นจะระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงเลือกรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงในด้านความอร่อย ที่ดูมาจากการรีวิวผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมในสื่อที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาหารที่มีคุณภาพ และมีรสชาติที่อร่อยนั้น ได้จากการเปิดประสบการณ์การรับรู้ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เคยมีคนนำไปรีวิว ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ร้านอาหารจีนควรเพิ่มการรับรู้ถึงอาหารของร้านที่มีคุณภาพดี สะอาด สดใหม่ และมีรสชาติอร่อยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จะต้องมีการปรับกลยุทธ์เพิ่มเติมดังที่ได้ศึกษาจากแนวคิดของ กฤติกา คุณูปการ (2564) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะเลือกใช้บริการในร้านอาหารที่เคยดูรีวิวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะถือว่าเป็นสิ่งที่ควรแสวงหาร้านอาหารตามที่ดูรีวิวเพื่อช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี ซึ่งประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับที่ ไทยรัฐออนไลน์ (2566) อธิบายไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้บริการจากแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTA (Online Travel Agency) ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว หรือร้านอาหารจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยมุ่งหวังว่าจะต้องไปรับประทานอาหารให้ครบตามที่ได้ดูบนสื่อสังคมออนไลน์ และ รายการที่เตรียมไว้เพื่อจะเข้าไปใช้บริการ นอกจากนี้ร้านอาหารจีนควรต้องเพิ่มเติมเรื่องการให้บริการชำระเงินผ่านมือถือ ดังที่ Power SME Thai (2561) อธิบายว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จะนิยมชำระเงินผ่านมือถือ โดยการจ่ายเงินผ่าน รหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่สามารถชำระได้ทั่วโลก จึงสรุปได้ถึงแนวทางในด้านอาหารของร้านอาหารจีน

นอกจากนั้นควรพัฒนาในส่วนของคุณภาพของร้านอาหารจีน ควรมุ่งเน้นความสะอาด และความสวยงามภายในร้าน ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้งของร้านอาหารจีน ควรตั้งร้านให้อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวนิยมนำคณะนักท่องเที่ยวชาวจีนไปเที่ยว เพราะทำเลเป็นอีกปัจจัยที่บริษัททัวร์ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับที่ Hotel.com (2559, อ้างถึงใน Thumbsup Media, 2560) อธิบายว่า ลูกค้าที่มาพักที่โรงแรมมักจะเลือกรับประทานอาหารจีนในโรงแรมเพราะสะดวกไม่ต้องเดินทางไปรับประทานอาหารไกลจากโรงแรมที่พัก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารอาจจะต้องขอความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวในการขอรายการท่องเที่ยวให้กับลูกค้าชาวจีน เพื่อสร้างโอกาสในการขยายร้าน หรือ การเปิดร้านอาหารจีนแห่งใหม่โดย

พิจารณาทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยว หรือ ไปพัก เพื่อสร้างโอกาสในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มมากขึ้น

2. สถานที่ ควรจัดร้านอาหารจีนให้สวยงามโดยออกแบบตกแต่งร้าน หรือ ทาสีให้ดูใหม่อยู่เสมอ เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับที่ ไทยรัฐออนไลน์ (2566) อธิบายว่า หลังจากผ่านพ้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน จะเลือกใช้บริการในสถานที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มีความปลอดภัย ตกแต่งสวยงาม และ สามารถรับประทานอาหารได้ตามรายการที่เตรียมไว้ ซึ่งเหตุผลนี้สอดคล้องกับที่ กฤติกา คุณูปการ (2564) อธิบายว่า ร้านอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเลือกซื้ออาหารจากการดูรีวิว หรือ ข้อคิดเห็นจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยม และ ให้ความเชื่อถือในข้อมูล อาทิเช่น วีแชท (WeChat) ไป๋ตู้ (Baidu) เว่ยป้อ (Weibo) เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยว มักจะมีความชื่นชอบในการสร้างคอนเทนต์โดยการถ่ายรูปลงในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำการรีวิว หรือ เพื่อเรียกยอดวิว ให้คนสนใจในคอนเทนต์ ที่ตนเองได้สร้างขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าในส่วนของข้อเสนอแนะที่ร้านอาหารจีนควรพัฒนา คือ ในด้านความสวยงามของสถานที่ รวมถึงการจัดทำมุมถ่ายรูปให้กับลูกค้าเพื่อที่ลูกค้าสามารถนำมาทำคอนเทนต์สำหรับรีวิว และ แนะนำร้านอาหารจีนให้กับกลุ่มเป้าหมายรายใหม่ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนให้สามารถบันทึกร้านอาหารจีนไว้ในรายการที่จะเข้ามาใช้บริการเมื่อได้มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ประเทศไทย ทั้งนี้ร้านอาหารจีนอาจจัดกิจกรรมให้ประโยชน์กับลูกค้าชาวจีนที่เคยเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีน เช่น การสร้างคอนเทนต์ หรือ โพสต์แนะนำข้อมูลของร้านอาหารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มียอดติดตามที่กำหนด จะได้รับบัตรรับประทานอาหารฟรี เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร และ สร้างโอกาสในการรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนได้มากยิ่งขึ้น

จากการอภิปรายข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ร้านอาหารจีนควรเพิ่มเติมสำหรับการรับรู้ถึงอาหารของร้านอาหารจีน จำเป็นต้องเลือกใช้วิธีการจัดส่งถึงบ้าน เพื่อเป็นทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งควบคู่กับการให้บริการลูกค้าในร้านอาหารจีน เพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ที่ได้จากการขายหน้าร้าน ทั้งนี้ควรจัดทำเมนู และ ลงรูปเมนูอาหาร ทำการเป็นชุดเมนูอาหารให้เลือก หรือ การใช้ชื่อเมนูภาษาจีนเพิ่มเติมจากภาษาไทย หรือ ภาษาอังกฤษ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านช่องทางให้บริการออนไลน์ หรือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อกระตุ้นการสั่งซื้อ และ การจัดแบบจัดส่งถึงบ้าน ทั้งนี้ร้านอาหารจีนสามารถเลือกใช้บริการส่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มการให้บริการออนไลน์เหล่านี้ เช่น แกร็บฟู้ด

(GrabFood) ไลน์แมน (LineMan) ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้นับว่าเป็นทางเลือกที่ทั้งผู้บริโภค และ ผู้ให้บริการต่างใช้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า และ รับบริการ ซึ่งการให้บริการออนไลน์เหล่านี้นับว่าเป็นการให้บริการที่ตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และ การให้บริการผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้แก่ร้านอาหาร รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเข้าไปดู เพื่อสร้างโอกาสในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกร้านอาหารจีนไว้ในแผนการเข้ามาใช้บริการเมื่อได้มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ประเทศไทย เพิ่มมากขึ้น

3. การตั้งราคา ควรกำหนดราคา และ คำนึ่งถึงความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร เพื่อให้บริษัทนำเที่ยวสามารถเสนอราคาให้แก่เอเยนต์ที่ประเทศจีนเพื่อทำการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในด้านราคาเพื่อดึงดูดกลุ่มบริษัทนำเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนำเที่ยว เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ งานวิจัยของ ประภาพร ดิสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (2564) พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ร้านอาหารต้องกำหนดราคาให้เกิดความคุ้มค่าสำหรับลูกค้าที่ต้องจ่ายเพื่อสินค้านั้น ๆ และ การบริการนั้น ๆ งานวิจัยของ ชนัญรักษ์ สุวรรณวัฒน์ (2565) พบว่า ราคาอาหารเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับทั้งลูกค้า และ ผู้จัดจำหน่าย โดยกำหนดราคาที่เหมาะสม และ จำต้องได้กับการขายผ่านระบบออนไลน์ งานวิจัยของ เสาวนีย์ ตรีรัฐเพชรและคณะ (2565) พบว่า การปรับตัวของผู้ประกอบการ โดยร้านอาหารมีการจัดราคาพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายและใช้วัตถุดิบที่สด สะอาด จากการอุปโภคบริโภค ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ร้านอาหารจีนควรกำหนดราคาโดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร ซึ่งอาจจะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในด้านราคาให้กับกลุ่มบริษัทนำเที่ยว เพื่อดึงดูดกลุ่มบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้สามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการกับร้านอาหารจีนได้ง่ายขึ้น รวมไปถึงการกำหนดราคาที่เหมาะสม และ จำต้องได้สำหรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าใช้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวในการพัฒนากิจกรรมด้านราคาอยู่เสมอ เช่น การจัดราคาพิเศษร่วมกับโรงแรมที่พักในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low Season) เพื่อดึงดูดลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มักจะเลือกใช้บริการจากการคูรีวิวนบนสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

4. พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา แต่งกายสะอาดเหมาะสมกับงานบริการ และ พนักงานที่ให้บริการที่เป็นคนจีนควรสื่อสารภาษาไทยได้ เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ งานวิจัยของ ประภาพร ดิสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (2564) พบว่าบุคลากร หรือ พนักงานต้องแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ งานวิจัยของ สุภภัชชญา

ทองคำผุย (2565) พบว่าพนักงานสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาในการให้บริการ เมื่อพิจารณาต่อไปเห็นว่า ข้อค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับที่ กัตตาการ์เล่งหงส์ (2562) อธิบายว่า พนักงานที่ให้บริการในร้านอาหารต้องมีความสะอาด และที่ Hotel.com (2559, อ้างถึงใน Thumbsup Media, 2560) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการพนักงานที่สามารถพูดภาษาจีนกลางได้ และ เลือกใช้บริการกัตตาการ์ หรือ ร้านอาหารจีนในโรงแรม ตามลำดับ โดยความต้องการข้างต้นนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนคาดหวังว่าจะได้รับความพร้อมในการรับบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมพนักงาน หรือ คัดเลือกพนักงานที่สามารถพูดภาษาจีนกลางได้เป็นผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน จากการอภิปรายข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่า ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ร้านอาหารจีนควรมุ่งเน้น คือ คุณภาพของพนักงานที่ให้บริการ โดยพนักงานต้องมีร่างกาย และ แต่งกายสะอาดเรียบร้อยอย่างสม่ำเสมอ มีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา รวมถึงต้องมีทักษะในการพูดภาษาจีนกลาง และ สื่อสารภาษาไทยได้ด้วย เพื่อสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน และ ลูกค้านักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนให้ดียิ่งขึ้น

5. คุณภาพมาตรฐานของร้านอาหาร ควรมุ่งเน้นที่การรักษาความสะอาดของร้าน และการรักษาระดับความอร่อยของอาหารให้คงมาตรฐานไว้ ซึ่งปัจจัยบวกของร้านอาหารที่สามารถเห็นเป็นรูปธรรมนี้ จะเป็น โอกาสให้บริษัทนำเที่ยวเลือกใช้บริการกับร้านอาหารจีนสำหรับลูกค้าของบริษัทนำเที่ยว เพราะหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกร้านอาหารจีนให้กับนักท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว คือ ต้องเลือกจากการเข้าสำรวจสถานที่จริงก่อนว่ามีความสวยงาม เหมาะสม และสามารถรองรับกับคณะทัวร์ได้ มีการให้บริการที่ดีที่สามารถสร้างความประทับใจในการใช้บริการ เมื่อพิจารณาแล้ว เห็นว่าข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับที่ กฤติกา คุณูปการ (2564) อธิบายว่า ร้านอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และ เลือกใช้บริการในร้านอาหาร โดยให้ความสำคัญในการใช้บริการร้านอาหารที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี รวมถึงมีการเลือกซื้ออาหารจากการดูรีวิวผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการทำตลาดกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ควรทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักร้านอาหารผ่านการโฆษณา หรือ สร้างการรับรู้ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ผ่าน แพลตฟอร์มหลัก ๆ และ ควรพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ บนแพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยม เพื่อสร้างการรับรู้จนถึงการตัดสินใจจอง และ การใช้จ่าย ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายยอดขายจากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ได้มากขึ้น อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

การศึกษานี้ ผู้วิจัยจะเสนอแนะเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา ที่จะกลับมาเปิดกิจการร้านอาหารจีน หรือ ที่เปิดกิจการร้านอาหารจีนใหม่ ดังนี้

1. ร้านอาหารจีน ควรพัฒนา และ สร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อให้ทราบถึงอาหารของร้านอาหารจีน ซึ่งมีคุณภาพดี สะอาด สดใหม่ และ มีรสชาติอร่อย โดยนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ หรือ แพลตฟอร์มออนไลน์ มีการจัดทำเมนูอาหารที่หลากหลาย โดยใช้ภาษาเขียนในเมนูเป็นภาษาจีน มีการเสนอภาพที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเคยเข้ามาใช้บริการ และ ลงภาพร้านอาหารเพื่อทำการรีวิวอาหาร และ บรรยากาศในร้าน หรือ การให้รางวัลพิเศษกับนักท่องเที่ยวที่แสดงความคิดเห็น ความประทับใจที่ได้เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนเพื่อช่วยสร้างความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเคยได้รับจากการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีน และ ร้านอาหารจีนควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินผ่านมือถือ โดยการจ่ายเงินผ่าน รหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่สามารถชำระได้ทั่วโลก เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ร้านอาหารจีน ควรเข้าร่วมโครงการ ร้านอาหารไทย ปลอดภัย สุขภาพดี (Clean Food Good Taste) เพื่อให้ได้รับการรับรองการเป็นร้านอาหารที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดตามหลักสุขาภิบาลอาหาร เกี่ยวกับความสะอาดของสถานที่ภายในร้าน และ ภายนอก รวมถึงอุปกรณ์การทำอาหาร และ รสชาติ ความสะอาด ของอาหาร ทั้งนี้ร้านอาหารควรมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ช่วยทำความสะอาด เช่น จัดหาเครื่องอบฆ่าเชื้อภาชนะใส่อาหาร หรือ เครื่องลวกช้อนไว้บริการ เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดี ปลอดภัย ให้กับลูกค้า รวมถึงควรมีจัดเตรียมแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านอาหาร มีการจัดโต๊ะที่นั่ง เว้นระยะห่าง เพื่อลดความแออัด รวมไปถึงการจัดทำที่จอดรถให้เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ร้านอาหารสามารถรองรับได้ เพื่อช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร

3. ร้านอาหารจีนควรขอความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อขอข้อมูลรายการการท่องเที่ยวของลูกค้าชาวจีน เพื่อสร้างโอกาสในการขยายร้าน หรือ การเปิดร้านอาหารจีนแห่งใหม่ โดยพิจารณาทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยว หรือ ไปพัก เพื่อสร้างโอกาสในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มมากขึ้น

4. ร้านอาหารจีน ควรพัฒนาในด้านความสวยงามของสถานที่ โดยมีการออกแบบตกแต่งร้านให้สวยงาม ทาสีให้ดูดีให้ดูใหม่เสมอ รวมถึงมีการจัดทำเมนูถ่ายรูปให้กับลูกค้าเพื่อที่ลูกค้าจะ

สามารถถ่ายรูปเพื่อนำไปลงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะสร้างเป็นคอนเทนต์ แนะนำร้านอาหารจีนให้กับกลุ่มเป้าหมายรายใหม่ที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อให้บันทึกร้านอาหารจีนไว้ในรายการที่จะเข้ามาใช้บริการเมื่อได้มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ทั้งนี้ร้านอาหารจีนอาจจัดกิจกรรมสำหรับลูกค้าชาวจีนที่เคยเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีน เช่นการสร้างคอนเทนต์ หรือ แนะนำข้อมูลของร้านอาหารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่มียอดติดตามที่กำหนด จะได้รับบัตรรับประทานอาหารฟรี เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร และ สร้างโอกาสในการรับรู้ให้กับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนได้มากยิ่งขึ้น

5. ร้านอาหารจีน ควรเพิ่มเติมการรับรู้ถึงอาหารของร้านอาหารจีน จึงจำเป็นต้องเลือกใช้วิธีการจัดส่งแบบการจัดส่งถึงบ้าน ให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งควบคู่กับการให้บริการลูกค้าในร้านอาหารจีน และ เป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ที่ได้จากการขายหน้าร้าน ทั้งนี้ควรจัดทำเมนูโดยลงรูปเมนูอาหารที่จัดทำเป็น ชุดเมนูอาหารให้เลือก การใส่เมนูชื่อภาษาจีนเพิ่มเติมจากชื่อภาษาไทย หรือ ชื่อเมนูภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการสั่งอาหารผ่านช่องทางบริการออนไลน์ และ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อกระตุ้นการสั่งซื้อ และ จัดส่งแบบจัดส่งถึงบ้าน ร้านอาหารจีนสามารถเลือกใช้บริการส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ เช่น แกร็บฟู้ด (GrabFood) ไลน์แมน (LineMan) ฟู้ดแพนด้า (Foodpanda) แอปพลิเคชันออนไลน์เหล่านี้นับว่าเป็นทางเลือกที่ทั้งผู้บริโภค และ ผู้ให้บริการต่างใช้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า และ รับบริการ ซึ่งการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ร่วมกับร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายให้แก่ร้านอาหารรวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเข้าใช้ เพื่อสร้างโอกาสในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกร้านอาหารจีนไว้ในแผนการเข้าใช้บริการ เมื่อได้มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

6. ร้านอาหารจีน ควรกำหนดราคาโดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร ซึ่งอาจจะจัดโปรโมชั่นด้านราคาให้กับกลุ่มบริษัทนำเที่ยว เพื่อดึงดูดกลุ่มบริษัทนำเที่ยวให้สามารถเสนอราคาให้กับเอเยนต์ที่ประเทศจีน และ ตัดสินใจเลือกใช้บริการกับร้านอาหารจีนได้ง่ายขึ้น รวมไปถึงการกำหนดราคาที่เหมาะสม และ จำต้องได้ให้กับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวในการพัฒนากิจกรรมด้านราคาอยู่ตลอดเวลา

7. พนักงานในร้านอาหารจีนควรแต่งกายให้สะอาด เรียบร้อยอยู่เสมอ รวมถึงการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และ พนักงานควรได้รับการอบรม หรือ มีการคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะในการพูดภาษาจีนกลาง และ สื่อสารภาษาไทยได้ด้วย เพื่อให้สามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือ ลูกค้าทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการในร้านอาหารจีนได้ดียิ่งขึ้น

8. ร้านอาหารจีน ควรเลือกการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ช่วยสร้างการรับรู้ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ของร้านอาหารจีนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งจะเลือกรับประทานอาหารที่อร่อย โดยเลือกรับประทานทั้งอาหาร ไทย อาหารจีน และ อาหารของทุกชาติ ร่วมถึงการชำระเงินผ่านมือถือ โดยการจ่ายเงินผ่าน รหัสคิวอาร์ (QR Code) ที่สามารถชำระได้ทั่วโลก ทั้งนี้หากร้านอาหารสามารถพัฒนาได้ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้รับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจนสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการกับร้านอาหารจีน ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายยอดขายจากนักท่องเที่ยวชาวจีนได้มากขึ้น

9. ร้านอาหารจีน ควรสร้างกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นเพิ่มขึ้น เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มตลาดรอง และ ในกลุ่มของลูกค้าที่เป็นบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น หากรับเฉพาะกลุ่มลูกค้าจากประเทศจีน ทั้งนี้สามารถเลือกช่องทางการนำเสนอร้านอาหารจีนผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือ การทำคอนเทนต์ผ่านแพลตฟอร์มบนสื่อสังคมออนไลน์ และ การปรับปรุง ขยายธุรกิจ รวมถึงความพยายามในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และ บริการอยู่เสมอ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยสร้างโอกาสในการขยายกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศได้สะดวก รวดเร็ว และ ลดความเสี่ยงให้กับธุรกิจร้านอาหารจีนได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการขยายธุรกิจร้านอาหารให้ก้าวหน้าต่อไปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถเสนอแนะการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้ข้อมูล กลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารจีนบนสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวไทย และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ที่มาใช้บริการร้านอาหารจีน ในจังหวัดชลบุรี

2. ควรเปรียบเทียบความแตกต่างของการเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวไทย และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ที่มาใช้บริการร้านอาหารจีน ในจังหวัดชลบุรี

3. ควรศึกษา อิทธิพลของการสร้างการรับรู้ข้อมูลกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารจีนในจังหวัดชลบุรี บนสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารจีนของนักท่องเที่ยวไทย และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มาใช้บริการร้านอาหารจีน ในจังหวัดชลบุรี

บรรณานุกรม

- กรุงศรีออนไลน์. (2564ก). ผลกระทบของสถานการณ์โควิด-19 ต่อเศรษฐกิจและคนทำธุรกิจ SME. <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/covid19-newnormal-with-sme>
- กรุงศรีออนไลน์. (2564ข). ร้านอาหารปรับตัวอย่างไร ? ในวันที่โควิด-19 ยังอยู่อีกยาว. <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/business-food-management>
- กฤษฎวัฒน์ จิตวโรภากุล, เอี่ยมพร ศิริรัตน์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ สโรชินี ศิริวัฒนา. (2565). ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 2.
- กฤติกา คุณูปการ. (2564). ตลาดนักท่องเที่ยวจีน. <https://tourism.utcc.ac.th/บทความเรื่อง-การท่องเที่ยว-2/>
- กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจีนเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. (2565). ประเภทของร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา, สัมภาษณ์กลุ่มเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2565.
- คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2564). ระบบราชการ 4.0. <https://www.opdc.go.th/content/Mzk>.
- ชัญญรัตน์ สุวรรณวัฒน์. (2565). แนวทางการปรับแผนธุรกิจของร้านอาหาร เพื่อการจัดการภาวะวิกฤต ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 [สาขาวิชาผู้ประกอบการอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา].
- ไทยโพสต์. (2566). นักท่องเที่ยวจีนหลดเข้าเหลือ 3.5 ล้านคน ททท.เร่งทำงานเชิงรุก. <https://www.thaipost.net/economy-news/490213/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566, 29 กันยายน). นักท่องเที่ยวจีนที่ไม่เหมือนเดิม แต่ยังทรงพลัง. ไทยรัฐ. https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/2728672?gallery_id=7
- ชนภาคย์ อธิชัยพล. (2564). โควิดกำลังสอนเราว่าเราต้องทิ้งพัทยาแบบเดิมไปซะ บทเรียนจากวิกฤติของ สอนทยา คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยา. อ้างอิงบทสัมภาษณ์จาก ธ. อธิชัยพล. <https://themomentum.co/sontaya-khunpluem-pattaya-cityscape/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19. BOT Magazine, 55.
- ธิดิมา ไชยมงคล. (2562). แนวทางการปรับตัวการดำเนินธุรกิจ. Posttoday. <https://www.posttoday.com/pr/603062>

- บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2566). กลยุทธ์ทางธุรกิจ มุ่งเป้าประกอบอะไรบ้าง คนเริ่มต้น ลงทุนต้องรู้. <https://www.ktc.co.th/article/knowledge/business-strategy-what-are-the-components>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). ชาวจีนในพัตยาติคโควิด 1 ราย พบเดินห้าง กทม. 4 ครั้ง. ประชาชาติธุรกิจ. <https://www.prachachat.net/general/news-624727>
- ประภาพร ดีสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. (2564). การปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถี (STREET FOOD) ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2565). ความแตกต่างระหว่าง Brand Strategy กับ Business Strategy. <https://www.popticles.com/business/the-difference-between-brand-strategy-and-business-strategy/>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2564). ผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัตยาเร่งปรับรูปแบบร้านรับมาตรการผ่อนคลาย. ผู้จัดการออนไลน์. <https://mgronline.com/local/detail/9640000046882>
- "พระราชกำหนดการให้ความช่วยเหลือ และฟื้นฟูผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ. 2564. (2564)." ราชกิจจานุเบกษา. ตอนที่ 26 ก. หน้า 5-12.
- กัตตาการเล่งหงษ์. (2562). ร้านอาหารจีนควรเลือกร้านอย่างไรดี. <https://www.lenghongres.com/ร้านอาหารจีนควรเลือกร้านอย่างไรดี/>
- มติชนออนไลน์. (2566). ร้านอาหารพัตยาโอค โควิดชา แต่ธุรกิจไม่ฟื้น หวังนทท.จีนคัมแบ็ก ต่อลมหายใจอีกเฮือก. https://www.matichon.co.th/region/news_3782593
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. (2562). บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ [บทเรียนออนไลน์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- รัชพล เตชะพงศกิต. (2562). พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการ SME ควรปรับตัวอย่างไร. https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190328082228.pdf
- ลงทุนแมน. (2564). นักท่องเที่ยวต่างชาติ สำคัญกับเศรษฐกิจพัตยามากแค่ไหน? <https://www.longtunman.com/27507>
- วรวิฐิ สุวรรณวลัยกร. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย ระลอก 1.

- วัลย์พร รัตนเศรษฐ์ และ สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์. (2564, กรกฎาคม-สิงหาคม). บทบาทของภาครัฐในการบริหารจัดการกับการแพร่ระบาดของโควิด-19. 2(2), 71.
- วัฒน์ สุขขวัญ. (2565). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในช่วงวิกฤต covid-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร* [คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2566). *อาหารจีน*. <https://th.wikipedia.org/wiki/อาหารจีน>
- ศตพร เต็จดวง. (2564). *ความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา* [มหาวิทยาลัยรังสิต].
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). *โควิด-19 ยึดเหนี่ยวร้านอาหารปรับอย่างไรในวิกฤตนี้*. https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/ksmeknowledge/article/ksmeanalysis/pages/restaurant_covid.aspx
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ). (2564). *ประเมินผลงานกลางเทอมรัฐบาลประยุทธ์ 2: การควบคุมการระบาดของโควิด-19 และการบริหารจัดการวัคซีน*. <https://tdri.or.th/2021/07/report-2years-prayut-cabinet2/>
- สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย. (2563). *ประเทศไทยกับการรับมือ และสื่อสารภาวะวิกฤติ COVID19 จากผลกระทบของไวรัสสายพันธุ์ใหม่*. <https://www.prthailand.com/images/articles/expert-commu-covid19.pdf>
- สำนักงานข่าวประชาสัมพันธ์. (2564). *ผู้ประกอบการร้านอาหารพัทยาพยามยามได้ หลังคลายล็อกพื้นที่จังหวัดชลบุรี*. <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210519111858414>
- สำนักงานผู้ประสานงานสหประชาชาติประจำประเทศไทย. (2563). *สร้างใหม่ให้ดีกว่าเดิม กลยุทธ์รับมือโควิด 19 ของสหประชาชาติ ประเทศไทย*. <https://thailand.un.org/th/54651-สร้างใหม่ให้ดีกว่าเดิม-กลยุทธ์รับมือโควิด-19-ของสหประชาชาติ-ประเทศไทย>
- สุภกษชญา ทองคำสุข. (2565). *การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1-12.
- สุริวัสสา กล่อมเดช. (2561). *ความเชื่อในอาหารจีน เมื่ออาหารเป็นมากกว่าอาหาร*. https://krua.co/food_story/chinese-culinary-beliefs
- เสาวณีย์ ตรีรัฐเพชร, ศุภรัตน์ พิณสุวรรณ, วราภรณ์ ทนงศักดิ์. (2565). *สภาพสถานการณ์ และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19* [คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ].
- Kris Piroj. (2565). *กลยุทธ์ คืออะไร? ทำความเข้าใจกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ*. GreedisGoods. <https://greedisgoods.com/strategy/>

- Peakaccount.com. (2562). ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมในการเป็นเจ้าของกิจการสำหรับมือใหม่ และมนุษย์เงินเดือน . <https://peakaccount.com/blog/business/gen-biz/biz-start-running-business>
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2000). *Strategic management*. McGraw-Hill.
- Pnstoretailer.com. (2566). 10 แนวทางการเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ Step by step. <https://pnstoretailer.com/10-steps-to-start-business/>
- Power SME Thai. (2561). เจาะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน กิน อยู่ ใช้จ่ายอย่างไร . <https://www.powersmethai.com/sme-article/chinese-tourist-behavior/>
- Thumbsup Media. (2560). 6 ข้อควรรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่เปลี่ยนไป . <https://www.thumbsup.in.th/6-new-behaviors-of-chinese-tourists>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2006). *Strategic Management and Business Policy* (10th ed). Pearson Prentice Hall.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามงานวิจัย

ภาคผนวก (ก)

คำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารจีน)

คำถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบคำถามฉบับนี้ด้วย และ ขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง คำถามใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. ตำแหน่ง
4. ประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 เนื้อหา

1. ร้านอาหารจีนของท่านเป็นร้านอาหารประเภทใด
2. กลุ่มลูกค้าคนจีนที่มารับประทานอาหารเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบไหน
3. เมื่อเกิดเหตุการณ์โควิด19 ท่านประสบปัญหาอะไรบ้างจากเหตุการณ์ครั้งนี้
4. นโยบายภาครัฐมีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจมากน้อยเพียงใด
5. ท่านคิดว่าพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือ การใช้ชีวิตแบบ New Normal ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารจีนมากน้อยเพียงใด
6. ท่านได้มีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างไรบ้าง
7. การปรับตัวของธุรกิจท่านในภาพรวมท่านมีความคิดเห็นอย่างไร
8. ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด19 จะเปลี่ยนไปในทิศทางใดบ้าง
9. ท่านมีข้อเสนอแนะ และ ความคิดเห็นในการปรับตัวต่อร้านอาหารในวิกฤตนี้เช่นไร

ภาคผนวก (ก)

คำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว)

คำถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบคำถามฉบับนี้ด้วยและขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง คำถามใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. ตำแหน่ง
4. ประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 เนื้อหา

1. บริษัททัวร์จีนของท่านเป็นบริษัทนำเที่ยวแบบใด
2. กลุ่มลูกค้าคนจีนแบบไหน
3. ก่อนเกิดเหตุการณ์โควิด 19 บริษัทของท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างไร
4. เพราะเหตุใดถึงใช้บริการร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวจีน
5. นโยบายรัฐมีมาตรการช่วยเหลือบริษัทนำเที่ยวหรือไม่ หากมีท่านมองว่านโยบายต่าง ๆ มีส่วนช่วยเหลือมากน้อยเพียงใด
6. ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ มีความคิดเห็นต่อธุรกิจนำเที่ยวหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อย่างไร ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ มีความคิดเห็นต่อร้านอาหารจีนหลังเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อย่างไร

ภาคผนวก (ก)

คำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน และ มัคคุเทศก์)

คำถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบคำถามฉบับนี้ด้วยและขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง คำถามใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน และ มัคคุเทศก์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. ผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 เนื้อหา

1. ทำไมถึงเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน
2. ท่านมองว่าเหตุการณ์โควิด 19 ส่งผลต่อการรับประทานอาหารในร้านอาหารจีนมากน้อยเพียงใด
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการรับประทานอาหารจีนในช่วงเหตุการณ์โควิด 19 (ในมุมมองนักท่องเที่ยวชาวจีน)
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการปรับตัวของร้านอาหารจีนในเหตุการณ์โควิด 19 ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับร้านอาหารจีนอย่างไร



ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

ภาคผนวก (ข)
ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (ค่า IOC)
ของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อเรื่อง : แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน
 หลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในเมืองพญา จังหวัดชลบุรี
 แบบคำถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ส่งแบบคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญ
 ดังรายนามต่อไปนี้

1. ชื่อ ดร.ณภัคอร ปุณยภักัสสร
 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ชื่อ ผศ.ดร.สุชนนี เมธิโยธิน
 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ชื่อ ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม
 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ของแต่ละข้อไม่น้อยกว่า
 0.5 (อ้างอิง) ดังตารางสรุปคะแนนแบบทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามดังนี้

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจ 1 หมายถึง สอดคล้อง

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร						
ข้อ	ข้อความ/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลงผล
		1	2	3		
ข้อมูลทั่วไป						
1	เพศ	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
2	อายุ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3	ตำแหน่ง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4	ประสบการณ์ทำงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
เนื้อหา						
1	ร้านอาหารจีนของท่านเป็นร้านอาหารแบบใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2	กลุ่มลูกค้าคนจีนที่มารับประทานอาหารเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบไหน	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
3	เมื่อเกิดเหตุการณ์โควิด 19 ท่านประสบปัญหาอะไรบ้างจากเหตุการณ์ครั้งนี้	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4	นโยบายภาครัฐมีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจมากน้อยเพียงใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
5	ท่านคิดว่าพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือ การใช้ชีวิตแบบ New Normal จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารจีนมากน้อยเพียงใด	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
6	ท่านได้มีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างไรบ้าง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
7	การปรับตัวของธุรกิจท่านในภาพรวม ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
8	ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารจีนหลังเหตุการณ์โควิด 19 จะเปลี่ยนไปในทิศทางใดบ้าง	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
9	ท่านมีข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการปรับตัวต่อร้านอาหารในวิกฤตนี้เช่นไร	1	1	0	0.67	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว						
ข้อ	ข้อความ/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่			คะแนน IOC	แปลงผล
		1	2	3		
ข้อมูลทั่วไป						
1	เพศ	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
2	อายุ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3	ตำแหน่ง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4	ประสบการณ์ทำงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
เนื้อหา						
1	บริษัททัวร์เงินของท่านเป็นบริษัทนำเที่ยวแบบใด	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
2	กลุ่มลูกค้าคนจีนแบบไหน	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
3	ก่อนเกิดเหตุการณ์โควิด 19 บริษัทของท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจีนอย่างไร	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4	เพราะเหตุใดถึงใช้บริการร้านอาหารจีนสำหรับนักท่องเที่ยวจีน	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
5	เมื่อเกิดเหตุการณ์โควิด 19 บริษัทของท่านได้มีการปรับแนวทางการบริหารจัดการบริษัทอย่างไร เมื่อไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวจีนได้	0	1	0	0.33	ไม่ สอดคล้อง
6	นโยบายรัฐมีมาตรการช่วยเหลือบริษัทนำเที่ยวหรือไม่ หากมีท่านมองว่านโยบายต่าง ๆ มีส่วนช่วยเหลือมากน้อยเพียงใด	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
7	ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ มีความคิดเห็นต่อธุรกิจนำเที่ยวหลังเหตุการณ์โควิด 19	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
8	ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ มีความคิดเห็นต่อร้านอาหารจีนหลังเหตุการณ์โควิด 19 อย่างไร	1	1	0	0.67	สอดคล้อง

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน และ มัคคุเทศก์

แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน และ มัคคุเทศก์						
ข้อ	ข้อความ/ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่าน			คะแนน IOC	แปลงผล
		ที่ 1	2	3		
ข้อมูลทั่วไป						
1	เพศ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
2	อายุ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3	ผู้ให้สัมภาษณ์	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
เนื้อหา						
1	ทำไมถึงเลือกใช้บริการร้านอาหารจีน	0	1	1	0.67	สอดคล้อง
2	ท่านมองว่าเหตุการณ์โควิด 19 ส่งผลต่อการรับประทานอาหารในร้านอาหารจีนมากน้อยเพียงใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
3	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการรับประทานอาหารจีนในช่วงเหตุการณ์โควิด 19 (ในมุมมองนักท่องเที่ยวชาวจีน)	1	1	1	1.00	สอดคล้อง
4	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการปรับตัวของร้านอาหารจีนในเหตุการณ์โควิด 19	1	1	0	0.67	สอดคล้อง
5	ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือ ความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับร้านอาหารจีนอย่างไร	1	1	0	0.67	สอดคล้อง



ภาคผนวก ค
ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	APPLICATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
3823233	Jul 13, 2024 at 19:06 PM	thesis-buu	63710042_pure.pdf	Completed	2.81 %

Match Overview

Show 10 entries

Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	The role of government in managing the spread of COVID-19	Ratanaset, Walajorn	วารสารการนิเทศและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์	1.51 %
2	การดำเนินธุรกิจภายในจังหวัดเลย	มนัส ธัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	0.17 %
3	การบริโภคอาหารของนักศึกษาชั้นปีที่สองศึกษาชั้น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, Food consumption of Chinese graduate students', Chiang Mai University	เสี้ยววน ทวี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	0.16 %
4	อาหารจีน	วิรัตน์ชัย สาทรเกษมเสรี	Wikipedia	0.13 %
5	http://web.sut.ac.th/dbg/assets/img/dbg/blog/blog_04/pdf-file/menu_beside1_7_2.pdf	web.sut.ac.th	web.sut.ac.th_nutch	0.11 %
6	https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9575/4/Chapter3.pdf	kb.psu.ac.th	kb.psu.ac.th_nutch	0.11 %
7	Remedial measures of Government for Those affecting the Spread of COVID 2019	เกตุฉัตร, นันทา	Journal of Roi Kaensarn Academi	0.11 %
8	The New Normal Patterns of Consumers' Food Purchasing in Bangkok after the Coronavirus (COVID-19) epidemic situation	พนชช. สิริลักษณ์	วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษาและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุพรรณบุรี	0.10 %
9	การรับรู้เกี่ยวกับประจวบคีรีขันธ์จากเขียนและบทกวีที่เพิ่มขึ้นมีการท่องเที่ยวไปประกอบการร้านอาหาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	เจริญชัย ทวีภักดิ์เสนา	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	0.09 %
10	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตร์ในการมีประสบการณ์วิชาชีพกฎหมาย	พงษ์เลิศ, ทวีร์	วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	0.08 %



ภาคผนวก ง

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

สำเนา

ที่ G-HU 030/2565



เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย : G-HU030/2565

โครงการวิจัยเรื่อง : แนวทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังเหตุการณ์โรคระบาดโควิด19
ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

หัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวอลิส แซ่ยูน

หน่วยงานที่สังกัด : วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการหลัก (สารนิพนธ์/ งานนิพนธ์/ : อาจารย์ ดร.สุรตี สุทธิฉายากร
วิทยานิพนธ์/ ดุษฎีนิพนธ์)

หน่วยงานที่สังกัด : วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการร่วม (สารนิพนธ์/ งานนิพนธ์/ : อาจารย์ ดร.สุธาศิณี สุศิวะ
วิทยานิพนธ์/ ดุษฎีนิพนธ์)

หน่วยงานที่สังกัด : วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

วิธีพิจารณา : Exemption Determination Expedited Reviews Full Board

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
2. เอกสารโครงการวิจัยฉบับภาษาไทย ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
4. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
5. เอกสารแสดงรายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
6. เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี) ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. -

วันที่รับรอง : วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565

วันที่หมดอายุ : วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2566



สำเนา

ลงนาม นางสาวพินิตพรพรณ เลิศล้ำ

(นางสาวพินิตพรพรณ เลิศล้ำ)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาว อลิศ แซ่ยูน
วัน เดือน ปี เกิด	11 ตุลาคม 2533
สถานที่เกิด	สหรัฐอเมริกา
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2560 – 2563 Co-founder of Nevermissed Garment รับผลิตชุดยูนิฟอร์ม โปโล พ.ศ. 2562 – 2563 Owner of Porjai Tum Pattaya ร้านอาหารอีสาน พ.ศ. 2562–2563 Co-founder of WHAN milk bar Pattaya พ.ศ.2557- ปัจจุบัน - Chief Operating Officer at The Gulf Pattaya - Partnership of BOHE by indigo Macau in Thailand - The Gulf garment รับผลิตเสื้อผ้า
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2552–2556 ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ พ.ศ. 2559–2561 รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองและการปกครอง) มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ. 2566 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการธุรกิจโลก) มหาวิทยาลัยบูรพา