



การพัฒนาการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่

จूरึมาศ ชะยะมังคะลา¹ รัตน์ศรีน แก้วตา²

คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์¹²

E-mail: Jureemascha@pim.ac.th¹

Received 28 Jun 2022

Revised 16 Sep 2022

Accepted 25 Oct 2022

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารรูปแบบ บุฟเฟต์ในรูปแบบวิถีใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจมากที่สุดและมีความประสงค์ในการศึกษารูปแบบการให้บริการอาหารประเภทบุฟเฟต์ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการในธุรกิจภัตตาคารที่ให้บริการในรูปแบบบุฟเฟต์ โดยศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภค สภาพการแข่งขันในตลาดเพื่อพัฒนาภาพรวมและข้อเสนอแนะต่างๆในการปรับตัวของธุรกิจภัตตาคารที่ให้บริการในรูปแบบบุฟเฟต์ให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในรูปแบบบุฟเฟต์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการประกอบธุรกิจภัตตาคารที่มีการให้บริการอาหารบุฟเฟต์ เพื่อนำเสนอการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ได้รูปแบบการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือประชากรที่เคยใช้บริการอาหารประเภทบุฟเฟต์กลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 18- 45 ปี ในจังหวัดนนทบุรี

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการให้บริการอาหารรูปแบบบุฟเฟต์ในยุค New Normal ที่อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ยังคงมีการแพร่ระบาดอยู่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด โดยในกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นกลุ่มพึงพอใจการบริการที่ลูกค้าบริการตนเอง 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และการบริการที่ให้พนักงานบริการอาหารจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ซึ่งจากความคิดเห็นนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าในการบริการอาหารผู้ประกอบการบางรายที่ให้บริการในรูปแบบลูกค้าบริการตนเองต้องมีการปรับตัวเนื่องจากลูกค้าจะระมัดระวังเรื่องการสัมผัสอุปกรณ์ในการตักอาหารและการเดินตักอาหาร ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อในลูกค้าบางรายที่อาจติดเชื้อมาและยังไม่รู้ตัวที่มีการติดเชื้อ

กระบวนการระหว่างใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ร้านมีบริการแฮนด์ไฮลีสให้ลูกค้าก่อนเข้ารับบริการ ร้านค้าควรทำความสะอาดพื้นที่นั่งและโต๊ะ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนทุกครั้งลูกค้าจะเข้าไปใช้บริการ มีการจัดอุปกรณ์ต่างๆสำหรับการใช้บริการ อาทิเช่น จาน ช้อน ส้อม กระดาษเช็ดปาก และไม้จิ้มฟัน ด้วยการบรรจุในถุงปิดสนิทและจัดเป็นชุดให้ลูกค้า 1 คน ต่อ 1 ชุด วิธีนี้เป็นการสร้างความมั่นใจเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย

เน้นความเป็นวัช ปลูกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



จากการแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ในระดับหนึ่ง การบริการเครื่องดื่มกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ายังคงเป็นรูปแบบของการไปเลือกที่บริเวณบริการเครื่องดื่ม เพื่อให้ลูกค้ามีอิสระในการเลือกเครื่องดื่มแต่ลูกค้าจะต้องสวมถุงมือและสวมหน้ากากที่ได้เติมเครื่องดื่ม และบริเวณบริการเครื่องดื่ม ควรมีพนักงานยืนบริการตักน้ำแข็งและกดเครื่องดื่มให้ และต้องมีภาชนะรองรับแก้วน้ำของลูกค้าเพื่อเป็นการลดการสัมผัสแก้วน้ำของลูกค้า

การแต่งการของพนักงานควรแต่งการให้ถูกต้องตามสุขอนามัยของพนักงานผู้เป็นผู้สัมผัสอาหาร และสวมแมสคลุมมือตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน ซึ่งร้านอาหารควรใส่ใจเรื่องของการเปลี่ยนถุงมือของพนักงานให้เปลี่ยนใหม่ทุกๆ ครึ่งชั่วโมง เพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อน

จากความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรายการอาหาร ควรเป็นรูปแบบของการใช้เทคโนโลยีในการรับรายการอาหาร เพื่อลดการเดินทางของพนักงานและลดระยะเวลาให้บริการอาหารมีความรวดเร็วขึ้น

คำสำคัญ : อาหารบุฟเฟต์, รูปแบบวิถีใหม่

Development of Restaurant's Buffet Services Adapt to The New Normal

Jureemas Chayamangkala¹ Ratsarin Keawta²

Faculty of Food Business Management of Panyapiwat Institute of Management¹²

E-mail: Jureemascha@pim.ac.th¹

Abstract

The researcher would like to study development of restaurant's buffet services adapt to the new normal to provide information in planning strategies for entrepreneurs to operate their business and meet the needs of consumers to the greatest satisfaction. Also intend to study a buffet style food service model that is suitable for entrepreneurs in the restaurant business that offers buffet service by studying consumer behavior, competitive conditions in the market to develop an overview and recommendations for adjusting the restaurant business that serve buffet style to be more reliable.

Objective of this research is to study consumer behavior towards choosing a buffet restaurant service, to study the factors in the restaurant business that offers buffet food service, to present buffet food service for restaurant business as a new normal appropriate to the needs of consumers and entrepreneurs. The expected benefit is to develop and improve the buffet food service model for the restaurant business in a new normal that compatible with consumer's



requirements and entrepreneurs. Get a model of serving buffet style for the restaurant business in a way that with consumer's requirements and entrepreneurs. The study sample consisted of the population who had experiences of buffet food service among the population aged between 18-45 years in Nonthaburi Province.

The objective of this research is to study the guidelines for serving buffet food service in the New Normal situation of the Covid-19 virus epidemic that is still spreading. The questionnaire was used as a tool to collect 400 data sets. The sample size divided into 122 self-service customers, accounting for 30.5% and the service providing food service staff of 278 people, accounting for 69.5 percent. From this opinion, the researcher aware that some food service entrepreneur who provide self-service restaurants need to adjust continually according to the situation. Adaptation is strongly required because customers will be careful about touching food serving equipment and walking around to serving area. That may be risk of virus spreading by some customers who may be infected and do not know that they are infected. For service process, sample group require the restaurant to provide alcohol for customers before entering the service. Restaurant should clean the seating areas and tables with disinfectant every time before next customer will use the service. Provide all equipment for using the service such as plates, spoons, forks and napkins. and toothpick by packing in a sealed bag and arranged as a set for 1 customer per 1 set. This method ensures cleanliness and safety from the spread of germs to some extent. For drink service recommend to serve with same platform by letting customers going to the beverage service area. To give customers the freedom to choose but customers must wear gloves and a sham every time they fill up their drink. At the drinks station should be a staff to serve ice scoop and drink and must have a container to support the customer's glass in order to reduce contact with the customer's glass. The staff's dress code should be appropriate for hygiene of food handlers and wear masks and gloves throughout the operation. The restaurant should pay attention by changing the staff's gloves every half hour to avoid contamination. In additional comments from respondents have an opinion about getting food items should be a form of using technology to get food items. To reduce staff walking and shorten the time to serve food faster.

Keywords: Buffet, New Normal



บทนำ

เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคให้ความสำคัญและตระหนักถึงความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น และเห็นได้ชัดว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญซื้ออาหารสุขภาพและอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นมากขึ้น เพราะกังวลเรื่องอาหารปนเปื้อน และยังให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายด้วยว่า ต้องมีความสะอาดปลอดภัย ด้วยธุรกิจอาหารในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท เช่น ร้านอาหาร Fast food, Fast Casual, Casual, Fine Dining, Catering, Delivery, Food truck และ Buffet (Wongchinsri, 2018) ซึ่งประเภทร้านอาหารข้างต้นเป็นร้านอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างมาก แต่หลังจากเกิดการระบาดของไวรัสโควิด-19 ร้านอาหารให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการของลูกค้า แต่ในธุรกิจอาหารประเภทบุฟเฟต์ที่มีความหลากหลายในการบริการอาหาร และมีความเสี่ยงของการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 หลังสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในการเข้าใช้บริการอาหารในร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์เกิดการขาดหายของรายได้ และส่งผลกระทบต่อค่อนข้างรุนแรงในธุรกิจภัตตาคาร บางร้านต้องปิดกิจการ บางร้านต้องปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจในการกลับมาใช้บริการ ทำให้ต้นทุนการบริหารธุรกิจสูงขึ้น เกิดความไม่มั่นคงในรายได้ของธุรกิจและอาชีพ

ทั้งนี้ในสถานการณ์ของโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมของคนเปลี่ยนไป หรือที่เรียกว่า "New Normal" แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย รูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ประกอบด้วยวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิถีปฏิบัติและการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือวนหาถึงอดีต ส่วน "New Normal" ในบริบทสถานการณ์การแพร่ระบาดของ "โควิด-19" ช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ถึง ต้นปี พ.ศ. 2563 นั้น อธิบายได้ว่า เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่ กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก จนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จึงจำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ ปัจจุบันนับว่ามีความสะดวกด้วยการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งระบบอีคอมเมิร์ซ และแอปพลิเคชัน โดยสถานการณ์ โควิด-19 เป็นแรง ผลักดันครั้งใหญ่ที่จะทำให้คนคุ้นเคยกับสิ่งเหล่านี้เร็วขึ้น ทำให้แม้ว่าหลังจากนี้สถานการณ์จะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ แต่พฤติกรรมผู้บริโภคและการซื้อสินค้าของคนก็จะเปลี่ยนไป ดังนั้นผู้ประกอบการต้องตามให้ทันเทคโนโลยีและความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Limluecha, 2021)

ร้านอาหารรูปแบบบุฟเฟต์เป็นร้านที่ให้บริการแบบมีจุดเด่นคือการเสิร์ฟและทานแบบไม่อั้น ใช้หลักการคือบริหารจัดการลูกค้าในแต่ละรอบที่ใช้บริการให้มีจำนวนมากที่สุดและบริหารที่นั่งสำหรับลูกค้าให้ได้มากที่สุด



พื้นที่จำกัดแต่ด้วยมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการสัมผัสโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) โดยการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ส่งผลให้ร้านอาหารรูปแบบบุฟเฟ่ต์จึงจำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อรักษาฐานลูกค้า และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมุ่งเน้นทั้งการรักษามาตรฐานคุณภาพอาหารและบริการ ทั้งในด้านรสชาติ ความสดใหม่ของวัตถุดิบที่ใช้ ความสะอาดของอาหาร และเครื่องดื่ม ภาชนะ และสถานที่ บริการที่เป็นมิตรไมตรีของพนักงานที่ให้บริการ การใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การใช้กลยุทธ์ราคาที่เหมาะสม และการสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลายและดึงดูดให้เกิดความต้องการใช้บริการ ตลอดจนการสร้างการจดจำและความภักดีต่อตราสินค้าของร้าน ถึงแม้ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญกับภาระของต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ก็จำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อประคองตัวให้อยู่รอดได้หลังสถานการณ์ของโควิด-19 ในระยะยาวและการใช้ชีวิตในรูปแบบวิถีใหม่ ของผู้บริโภคโดยทำความเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพื่อตอบสนอง ความต้องการได้อย่างตรงจุด

ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารรูปแบบ บุฟเฟ่ต์ในรูปแบบวิถีใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจมากที่สุดและมีความประสพความสำเร็จในการศึกษารูปแบบการให้บริการอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการในธุรกิจภัตตาคารที่ให้บริการในรูปแบบบุฟเฟ่ต์โดยศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภค สภาพการแข่งขันในตลาดเพื่อพัฒนาภาพรวมและข้อเสนอแนะต่างๆในการปรับตัวของธุรกิจภัตตาคารที่ให้บริการในรูปแบบบุฟเฟ่ต์ให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ภายใต้หัวข้องานวิจัยเรื่องการพัฒนาการให้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่

แนวคิด

กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง วิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินการต่อเนื่องไปจนสำเร็จลง ณ ระดับใดระดับหนึ่ง ก่อนที่ผู้บริโภคจะมีการแสดงออกในการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจย่อย การแสวง การประเมินทางเลือก แล้วจึงจะตัดสินใจซื้อ (Kaewsiri, 2017)

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกแต่ละคนปัจเจก บุคคลในการใช้สินค้าและบริการทางใดทางหนึ่ง รวมไปถึงการตัดสินใจ มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป บ่งบอกถึงความชอบและไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถสังเกตได้ หรือวัดได้ เช่น การแสดงออกจากสีหน้า ท่าทางการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ความคิด เป็นต้น (Rungsathaphon & Stavethin, 2020)

การรับรู้คุณภาพอาหารเป็นการรับรู้ตั้งแต่คุณภาพสินค้าไปจนถึงการให้บริการในร้านอาหาร ตั้งแต่คุณค่าทางโภชนาการ ความสดใหม่ การจัดวางอาหาร การให้บริการลูกค้าและอุณหภูมิที่เหมาะสม ดังนั้นคุณภาพอาหารเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจจะใช้บริการที่ร้านแห่งนี้หรือไม่ (Lu & Gursor, 2017)

แนวคิดและทฤษฎีวิถีการดำรงชีวิต COVID-19 วิถีการครั้งนี้ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงสำคัญหลายอย่างทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จนอาจทำให้ธุรกิจหลายประเภท ไม่สามารถแข่งขันหรืออยู่รอดได้หากยังยึดติดกับโมเดลธุรกิจรูปแบบเดิม เพราะในภาวะปกติใหม่ที่มีสภาพการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภค เปลี่ยนแปลง



ไปมาก กลยุทธ์ทางธุรกิจในลักษณะเดิม เช่น การทุ่มงบการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ หรือกระทั่งการลดต้นทุน อาจไม่สามารถช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้ ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงต้องเข้าใจบริบทของโลกใหม่เพื่อปรับตัวได้อย่างเหมาะสม ในหลายกรณีธุรกิจจำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพลิกโฉม (Transformative) เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้มีความโดดเด่นและมีภูมิคุ้มกันต่อการถูกทำลาย (Disrupt) (Prasitdechsakul, 2020)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในรูปแบบบุฟเฟ่ต์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการประกอบธุรกิจภัตตาคารที่มีการให้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์
3. เพื่อนำเสนอการให้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทาง สถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสรุปผลการวิจัย โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการพัฒนาการให้บริการอาหารบุฟเฟ่ต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่ ประชากรจังหวัดนนทบุรี ซึ่งในจำนวนประชากร มีประชากรทั้งหมด 249,415 คน ข้อมูลอำเภอในจังหวัดนนทบุรี (Social development and human security office of nonthaburi, 2020) มีขนาดจำนวนประชากรใหญ่มากอีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถพบแหล่งข้อมูลที่ชัดเจนและข้อมูลที่สรุปจำนวน ผู้บริโภคอาหารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ที่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ ดังนั้นจึงกำหนดตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรคำนวณของ ทาโร ยามาเนะ (Yamane) หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วน ของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95%

จากผลการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) = 399.36 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยเพิ่มจำนวนของตัวอย่าง 5% ในงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 420 คน เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาด



จากการตอบแบบสอบถามไม่ ครบถ้วนสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยคัดเลือก เฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารรูปแบบบุฟเฟต์ใน จังหวัดนนทบุรี

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนี้ แบ่งเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) อาชีพ
- (4) รายได้
- (5) ระดับการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

- (1) ความถี่ในการใช้บริการ
- (2) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
- (3) เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการ
- (4) ปัญหาที่เคยพบในการใช้บริการ
- (5) การเดินทางไปใช้บริการ
- (6) บุคคลสำคัญที่ไปใช้บริการร่วมด้วย

2.2 ตัวแปรตาม

คือ การพัฒนาการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบวิถีใหม่

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารรูปแบบบุฟเฟต์ในรูปแบบ New Normal ของประชากรในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลใน การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยรายละเอียดในแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่มี (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในรูปแบบวิถีใหม่ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี เป็นแบบสอบถามที่มี ให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) ลักษณะแบบปลายปิด



4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตประชากร จำนวน 420 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหาร บุฟเฟต์ ในรูปแบบ New Normal ใน จังหวัดนนทบุรี ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการศึกษา วิเคราะห์และสรุปผล เช่น ข้อมูลจาก เครือข่ายอินเทอร์เน็ต บทความวารสาร หนังสือเอกสาร สถิติหรืองานวิจัยที่มีผู้ค้นคว้ารวบรวมไว้แล้ว

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดย ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามของผู้บริโภคโดยส่งแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายใน จังหวัดนนทบุรี ผ่านทาง ออนไลน์ (Google Docs) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 คน มีระยะเวลาใน การดำเนินการศึกษาในเดือน พฤษภาคม 2564 – พฤศจิกายน 2564

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการหาค่าพื้นฐานทางสถิติได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตาราง ประกอบคำบรรยาย

2. วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการหาค่าพื้นฐานทางสถิติได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตาราง ประกอบ คำบรรยาย

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบ NEW NORMAL โดยจะแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามระดับความสำคัญ โดยแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Rating Scale) ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale)

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ขอตัวแปรต้นและ ตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะของประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในใช้บริการร้านอาหาร บุฟเฟต์ในรูปแบบNew Normal



2. การวิเคราะห์ Independent-Sample T Test เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้เป็นปัจจัยเดียวกัน หรือจัดกลุ่มตัวแปรที่มีตัวเลือกน้อยกว่า 2 ตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย (Tools)

แบบสอบถามต้นแบบ (Questionnaires Prototype) จำนวน 100 ชุด “แบบสอบถามความต้องการผู้บริโภคในการใช้บริการอาหารแบบบุฟเฟต์ ในรูปแบบ New Normal” เพื่อสำรวจความต้องการรูปแบบการบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ และนำมาออกแบบรูปแบบการบริการอาหารกับสถานประกอบการ

แบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 400 ชุด เรื่อง การพัฒนาการให้บริการอาหารบุฟเฟต์สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบ New Normal

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้คำนวณค่าสถิติ ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- สถิติบรรยายทั่วไป เช่น ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล/การดำเนินการทดลอง (Collection)

หลังจากที่ทำการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ทำการตอบเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบ (Editing) ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกก่อนนำไปวิเคราะห์

นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส (Coding) ตามที่ได้กำหนดไว้เพื่อประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ในการสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเข้ารับบริการอาหารในรูปแบบบุฟเฟต์ สำหรับธุรกิจภัตตาคารในรูปแบบ New Normal ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงความต้องการเกี่ยวกับความปิติภัยของการเข้ารับบริการอาหารรูปแบบบุฟเฟต์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ร้าน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ ดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในการตอบแบบสอบถาม
Mean	แทน	ค่าเฉลี่ย
Std.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



เกณฑ์ระดับความสำคัญ

4.50 – 5.00	อยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 – 4.49	อยู่ในระดับ มาก
2.50 – 3.49	อยู่ในระดับ กลาง
1.50 – 2.49	อยู่ในระดับ น้อย
0.00 – 1.49	อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	25.0
หญิง	300	75.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ตารางแสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 24 ปี	276	69.0
25 – 30 ปี	61	15.2
31 - 36 ปี	32	8.0
37 – 42 ปี	21	5.2
42 ปีขึ้นไป	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 18-24 ปี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69 อายุ 25 – 30 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 อายุ 31 - 36 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 อายุ 37 - 42 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ อายุ 42 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** ตารางแสดงข้อมูลระดับการอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	225	56.2
พนักงานบริษัท	109	27.2
ข้าราชการ	9	2.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	1.8
ธุรกิจส่วนตัว	26	6.5
อาชีพอิสระ	21	5.2
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 พนักงานบริษัท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 อาชีพอิสระ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ข้าราชการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และพ่อบ้าน / แม่บ้านจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความถี่ในการใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	3	0.8
อย่างน้อย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	71	17.8
อย่างน้อย 2 สัปดาห์ 1 ครั้ง	89	22.2
อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง	157	39.2
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	80	20.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์ อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 อย่างน้อย 2 สัปดาห์ 1 ครั้ง จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 อย่างน้อย สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** ตารางแสดงความค่าใช้จ่ายในการใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อคนต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท	5	1.2
101 – 200 บาท	63	15.8
201 – 300 บาท	162	40.5
301 – 400 บาท	82	20.5
401- 500 บาท	37	9.2
500 บาทขึ้นไป	51	12.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ครั้งละ 201 – 300 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ระหว่าง 301 – 400 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ระหว่าง 101 – 200 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ระหว่าง 401- 500 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ตารางแสดงเหตุผลในการใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ความคุ้มค่า	89	22.2
อาหารมีความหลากหลาย	242	60.5
สังสรรค์	69	17.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์จาก อาหารมีความหลากหลาย จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ความคุ้มค่า จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และสังสรรค์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 7** ตารางแสดงปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักพบเมื่อใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์

ปัญหาที่เคยพบในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
รอคิวนาน	128	32.0
พนักงานบริการไม่ดี	56	14.0
อาหารไม่สะอาด	49	12.2
อาหารไม่หลากหลาย	45	11.2
คุณภาพอาหารไม่ดี	68	17.0
รสชาติอาหารไม่อร่อย	54	13.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ รอคิวนาน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 คุณภาพอาหารไม่ดี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 พนักงานบริการไม่ดี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รสชาติอาหารไม่อร่อย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อาหารไม่สะอาด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และอาหารไม่หลากหลาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ตารางแสดงบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักไปใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ด้วย

บุคคลที่ไปใช้บริการร่วมด้วย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	225	56.2
ครอบครัว	86	21.5
แฟน	82	20.5
คนเดียว	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมักไปใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟ่ต์กับ เพื่อน จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 ครอบครัว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 แฟน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และคนเดียว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ



ตารางที่ 9 ตารางแสดงระดับความสำคัญของพื้นที่ในการให้บริการของภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์

N=400

พื้นที่ในการให้บริการของภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์	Mean	Std. Deviation
ร้านมีการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนที่ลูกค้าจะเข้านั่ง ทุกครั้ง	4.72	.551
ร้านมีการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ทันทีหลังจากที่ลูกค้าใช้บริการเสร็จสิ้น	4.69	.565
ร้านเป็นพื้นที่เปิดโล่ง หรือมีระบบระบายอากาศ	4.48	.690
ร้านต้องเป็นพื้นที่ห้องปรับอากาศ	4.06	.923
ร้านมีแสงสว่างพอเหมาะ	4.43	.649
ร้านมีการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ อย่างน้อย 2 เมตร	4.48	.725
ร้านมีฉากกั้นระหว่างโต๊ะ	4.24	.944
ร้านมีการจำกัดจำนวนลูกค้านั่งต่อโต๊ะ	4.03	1.058
ร้านมีการปิดร้านทำความสะอาดทุกๆ 4 ชั่วโมง	3.99	1.046

จากตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับร้านที่มีการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนที่ลูกค้าจะเข้านั่ง ทุกครั้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ร้านที่มีการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ทันทีหลังจากที่ลูกค้าใช้บริการเสร็จสิ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ร้านเป็นพื้นที่เปิดโล่ง หรือมีระบบระบายอากาศและร้านมีการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ อย่างน้อย 2 เมตร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ร้านมีแสงสว่างที่พอเหมาะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ร้านมีฉากกั้นระหว่างโต๊ะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ร้านต้องมีพื้นที่ห้องปรับอากาศ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ร้านมีการจำกัดจำนวนลูกค้านั่งต่อโต๊ะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 อยู่ในระดับความสำคัญมาก และ ร้านมีการทำปิดทำความสะอาดร้านทุกๆ 4 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** ตารางแสดงระดับความสำคัญของรูปแบบการให้บริการของพนักงานของภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์

N=400

การให้บริการของพนักงาน	Mean	Std. Deviation
พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	4.81	.422
พนักงานต้องสวมถุงมือขณะให้บริการ	4.64	.618
พนักงานต้องสวมผ้ากันเปื้อน	4.48	.769
พนักงานต้องสวม Face shield	4.26	.940
พนักงานต้องได้รับการฉีดวัคซีนครบ 2 เข็ม และมีการแสดงสัญลักษณ์ให้ลูกค้าทราบว่าได้รับวัคซีนแล้ว	4.48	.782
พนักงานต้องดูแลรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคล (ใส่หมวกคลุมผม)	4.61	.666
พนักงานให้บริการควรแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานเสิร์ฟอาหาร พนักงานคิดค่าบริการและทอนเงินให้ลูกค้าเพื่อป้องกันการปนเปื้อน	4.59	.673

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับรูปแบบการให้บริการของพนักงาน พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ระดับความสำคัญมากที่สุด พนักงานต้องสวมถุงมือขณะให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ระดับความสำคัญมากที่สุด พนักงานต้องดูแลรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคล (ใส่หมวกคลุมผม) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ระดับความสำคัญมากที่สุด พนักงานให้บริการควรแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานเสิร์ฟอาหาร พนักงานคิดค่าบริการและทอนเงินให้ลูกค้าเพื่อป้องกันการปนเปื้อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ระดับความสำคัญมากที่สุด พนักงานต้องสวมผ้ากันเปื้อนและพนักงานต้องได้รับการฉีดวัคซีนครบ 2 เข็ม และมีการแสดงสัญลักษณ์ให้ลูกค้าทราบว่าได้รับวัคซีนแล้ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ระดับความสำคัญมาก และพนักงานต้องสวม Face shield ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับความสำคัญมากตามลำดับ

**ตารางที่ 11** ตารางแสดงระดับความสำคัญของรูปแบบขั้นตอนการเข้าใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์

N=400

การเข้าใช้บริการ	Mean	Std. Deviation
มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายของลูกค้า	4.47	.849
มีบริการแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อก่อนเข้าร้าน	4.69	.578
มีการในลูกค้าลงทะเบียนไทยชนะ ก่อนเข้าร้าน	4.03	1.192

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของขั้นตอนการเข้าใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์ มีบริการแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อก่อนเข้าร้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ระดับความสำคัญมากที่สุด มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายของลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ระดับความสำคัญมาก และมีการให้ลูกค้าลงทะเบียนไทยชนะ ก่อนเข้าร้าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ระดับความสำคัญมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ตารางแสดงระดับความสำคัญของอุปกรณ์ที่ให้ในการรับประทานอาหาร

N=400

อุปกรณ์ในการบริการ	Mean	Std. Deviation
ภาชนะและอุปกรณ์(จาน ถ้วย ตะเกียบ) สำหรับรับประทานอาหารในถุงพลาสติกมิดชิด	4.64	.654
มีบริการช้อนกลางหรืออุปกรณ์สำหรับตักอาหารแยกสำหรับ 1 คนต่อ 1 ชุด	4.59	.706
การให้บริการกระดาษทิชชูและไม้จิ้มฟัน ต้องมาในบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท	4.68	.606

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของอุปกรณ์ที่ให้ในการรับประทานอาหาร การให้บริการกระดาษทิชชูและไม้จิ้มฟัน ต้องบรรจุในซองปิดสนิทเท่านั้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ภาชนะและอุปกรณ์ (จาน ถ้วย ตะเกียบ) สำหรับรับประทานอาหารในถุงพลาสติกมิดชิด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ระดับความสำคัญมากที่สุด มีบริการช้อนกลางหรืออุปกรณ์สำหรับตักอาหารแยกสำหรับ 1 คนต่อ 1 ชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ระดับความสำคัญมากที่สุด ตามลำดับ

**ตารางที่ 13** ตารางแสดงระดับความสำคัญของการบริการอาหารบุฟเฟ่ต์แบบลูกค้าตัดอาหารเอง

N=400

การให้บริการแบบลูกค้าตัดอาหารเอง	Mean	Std. Deviation
มีถุงมือพลาสติกให้และลูกค้าเดินตัดอาหารเอง	4.64	.604
มีพนักงานคอยให้บริการตัดอาหารที่ station	4.31	.975
จัดเตรียมอุปกรณ์ในการรับประทานอาหาร ลูกค้าแต่ละท่าน คนละ 1 ชุด	4.63	.647

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการรูปแบบที่ลูกค้าตัดอาหารเอง โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีถุงมือพลาสติกให้และลูกค้าเดินตัดอาหารเอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 อยู่ในระดับมากที่สุด ร้านจัดเตรียมอุปกรณ์ในการรับประทานอาหาร ลูกค้าแต่ละท่าน คนละ 1 ชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 อยู่ในระดับมากที่สุด และการมีพนักงานคอยให้บริการตัดอาหารที่ station ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ตารางแสดงระดับความสำคัญของการบริการอาหารบุฟเฟ่ต์แบบพนักงานเสิร์ฟอาหาร

N=400

การให้บริการแบบพนักงานเสิร์ฟอาหาร	Mean	Std. Deviation
อาหารถูกปิดด้วยฟิล์มถนอมอาหารอย่างมิดชิด	4.50	.813
พนักงานต้องใส่ Face Shield คางและหน้ากากอนามัย	4.63	.636
พนักงานสวมถุงมือทุกคน และเปลี่ยนถุงมือทุกครั้งชั่วโมง	4.50	.719
พนักงานรับรายการอาหารจากกระดาศที่ลูกค้าจัด	4.40	.890
พนักงานรับรายการอาหารจากสั่งด้วยวาจาของลูกค้า	4.13	1.119

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของการบริการอาหารบุฟเฟ่ต์แบบพนักงานเสิร์ฟอาหาร เกี่ยวกับพนักงานต้องใส่ Face Shield คางและหน้ากากอนามัยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 อยู่ในระดับมากที่สุด อาหารถูกปิดด้วยฟิล์มถนอมอาหารอย่างมิดชิด และพนักงานสวมถุงมือทุกคน และเปลี่ยนถุงมือทุกครั้งชั่วโมง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานรับรายการอาหารจากกระดาศที่ลูกค้าจัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก และพนักงานรับรายการอาหารจากสั่งด้วยวาจาของลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

**ตารางที่ 15** ตารางแสดงความต้องการของการใช้บริการรูปแบบบุฟเฟ่ต์ของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าเดินตักอาหารเอง	122	30.5
ลูกค้าออเดอร์รายการอาหารและพนักงานนำมาบริการที่โต๊ะ	278	69.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความประสงค์ใช้บริการแบบลูกค้าออเดอร์รายการอาหารและพนักงานนำมาบริการที่โต๊ะ จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 และร้านที่ให้ลูกค้าเดินตักอาหารเอง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ตารางแสดงความต้องการในการให้บริการน้ำจิ้ม หรือเครื่องเคียงสำหรับการทานบุฟเฟ่ต์

	จำนวน	ร้อยละ
ให้ลูกค้าตักเองที่โต๊ะบริการน้ำจิ้ม	76	19.0
ตักให้ลูกค้าเป็นถ้วยและบริการเมื่อลูกค้าต้องการ	139	34.8
ใส่ขวดในปริมาณที่เหมาะสมบริการไว้ในแต่ละโต๊ะแล้วให้ลูกค้าตักเอง	185	46.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการให้บริการน้ำจิ้มหรือเครื่องเคียงสำหรับการทานบุฟเฟ่ต์ ด้วยการใส่ขวดในปริมาณที่เหมาะสมบริการไว้ในแต่ละโต๊ะแล้วให้ลูกค้าตักเอง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ตักให้ลูกค้าเป็นถ้วยและบริการเมื่อลูกค้าต้องการ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และให้ลูกค้าตักเองที่โต๊ะบริการน้ำจิ้ม จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ตารางแสดงความต้องการในการให้บริการเครื่องดื่มของร้านอาหารรูปแบบบุฟเฟ่ต์

	จำนวน	ร้อยละ
ให้ลูกค้าบริการตนเองที่โต๊ะบริการเครื่องดื่ม โดยที่ลูกค้าต้องสวมถุงมือและใส่หน้ากากอนามัยเสมอ	149	37.2
พนักงานบริการเสิร์ฟและเติมให้ลูกค้า	142	35.5
นำเครื่องดื่มเสิร์ฟที่โต๊ะและลูกค้าบริการตนเอง	109	27.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 17 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการให้บริการเครื่องดื่มของร้านอาหารรูปแบบบุฟเฟ่ต์ โดยให้ลูกค้าบริการตนเองที่โต๊ะบริการเครื่องดื่ม โดยที่ลูกค้าต้องสวมถุง

เน้นความเป็นวิจัย (ลูกศิษย์องค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู) เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



มือและใส่หน้ากากอนามัยเสมอ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 พนักงานบริการเสิร์ฟและเติมให้ลูกค้า จำนวน 142 คน ร้อยละ 35.5 และ นำเครื่องดื่มเสิร์ฟที่โต๊ะและลูกค้าบริการตนเอง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ตารางแสดงระดับความสำคัญของพื้นที่ในการให้บริการของภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการที่แตกต่างกัน

พื้นที่ในการให้บริการของภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์	n1=122	n2=278
	Mean±SD.	Mean±SD.
ร้านมีการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนที่ลูกค้าจะเข้านั่ง ทุกครั้ง	4.64±.53	4.75±.56
ร้านมีการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ทันทีหลังจากที่ลูกค้าใช้บริการเสร็จสิ้น	4.66±.49	4.70±.60
ร้านเป็นพื้นที่เปิดโล่ง หรือมีระบบระบายอากาศ	4.48±.65	4.49±.71
ร้านต้องเป็นพื้นที่ห้องปรับอากาศ	4.12±.86	4.03±.95
ร้านมีแสงสว่างพอเหมาะ	4.42±.64	4.44±.65
ร้านมีการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ อย่างน้อย 2 เมตร	4.60±.53	4.43±.79
ร้านมีฉากกั้นระหว่างโต๊ะ	4.31±.82	4.21±.99
ร้านมีการจำกัดจำนวนลูกค้าที่นั่งต่อโต๊ะ	4.13±.88	3.99±1.12
ร้านมีการปิดร้านทำความสะอาดทุกๆ 4 ชั่วโมง	4.02±.92	3.97±1.13

จากตารางที่ 18 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของการบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ที่แตกต่างกันของยุควิถีชีวิตใหม่ (ลูกค้าบริการตนเอง กับ พนักงานบริการอาหารที่โต๊ะ) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามว่าเป็นรูปแบบการบริการแบบลูกค้าบริการตนเอง จำนวน 122 คน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ทันทีหลังจากที่ลูกค้าใช้บริการเสร็จสิ้น มากที่สุด และกลุ่มที่ให้พนักงานบริการอาหารที่โต๊ะ จำนวน 278 คน ให้ความสำคัญกับการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนที่ลูกค้าจะเข้านั่ง ทุกครั้ง มากที่สุด และสิ่งที่ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การปิดร้านทำความสะอาดทุกๆ 4 ชั่วโมง



ตารางที่ 19 ตารางแสดงระดับความสำคัญของรูปแบบการให้บริการของพนักงานของภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการที่แตกต่างกัน

การให้บริการของพนักงาน	N=400	
	n1=122	n2=278
	Mean±SD.	Mean±SD.
พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	4.71±.45	4.86±.61
พนักงานต้องสวมถุงมือขณะให้บริการ	4.53±.63	4.68±.61
พนักงานต้องสวมผ้ากันเปื้อน	4.42±.75	4.50±.78
พนักงานต้องสวม Face shield	4.29±.87	4.24±.97
พนักงานต้องได้รับการฉีดวัคซีนครบ 2 เข็ม และมีการแสดงสัญลักษณ์ให้ลูกค้าทราบว่าได้รับวัคซีนแล้ว	4.47±.66	4.49±.83
พนักงานต้องดูแลรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคล (ใส่หมวกคลุมผม)	4.61±.64	4.61±.68
พนักงานให้บริการควรแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น พนักงานต้อนรับ	4.52±.62	4.62±.70
พนักงานเสิร์ฟอาหาร พนักงานคิดค่าบริการและทอนเงินให้ลูกค้าเพื่อป้องกันการปนเปื้อน		

จากตารางที่ 19 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของการบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ที่แตกต่างกันของวิถีชีวิตใหม่ (ลูกค้าบริการตนเอง กับ พนักงานบริการอาหารที่โต๊ะ) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามว่าเป็นรูปแบบการบริการแบบลูกค้าบริการตนเอง จำนวน 122 คน และกลุ่มที่ให้พนักงานบริการอาหารที่โต๊ะ จำนวน 278 คน ให้ความสำคัญเหมือนกันคือ พนักงานต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ให้บริการอาหาร และการต้องสวม Face shield น้อยที่สุด

ตารางที่ 20 ตารางแสดงระดับความสำคัญของรูปแบบขั้นตอนการเข้าใช้บริการภัตตาคารรูปแบบบุฟเฟต์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการที่แตกต่างกัน

การเข้าใช้บริการ	N=400	
	n1=122	n2=278
	Mean±SD.	Mean±SD.
มีการตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายของลูกค้า	4.46±.76	4.47±.89
มีบริการแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อก่อนเข้าร้าน	4.63±.52	4.72±.60
มีการในลูกค้าลงทะเบียนไทยชนะ ก่อนเข้าร้าน	4.11±1.02	4.00±1.26



จากตารางที่ 20 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของการบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ที่แตกต่างกันของยุควิถีชีวิตใหม่ (ลูกค้าบริการตนเอง กับ พนักงานบริการอาหารที่โต๊ะ) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามว่าเป็นรูปแบบการบริการแบบลูกค้าบริการตนเอง จำนวน 122 คน และกลุ่มที่ให้พนักงานบริการอาหารที่โต๊ะ จำนวน 278 คน ให้ความสำคัญเหมือนกันคือ บริการแอลกอฮอล์มาเชื่อก่อนเข้าร้าน และการในลูกค้าลงทะเบียนไทยชนะ ก่อนเข้าร้านให้ความสำคัญน้อยที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการให้บริการอาหารรูปแบบบุฟเฟต์ในยุค New Normal ที่อยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ยังคงมีการแพร่ระบาดอยู่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด โดยในกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นกลุ่มพึงพอใจการบริการที่ลูกค้าบริการตนเอง 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และการบริการที่ให้พนักงานบริการอาหารจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ซึ่งจากความคิดเห็นนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าในการบริการอาหารผู้ประกอบการบางรายที่ให้บริการในรูปแบบลูกค้าบริการตนเองต้องมีการปรับตัวเนื่องจากลูกค้าจะระมัดระวังเรื่องการสัมผัสอุปกรณ์ในการตักอาหารและการเดินตักอาหาร ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อในลูกค้าบางรายที่อาจติดเชื้อมาและยังไม่รู้ตัวว่ามีการติดเชื้อ

กระบวนการระหว่างใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ร้านมีบริการแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าก่อนเข้ารับบริการ ร้านค้าควรทำความสะอาดพื้นที่นั่งและโต๊ะ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนทุกครั้งที่ลูกค้าจะเข้าใช้บริการ มีการจัดอุปกรณ์ต่างๆสำหรับการใช้บริการ อาทิเช่น จาน ช้อน ส้อม กระดาษเช็ดปาก และไม้จิ้มฟัน ด้วยการบรรจุในถุงปิดสนิทและจัดเป็นชุดให้ลูกค้า 1 คน ต่อ 1 ชุด วิธีนี้เป็นการสร้างความมั่นใจเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยจากการแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ในระดับหนึ่ง การบริการเครื่องดื่มกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ายังคงเป็นรูปแบบของการไปเลือกที่บริเวณบริการเครื่องดื่ม เพื่อให้ลูกค้ามีอิสระในการเลือกเครื่องดื่มแต่ลูกค้าจะต้องสวมถุงมือและแสมทุกครั้งที่ได้เติมเครื่องดื่ม และบริเวณบริการเครื่องดื่ม ควรมีพนักงานยืนบริการตักน้ำแข็งและกดเครื่องดื่มให้ และต้องมีภาชนะรองรับแก้วน้ำของลูกค้าเพื่อเป็นการลดการสัมผัสแก้วน้ำของลูกค้า

การแต่งการของพนักงานควรแต่งการให้ถูกต้องตามสุขอนามัยของพนักงานผู้เป็นผู้สัมผัสอาหาร และสวมแมสคลุมมือตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน ซึ่งร้านอาหารควรใส่ใจเรื่องของการเปลี่ยนถุงมือของพนักงานให้เปลี่ยนใหม่ทุกๆ ครึ่งชั่วโมง เพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อน

จากความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรายการอาหาร ควรเป็นรูปแบบของการใช้เทคโนโลยีในการรับรายการอาหาร เพื่อลดการเดินทางของพนักงานและลดระยะเวลาให้การบริการอาหารมีความรวดเร็วขึ้น



ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการให้บริการอาหารในยุควิถีชีวิตใหม่ ที่ผู้ประกอบการความใส่ใจเรื่องความปลอดภัยและความสะอาดในทุกๆด้าน ของร้าน ตั้งแต่วัตถุดิบ พื้นที่บริการอาหาร พนักงาน ขั้นตอนการให้บริการ รวมถึงขั้นตอนการชำระเงิน ที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ ผู้ประกอบการควมนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

References

- Kaewsiri, A. (2017). *The process of making a decision to buy buffet food service*. Independent research Master's degree, Chiang Mai Rajabhat University (In Thai).
- Limluecha, W. (2021). *New way of life Thailand after COVID*. Retrieved from Office of the National Economic and Social Development Council:
https://www.nesdc.go.th/download/document/Yearend/2020/PPT_Wisit.pdf (In Thai)
- Lu, L., & Gursor, D. (2017). Would consumers pay more for nongenetically modified menu item? An examination of factor influencing diners' behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Management*, 26(3), 215-237.
- Prasitdechsakul, P. (2020). *Transforming businesses after the Covid-19 crisis*. Retrieved from
https://www.krungsri.com/bank/getmedia/578838c1-5ffc-47dd-ba5ff807bc86d248/RI_Post_Covid19_New_Normal_200716_TH.aspx (In Thai)
- Rungsathaphon, T., & Stavethin, P. (2020). Consumer behavior towards online shopping during the COVID-19 crisis in Bangkok and Phitsanulok. *Journal of Communication Arts*, 39(2), 119-133.
- Social development and human security office of nonthaburi. (2020). Retrieved from Demographics of Nonthaburi Province: https://nonthaburi-m-society.go.th/?page_id=4460 (In Thai)
- Wongchinsri, T. (2018). *Restaurant bible* (1st ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing.