



จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา “โควิด - 19” ทำให้ผู้คนหลายๆ คน ปรับตัวเข้าสู่ New Normal วิถีชีวิตใหม่ ปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตมาอยู่ที่บ้าน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ธุรกิจร้านอาหารจึงที่ต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค “โควิด - 19”

บริการส่งอาหาร Food Delivery

พฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปเนื่องจากสถานการณ์ โรคระบาด “โควิด - 19” ร้านอาหารจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งหลายๆ ร้านได้เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการลูกค้า ด้วยการให้บริการจัดส่งถึงบ้านแทนการรับประทานในร้านตามปกติ

- บางร้านได้ ร้านทำการจัดส่งเองและกำหนดเวลาเป็นรอบ ๆ เพื่อรักษาคุณภาพของอาหารและมาตรฐานของร้าน
- ส่วนบางร้านจะเข้าร่วมกับพันธมิตรบริษัทให้บริการจัดส่งถึงบ้านพักอาศัยผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งลูกค้าจะทำการสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันทางมือถือ สามารถจ่ายผ่านบัตรเครดิตต่างๆ หรือจะเลือกจ่ายเงินสดก็ได้ ตัวอย่างแอปพลิเคชันที่ให้บริการจัดส่งอาหารยอดนิยม เช่น

Grab, LINE MAN, food panda, GET เป็นต้น



New Normal ของธุรกิจร้านอาหารในยุคโควิด 19

ธุรกิจอาหาร Home Cooking

ในช่วงที่ผ่านมา เมื่อไม่สามารถทำงานประจำได้เหมือนเคยหรือต้องว่างงานจากผลกระทบของการระบาด หลายคนได้หันมาทำอาหารที่บ้าน (home cooking) กันมากขึ้นและหาอาชีพเสริมด้วยการนำมาขายผ่านทางโซเชียลมีเดีย ทำให้เกิดธุรกิจการขายรูปแบบใหม่และเป็นอีกช่องทางหนึ่งให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น





เมื่อประเทศไทยมีการประกาศมาตรการผ่อนปรนให้ ตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดชุมชน ถนนคนเดิน แผงลอย ร้านอาหารทั่วไป ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวาน ไอศกรีม (นอกห้าง) ร้านอาหารริมทาง รถเข็น หาบเร่ ได้เปิดจำหน่าย โดยที่ต้องเว้นระยะห่าง เพื่อป้องกัน การแพร่ของไวรัสโควิด-19 การจำกัดจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละรอบ การตรวจคัดกรองวัดไข้ก่อนใช้บริการ

ร้านอาหารหลายๆ ร้านจึงสามารถเปิดให้ลูกค้ามานั่งรับประทานในร้านได้ หลายร้านจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางกายภาพ (physical distancing) หรือการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ร้านอาหารหลายๆร้านต่างประดิษฐ์คิดค้น "ฉากกั้น" ตามแต่ที่จะหาวัตถุดิบมาดัดแปลงได้ให้กับลูกค้าของตนเองที่นั่งรับประทานอาหารภายในร้านเพื่อช่วยป้องกันการแพร่เชื้อและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า



ธุรกิจร้านอาหารขาบู & สลัดยักษ์

ก็ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับประทานอาหารเพื่อให้สอดคล้องตามมาตรการเว้นระยะห่างทางกายภาพ ทั้งให้ที่นั่งเว้นระยะห่าง มีฉากกั้นใส หรือบางร้านมีการแยกหม้อเดี่ยวสำหรับลูกค้า 1 คน



ตัวอย่างร้านอาหาร Penguin Eat Shabu

วิถี New Normal สายบุฟเฟ่ต์

ในช่วงล็อกดาวน์ร้านอาหารได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ เป็นแบบDelivery สามารถรับประทานที่บ้านพร้อมหม้อขาบูหรือในช่วงล็อกดาวน์ที่หลายๆคนต้องอยู่บ้าน เว้นระยะห่างทางสังคม

ในช่วงที่คลายล็อกดาวน์ทางร้านก็ได้เปิดให้นั่งรับประทานอาหารปกติ

โดยทางร้านมีมาตรการตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางกายภาพ ตั้งแต่จัดพื้นที่นั่งรอหน้าร้านเป็นสัดส่วน โต๊ะ เก้าอี้ ทุกโต๊ะในร้านจะมีฉากใสกั้น นั่งทานได้แค่โต๊ะละ 2 คน ทางร้านมีการแยกหม้อให้คนละหม้อ ถึงจะมีฉากกั้นใส แต่ก็ไม่ได้ติด สามารถพูดคุยกันได้แบบปกติ

มีช่วงเวลาปิดร้านระหว่างวันเพื่อฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อทั่วทั้งร้าน พนักงานต้องสวมหน้ากากและถุงมือตลอดเวลา สะอาดปลอดภัย



ตัวอย่างร้านอาหาร Bar B Q Plaza

ได้มอบประสบการณ์ใหม่ของการทานปิ้งย่างแบบ New Normal นั่งทานแบบเว้นระยะห่าง 1 เมตร ที่ถึงจะห่าง แต่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ของบาร์บิคิว โดยได้เพิ่มความน่าเอ็นดูด้วยการนำหุ่นบาบีค้อนมาสคอตของร้านมานั่งรับประทานอาหารเป็นเพื่อนลูกค้าเพื่อช่วยเว้นระยะห่างของลูกค้านั่นเอง

นอกจากนี้ยังมีมาตรการเว้นระยะห่าง เช่น พนักงานเว้นระยะห่างในการเสิร์ฟอาหารและอุปกรณ์ต่าง ๆ 30 เซนติเมตร, มีฉากกั้นระหว่างโต๊ะ เพื่อความปลอดภัยในการรับประทานอาหาร, จำกัดจำนวนผู้เข้าใช้บริการ 1 คนต่อ 5 ตารางเมตร โดยหน้าร้านจะมีป้ายแจ้งจำนวนลูกค้าที่รับได้สูงสุดต่อครั้งทุกสาขา

