

คู่มือ

วิถีปกติใหม่ของธุรกิจร้านอาหาร

(New Normal of Food Businesses)



โดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีพันธกิจการบริการวิชาการแก่สังคมที่มุ่งเน้น “สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” ภายใต้วิสัยทัศน์ “คลังปัญญาแห่งชายแดนใต้” ในการนี้ โครงการ การจัดตั้งศูนย์การศึกษาและวิจัยสู่ความเป็นเลิศด้านอุตสาหกรรมบริการฯ ซึ่งรับผิดชอบโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ในการดำเนินงานภายใต้วัตถุประสงค์การยกระดับการให้บริการร้านอาหาร ภายหลังโควิด-19 ในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ได้จัดทำคู่มือ วิธีปฏิบัติใหม่ของธุรกิจร้านอาหาร (New Normal of Food Businesses)

ซึ่งเนื้อหาภายในคู่มือเน้นทำความเข้าใจกับวิกฤติโควิด-19, วิธีปฏิบัติใหม่ (New Normal), วิธีปฏิบัติใหม่ธุรกิจร้านอาหาร และมาตรฐานการให้บริการธุรกิจร้านอาหารตามวิธีปฏิบัติใหม่ คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือ วิธีปฏิบัติใหม่ของธุรกิจร้านอาหาร (New Normal of Food Businesses) จะสามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารที่ถูกต้องตามวิธีปฏิบัติใหม่ เพื่อชีวิตและธุรกิจที่ปลอดภัยจากสถานการณ์โควิด-19 ในที่สุด

คณะผู้จัดทำ

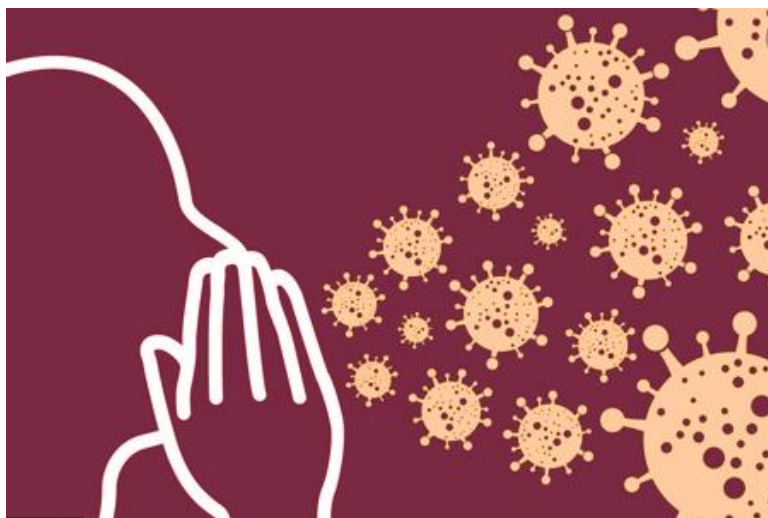
1/6/63

สารบัญ

	หน้า
วิกฤติโควิด-19	4
วิถีปกติใหม่ (New Normal)	6
วิถีปกติใหม่ธุรกิจร้านอาหาร	8
1. ด้านสาธารณสุข	8
2. ด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	11
3. ด้านการออกแบบพื้นที่ร้าน	13
มาตรฐานการให้บริการธุรกิจร้านอาหารตามวิถีปกติใหม่	18
บรรณานุกรม	24
รายชื่อคณะกรรมการดำเนินงาน	25

วิกฤติโควิด-19

โรคโควิด-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ที่แพร่จากคนสู่คน ผ่านการได้รับฝอยละอองที่ออกมาจากปากและจมูกของผู้ติดเชื้อไปสู่คนใกล้ชิด เนื่องจากเป็นโรคที่คนไม่มีภูมิคุ้มกันจึงแพร่ระบาดได้รวดเร็วและมีความรุนแรงมากเป็นพิเศษในผู้สูงอายุและผู้มีโรคประจำตัว องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่วโลก (Pandemic) ซึ่งไม่สามารถกำจัดให้หมดไปได้ในระยะเวลาอันสั้น



ทั้งนี้มาตรการที่ใช้ในการควบคุมโรคระบาดโควิด ประกอบด้วยสามกลุ่มใหญ่ ดังนี้

- **มาตรการด้านสาธารณสุขและการแพทย์**

ได้แก่ การตรวจให้พบผู้ติดเชื้อ นำมาแยกรักษา ค้นหาผู้สัมผัส แยกกักกลุ่มเสี่ยง และสร้างสุขลักษณะ

- **มาตรการด้านสังคม**

โดยการเพิ่มระยะห่างของผู้คนและยกเลิกกิจกรรมทางสังคมที่รวมกลุ่มคนมาก ๆ การให้สวมหน้ากาก

- **มาตรการด้านกฎหมายหรือข้อบังคับ**

โดยการบังคับให้ทุกคนอยู่ในบ้านและปิดกิจการต่างๆ ที่เสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น มาตรการเคอร์ฟิว ล็อคดาวน์ ซึ่งเป็นมาตรการที่ใช้ในสถานการณ์ที่พบว่ามีผู้ติดเชื้อจำนวนมาก และระบบการรักษาพยาบาลผู้ป่วยหนักไม่สามารถรองรับได้ทัน ตัวอย่างที่พบเห็น เช่น ในเมืองอู่ฮั่นประเทศจีน และหลายเมืองหลายรัฐในยุโรป

สำหรับประเทศไทย ภายหลังที่พบผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่องจากสาเหตุหลักๆ อันได้แก่ การติดเชื้อจากสถานบันเทิง สนามพนันในรูปแบบต่างๆ การติดเชื้อในผู้ที่เดินทางกลับจากต่างประเทศและการแพร่เชื้อจากผู้ป่วยไปยังคนใกล้ชิด ประเทศไทยจึงได้นำมาใช้ทั้งสามกลุ่มมาตรการ โดยมาตรการกลุ่มที่สาม ในส่วนของ “การล็อกดาวน์” นั้น ได้นำมาใช้ระดับหนึ่ง โดยมีการออกข้อกำหนดตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 มีการเคอร์ฟิวช่วงเวลาตั้งแต่ 22.00 น. ถึง 04.00 น. ครอบคลุมทุกจังหวัด

ด้วยมาตรการต่างๆ ดังกล่าว ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีสถานการณ์รุนแรง อย่างไรก็ตาม การใช้มาตรการครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ มีต้นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมสูง จึงควรดำเนินการเพียงชั่วคราวในเวลาที่ย่ำแย่ที่เป็นประโยชน์ หากเนิ่นนานโดยไม่จำเป็นจะส่งผลกระทบต่อประชากรที่มีรายได้น้อย มีหนี้สินครัวเรือนสูง ทำให้เกิดการตกงาน สร้างความกดดันทางจิตใจ ส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของครอบครัว ชุมชน และสังคมโดยรวม

ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดแนวคิดการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ให้อยู่ในระดับต่ำ มีการสูญเสียชีวิตน้อย เพราะโรงพยาบาลรองรับได้ทัน ในขณะที่เดียวกันก็เริ่มเปิดให้ผู้คนทำมาหาเลี้ยงชีพ ทำธุรกิจ ทำการผลิตสินค้าและบริการ นักเรียนได้เรียนหนังสือ ผู้คนได้ทำงาน และสังคมไม่หยุดนิ่ง มีการพัฒนาที่สมดุลทั้งการควบคุมโรคและการประกอบกิจการและกิจกรรมต่างๆ เป็นการกลับสู่ชีวิตปกติแต่ด้วยวิถีแบบใหม่ (New Normal) ที่เน้นความปลอดภัยมากกว่าความสะดวกสบาย เน้นงานสังคมขนาดเล็กในครอบครัวญาติสนิทมากกว่างานขนาดใหญ่ เน้นความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าการตามใจตนเอง (คำานวณ อึ้งชูศักดิ์ และศุภมิตร ชุณหิ์ สุทธิวัฒน์, 2563)

วิถีปกติใหม่ (New Normal)



ราชบัณฑิตยสภาได้บัญญัติศัพท์ "New Normal" ว่า ความปรกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องมาจากมีบางสิ่งกระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปรกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

ทั้งนี้รูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ประกอบด้วยวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิถีสื่อสาร วิถีปฏิบัติและการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะอ้างรักษาวิถีดั้งเดิมหรือหวนหาถึงอดีต

วิถีชีวิตใหม่ที่เริ่มนำมาใช้จนเริ่มเป็นสิ่งปกติ มีดังนี้ (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, 2563)

1. ยืนห่างคนอื่น 1-2 เมตร
2. ล้างมือบ่อยๆ
3. ใส่หน้ากากอนามัย
4. อยู่บ้าน
5. ถึงบ้าน ให้อาบน้ำทันที
6. ใช้รถสาธารณะเท่าที่จำเป็น
7. แยกของใช้ส่วนตัว

8. ช้อนมอเตอร์ไซค์ให้หันข้าง
 9. กินสุกปรุงใหม่แยกสำหรับ
- ทั้งนี้ New Normal วิธีชีวิตใหม่ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 New Normal วิธีชีวิตใหม่
ที่มา (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, 2563)

วิถีปกติใหม่ธุรกิจร้านอาหาร



จากเดิม วิถีปกติใหม่ หรือ “New Normal” เป็นคำที่ใช้อธิบายการขยายตัวของเศรษฐกิจที่ไม่เหมือนเดิม ว่าเป็น “ความปกติแบบใหม่” ที่ต้องยอมรับให้ได้ แต่ปัจจุบันมักพบว่า New Normal ถูกนำมาใช้ในเชิงธุรกิจหรือการตลาดมากยิ่งขึ้น เพื่ออธิบายว่า “สิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นก่อนหน้านี้ อาจกลายเป็นเรื่องปกติหลังจากนี้” ทุกกิจกรรมที่กลับมาเปิดใหม่จึงต้องมีแนวปฏิบัติที่เหมาะสมโดยเน้นความปลอดภัยห่างไกลจากเชื้อโควิด ทั้งนี้วิถีปกติใหม่ของธุรกิจร้านอาหาร สามารถจำแนกเป็นด้านสาธารณสุข ด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการออกแบบพื้นที่ร้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านสาธารณสุข

สำหรับธุรกิจร้านอาหาร แนวคิดวิถีปกติใหม่ (New Normal) เป็นไปภายใต้หลักการยึดมาตรการทางสาธารณสุขและมาตรการของรัฐเป็นหลัก พร้อมกับคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (“สองแนวคิดการออกแบบพื้นที่”, 2563)

- ความหนาแน่น (density)
- การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล (social distancing)
- การวางระบบโซน (zoning)
- ระบบการหมุนเวียนภายในร้าน (circulation)

- ระบบถ่ายเทอากาศ (ventilation)
- การลดการสัมผัส (contactless)

ทั้งนี้ “ข้อปฏิบัติ” ที่จัดเป็นวิธีปฏิบัติใหม่ธุรกิจร้านอาหารด้านสาธารณสุขโดยภาพรวมมีดังนี้ (“ร้านอาหารเตรียมตัวอย่างไร”, 2563)

1. วัดอุณหภูมิ ลูกรักทุกคนก่อนเข้าร้าน
2. จำกัดจำนวนคนในร้าน โทรงจอง/แจ้งเมื่อถึงคิว เพื่อเลี่ยงการนั่งรอ
3. จัดพื้นที่ยืนรอคิว เว้นระยะห่าง 1 เมตร
4. จัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ บริการลูกรักค่าบริการเวียนหน้าร้าน
5. จัดที่นั่งรับประทานอาหาร เว้นระยะห่าง 1 เมตร พร้อมทำสัญลักษณ์ที่ชัดเจน
6. จัดโต๊ะให้นั่งเยื้องกันและห่างกันไม่ต่ำกว่า 1 เมตร พร้อมทำสัญลักษณ์ที่ชัดเจน
7. จัดทำ Table Shield ฉากกั้นบนโต๊ะอาหาร
8. พนักงานทุกคนต้องสวมใส่หน้ากากอนามัยหรือ Face Shield ทุกครั้งที่ปฏิบัติงาน
9. ไม่วางอุปกรณ์ ทิ้งไว้บนโต๊ะ
10. ไม่วางชุดเครื่องปรุงทิ้งไว้บนโต๊ะ
11. จัดให้มีเครื่องปรุงชนิดซองแทนการใช้ร่วมกัน
12. หม้อต้ม ปิ้งย่าง และอุปกรณ์การทาน ต้องใช้ 1 ชุดต่อ 1 คน
13. อาหารต้องปรุงสุกใหม่เสมอ
14. แยกชั้นสำหรับซิมและประกอบอาหาร
15. จัดเก็บอาหารแต่ละประเภทในอุณหภูมิที่เหมาะสม
16. ใช้บรรจุภัณฑ์ชนิด Food Grade มีฝาปิดมิดชิดสำหรับซ็อกกลับบ้าน
17. ยกเลิกการให้บริการแบบบุฟเฟต์
18. ให้บริการเฉพาะการเสิร์ฟอาหารเท่านั้น
19. หมั่นดูแลรักษาความสะอาดอุปกรณ์ครัว บรรจุภัณฑ์ และสถานที่อยู่เสมอ
20. คัดแยกขยะแต่ละประเภท จัดเก็บในถังปิดมิดชิด และนำไปทิ้งทุกวัน
21. เตรียมเครื่องฆ่าเชื้อ UV สำหรับฆ่าเชื้อภาชนะ
22. ติดตั้งเครื่องฟอกอากาศภายในร้าน
23. พนักงานทุกคนต้องสวมถุงมืออย่างขณะปฏิบัติหน้าที่

24. ให้บริการที่ใช้เวลาไม่เกิน 2 ชม.

25. เช็ดทำความสะอาดโต๊ะทุกครั้งด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อ และทิ้ง 10 นาทีก่อนให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการต่อไป

26. จัดให้มีการพ่นสเปรย์ถุงสินค้าทุกครั้ง

27. สนับสนุนการใช้ระบบ Cashless Payment เพื่อเลี่ยงการสัมผัส

28. จัดให้มีถุงพลาสติกสำหรับใส่เงินทอนให้กับลูกค้า

29. Big Cleaning พ่นสเปรย์ฆ่าเชื้อ อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์

30. การวางโซว์สินค้าอาหาร ควรจัดวางไว้ในตู้ปิดหรือมี Food Shield

31. สำหรับอาหารเคโฮม ทุกกล่องต้องระบุข้อมูลชื่อร้านและสาขา ชื่อและอุณหภูมิผู้ประกอบอาหารติดบนกล่องอาหาร

32. ถ้าหน้าร้านไม่มีพื้นที่จัดรอ ร้านต้องจัดทำบัตรคิว พร้อมเบอร์ติดต่อลูกค้า เพื่อแจ้งลูกค้าเมื่อถึงคิวรับประทานอาหาร

33. ภาชนะ ซ้อนซ้อน ต้องผ่านการล้างทำความสะอาดและอบฆ่าเชื้อด้วยความร้อนมากกว่า 90 องศาเซลเซียส

34. ต้องจัดระยะห่าง Social Distancing ระหว่างพนักงาน และลูกค้า

35. จัดทำ Cashier Shield ที่โต๊ะแคชเชียร์ และจุดบริการต่างๆ

2. ด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค



ข้อมูลจากศูนย์วิจัย สำนักพิมพ์ต่างๆ ได้กล่าวสอดคล้องในทิศทางเดียวกันถึงภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ผู้ประกอบการร้านอาหารทุกประเภทจะต้องเร่งปรับตัวสู่บรรทัดฐานใหม่ทางธุรกิจ (New Normal) ที่สอดคล้องไปกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (ปรับปรุงจาก ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, (2563); “ธุรกิจร้านอาหารกับ New normal”, (2563); “ร้านอาหารเตรียมตัวอย่างไร” , (2563); “เปิด New Normal และ Insight การใช้จ่าย”, (2563)).

New normal พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจร้านอาหาร

ลูกค้าหรือผู้บริโภคทุกวันนี้ มีวิถีปกติใหม่ที่เปลี่ยนไป ดังนี้

- **Health Conscious** **ให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพ**

ลูกค้ายุคโควิดให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น

- **Contactless** **หลีกเลี่ยงการสัมผัส/สัมผัสให้น้อยที่สุด**

เนื่องจากไม่มั่นใจความสะอาดและความปลอดภัย ลูกค้าจึงมักหลีกเลี่ยงการสัมผัสจากสิ่งต่างๆ ภายนอกมากยิ่งขึ้น

- **Cashless Society** **สังคมแบบไร้เงินสด**

ลูกค้าพอใจที่จะชำระด้วยวิธีที่ไม่ใช้เงินสดมากกว่า โดยชำระ ผ่าน e-Payment หรือ QR Code Payment เนื่องจากรู้สึกปลอดภัยกว่าการจับต้องเงินสด ที่ผ่านการสัมผัสมาจากหลายมือ

■ **Individual เน้นปัจเจกบุคคล/เน้นความเป็นส่วนตัว**

สิ่งของเครื่องใช้ เช่น จาน ชาม ช้อน เครื่องปรุง ฯลฯ หรือแม้แต่การรับประทาน เน้นแยกเป็นส่วนตัว ไม่ปะปนกัน

■ **Convenience ชอบความสะดวกสบาย**

ลูกค้าชื่นชอบสินค้าหรือการบริการที่ช่วยทุ่นแรง ประหยัดเวลา ลดความยุ่งยาก สร้างความสะดวกสบาย

■ **Digital Platforms and Data Usage เทคโนโลยีด้านข้อมูลและดิจิทัล**

ลูกค้าทุกวันนี้ มีการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการมากยิ่งขึ้น

■ **Value & Saving เน้นความคุ้มค่าและประหยัด**

เนื่องจากไม่มั่นใจสถานภาพการเงินว่าจะอยู่รอดผ่านสถานการณ์โควิดหรือไม่ ลูกค้าจึงเน้นซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็นและคุ้มค่าเป็นหลัก

กลยุทธ์การตลาดธุรกิจร้านอาหารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภควิถีปกติใหม่

■ **ยกระดับมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของร้านอาหาร เพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค** โดยความสะอาดและความปลอดภัยในที่นี้ ครอบคลุมตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงคลัง การทำความสะอาดสถานที่ อุปกรณ์ผลิตและจำหน่ายต่างๆ การเพิ่มระยะห่างโต๊ะ ฯลฯ

■ **เพิ่มบริการอาหารจัดส่งนอกสถานที่หรือบริการดีลิเวอรี** อันเนื่องมาจากจำนวนโต๊ะที่หายไปจากการเว้นระยะห่าง ส่งผลให้พื้นที่บริการและรายได้ลดลง ดังนั้นธุรกิจร้านอาหารจึงควรเพิ่มบริการจัดส่งถึงบ้านแทนการรับประทานในร้านตามปกติ โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าสั่งอาหารผ่านสื่อออนไลน์ของร้าน หรือร่วมมือกับแพลตฟอร์มการสั่งอาหารออนไลน์ เช่น foodpanda FIN Delivery ฯลฯ ทั้งนี้ธุรกิจร้านอาหารจะต้องทำการรักษามาตรฐานต่างๆ

ทั้งการจัดส่ง ด้านคุณภาพ ด้านเวลา ด้านศูนย์บริการข้อมูลแก่ผู้บริโภค และด้านสุขอนามัย และความสะดวกซึ่งถือเป็นหัวใจของธุรกิจร้านอาหารในช่วงเวลานี้

- **เพิ่มช่องทางการสื่อสารและช่องทางการขายแบบออนไลน์** โดยสื่อสารผ่าน Facebook Fanpage Instagram Line ฯลฯ ทั้งนี้การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอผ่านคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ น่าสนใจและเหมาะสมกับเทรนด์ในช่วงนั้น

- **เน้นให้บริการกับลูกค้าที่ลดการสัมผัส (Contactless) ให้ได้มากที่สุด** ตั้งแต่การสั่งอาหาร การชำระเงิน ไปจนถึงบริการส่งอาหาร รวมถึงรับชำระเงินจากลูกค้ารูปแบบต่าง ๆ แทน เช่น e-Payment หรือ QR Code Payment ซึ่งจากการวิจัยพบว่า 61% ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย ชอบที่จะชำระด้วยวิธีที่ไม่ใช้เงินสดมากกว่าจำเป็นต้องเงินสดใช้จ่ายสินค้า เนื่องจากไม่มั่นใจความสะดวกและความปลอดภัย สอดคล้องกับ New Normal สังคมแบบไร้เงินสด (Cashless Society)

- **ปรับกลยุทธ์ เน้นความประหยัดและคุ้มค่า** จากผลการวิจัยพบว่าคนไทยมีความกังวลมากขึ้นในเรื่องของความปลอดภัยและสถานภาพทางการเงินของตัวเองมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหารจึงควรปรับกลยุทธ์ เน้นโปรโมชั่นที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกประหยัดสุดคุ้ม หรือการบริการที่คุ้มค่า เช่น ฟรีค่าจัดส่ง, ซื้อม 1 แถม 1, ซื้อม 1 แถม 1 หรือซื้อใหญ่คุ้มกว่า, การเปิดให้ฟรีออเดอร์เซ็ทอาหารซาบูพร้อมหม้อต้ม, ฯลฯ

3. ด้านการออกแบบพื้นที่ร้าน

ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง (UddC) โดย ผศ.ดร.นิรมล เสรีสกุล ผู้อำนวยการศูนย์ฯ ได้พัฒนาและออกแบบพื้นที่แหล่งอาหารของเมือง รองรับมาตรการผ่อนปรนของภาครัฐในกลุ่มกิจการด้านอาหาร ทั้งรูปแบบของตลาด ศูนย์อาหาร ร้านอาหารขนาดเล็กในอาคารแถว ร้านค้าแผงลอย เพื่อบรรเทาผลกระทบในกลุ่มผู้ประกอบการอาหาร ผู้ค้าหาบเร่แผงลอย และแรงงานนอกระบบ ให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อเนื่องได้ โดยยึดหลักป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของกระทรวงสาธารณสุขเป็นหลัก ทั้งนี้การออกแบบวิถีปกติใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจร้านอาหาร ดังนี้ (“สองแนวคิดการออกแบบพื้นที่”, 2563)

- ตลาดอาหารและตลาดสด
 - ศูนย์อาหาร
 - ร้านอาหารขนาดเล็กภายในอาคารแถว
 - ร้านอาหารแผงลอยหรือรถเข็นแผงลอย
- โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ตลาดอาหารและตลาดสด



New Normal ตลาดอาหารและตลาดสด

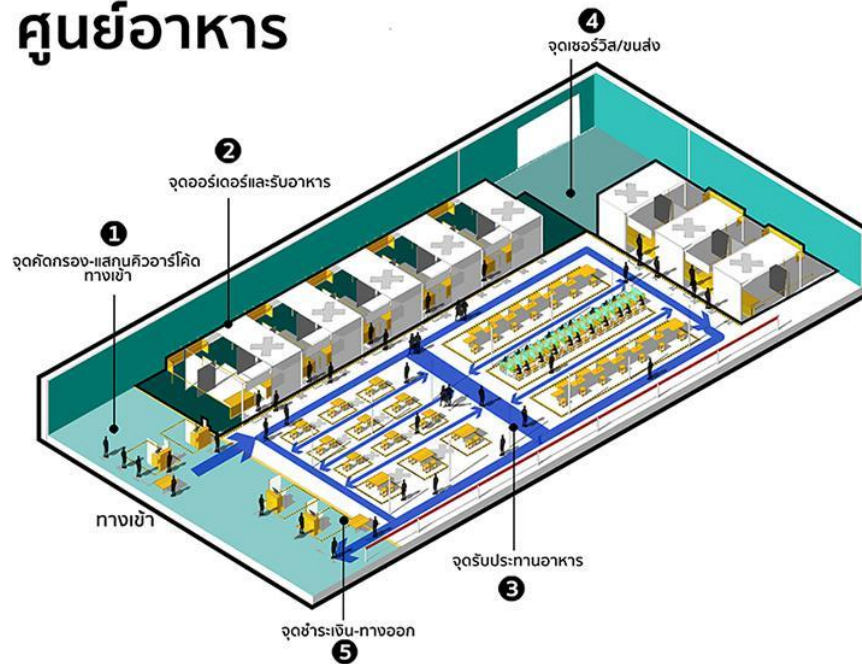
ในพื้นที่ที่มีการใช้พื้นที่ร่วมกัน ให้มีการแบ่งโซน และจัดลำดับการจับจ่ายอย่างชัดเจน ในช่วงวิกฤตโควิดนี้ เสนอให้จำกัดทางเข้า 1 ทาง และออก 2 ทาง เพื่อจำกัดจำนวนคนและระบายคนออกให้มากขึ้น

จากนั้นควรแบ่งพื้นที่จุดคัดกรองและทำความสะอาดผู้ซื้อด้วยแอลกอฮอล์ 70% และจุดจำหน่ายสินค้าที่มีการสับหว่างของร้านค้า รักษาระยะห่างระหว่างผู้ค้ากับผู้ซื้ออย่างน้อย 1.5-2 เมตร จุดรับประทานอาหารให้สับหว่างที่นั่งหรือนั่งหันหน้าทางเดียว เว้นระยะมากขึ้น และมีจุดบริการชักล้าง

▪ ศูนย์อาหาร



ศูนย์อาหาร



New Normal ศูนย์อาหาร

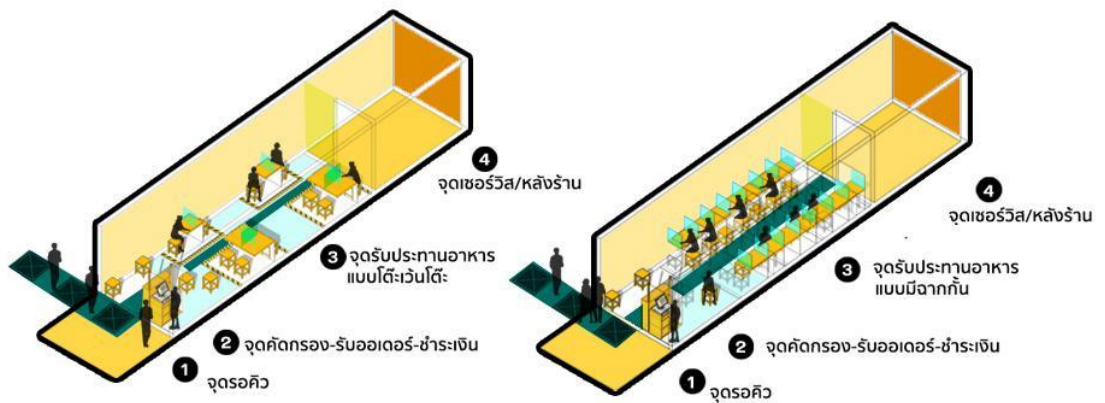
เพื่อป้องกันแพร่ระบาดของไวรัส ควรจัดให้มีการแบ่งโซนและจัดลำดับการจับจ่ายอย่างชัดเจน โดยการจำกัดทางเข้า-ออก 1 ทาง เพื่อจำกัดจำนวนคน อีกทั้งจัดให้มีจุดคัดกรองและทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์ มีจุดชำระเงินด้วยระบบออนไลน์ และลงทะเบียนเข้าศูนย์อาหาร มีจุดจำหน่ายสินค้าที่มีการสับหว่างของร้านค้า

ส่วนการรักษาระยะห่าง ให้ทำเช่นเดียวกับจุดกินอาหาร โดยให้ลูกค้านั่งหันหน้าทางเดียว และจัดให้มีจุดบริการทำความสะอาดและซักล้าง

- ร้านอาหารขนาดเล็กภายในอาคารแถว



ร้านค้าขนาดเล็ก ภายในอาคารแถว



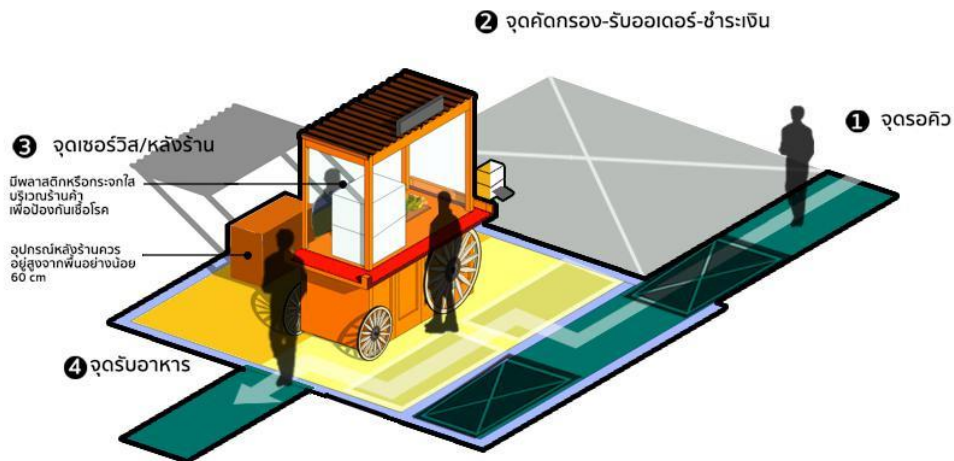
New Normal ร้านอาหารขนาดเล็กภายในอาคารแถว

ด้วยขนาดของร้านที่จำกัด ที่ต้องแชร์โต๊ะหรืออุปกรณ์ร่วมกันในสถานการณ์โควิด ให้วางผังโต๊ะใหม่หันหน้าไปทางเดียว เว้นที่นั่งตามมาตรการ Social Distancing และเพิ่มฉากกั้นระหว่างกันกรณีที่ร้านมีความหนาแน่นสูง หากสถานการณ์ดีขึ้นแล้ว อาจจะมีจัดโต๊ะกลับตามเดิม แต่เพิ่มเติมฉากกั้นกักบาท ถ้าลูกค้าต้องแชร์โต๊ะร่วมกัน

- ร้านอาหารแผงลอยหรือรถเข็นแผงลอย



ร้านค้าแผงลอย



New Normal ร้านอาหารแผงลอยหรือรถเข็นแผงลอย

แบ่งโซนซื้อขายบริเวณหน้าร้าน และโซนปรุงอาหารหลังร้านอย่างชัดเจน เพิ่มแผงกั้นบริเวณหน้าร้าน จัดระบบจัดการแบบแบ่งเว้นแฉง เพื่อเว้นระยะห่างและลดความหนาแน่นในการใช้งานพื้นที่

มาตรฐานการให้บริการธุรกิจร้านอาหารตามวิถีปกติใหม่

มาตรฐานการให้บริการธุรกิจร้านอาหารตามวิถีปกติใหม่ในที่นี้ ยึดหลักตามมาตรการผ่อนคลायให้ดำเนินการหรือทำกิจกรรมบางอย่างได้ตามข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2558 (ฉบับที่ 6) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารสามารถสำรวจและจัดเตรียมความพร้อม รวมถึงขออนุญาตจากคณะกรรมการตรวจติดตามการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนคลायของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 ในพื้นที่ตนเองต่อไป ทั้งนี้มาตรการป้องกัน COVID-19 สำหรับธุรกิจร้านอาหาร จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) สำหรับกิจการรถเข็น หาบเร่ แผงลอย 2) สำหรับสถานประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม 3) สำหรับกิจการตลาด ตลาดน้ำ และตลาดนัด โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (เทศบาลนครยะลา, 2563)

มาตรการป้องกัน COVID-19 สำหรับกิจการรถเข็น หาบเร่ แผงลอย

การปฏิบัติ ตามมาตรการ	ข้อปฏิบัติ
**	1. ผู้ประกอบการ พนักงาน ต้องสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า และต้องแต่งกายสะอาด มีผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผมตลอดเวลาที่ให้บริการ และให้บริการเฉพาะผู้ที่สวมหน้ากากอนามัยในการซื้อสินค้าและอาหาร
**	2. ล้างมือบ่อย ๆ ด้วยสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล ไม่ต่ำกว่า 70% หรือน้ำยาฆ่าเชื้อ ก่อนและหลังการสัมผัสอาหารหรือสินค้า
**	3. ต้องมีมาตรการในการจัดพื้นที่ยื่นรถเข็นบริการ โดยเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร และกลุ่มร้านค้าต้องร่วมผลักดันเปลี่ยนการดูแลตามมาตรการ
**	4. ให้บริการจำหน่ายอาหารเพื่อนำกลับไปบริโภคที่อื่นเท่านั้น
**	5. ห้ามมีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด
**	6. จัดให้มีวัสดุอุปกรณ์ หรือแผงกั้นระหว่างอาหารกับผู้ให้บริการ
**	7. ให้กำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน
**	8. ทำความสะอาดรถเข็น/แผงลอย ด้วยผงซักฟอกหรือน้ำยาทำความสะอาดทุกวัน และห้ามตั้งวางรถเข็น/แผงลอยบริเวณที่จำหน่ายภายหลังการขาย
**	9. ให้ใช้วัสดุอุปกรณ์ช่วยในการหยิบจับอาหารปรุงสุก ไม่ใช้มือหยิบจับอาหาร

	โดยตรง และทำความสะอาดอุปกรณ์ เช่น ที่คีบ มีด เขียงทุกครั้งหลังใช้งาน
**	10. อาหารปรุงสำเร็จที่วางรอให้บริการ ต้องมีการปกปิดเพื่อป้องกันฝุ่นละออง แผลง และสัตว์นำโรค อีกทั้งต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร ไม่ควรวางรอบริการเกิน 4 ชั่วโมงและควรอุ่นอาหาร
**	11. กำหนดช่วงเวลาการให้บริการ ตั้งแต่เวลา 05.00-21.00 น. เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548
*	12. ซุดเครื่องปรุงรสแนะนำให้เป็นชนิดซอง
*	13. หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน เช่น การชำระเงิน ชำระผ่านระบบ e-payment หรือ หากชำระด้วยเงินสด มีถาดรับเงิน หรือสวมถุงมือ
*	14. เพิ่ม Line Official Account ของหน่วยงานภาครัฐที่ติดต่อ และทำการลงทะเบียนสถานประกอบการ เพื่อรับ QR Code ในการลงทะเบียนผู้ไปใช้บริการ ในสถานประกอบการ หรือใช้วิธีจดบันทึกข้อมูล ชื่อ-สกุล และที่อยู่ เบอร์โทรของผู้เข้าใช้บริการ พร้อมแจ้งมาตรการให้ผู้ใช้บริการทราบ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบหากมีกรณีเหตุจำเป็นฉุกเฉิน

หมายเหตุ : ** ทุกร้านต้องปฏิบัติตาม, * ทุกร้านควรปฏิบัติตาม

มาตรการป้องกัน COVID-19 สำหรับสถานประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม

การปฏิบัติ ตามมาตรการ	ข้อปฏิบัติ
**	1. ทำความสะอาดพื้น พื้นผิวสัมผัสบ่อยๆ ทั้งก่อนและหลังการให้บริการด้วยผงซักฟอกหรือน้ำยาทำความสะอาดฆ่าเชื้อ เช่น โซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) 0.1%และกำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน
**	2. ผู้ประกอบการ พนักงานบริการ ผู้ใช้บริการต้องสวมหน้ากากอนามัย หรือ หน้ากากผ้าอีกทั้งผู้ประกอบการหรือพนักงานบริการต้องใส่ face shield และสวมถุงมือตลอดเวลาให้บริการ
**	3. มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจลไม่ต่ำกว่า 70% หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรคบริเวณหน้าร้าน
**	4. เว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ และระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินอย่างน้อย 1 เมตร
**	5. ควบคุมจำนวนผู้ใช้บริการ มิให้แออัด หากรับประทานภายในร้านต้องมีระยะห่างระหว่างผู้นั่งรับประทานอย่างน้อย 1 เมตร
**	6. งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในสถานที่จำหน่ายอาหาร
**	7. มีมาตรการคัดกรองอาการป่วย ไข้ ไอ จาม หรือเป็นหวัด สำหรับผู้ประกอบการ พนักงานบริการ และผู้บริการ โดยการใช้เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ หรือการซักประวัติ
**	8. ลดเวลาในการทำกิจกรรมให้สั้นลงเท่าที่จำเป็น
**	9. จัดให้มีพื้นที่รอคิว ที่มีที่นั่งหรือยืนระหว่างรอรับบริการ โดยมีระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร
**	10. พื้นที่ให้บริการต้องเป็นลักษณะโล่งและระบายอากาศ หากไม่มีพื้นที่ดังกล่าวให้จำหน่ายเพื่อนำกลับไปรับประทานที่อื่น
**	11. งดเว้นการแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน
**	12. งดเว้นการสูบบุหรี่ หรือการกระทำอื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคทางอากาศ
**	13. กำหนดช่วงเวลาการให้บริการ ตั้งแต่เวลา 05.00-21.00 น. เพื่อให้สอดคล้อง

	กับพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548
*	14. งดให้บริการแก่เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 5 ปี ที่มานั่งรับประทานภายในร้าน
*	15. จัดให้มีถังขยะแบบมีฝาปิดโดยมีถุงใส่ขยะภายในทุกโต๊ะที่ให้บริการ และพนักงานต้องเปลี่ยนถุงใส่ขยะทุกครั้งที่มีการให้บริการ (แนะนำเป็นถังขยะแบบเหยียบ)
*	16. หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน เช่น การชำระเงิน โดยชำระผ่านระบบ e-payment หรือ หากชำระด้วยเงินสด มีภาครับเงิน หรือสวมถุงมือ
*	17. เพิ่ม Line Official Account ของหน่วยงานภาครัฐที่ติดต่อ และทำการลงทะเบียนสถานประกอบการ เพื่อรับ QR Code ในการลงทะเบียนผู้ไปใช้บริการ ในสถานประกอบการ หรือใช้วิธีจดบันทึกข้อมูล ชื่อ-สกุล และที่อยู่ เบอร์โทรของผู้เข้าใช้บริการ พร้อมแจ้งมาตรการให้ผู้ใช้บริการทราบ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบหากมีกรณีเหตุจำเป็นฉุกเฉิน

หมายเหตุ : ** ทุกร้านต้องปฏิบัติตาม, * ทุกร้านควรปฏิบัติตาม

มาตรการป้องกัน COVID-19 สำหรับกิจการตลาด ตลาดน้ำ และตลาดนัด

การปฏิบัติ ตามมาตรการ	ข้อปฏิบัติ
**	1. ให้ผู้ประกอบการ พนักงานบริการ ผู้ใช้บริการสวมหน้ากากอนามัย หรือหน้ากากผ้าโดยปิดทั้งจมูกและปาก
**	2. จัดให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล ไม่ต่ำกว่า 70% หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรค สำหรับทำความสะอาดมือ
**	3. ควบคุมจำนวนผู้ค้าและผู้ให้บริการ มิให้แออัด และจัดให้มีพื้นที่สำหรับนั่งหรือยืนรอคิวและเว้นระยะห่างจากจุดชำระค่าบริการอย่างน้อย 1 เมตร
**	4. ทำความสะอาด พื้น ทางเดิน พื้นผิวสัมผัสร่วม เช่น ราวบันได ลูกบิดประตู หรือเคาน์เตอร์วางสินค้า ด้วยผงซักฟอกหรือน้ำยาทำความสะอาดฆ่าเชื้อ เช่น โซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) 0.1% อย่างน้อย วันละ 2 ครั้ง
**	5. ทำความสะอาดห้องน้ำ ห้องส้วมสาธารณะของตลาด โดยเน้นจุดที่เสี่ยงที่มีผู้สัมผัสมาก เช่น ที่จับสายชำระ โถปัสสาวะ ลูกบิด กลอนประตู ก๊อกน้ำ ฯลฯ ด้วยผงซักฟอกหรือน้ำยาทำความสะอาด หรือน้ำยาฟอกขาว (โซเดียมไฮโปคลอไรท์) 0.1% แล้วล้างด้วยน้ำให้สะอาด ทุก 2 ชั่วโมง
**	6. พนักงานทำความสะอาด และเก็บขยะ ให้ใช้หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน รองเท้าพื้นยางหุ้มแข้ง และใส่ถุงขยะปิดปากถุงให้มิดชิด และให้กำจัดขยะทุกวัน
**	7. บริการร้านอาหารในตลาด ตลาดน้ำ และตลาดนัด ต้องปฏิบัติตามมาตรการการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม ดังนี้
**	7.1 จัดระบบการเว้นระยะห่างระหว่างที่นั่ง (บุคคล) อย่างน้อย 1 เมตร หรือกรณีมีระยะห่างระหว่างที่นั่ง (บุคคล) น้อยกว่า 1 เมตร ต้องจัดให้มีฉากกั้นระหว่างที่นั่ง (บุคคล)
	7.2 ร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งมีจำหน่ายสุรา ให้จำหน่ายเพื่อนำไปบริโภคที่อื่น
	7.3 จัดให้มีฉากแผ่นใสกั้นระหว่างลูกค้าและอาหาร
	7.4 ทำความสะอาดโต๊ะ เก้าอี้ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดฆ่าเชื้อ เช่น โซเดียมไฮโป

	<p>คอลลีไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) 0.1% ทุกครั้งเมื่อลูกค้าใช้บริการเสร็จ</p> <p>7.5 มีมาตรการในการทำความสะอาดภาชนะ จาน ช้อน ส้อม แก้วน้ำ และอุปกรณ์ต่างๆ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดภาชนะ และน้ำยาฆ่าเชื้อ</p>
*	<p>8. หลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน เช่น ชำระเงิน ชำระผ่านระบบ e payment หรือหากชำระด้วยเงินสด มีถาดรับเงิน หรือสวมถุงมือ</p>
*	<p>17. เพิ่ม Line Official Account ของหน่วยงานภาครัฐที่ติดต่อ และทำการลงทะเบียนสถานประกอบการ เพื่อรับ QR Code ในการลงทะเบียนผู้ที่ใช้บริการในสถานประกอบการของท่าน หรือใช้วิธีจดบันทึกข้อมูล ชื่อ-สกุล และที่อยู่ เบอร์โทรของผู้เข้าใช้บริการ พร้อมแจ้งมาตรการให้ผู้ใช้บริการทราบ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบหากมีกรณีเหตุจำเป็นฉุกเฉิน</p>

หมายเหตุ : ** ทุกร้านต้องปฏิบัติตาม, * ทุกร้านควรปฏิบัติตาม

บรรณานุกรม

- คำนวน อินชู่ศักดิ์ และศุภมิตร ชุณหะวัณ. (2563). วิถีชีวิตโควิด-19 ในประเทศไทย: การเปลี่ยนผ่านจากมาตรการ “กึ่งล็อกดาวน์” สู่การมี “เสรีภาพ”. **วารสารวิชาการสาธารณสุข**. 29(2) : หน้า 377-380.
- เทศบาลนครยะลา. (2563). **แบบจำลองมาตรการผ่อนคลายสถานการณ์ COVID-19 ในพื้นที่เทศบาลนครยะลา**. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.yalacity.go.th/news/detail/1031>.
- ธุรกิจร้านอาหารกับ New normal ถ้าอยากไปต่อก็ต้องปรับตัวให้ไว. (2563, 13 พฤษภาคม). **Fastwork**. สืบค้น 29 พฤษภาคม 2563, จาก <https://fastwork.co/blog/restaurant-new-normal/>.
- เปิด New Normal และ Insight การใช้จ่ายของไทย ที่นักการตลาดห้ามพลาด. (2563, 20 เมษายน). **Marketingoops!**. สืบค้น 29 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/new-normal-insight-spending-thai-people/>.
- ร้านอาหาร” เตรียมตัวอย่างไร หลังปลดล็อกดาวน์. (2563, 24 เมษายน). **ฐานเศรษฐกิจ**. สืบค้น 29 พฤษภาคม 2563, จาก : <https://www.thansettakij.com/content/431273>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, (2563). **ความท้าทาย...หลังวิถีชีวิตโควิด ผลักดันธุรกิจร้านอาหารสู่ New Normal**. สืบค้น 29 พฤษภาคม 2563, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/RestaurantFB-1505.aspx>.
- ส่องแนวคิดการออกแบบพื้นที่ “ New Normal ร้านค้าขนาดเล็กหาบเร่ แผงลอย”. **PPTV Online**. สืบค้น 29 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B9E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%99/124956>.
- สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, (2563). **New Normal วิถีชีวิตใหม่**. สืบค้น 27 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.facebook.com/Sumnakkaw.PRD/posts/4418203898205096/>.

รายชื่อคณะกรรมการดำเนินงาน

- | | |
|---|---------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทรัตน์ นามบุรี | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์อัปสร อีชอ | กรรมการ |
| 3. อาจารย์ ดร.สุกฤษตรา พุ่มแก้ว | กรรมการ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนีย์ เครานวล | กรรมการ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รอมลี เจะดอเลาะ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์อรวรรณ กมล | กรรมการ |
| 7. นางสาวรอฮานี ปาแฉะ | เลขานุการ |