

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line
กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
Opinions on the impact of food on line business, a case study of
Muang District, Nakhon Ratchasima Province

เสถียรณภัส ศรีวะรมย์¹ สุวรรณ เดชน้อย² ดิเรก แสสนธิ³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการ อาหารออนไลน์, ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่อาศัยอยู่ในเขต เทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 404 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความน่าจะเป็น เครื่องมือการวิจัยทดสอบสมมติฐานด้วย T-test ,F-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยในการเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการอาชีพส่งอาหารออนไลน์ เพราะเพิ่มช่องทางการหารายได้เสริมจากอาชีพปกติในเวลาหลังเลิกงาน ร้านอาหารที่เข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น เนื่องจากมียอดขายมากขึ้นเพราะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น เพราะมีการสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น ร้านอาหารที่ไม่เข้าร่วมขายออนไลน์มียอดขายน้อยลง ซึ่งไม่ได้ทำให้มียอดขายน้อยลงเพราะตลาดคนละกลุ่ม และมีผลกระทบกับร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์ มีผลกระทบไม่มากนักเพราะเขาขายรสชาติ ขายทำเล ราคาไม่สูง

2. ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยการใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์ เกือบทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทาน ท่านต้องการมีส่วนร่วมเสนอปัญหาและข้อมูลแก่เทศบาลนครนครราชสีมา ไม่มีความจำเป็นในการเสนอข้อคิดเห็น และ ท่านต้องการให้การจัดทำประชาคมเรื่องนี้โดยเทศบาลนครนครราชสีมา ไม่จำเป็นต้องทำประชาคมในเรื่องนี้

¹ (ผศ.ดร.) อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา

² (ดร.) อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา E-Mail: dsuwand836@gmail.com

³ (ดร.) อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะนิติศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

3. ผลกระทบต่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมาที่บ้าน และที่ทำงาน ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระหว่างกันจะน้อยลง ไม่ใช่เพราะเขามีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นในครอบครัว ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกด้อยคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ ไม่มีผลกระทบด้านนี้ มีผู้ใช้มอเตอร์ไซค์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านจราจรเพิ่มขึ้น เพราะไม่ได้ออกรถใหม่ แต่นำรถที่มีอยู่แล้วมาใช้บริการส่งอาหาร

4. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย มีผู้ใช้จักรยานยนต์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านมลภาวะ การใช้รถส่วนตัวจะส่งผลกระทบต่อมลภาวะมากกว่ารถมอเตอร์ไซค์ ไม่มีผลกระทบเพราะใช้มอเตอร์ไซค์ส่งอาหาร ถ้าไปทานอาหารตามร้าน โดยรถส่วนตัวก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า

คำสำคัญ : ผลกระทบ, วิถีชีวิต, อาหารออนไลน์

Abstract

This purpose of the research was 1) 1) To study the level impact of online food businesses on livelihoods of people in Nakhon Ratchasima Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima Province 2) to compare the level impact of online food businesses on livelihoods of people in Nakhon Ratchasima Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima. The population includes online food service users, restaurant operators. Living in the field Nakhon Ratchasima Municipality Nakhon Ratchasima Province Without knowing the exact number. The researcher then used the method to determine the sample size. Set the 95% confidence value, the sample size was 404 people. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation. Probability Research tool to test hypothesis with T-test, F-test and One-way ANOVA.

The result of the research revealed that;

1. The aspects of business impact Most of the respondents agreed to increase their income for online food delivery professionals. Because there are additional ways to earn extra income from normal occupation during the time after work. The more restaurants participating in online sales will have more sales. Because there are more sales because there are more distribution channels and causing the food economy of Korat to grow more. Because it is easier to order restaurants that didn't participate in online sales had fewer sales. This does not effected in less sales due to different markets and affects the traditional restaurants that do not participate in online sales. There is not much impact because they sell taste, sell location and not high price.

2. The impact on urban communities Most of the respondents agree that using an online system is necessary for everyday life. Because nowadays it is an online order almost everyone has access people will leave the house to eat less. Because it is convenient to order food to eat. You want to participate in presenting problems and information to the Nakhon Ratchasima Municipality. There is no need for comments and you want the establishment of a community on this matter by the Nakhon Ratchasima Municipality. There is no need to do a congregation in this regard.

3. The impact of society Most of the respondents agreed. People will leave the house to eat less. Because it is more convenient to order food to home or working office, the relationship between people in society between them is less or not. It wasn't because he had more time together in the family. Food delivery operators, who don't join online may have a sense of inadequacy. How to adapt no effect on this side more. Also more motorbikes in the city to deliver food, more traffic problems or not. Because not launching a new car but bring an existing car to use the food delivery service.

4. Environmental impact most of the respondents agreed more motorcycle in the city to deliver food, there is a problem with pollution or not. Most of the respondents agreed using a private vehicle is more likely to cause pollution than a motorbike. There is no effect because the motor is used to deliver the food. If the people are going to eat at a restaurant by a private car, it will affect the Environmental more.

Keywords : Impact, Livelihoods, Food on line

บทนำ

จังหวัดนครราชสีมาตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีจำนวนประชากรเป็นอันดับสองของประเทศรองจากกรุงเทพมหานครจำนวน 2,646,401 คน แบ่งเป็น ผู้ชาย 1,303,951คน ผู้หญิง 1,342,450 คน และมีจำนวนบ้าน 802,134 หลัง แบ่งเป็น 32 อำเภอ ในจำนวนอำเภอทั้งหมด มีอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองนครราชสีมา มีจำนวน 452,650 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 221,253 คน ผู้หญิง 231,397 คน และมีบ้าน 198,168 หลัง (สำนักบริหารทะเบียน, 2561)

นิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร จำนวนทั้งสิ้น 15,260 ราย ทุนจดทะเบียนรวม 106,361.97 ล้านบาท โดยในปี 2563 (เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์) มีผู้จดทะเบียนธุรกิจ

ภัตตาคารร้านอาหาร ทั้งสิ้น 316 ราย ทุนจดทะเบียน 852.17 ล้านบาท ปี 2562 จำนวน 2,113 ราย ทุนจดทะเบียน 3,272.13 ล้านบาท ปี 2561 จำนวน 2,058 ราย ทุนจดทะเบียน 6,633.37 ล้านบาท และปี 2560 จำนวน 1,916 ราย ทุนจดทะเบียน 3,396.19 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

จากพฤติกรรมของคนไทยที่มีภาวะความเร่งรีบและข้อจำกัดด้านเวลาที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน อาจจะทำให้ส่งผลทำให้ไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากสถานที่ ร้านค้า ห้างร้าน คนไทยมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร (Food on line) เพิ่มขึ้น และสามารถเลือกใช้บริการที่ให้ความสะดวกและรวดเร็วมากที่สุด จึงทำให้จำนวนของการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดบริการจัดส่งอาหาร (Food on line) โดยผู้ประกอบการร้านอาหารในปี พ.ศ. 2560 น่าจะมีมูลค่า 26,000-27,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 11-15 จากในปี พ.ศ. 2559 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559) การเติบโตอย่างโดดเด่นของตลาดบริการจัดส่งอาหาร (Food on line) ในปี พ.ศ. 2560 โดยเฉพาะผ่านแอปพลิเคชัน ได้รับความนิยมเพราะเนื่องจากใช้งานผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งมีผู้ประกอบการที่พัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่บริการรับส่งอาหาร (Food on line) ในปัจจุบัน ได้แก่ LINE MAN, Uber Eats, Grab และ Food Panda เป็นต้น (SCB SME, 2560) คุณศิริภา จึงสวัสดิ์ ผู้จัดการประจำประเทศไทยอุเบอร์ ให้ข้อมูลกับทาง (Positioning mag) เว็บไซต์ ในวาระที่ อุเบอร์ อีท (Uber Eats) ดำเนินงานในประเทศไทยครบ 1 ปีพบว่าผู้บริโภคนิยมใช้แอปพลิเคชัน อุเบอร์ อีท (Uber Eats) ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ตามด้วย มื้อเย็น มื้อกลางวันและมื้อดึก ตามลำดับประเภทอาหารไทยเป็นประเภทอาหารที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุด ตามด้วยอาหารตะวันตก และอาหารญี่ปุ่น และ เมนูที่นิยมคือก๋วยเตี๋ยว ยอดจัดส่งตลอด 1 ปีเกิน 100,000 ขาม อันดับ 2 คือ เบอร์เกอร์ 40,000 ชิ้น อันดับ 3 คือ ส้มตำ 10,000 จาน (Positioningmag, 2561)

ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาหลายรายที่มีการให้บริการแบบฟู้ดเดลิเวอรี่ หรือเป็นพันธมิตรกับภาคธุรกิจที่ให้บริการส่งอาหาร พบว่า มียอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดประมาณ ๒-๓ เท่าตัว ขณะเดียวกันก็มีผู้บริโภคซื้ออาหารกลับไปทานที่บ้านเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน รวมทั้ง ได้พูดคุยกับพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ พบว่า ช่วง ๑-๒ สัปดาห์ที่ผ่านมา มีลูกค้าใช้บริการเพิ่มสูงขึ้นหลายเท่าตัว ปกติจะวิ่งรถช่วงเวลาประมาณ ๑๐.๐๐-๑๗.๐๐ น. รายได้ประมาณ ๒๕๐-๓๐๐ บาท แต่พอเข้าสู่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ได้ขยายเวลาวิ่งรถตั้งแต่ ๐๗.๐๐-๒๑.๐๐ น. เนื่องจากมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รายได้ที่ได้รับก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน เป็นประมาณ ๕๐๐-๗๐๐ บาทต่อวัน ถึงจะเหนื่อยแต่ก็มีรายได้เพิ่มขึ้น รู้สึกยิ้มได้กว้างมากขึ้น”

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จะมีผลกระทบเกี่ยวกับผลกระทบต่อธุรกิจ, ผลกระทบต่อชุมชนเมือง, ผลกระทบต่อสังคม, ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไร ทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อที่จะได้นำเสนอต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาเมืองและธุรกิจ ในการทำให้เกิดการเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนโดยรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

ประชาชนผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการร้านอาหารเมื่อมี เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, และรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็นผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการ อาหารออนไลน์, ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรใช้สูตร ของ W.G. Cochran (1953 อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะนี (2554 : 39) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 384 คน แต่เพื่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัยมากขึ้น ผู้วิจัยจึงปรับขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 404 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชน 3) ข้อเสนอแนะเป็นคำถามแบบปลายเปิด และนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence, IOC) นำแบบสอบถามมาทดสอบ (Try out) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ที่ 0.87 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์กำหนด (≥ 0.65) (อภินันท์ จันตะนี และสุชานันท์ โพธิ์ชาธาร, 2552 : 29)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ จำนวน และค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทำการวิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD.) จาก

ลักษณะคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Rating scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมี 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ), 2555 : 86-87)

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่า t-test, F-test เมื่อเกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 รายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 อาชีพ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.23, S.D. = 1.131) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ผลกระทบต่อธุรกิจ (Mean = 3.81, S.D. = 0.981) รองลงมา คือ ผลกระทบต่อชุมชนเมือง (Mean = 3.36, S.D. = 1.101) ต่อมา คือ ผลกระทบต่อสังคม (Mean = 3.16, S.D. = 1.051) และระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Mean = 2.59, S.D. = 1.391)

2.1 ด้านผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.81, S.D. = 0.981) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ ลำดับแรก คือ ทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น (Mean = 4.15, S.D. = 0.773) ลำดับที่สอง คือ เพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบอาชีพส่งอาหารออนไลน์ (Mean = 4.05, S.D. = 1.001) ลำดับที่สาม คือ มีผลกระทบกับร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์มาก (Mean = 3.35, S.D. = 0.881) ลำดับที่สี่ คือ ร้านอาหารที่ไม่เข้าร่วมขายออนไลน์มียอดขายน้อยลง (Mean = 3.28, S.D. = 0.960) และระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ร้านอาหารที่เข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น (Mean = 3.27, S.D. = 1.876)

2.2 ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.36, S.D. = 1.101) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ ลำดับแรก คือ การใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน (Mean = 4.07, S.D. = 1.087) ลำดับที่สอง คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง (Mean = 3.98, S.D. = 0.854) ลำดับที่สาม คือ ทานต้องการให้การจัดทำประชาคมเรื่องนี้โดยเทศบาลนครโคราช (Mean = 2.70, S.D. = 1.214)

และ ลำดับที่สี่ คือ ท่านต้องการมีส่วนร่วมเสนอปัญหาและข้อมูลแก่เทศบาลนครโคราช (Mean = 2.68, S.D. = 1.250)

2.3 ด้านผลกระทบต่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.16, S.D. = 1.051) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ ลำดับแรก คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง (Mean = 3.91, S.D. = 0.853) ลำดับที่สอง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกลดน้อยคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ (Mean = 3.02, S.D. = 0.959) ลำดับที่สาม คือ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระหว่างกันจะน้อยลง (Mean = 2.94, S.D. = 1.135) และ ลำดับที่สี่ คือ มีผู้ใช้มอเตอร์ไซค์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านจราจรเพิ่มขึ้น (Mean = 2.77, S.D. = 1.257)

2.4 ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง (Mean = 2.59, S.D. = 1.391) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ คือ มีผู้ใช้มอเตอร์ไซค์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านมลภาวะเพิ่มขึ้น (Mean = 2.59, S.D. = 1.391)

3. ความคิดเห็นผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

3.1 จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน พิจารณาเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.2 จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผลกระทบต่อสังคม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบระหว่างคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ scheffe ได้ผลการศึกษาดังนี้ ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรกและคู่ที่สอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี คู่ที่สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป, ด้านผลกระทบต่อสังคม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ กล่าวคือ คู่แรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสังคม แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง

41 – 50 ปี คู่ที่สอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสังคม แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป, ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรก,สอง,สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี, 21 – 30 ปี, 31 – 40 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป

3.3 จำแนกตามการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผลกระทบต่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบระหว่างคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ scheffe ได้ผลการศึกษาดังนี้ ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรก,สอง,สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี, 21 – 30 ปี, 31 – 40 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป, ผลกระทบต่อสังคม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสังคม แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

3.4 จำแนกตามอาชีพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบระหว่างคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ scheffe ได้ผลการศึกษาดังนี้ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ

[illegible]

ต่อสิ่งแวดล้อม รายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป คู่ที่สอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป คู่ที่สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป

อภิปรายผล

1. **ด้านผลกระทบต่อธุรกิจ** โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ เพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบอาชีพส่งอาหารออนไลน์ เพราะเพิ่มช่องทางการหารายได้เสริมจากอาชีพปกติในเวลาหลังเลิกงาน รองลงมาเห็นด้วยในระดับมาก คือ ร้านอาหารที่เข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น เนื่องจากมียอดขายมากขึ้นเพราะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เห็นด้วยในระดับมาก คือ ทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น เพราะมีการสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ร้านอาหารที่ไม่เข้าร่วมขายออนไลน์มียอดขายน้อยลง เนื่องจากไม่ได้ทำให้มียอดขายน้อยลงเพราะตลาดคนละกลุ่ม และ เห็นด้วยในระดับปานกลาง มีผลกระทบกับร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์มาก เนื่องจาก มีผลกระทบไม่มากเพราะเขาขายรสชาติ ขายทำเล ราคาไม่สูง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารีย์ มัยยพงษ์ (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มี ผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับมาก 2 ด้านคือด้านปัจจัยจำเป็นของผู้บริโภคและด้านอัตราประโยชน์ของผู้บริโภคส่วนด้านภาพลักษณ์สินค้าและบริการพบว่ากลุ่มที่เคยซื้อสินค้าและบริการมีความคิดเห็นด้านนี้อยู่ในระดับปานกลางและเมื่อเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทั้ง 3 ด้านของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าและบริการกับกลุ่มที่ไม่เคยซื้อพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ

2. **ผลกระทบต่อชุมชนเมือง** โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ การใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะปัจจุบัน

เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเกือบทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รองลงมาเห็นด้วยในระดับมาก คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทาน เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ท่านต้องการมีส่วนร่วมเสนอปัญหาและข้อมูลแก่เทศบาลนครโคราช ไม่มีความจำเป็นในการเสนอข้อคิดเห็น และ เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ท่านต้องการให้การจัดทำประชาคมเรื่องนี้โดยเทศบาลนครโคราช ไม่จำเป็นต้องทำประชาคมในเรื่องนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทวีวรรณ น้อยน้ำคำ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยในการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการเข้าไปใช้บริการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของผู้บริโภคคนไทยพบว่าในเรื่องของปัจจัยที่มี ผลต่อการซื้อสินค้าและบริการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคาของสินค้าและบริการรูปแบบของสินค้าและบริการที่แสดงบนเว็บไซต์ความปลอดภัยในการชำระค่าบริการระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งการรับประกันสินค้าความหลากหลายในตัวสินค้าและความสะดวกในการใช้บริการ

3. ผลกระทบต่อสังคม โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับมาก คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมาที่บ้าน และที่ทำงาน เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระหว่างกันจะน้อยลง ไม่ใช่เพราะเขามีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นในครอบครัว เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกลดคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ ไม่มีผลกระทบด้านนี้ และเห็นด้วยในระดับน้อย คือ มีผู้ใช้จักรยานในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านจราจรเพิ่มขึ้น เพราะไม่ได้ออกรถใหม่ แต่นารถที่มีอยู่แล้วมาใช้บริการส่งอาหาร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วันเฉลิม ดวงกันยา (2561) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แบบจัดส่งถึงที่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา ศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แบบจัดส่งถึงที่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา

4. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย และเห็นด้วยในระดับน้อย คือ มีผู้ใช้จักรยานในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านมลภาวะ การใช้รถส่วนตัวจะส่งผลกระทบต่อมลภาวะมากกว่ารถมอเตอร์ไซค์ ไม่มีผลกระทบเพราะใช้มอเตอร์ไซค์ส่งอาหาร ถ้าไปทานอาหารตามร้าน โดยรถส่วนตัวก็จะส่งผลกระทบต่อจราจรมากกว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนภูมิ สุริยมงคล (2561) ประสพการณ์ของผู้บริโภค ทักษะคิด และความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมต่อการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจจากความสะดวกสบาย ประโยชน์ที่ได้หลังการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง การประหยัดค่าใช้จ่าย การประหยัดเวลา ประสพการณ์การซื้อทางออนไลน์ก่อนหน้านี้ ทักษะคิดของผู้บริโภค และความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ต่อการให้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ด้านผลกระทบต่อธุรกิจ ร้านอาหารที่ยังไม่เข้าร่วมควรศึกษาวิธีการเข้าร่วม และเข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น เพราะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย จะทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น เพราะมีการสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น ส่วนร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์ควรมีการพัฒนาเรื่องรสชาติ ขยายทำเล และราคาต้องไม่สูง เป็นธุรกิจที่สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยไม่เบียดเบียนเวลาทำงานประจำ

1.2 ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหาร เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทาน ทำให้ผู้คนมีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้นหลังเลิกงาน และพนักงานที่ทำงานในสถานที่ทำงานไม่ต้องเดินทางไปทานอาหารเพียงประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายลงได้ ขณะเดียวกัน การใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์ เกือบทุกคนสามารถเข้าถึงได้

1.3 ผลกระทบต่อสังคม ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมาที่บ้าน และที่ทำงาน ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมนั้นดีขึ้น เพราะเขามีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นในครอบครัว ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกด้อยคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ ผลวิจัยบอกว่าไม่มีผลกระทบด้านนี้ ปัญหาด้านจรรยาบรรณเพราะคนไม่ใช้รถส่วนตัวออกจากบ้านหรือสำนักงานไปทานอาหาร

1.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้รถส่วนตัวจะส่งผลต่อมลภาวะมากกว่ามอเตอร์ไซค์ ไม่มีผลกระทบเพราะใช้มอเตอร์ไซค์ส่งอาหาร เพราะไม่ได้ออกรถใหม่ แต่นำรถที่มีอยู่แล้วมาใช้บริการส่งอาหาร ถ้าไปทานอาหารตามร้าน โดยรถส่วนตัวก็จะส่งผลต่อการจราจรและต่อสิ่งแวดล้อม มากกว่า

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องผลกระทบในวงกว้างทั้งจังหวัดนครราชสีมา หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะในปัจจุบันนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นเพราะคนโคราช นิยมความสะดวกสบายมากขึ้น และธุรกิจในการให้บริการมีการแข่งขันกันอย่างมาก

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องผลกระทบประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือจากด้านผลกระทบต่อธุรกิจ ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง ด้านผลกระทบต่อสังคม, ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะความต้องการของลูกค้า และแนวโน้มของตลาดในธุรกิจประเภทนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้ทราบผลกระทบ และปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ตลอดเวลา

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). นิติบุคคลจดทะเบียนการค้า ประกอบธุรกิจกักตุนอาหาร. ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพมหานคร : บิสิเนสอาร์แอนด์ดี.

- ทวิวรรณ น้อยน้ำคำ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยในการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)**. สารนิพนธ์.บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. ถ่ายเอกสาร.
- ธนภูมิ สุริยมงคล. (2561). **ประสบการณ์ของผู้บริโภค ทักษะ และความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมต่อการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันเฉลิม ดวงกันยา. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แบบจัดส่งถึงที่ในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมขนส่งบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2561) **สำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนประชากรรวมจังหวัดนครราชสีมา**. (ออนไลน์). ค้นจาก <http://stat.dopa.go.th>.
- สุดารัตน์ สิริมหาวงศ์ และสุวนันท์ คงใหม่. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN เขตพระโขนง ในกรุงเทพมหานคร**. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 14. (มปป.). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อภิรักษ์ จันทะนี. (2554). **สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D.** พระนครศรีอยุธยา : ฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อภิรักษ์ จันทะนี และสุธำนันท์ โพธิ์ชาธาร. (2552). **นักบริหารกัยมิตด้านการวิจัย**. นครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- อารีย์ มัยพงษ์. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต**. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (8 ธันวาคม 2559). **หัวข้อจับตาปี 60 สั่งอาหารออนไลน์หนุนตลาด Delivery โตร้อยละ 11-15 สวนทางภาพรวมธุรกิจร้านอาหารที่เติบโตเพียงเล็กน้อย**. (ออนไลน์). ค้นจาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/35933.aspx>.
- Brandbuffet. (17 มกราคม 2560). **Uber แดกธุรกิจใหม่ UberEats บริการส่งอาหารไว เอาใจยุคคนขี้เกียจรอคิว**. (ออนไลน์). ค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/01/ubereats-food-deliverythailand>.
- Positioningmag. (2561, 22 กุมภาพันธ์). **คนไทยชอบกิน ฟู้ดดีลิเวอรี่โตแรง 2.6 หมื่นล้าน Uber Eats ส่งแล้ว 1 ล้านจานใน 1 ปี**. (ออนไลน์). ค้นจาก <https://positioningmag.com/1158364>.
- SCB SME. (2560, 28 มิถุนายน). **Express delivery กับธุรกิจอาหาร**. (ออนไลน์). ค้นจาก https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/SCB_June_Express.