

**สภาพการณ์ ผลกระทบ และมาตรการของรัฐต่อการจัดส่งอาหารถึงที่
ในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น**
**Situation, Impact and Government Measures on Food Delivery Services During
the COVID-19 Epidemic in Khon Kaen Municipality**

พชร เศรษฐวัชร¹ และ ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนาวิ²

Pachara Sattthawatchara¹ and Supawatanakorn Wongthanavasu²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

²วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: iampacharaps@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

26 สิงหาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

23 พฤศจิกายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

4 ธันวาคม 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สภาพการณ์ ผลกระทบ และมาตรการของรัฐต่อการจัดส่งอาหารถึงที่ในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่มคือ ผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ รวม 15 คน ใช้วิธีคัดเลือกตามความสะดวก และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการณ์ของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ทันสมัยและเท่าทันเทคโนโลยีมากขึ้น ประกอบกับมาตรการที่เข้มงวดของรัฐบาลในการจำกัดการให้บริการของธุรกิจร้านอาหารในสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้การจัดส่งอาหารถึงที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคใหม่ 2) ผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้สถานประกอบการหลายแห่งต้องถูกปิด ประชาชนตกงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งบางส่วนใช้วิกฤตินี้ให้เป็นโอกาสในการประกอบอาชีพบริการขนส่งอาหารถึงที่เพื่อหารายได้จุนเจือครอบครัว และ 3) มาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่งอาหารถึงที่ พบว่า ผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการให้รัฐเข้ามาควบคุมดูแลในเรื่องราคาในการขนส่งและค่าธรรมเนียมในการใช้แพลตฟอร์มส่งอาหารให้มีความเป็นธรรมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงมีการจัดตั้งหน่วยงานในการตรวจสอบด้านสุขอนามัยของทั้งร้านอาหารและพนักงานขนส่งเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและเกิดการพัฒนายั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: โควิด-19, สภาพการณ์, ผลกระทบ, มาตรการของรัฐ, บริการจัดส่งอาหารถึงที่

ABSTRACT

The objective of this research was to study the situation, impact and government measures on food delivery services during the COVID-19 epidemic in Khon Kaen Municipality. The study is a qualitative research which the data was collected through the in-depth interviews. The three key informants were consumers, restaurant operators, and food delivery service providers, totaling 15 people. The participants were selected by the convenience sampling techniques and the content analysis was applied to examine the data.

The results revealed that 1) the situation of consumers has changed from the past including the convenience, convenience, speed, modernity, and more technology. Additionally, the strong measures from the government in limitation restaurant services in the COVID-19 pandemic which occurred food delivery services that play an important role in the lifestyles of modern consumers, 2) the impact of the COVID-19 outbreak affected to many establishments, the restaurants had been closed. Hence, many people have lost their jobs. Some use the crisis as an opportunity for a career in food delivery services to earn their family income, 3) the government measures that related to on-site food delivery services reveal that consumers and restaurant operators want the state to regulate transportation prices and fair use of food ordering platforms and the same standard. The department has been set up to inspect the hygiene of both restaurants and transport workers to ensure consumer confidence and sustainable development in the future.

Keywords: COVID-19, Situation, Measure, Impact, Food Delivery

บทนำ

การกำเริบขึ้นของไวรัสโควิด-19 ที่อยู่นอกเหนือการคาดการณ์และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วทั่วโลก นอกจากจะทำให้คนติดเชื้อและตายมากเป็นประวัติการณ์แล้ว ยังส่งผลกระทบต่ออย่างหนักหน่วงต่อทั้งภาคเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงทางอาหาร สถานประกอบการหลายแห่งต้องถูกปิด ประชาชนตกงานเป็นจำนวนมาก การกักตุนอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคมีให้เห็นในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคมและการขาดแคลนอาหารก็ทวีความรุนแรงมากขึ้นเช่นกัน (ดาว ชุ่มตะขบ, 2563) ไวรัสโควิด-19 นอกจากจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกและเศรษฐกิจไทยแล้ว ยังก่อให้เกิดอุบัติการณ์ความไม่มั่นคงทางแรงงาน โดยการจ้างงานมีน้อยลงและคนว่างงานมีเพิ่มมากขึ้น เกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคม ทั้งนี้จากผลกระทบของไวรัสโควิด-19 ของผู้แทนโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ ประจำประเทศไทย (UNDP, 2020) พบว่าโควิด-19 มีผลกระทบต่อประชากรที่มีความเปราะบางมากที่สุด และยิ่งเน้นย้ำความ

เหลื่อมล้ำที่มีอยู่ในสังคม ขณะที่เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบของไวรัสโควิด-19 ที่มีต่อตลาดแรงงาน เปรียบเทียบในเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2563 กับเดือนเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 (Year-on-Year) ที่ยังไม่มีเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่าจำนวนผู้ว่างงานในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 อยู่ระดับประมาณ 6 แสนคน จำนวนผู้ว่างงานในช่วงโควิด-19 ระบาดในปี พ.ศ. 2563 สูงกว่าปี พ.ศ. 2562 ทุกเดือน โดยเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 เพิ่มร้อยละ 39.85 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เพิ่มร้อยละ 13.0 และเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 การว่างงานสูงถึงร้อยละ 74.8 ซึ่งเป็นเดือนที่มีการระบาดของไวรัสโควิด-19 เข้ามาในประเทศไทยชัดเจน เมื่อประชาชนว่างงานเพิ่มขึ้น ปัญหาที่ตามมาจากการไม่มีเงิน ขาดรายได้ คือ ปัญหาสังคมและอาชญากรรม จากการฉกชิง วิ่งราว ลักเล็กขโมยน้อย ปล้นจี้ต่าง ๆ ซึ่งจะมีให้เห็นในหลาย ๆ ครั้งๆ ที่เมื่อถูกจับได้แล้วจะอ้างว่าทำไปเพราะตกงานจากพิษโควิด-19 ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากไม่ได้รับการแก้ไขหรือมีมาตรการรองรับที่เพียงพออาจส่งผลกระทบต่อภาพรวมทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต (ยงยุทธ แฉล้มวงษ์, สมชัย จิตสุชน และเกศินี ธารีสังข์, 2563)

นอกจากนี้ภาครัฐได้ออกมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เพื่อสร้างเกราะป้องกันและลดการติดเชื้อ เช่น การปิดสถานศึกษา สถานบันเทิง สถานประกอบการบางประเภท และการปิดห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารแบบนั่งกินหรือร้านที่มีการจำหน่ายแอลกอฮอล์ ยกเว้นโซนซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหารแบบซื้อกลับบ้าน (Takeaway) และร้านขายเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็น รวมทั้งรณรงค์ให้ประชาชน “อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ” ส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคธุรกิจผู้ประกอบการและลูกค้าหลายประเภท ทำให้ธุรกิจบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (Delivery) เป็นธุรกิจที่มีความต้องการในตลาดของไทยเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อประชาชนไม่ต้องการออกจากบ้าน การเรียกใช้บริการจัดส่งสินค้าหรืออาหารบนแพลตฟอร์มจึงเกิดความต้องการสูงขึ้นมาก (ธีรศานต์ สหสสพาศน์ และประกาย ธีระวัฒนากุล, 2563)

จากมาตรการข้างต้นทำให้ปัจจุบันมีผู้ว่างงานหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสภาวะการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้หันมาประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) มากยิ่งขึ้น เนื่องจากมาตรการเข้มข้นในการปิดกิจการหรือจำกัดการให้บริการของภาคธุรกิจเป็นการชั่วคราว รวมถึงธุรกิจร้านอาหารที่เหลือเพียงช่องทางการซื้อกลับบ้านและการจัดส่งอาหารไปส่งยังที่พักผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งได้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้บริโภค (แทนรัฐ คุณเงิน, 2563) โดยสะท้อนได้จากข้อมูลบริษัทแกร็บ ประเทศไทย ซึ่งเปิดเผยข้อมูลหลังโควิด-19 แพร่ระบาด มีพนักงานประจำที่ต้องพักงานหรือถูกลดเงินเดือน ได้สมัครมาเป็นพาร์ทเนอร์แกร็บเพื่อหารายได้เสริมเป็นจำนวนมาก ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์-มีนาคม 2563 ที่มีการประกาศภาวะแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยมีผู้สมัครเพิ่มขึ้น 29,000 อัตรา ทำให้สัดส่วนพลขับของแกร็บกลุ่มใหญ่สุดร้อยละ 44 เป็นกลุ่มที่เพิ่งสมัครเข้ามาน้อยกว่า 6 เดือน (ไทยรัฐ, 2563) ในส่วนจังหวัดขอนแก่นมีผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และให้บริการในเขตเทศบาลนครขอนแก่นจำนวน 3 แพลตฟอร์มคือ 1) ฟู้ดแพนด้า (Food Panda) 2) แกร็บฟู้ด (Grab Food) และ 3) โลนแมน (Line Man) โดยจากการสังเกตและลงพื้นที่เบื้องต้นในเขตเทศบาลนครขอนแก่นของผู้วิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีการใช้บริการขนส่งอาหารถึงที่มากยิ่งขึ้น

เนื่องจากต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐที่ให้อยู่บ้าน หยุดการแพร่กระจายของโควิด-19 ในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารมีการสมัครให้บริการส่งอาหารถึงที่มากยิ่งขึ้น สังเกตได้จากป้ายหน้าร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีขึ้นป้ายว่าสามารถส่งผ่านช่องทางออนไลน์ได้ และในส่วนผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่มีจำนวนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเห็นว่าวิกฤตโควิด-19 เป็นโอกาสและช่องทางในการทำรายได้ ซึ่งจะสังเกตได้จากตามท้องถนนหรือหน้าร้านอาหารชื่อดังที่จะมีรถจักรยานยนต์ที่ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ของแพลตฟอร์มต่าง ๆ จอดเพื่อรอรับคำสั่งซื้อจำนวนมากกว่าในสภาวะปกติ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น จะเห็นได้ว่าบริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) ถือได้ว่าเป็นบริการที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในสภาวะการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในขณะนี้ ประกอบกับพื้นที่เทศบาลนครขอนแก่นเป็นแหล่งเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดขอนแก่น ที่มีประชาชนอยู่กันอย่างหนาแน่น ซึ่งประชาชนในพื้นที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากมาตรการของรัฐบาล จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพการณ์ ผลกระทบและมาตรการของรัฐบาลในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงให้แก่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาบริการจัดส่งอาหารถึงที่ร่วมกับภาคเอกชนให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานสูงยิ่งขึ้น ซึ่งต่อไปบริการเหล่านี้จะถือเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในยุคใหม่ ซึ่งต้องการการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยโครงสร้างหรือโครงข่ายขั้นพื้นฐานของกิจการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของรัฐอันจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนหรือเพื่อความมั่นคงของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ต่อมาตรการของรัฐบาลในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

การทบทวนวรรณกรรม

1. New Normal

คำว่า “New Normal” ราชบัณฑิตยสภา ได้บัญญัติศัพท์โดยเขียนทับศัพท์ว่า “นิวนอร์มัล” หมายถึง ความปกติใหม่ หรือฐานวิถีชีวิตใหม่ โดย รองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์นิเทศศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา ได้อธิบายความหมายเพิ่มเติมว่า New Normal หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่

คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหวังล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย (มาลี บุญศิริพันธ์, 2564)9

New Normal ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 การใช้ชีวิตประจำวันจึงจำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ ควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรม ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่ ๆ เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็จะทำให้เกิดความคุ้นชินจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม ซึ่งได้แก่ 1) การสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยก่อนออกจากบ้าน เพื่อป้องกันตัวเอง และห่วงใยผู้อื่น 2) การทำงานออนไลน์ Work from Home ของหน่วยงานหรือบริษัทต่าง ๆ เพื่อลดความแออัด 3) การเรียนออนไลน์ โรงเรียนที่จัดการเรียนการสอนออนไลน์ได้ เริ่มวางแผนตารางเรียนออนไลน์ให้นักเรียน ได้เรียนรู้ผ่านโปรแกรมต่าง ๆ เช่น Google Meet, Zoom, Microsoft Team เป็นต้น โดยนักเรียนสามารถพูดคุยสนทนากับคุณครูด้วยการใช้ตัวอักษรเป็นตัวช่วย 4) อาคารสถานที่ตั้งจุดคัดกรอง เนื่องจาก COVID-19 นั้นสังเกตเบื้องต้นได้ด้วยการวัดไข้ จึงจำเป็นต้องมีจุดคัดกรองก่อนเข้าอาคารตามแนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุข ผู้ติดต่อราชการ ห้าง ร้าน จะต้องผ่านการวัดอุณหภูมิและผู้ผ่านการคัดกรองแล้วจะได้รับเครื่องหมายติดที่เสื้อ และขอความร่วมมือให้ลงชื่อก่อนเข้าใช้บริการ 5) การใช้ธุรกรรมออนไลน์มากขึ้นรับเงิน โอนเงิน จ่ายเงิน ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เป็นอีกช่องทางที่นิยมกันมากขึ้น เนื่องจากประชาชนต้องการ çekยอดเงินที่ได้รับจากมาตรการช่วยเหลือ จึงต้องเปิดบัญชีเพื่อใช้งาน Mobile Application รวมถึงการชำระสินค้าบริการ เพื่อลดระยะเวลาเดินทางไปใช้บริการกับธนาคารที่สาขา 6) เว้นระยะในการเดินทางสาธารณะเพราะต้องร่วมเดินทางกันเป็นเวลานาน ทั้งรถไฟฟ้าและรถโดยสารประจำทางต่างต้องทำป้ายเพื่อให้ผู้โดยสารนั่งเว้นระยะ เนื่องจาก COVID-19 เป็นโรคติดต่อทางเดินหายใจ จึงป้องกันการสัมผัสอนุภาคละอองจากการหายใจ ไอ จาม เบื้องต้นด้วยป้ายกำกับเหล่านี้ 7) ใช้บริการส่งของถึงบ้าน (Delivery) ประชาชนหันมาใช้บริการส่งของถึงบ้าน ทั้งของใช้ อาหาร และยารักษาโรคประจำตัว เพื่อลดการเดินทางไปยังสถานที่แออัดอย่าง ซูเปอร์มาร์เก็ตโรงพยาบาล 8) ร้านอาหารนั่งแยกโต๊ะ และซื้อกลับบ้านมากขึ้น เห็นได้ชัดว่ายอดขายอาหารแบบนั่งรับประทานที่ร้านและซื้อกลับ จะมียอดขายพอ ๆ กันแล้ว จนร้านค้าต่าง ๆ ต้องจัดที่นั่งให้บริการพนักงาน Food Delivery และลูกค้าที่ยืนรออาหารแบบส่งกลับบ้านกันมากขึ้น เพราะลูกค้าส่วนหนึ่งคำนึงถึงสุขอนามัยกันมากขึ้น และการจัดโต๊ะที่นั่งในร้าน ก็รับประทานได้โต๊ะละ 1-2 คน วางโต๊ะห่างกันอย่างน้อย 1 เมตรเพราะเว้นระยะห่าง หรือมีบริการ Drive Thru ให้วนรถสั่งได้โดยลูกค้าไม่ต้องลงจากรถ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563)

2. แนวคิดเกี่ยวกับบริการจัดส่งอาหารถึงที่

บริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) หมายถึง บริการจัดส่งอาหารที่นำแนวคิดสมัยใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยผ่านเครือข่ายที่มี

แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เป็นตัวกลาง โดยการจัดส่งอาหารตามที่อยู่ของลูกค้าและเป็นไปตามเงื่อนไขที่บริษัทขนส่งได้จัดตั้งเงื่อนไขขึ้น โดยทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องตกลงยินยอมกันภายใต้เงื่อนไข เมื่อผู้บริโภคนิยมนำเงื่อนไขของบริษัท บริษัทก็จะทำการจัดส่งอาหารให้กับผู้บริโภคที่อยู่ตามที่ลูกค้าได้ระบุไว้ โดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเพิ่มเติม (พิมพมผกา บุญนาพิรัชต์, 2560)

แม้ว่าแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์จะได้รับความนิยมมากในประเทศไทย แต่ในความเป็นจริงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของแต่ละแพลตฟอร์มมีความแตกต่างกัน ในรูปแบบดั้งเดิมที่สุดคือ “ร้านอาหารสู่ผู้บริโภค” คือร้านอาหารที่มีบริการจัดส่งอาหารโดยตรงสู่ผู้บริโภค ผ่านเครือข่ายการจัดส่งที่เป็นช่องทางของตนเอง เช่น เคเอฟซี พิซซ่าฮัท เบอร์เกอร์คิง หรือสเวนเซนส์ เป็นต้น โดยแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์จะแสดงเมนูอาหาร ราคา และข้อเสนอของร้านอาหาร โดยนำเสนอให้กับผู้บริโภคผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน โดยผู้บริโภคสามารถเลือกอาหารและสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันเพื่อให้จัดส่งตามที่อยู่ที่ระบุ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้บริโภคและร้านอาหารและมีบริการรวมถึงความช่วยเหลือที่หลากหลาย เช่น ทำการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค ศูนย์บริการลูกค้า การรับชำระเงิน และการดำเนินการจัดส่ง เป็นต้น ในทางกลับกันร้านอาหารก็จะจ่ายค่านายหน้าให้กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มกลางสำหรับรูปแบบบริการแพลตฟอร์มสู่ผู้บริโภคนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาจากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์รายใหญ่ทั้ง 4 ราย ได้แก่ ฟู้ดแพนด้า (Food Panda), แกร็บฟู้ด (Grab Food), लाईแมน (Line Man) และเก็ตฟู้ด (Get Food) (แพนรัฐ คุณเงิน, 2563)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. พื้นที่ในการวิจัย ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักบริเวณร้านอาหารชื่อดังต่าง ๆ และห้างสรรพสินค้าในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น ร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณกังสดาล มหาวิทยาลัยขอนแก่น ศูนย์อาหารตลาดทองแปด

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการวิจัยครั้งนี้คือแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้บริโภค (ผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์) จำนวน 5 คน

2.2 ผู้ประกอบการร้านอาหาร (ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจัดส่งอาหาร) จำนวน 5 คน

2.3 ผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ (เริ่มทำงานหลังการประกาศภาวะแพร่ระบาดของโควิด-19 ณ วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563) จำนวน 5 คน

เริ่มเก็บข้อมูลระหว่างระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม 2564 ถึง 20 มิถุนายน 2564 โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเองจนข้อมูลอิ่มตัว และใช้วิธีคัดเลือกตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และยินดีให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้กำหนดโครงสร้างและคำถามแบบปลายเปิด (Open- Ended) ไว้ล่วงหน้าก่อนการไปเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ฉบับ คือ แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริโภค แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร และแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่

4. การดำเนินการรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ตามแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นล่วงหน้า โดยทำการสัมภาษณ์เป็นเวลาไม่เกิน 30 นาทีต่อคน

4.2 ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ผู้วิจัยจะใช้ช่องทางที่ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ไว้ เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น เพื่อทวนเนื้อหาที่สัมภาษณ์ว่ามีความถูกต้องชัดเจนหรือไม่ แล้วนำข้อมูลที่สมบูรณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทำการแยกแยะ วิเคราะห์กลุ่มคำหรือประโยค และเปรียบเทียบข้อมูล จำแนกข้อมูลที่เหมือนกันและต่างกันอย่างชัดเจนออกมาทำการจัดกลุ่มเพื่อการตีความข้อมูล โดยสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยของข้อมูลจำนวนหลายข้อมูลที่ได้จากการตีความข้อมูล

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพการณ์ของบริการจัดส่งอาหารถึงที่ในสถานะแพร่ระบาดไวรัสโควิด- 19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

ในการศึกษาสภาพการณ์ของบริการจัดส่งอาหารถึงที่ในสถานะการแพร่ระบาดไวรัสโควิด 19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมและรอบด้านมากที่สุด ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการจัดส่งอาหารถึงที่ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 สภาพการณ์ของผู้บริโภค พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนไปจากเดิม โดยต้องการความสะดวกสบาย และรวดเร็วในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้นและเนื่องจากสถานะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่แทนการออกไปซื้อด้วยตนเอง เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยอาหารประเภทเป็นชุดหรือประเภทฟาสฟู้ดถูกสั่งมากที่สุด และหากการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 ยุติลง ผู้บริโภคยังคงจะเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่เช่นเดิม เนื่องจากบริการดังกล่าวเป็นสิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกสบาย และความรวดเร็ว ตลอดจนรู้สึกว่าการจัดส่งอาหารถึงที่มีความคุ้มค่ากว่าการไปซื้อด้วยตนเองทั้งในด้านราคาและระยะเวลา ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ใช้บริการเพราะความขี้เกียจออกจากบ้าน แดดร้อน ฝนตก มลพิษมากมาย เสี่ยงต่อการติดโรค” “เน้นสั่งแต่อาหารที่กินได้หลาย ๆ คน ส่วนใหญ่ก็มีพิซซ่า KFC ขนมที่เด็ก ๆ เคี้ยวชอบทาน ไม่ยากให้เด็ก ๆ

เค้าออกไปเสี่ยงซื้อเองเลยให้เค้าสั่งผ่านแอปเองได้เลย” “ยังคงใช้และอาจจะใช้บ่อยขึ้น เพราะมีการจัดโปรโมชั่นแข่งกันบ่อย ประหยัดเงินและเวลาในการออกไปซื้อได้เยอะ”

1.2 สภาพการณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า ผู้ประกอบการที่ให้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 3 ราย คือ แกร็บฟู้ด (Grab Food) ฟู้ดแพนด้า (Food Panda) และไลน์แมน (Line Man) ในส่วนของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นมาจากการเก็บค่าธรรมเนียมและค่านายหน้า (Commission) พบว่าผู้ประกอบการมีวิธีบริหารจัดการโดย (1) ปรับราคาอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นจากราคาหน้าร้าน ร้อยละ 30-40 เพื่อให้การขายในออนไลน์ได้ผลกำไรเท่ากับขายหน้าร้าน (2) ปรับลดปริมาณอาหารที่ขายในออนไลน์ให้น้อยกว่าที่ขายหน้าร้าน เพื่อลดต้นทุนในการผลิต เนื่องจากผู้บริโภคจะได้ไม่รู้สึกว่าจะสั่งอาหารทางออนไลน์แล้วแพงกว่าหน้าร้านมากนัก และ (3) ผู้ประกอบการยอมได้กำไรน้อยลง กล่าวคือราคาและปริมาณที่ขายในออนไลน์เท่ากับหน้าร้าน เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าประจำไว้ โดยเน้นการขายที่มีรายการสั่งจำนวนมาก ๆ และหากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยุติลง ก็ยังจะมีบริการรับส่งอาหารถึงที่ต่อไป เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่มากยิ่งขึ้นในอนาคต ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ต้นทุนเพิ่มจากค่าคอมมิสชั่นเพิ่มจากออนไลน์ประมาณร้อยละ 30 จัดการโดยต้องเพิ่มราคาอาหารขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 30-40 เพื่อให้ผลกำไรเท่าเดิม ถ้าน้อยกว่านี้เราก็อยู่ไม่ได้” “ถ้าลูกค้ายังต้องการบริการเดลิเวอรี่ยังไรเราก็ต้องใช้ต่อไป เพราะหลังจากหมดสถานะการแพร่ระบาดของโควิด-19 คาดว่าลูกค้าจะนิยมสั่งอาหารกลับไปกินที่บ้านมากยิ่งขึ้น”

1.3 สภาพการณ์ของผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ พบว่า อาชีพเดิมของผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนที่จะมาให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ และพนักงานราชการ เหตุผลที่มาประกอบอาชีพให้บริการขนส่งอาหารถึงที่แบ่งเป็น 2 เหตุผลหลักคือ 1) ว่างาน เนื่องจากบริษัทที่ทำงานได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้บางบริษัทต้องปิดกิจการ หรือต้องลดจำนวนพนักงานลงโดยการปลดออกจากงาน 2) ต้องการรายได้เพิ่มจากอาชีพหลักที่ทำอยู่ ส่วนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ในการให้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ ได้แก่ ไลน์แมน แกร็บฟู้ด และฟู้ดแพนด้า ซึ่งพบว่าสำหรับผู้ทำงานแบบเป็นงานประจำเต็มเวลา จะมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 12,000-25,000 บาทต่อเดือน ในส่วนของสวัสดิการที่ได้รับ ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องแบบที่ใช้ปฏิบัติงาน และประกันอุบัติเหตุ และส่วนใหญ่เลือกที่จะประกอบอาชีพนี้ไปก่อนจนกว่าจะสามารถหางานที่มีความมั่นคงยิ่งขึ้นได้ ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ก่อนหน้านี้เป็นนักดนตรีพอมีการแพร่กระจายของไวรัสโควิด-19 ร้านอาหารก็ถูกปิดและไม่ให้มีดนตรีในร้านมาหลายเดือน จึงตัดสินใจสมัครเข้ามาทำงานส่งอาหารเดลิเวอรี่ เนื่องจากมีภาระทางครอบครัวที่ยังต้องส่งเสียอีกมาก” “ถึงไม่มีโควิดแล้ว ก็ยังไม่รู้จะหางานทำได้หรือไม่ ก็เลยคิดว่าทำ ๆ ไปก่อนในระหว่างที่รื่องานที่มั่นคงกว่างานไรเดอร์นี้”

2. ผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ในสถานะแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

2.1 ผลกระทบต่อผู้บริโภค พบว่า ด้านการทำงานและรายได้ผู้บริโภคมีรายได้ลดลงจากเดิมเนื่องจากมีบางรายที่ตกงานและถูกลดชั่วโมงทำงาน ด้านการดำเนินชีวิตและความเป็นอยู่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่

ประสบวิกฤตทางการเงินทำให้เกิดความเครียดสะสมมากกว่าภาวะปกติ แต่อย่างไรก็ตามผู้คนในสังคมมีการดูแลใส่ใจสุขภาพทั้งตัวเองและคนรอบข้างมากยิ่งขึ้น ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “รายได้ตอนนี้ไม่พอใช้จ่ายในครอบครัวเพราะถูกนายจ้างขอร้องให้ลดชั่วโมงการทำงาน” “ตั้งแต่วิกฤตโควิดมากินนอนไม่ค่อยหลับ กินไม่ค่อยได้ เครียดมาก ๆ เพราะรายรับไม่พอใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และยังต้องระมัดระวังตัวมากยิ่งขึ้น ต้องพกแมสกับเจลล้างมือตลอดเวลา” “ช่วงโควิดได้หยุดอยู่บ้าน ได้มีเวลาให้ครอบครัวและดูแลสุขภาพตนเองมากยิ่งขึ้น”

2.2 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า รายได้ของผู้ประกอบการลดลงจากเดิมเป็นอย่างมาก ในบางผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นต้องขายสินทรัพย์ที่มีภายในร้านเพื่อใช้เป็นทุนในการประกอบอาชีพ หรือแม้กระทั่งมีการกู้เงินทั้งในระบบและนอกระบบเพื่อมาประคับประคองธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “รายได้ของร้านไม่เพียงพอรายจ่าย ที่เราทำได้ก็คือขายพวกโต๊ะ เก้าอี้ ไฟ เครื่องเสียงบางส่วนออกไปหาเงินเข้าร้าน แต่ก็ยังไม่พอ ต้องไปกู้ธนาคารหรือแม้กระทั่งกู้นอกระบบมาใช้”

2.3 ผลกระทบต่อผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ พบว่า ผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ในการวิจัยครั้งนี้ล้วนได้รับผลกระทบจากโควิด-19 เช่น ถูกบังคับให้ลาออกจากที่ทำงานเดิม ถูกลดชั่วโมงการทำงานทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ เป็นต้น ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตและความเป็นอยู่ย่อมเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะความมั่นคงในหน้าที่การงานซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดล้วนมีความคิดว่า อาชีพบริการจัดส่งอาหารถึงที่ยังคงขาดความมั่นคงไม่สามารถประกอบอาชีพนี้ไปได้ตลอด ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ถูกบีบให้ลาออกจึงต้องมาประกอบอาชีพนี้ ซึ่งยังไม่สามารถเป็นงานที่เลี้ยงเราได้ทั้งชีวิต รายได้ก็ไม่แน่นอน สวัสดิการที่ควรจะมีแบบบริษัททั่ว ๆ ไปก็ไม่ได้รับ อุบัติเหตุบนถนนก็มีเยอะ ดังนั้นการใช้ชีวิตช่วงนี้ก็ต้องใช้เงินแบบคิดหน้าคิดหลังดี ๆ ก่อน เพราะเราใช้ชีวิตอยู่บนความไม่แน่นอน มีความเสี่ยงสูง”

3. ความคิดเห็นของผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ต่อมาตรการของรัฐบาลในสภาวะแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

3.1 การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (ล็อกดาวน์) และมาตรการด้านสาธารณสุข พบว่า ผู้บริโภคและผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ เห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าว เนื่องจากการปิดสถานที่ที่เสี่ยงต่อการแพร่เชื้อทำให้สามารถลดจำนวนผู้ติดเชื้อลงได้ และเป็นการเพิ่มช่องทางการทำงานให้แก่บริการจัดส่งอาหารถึงที่ให้มีงานทำมากยิ่งขึ้น แต่ในผู้ประกอบการไม่เห็นด้วยกับมาตรการที่มีความเข้มงวดในปัจจุบัน โดยคิดว่าภาครัฐควรมีการผ่อนคลายมาตรการให้มากยิ่งขึ้น หรือมีกำหนดเวลาในการปลดล็อกมาตรการที่ชัดเจนกว่านี้ ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “การประกาศล็อกดาวน์นั้นเหมาะสมแล้ว แต่ต้องทำให้จริงจัง ทำให้การแพร่กระจายเหลือ 0 คนเหมือนปีที่แล้วให้ได้ แต่พอสถานการณ์ดีขึ้นต้องรีบคลายล็อก คนจะได้ทำงานหาเลี้ยงชีพตนเองต่อไป” “ในส่วนร้านอาหารควรมีการผ่อนคลายมาตรการบ้าง และผ่อนคลายให้กับร้านที่มีการปรับตัวตามสาธารณสุขที่ถูกต้อง และควรมีกำหนดการปลดล็อกที่ชัดเจนเพราะร้านอาหารต้องสต็อกของสด”

3.2 ด้านมาตรการช่วยเหลือและเยียวยาจากรัฐบาล พบว่า ผู้บริโภคและผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน (อายุไม่เกิน 60 ปี) ได้รับมาตรการช่วยเหลือจากโครงการ “เราไม่ทิ้งกัน” “เราชนะ” “ม.33” และ “คนละครึ่ง” ส่วนลดค่าไฟฟ้าและค่าประปา แต่บางส่วนพบว่าลงทะเบียนเพื่อขอรับการเยียวยาไม่ทันเนื่องจากมีการจำกัดสิทธิ และมีกระบวนการหลายอย่างที่ซับซ้อนยุ่งยาก นอกจากนี้ยังพบว่าในกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี) ไม่สามารถเข้าถึงมาตรการดังกล่าวได้ เนื่องจากกระบวนการยืนยันสิทธิ์ที่ยุ่งยากและสิทธิ์ของมาตรการดังกล่าวมีอย่างจำกัด ในส่วนของผู้ประกอบการยังไม่ได้รับการเยียวยาหรือช่วยเหลือใด ๆ จากรัฐบาลโดยตรง แต่ในทางอ้อมผู้ประกอบการมีความเห็นว่ามาตรการเราชนะ คนละครึ่ง ม.33 หรือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐมีส่วนช่วยในกิจการ โดยจะเห็นได้ว่าเมื่อใดที่มีมาตรการเหล่านี้ออดขายของร้านทั้งหน้าร้านและออนไลน์จะเพิ่มสูงมากยิ่งขึ้นกว่าปกติ และสามารถช่วยเหลือพนักงานหลังจากทางผู้ประกอบการต้องลดค่าจ้างลงเพื่อประคับประคองกิจการต่อไป ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “อายุมากแล้วรอสมัครแล้ว แต่หน้าไม่ผ่านต้องไปยืนยันที่ธนาคาร ลูกหลานก็ยังไม่มีความว่างพาไป พอจะไปสิทธิ์ก็เต็มอีก”

3.3 ด้านมาตรการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการจัดส่งอาหารถึงที่ พบว่า

3.3.1 ผู้บริโภคต้องการให้รัฐจัดสรรวัคซีนให้เร็วที่สุด และจัดสรรให้ประชาชนมีสิทธิได้เลือกวัคซีนที่ตนเองต้องการ เพื่อให้ประชาชนจะได้กลับมาประกอบกิจการได้อย่างปกติ และมีรายได้เพียงพอต่อการซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคในชีวิตประจำวัน ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ตอนนี้เงินที่จะมีซื้ออาหารทางออนไลน์ก็ยังไม่ มี จึงอยากให้รัฐช่วยจัดหาวัคซีนดี ๆ มา ประชาชนจะได้ออกมาใช้ชีวิตตามปกติมีเงินซื้อของใช้ของกิน”

3.3.2 ผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการให้รัฐเข้ามาควบคุมดูแลในเรื่องราคาในการขนส่งและค่าธรรมเนียมในการใช้แพลตฟอร์มสั่งอาหารให้มีความเป็นธรรมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงมีการจัดตั้งหน่วยงานในการตรวจสอบด้านสุขอนามัยของทั้งร้านอาหารและพนักงานขนส่งเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและเกิดการพัฒนายที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ในปัจจุบันมีเงื่อนไขแอบแฝงบางอย่างของทางแพลตฟอร์มอาหารที่ทำให้ร้านอาหารเสียเปรียบ มีการขึ้นค่านายหน้าและแบ่งส่วนต่างที่ไม่ยุติธรรม” “อยากให้มีหน่วยงานตรวจสอบเรื่องสุขอนามัย เพราะผู้บริโภคออนไลน์เราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าร้านนั้นสะอาด ถูกสุขอนามัยหรือไม่”

3.3.3 ผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือในการควบคุมค่ารอบหรือค่าจ้างในการรับงาน ระบบคำนวณระยะทาง ให้เกิดความเป็นธรรมและสอดคล้องกับต้นทุนในการรับงานแต่ละรอบ ตลอดจนสวัสดิการของผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ ให้มีหลักค่าประกันรายได้ รวมถึงค่าสิทธิของยานพาหนะ เนื่องจากในวันหนึ่งต้องขับรับส่งอาหารวันละหลายรอบ ทำให้รถเสื่อมสภาพอย่างรวดเร็ว ค่าโทรศัพท์เวลาติดต่อกับลูกค้า ค่ารักษาพยาบาลยามเจ็บไข้ได้ป่วย และประกันอุบัติเหตุที่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ตามจริง ดังคำสัมภาษณ์บางส่วนดังนี้ “ขอรัฐเจรจากับบริษัทให้ปรับค่าตอบแทนให้คุ้มกับต้นทุนของไรเดอร์ และอยากได้รับสวัสดิการเหมือนพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างทั่วไปตามกฎหมายที่ควรได้รับด้วย”

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากสภาวะแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือต้องการความสะดวกสบาย และรวดเร็วในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคทางออนไลน์ โดยเฉพาะบริการขนส่งอาหารถึงที่ผ่านแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ประกอบกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถออกไปเลือกซื้ออาหารด้วยตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2564) ที่กล่าวว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริการจัดส่งอาหารถึงที่เป็นที่นิยมในยุคปกติวิถีใหม่ และนอกจากนี้ผู้บริโภคมักแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ โดดเด่น สิ่งใหม่ ๆ ที่ปรากฏหรือกระแสที่มาใหม่ ผู้บริโภคยุคนี้พร้อมจะเข้าถึง และรับเข้ามาในชีวิตได้ง่ายขึ้น เนื่องมาจากอิทธิพลของสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่ผู้คนมักจะแชร์เรื่องราวเหตุการณ์ ความน่าสนใจ หรือประสบการณ์แปลกใหม่กับเพื่อนในสังคมของตน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับเป็นกระแสในสังคม ทำให้ผู้โพสต์ ผู้แชร์เกิดความภูมิใจในการมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์สำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐมน กัสปะ และจิตติารีย์ ศิริมงคล (2564) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่ทันสมัยในกระแสนิยม ความสะดวกในการซื้อสามารถดูสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง การสื่อสารประชาสัมพันธ์มีความน่าดึงดูด ความคุ้มค่าทั้งสินค้าและค่าบริการจัดส่ง

นอกจากนี้ถึงแม้ในอนาคตรัฐการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จะยุติลง แต่ด้วยความเคยชินและความหวาดระแวงในการติดเชื้อโรคจะยังคงอยู่ ผู้คนจะออกจากบ้านน้อยลงและยังคงรักษาระยะห่างทางสังคมไว้เช่นเดิม ทำให้ผู้บริโภคยังคงเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) แทนการออกไปซื้อด้วยตนเอง เพื่อลดความเสี่ยงด้านต่าง ๆ และผลประโยชน์ทางการตลาดที่แต่ละบริษัทขนส่งอาหารมอบให้ อาจกล่าวได้ว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 คือตัวเร่งที่ทำให้ผู้บริโภคต้องหันไปพึ่งพาเทคโนโลยีกันมาก เพื่อทดแทนการใช้ชีวิตในรูปแบบปกติเดิมที่ไม่สามารถทำได้ ผู้บริโภคซึ่งไม่เคยใช้บริการจัดส่งอาหารถึงที่มาก่อนก็ได้มีประสบการณ์ในการสั่งอาหารออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐกร เฉลิมแดน (2563) ที่พบว่า การสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในปัจจุบันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของประชาชนทั่วไปทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งบริการจัดส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery) สามารถอำนวยความสะดวกในช่วงเวลาที่รีบเร่งหรือเวลาที่เหนื่อยล้าในการเดินทางไปซื้ออาหาร ซึ่งเป็นทางเลือกและทางรอดของผู้ประกอบการร้านอาหารในวิกฤตการแพร่ระบาดที่มีการปิดสถานประกอบการ ตลอดจนเป็นการสร้างอาชีพให้แก่ผู้ที่ว่างงานจากผลกระทบวิกฤตดังกล่าวได้มีรายได้ในการเจริญครอบครัวต่อไป

2. ผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่า ประชาชนในสังคมทุกอาชีพล้วนได้รับผลกระทบดังกล่าวแตกต่างกันออกไป โดยผู้บริโภคมีรายได้ลดลงจากเดิม มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการซื้อสิ่งของอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ทำให้ประสบวิกฤตทางการเงินเกิดความเครียดสะสมมากกว่าภาวะปกติ ในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหาร บางผู้ประกอบการมีความจำเป็นต้องขายสินทรัพย์ที่มีภายในร้านและกู้เงินทั้งใน

ระบบและนอกระบบ เพื่อมาประคับประคองธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการลือคดวุ่น สถานประกอบการต่าง ๆ ในระยะยาว และไม่มีกำหนดเวลาผ่อนคลายที่ชัดเจน ส่งผลให้กิจการบางประเภท ต้องปิดตัวทั้งแบบชั่วคราวและแบบถาวร และในส่วนของผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ ที่ได้รับผลกระทบจาก วิกฤตโควิด-19 ทำให้ต้องออกจากงานเดิมแล้วเปลี่ยนอาชีพมาเป็นผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ ซึ่งยังคงถูกมอง ว่าขาดความมั่นคงในหน้าที่การงาน และขาดสวัสดิการที่จำเป็นหลายอย่างของลูกจ้างตามกฎหมาย ซึ่ง ผลกระทบทั้งหมดนี้สามารถสะท้อนได้ว่าผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงกับ รายได้และความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งหมดทุกอาชีพ ดังนั้นในสถานการณ์เช่นนี้รัฐจะต้องมีทั้งมาตรการใน การเยียวยาช่วยเหลือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจนไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองได้ให้รวดเร็วและเข้าถึงได้ทุกคน ตลอดจนมีแผนในการพัฒนาศักยภาพคนและชุมชนตามความเหมาะสม โดยรัฐควรเข้าไปส่งเสริมทักษะขั้น สูงขึ้นไปเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการทำงานในโลกสมัยใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว โดยเฉพาะในยุคหลัง การแพร่กระจายไวรัสโควิด-19 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี (2564) ที่พบว่า สถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการระบาด ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมาตรการต่าง ๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน ทั่วไปแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยอีกด้วย โดยคาดว่าจำนวน ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้จะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 39 จากช่วงก่อนมีการระบาด

นอกจากผลกระทบที่เป็นเชิงลบแล้วในการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า จากสถานการณ์ดังกล่าว ยังสามารถมองในเชิงบวกได้ กล่าวคือประชาชนในสังคมมีการดูแลสุขภาพทั้งตัวเองและคนรอบข้าง มากยิ่งขึ้น และหันมาใช้ชีวิตและทำงานที่บ้าน และได้ใช้เวลากับครอบครัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยสร้าง ความสัมพันธ์ในครอบครัวให้แน่นแฟ้น และจะเป็นแนวทางในการปรับสมดุลชีวิตระหว่างเวลาส่วนตัว การงาน และสังคมให้สมดุลมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมาตรการของรัฐในสภาวะการแพร่กระจายของไวรัส โควิด-19 เป็นสิ่งบีบบังคับให้ทุกคนต้องปฏิบัติตามและด้วยระยะเวลาการแพร่ระบาดที่มีระยะเวลานานจนทำ ให้แนวทางปฏิบัติตัวของประชาชนกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน ซึ่งการระบาดในวงกว้างของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้คนทั่วโลกได้เห็นถึงความสำคัญของการดูแลตัวเองให้ห่างไกลจากโรคภัยต่าง ๆ มากขึ้น รวมถึงใน ภาครัฐ และภาคธุรกิจ ก็ตระหนักถึงการต้องปรับเปลี่ยน และปรับตัว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในเชิงรุก เพื่อลด ความเสี่ยงในการการแพร่กระจายของเชื้อโรคต่าง ๆ ในอนาคตมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรม สุขภาพจิต (2563) ที่พบว่า ไวรัสโควิด-19 เป็นโรคอุบัติใหม่ที่ส่งผลต่อวิถีชีวิต การทำงาน การดำเนิน ชีวิตประจำวัน จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรในหลายพฤติกรรมของผู้คน ได้แก่ การดูแลสุขภาพ ใจ สุขภาพทั้งตัวเองและคนรอบข้าง โดยประชาชนจะทำพฤติกรรมในระหว่างการแพร่ระบาด ให้กลายเป็นกิจวัตร ประจำวันของตนเองที่ต้องดูแลความสะอาด ดังนั้นพฤติกรรมการใส่หน้ากากอนามัย การล้างมือด้วยเจล แอลกอฮอล์ และการเว้นระยะห่างทางสังคมยังคงมีต่อไป

3. ความคิดเห็นต่อมาตรการของรัฐบาล พบว่า ในส่วนของผู้บริโภคและผู้ให้บริการขนส่งอาหาร เห็นด้วยกับมาตรการที่เข้มงวดในการประกาศลือคดวุ่นสถานที่ต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่กระจายที่มาก

ยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการให้รัฐบาลผ่อนปรนหรือคลายการล็อกดาวน์เพื่อมิให้กระทบต่อกิจการของตนเองมากนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากทั้งสองกลุ่มนี้ได้รับผลกระทบที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อความคิดเห็นในมาตรการของรัฐบาลแตกต่างกันออกไปด้วย ในส่วนของมาตรการช่วยเหลือและเยียวยาจากรัฐบาล พบว่า ผู้บริโภคและผู้ให้บริการขนส่งอาหารได้รับมาตรการช่วยเหลือจากโครงการ “เราไม่ทิ้งกัน” “เราชนะ” “ม.33” และ “คนละครึ่ง” ส่วนลดค่าไฟฟ้าและค่าประปา แต่ในกลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ไม่สามารถเข้าถึงมาตรการช่วยเหลือของรัฐได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความยุ่งยากในการใช้อุปกรณ์ในการยืนยันสิทธิ์ และระยะเวลาที่ต้องสมัครเนื่องจากมาตรการเหล่านี้ล้วนมีจำนวนสิทธิ์ที่จำกัด ส่วนมาตรการช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการร้านอาหารยังคงไม่มีมาตรการใดมารองรับ ซึ่งสิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่ารัฐจะต้องมีมาตรการมาช่วยเหลือในกลุ่มผู้ที่ได้รับผลกระทบและกลุ่มเปราะบางเช่นกลุ่มผู้สูงอายุให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมและทั่วถึงกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรุตตานนท์ ขอบประติษฐ์ (2563) ที่พบว่า มาตรการช่วยเหลือเยียวยาที่มีมาทั้งหมดนี้ส่งผลให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ได้รับการช่วยเหลือเยียวยาจากรัฐบาลเป็นอย่างมาก แต่ก็ยังพบว่าประชาชนบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงข้อมูล โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มคนสูงวัยส่วนใหญ่ไม่สามารถใช้ระบบอินเทอร์เน็ต เพราะไม่มีความรู้ทางด้านนี้ และอีกหลาย ๆ มาตรการของรัฐบาลก็ยังพบปัญหาคือไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ได้รับผลกระทบทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำสภาพการณ์ ผลกระทบ และความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดกับการบริการจัดส่งอาหารถึงที่ มานำเสนอเป็นข้อเสนอแนะแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการจัดส่งอาหารถึงที่ร่วมกับภาคเอกชนให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานสูงยิ่งขึ้น ซึ่งต่อไปบริการเหล่านี้จะถือเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในยุคใหม่ที่ต้องการการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อความมั่นคงของประเทศต่อไป

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ควรออกประกาศเพื่อควบคุมสัญญาสำเร็จรูประหว่างผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ผู้บริโภค และผู้ประกอบการร้านอาหาร ให้มีความเป็นธรรมเหมาะสมและควบคุมราคาค่าบริการต่าง ๆ ไม่ให้มีการเรียกเก็บโดยอิสระในอัตราที่สูงเกินไป

1.2 กระทรวงแรงงานควรเข้าไปดูแลผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ ให้ได้รับสิทธิคุ้มครองจากประกันสังคมตามมาตรา 33 (ประสบอันตรายหรือเจ็บป่วย ทุพพลภาพ ตายหรือ คลอดบุตร สงเคราะห์บุตร และชราภาพ การว่างงาน) ขาดการดูแลจากกองทุนทดแทน (ความเจ็บป่วยและอันตรายที่เกิดจากการปฏิบัติงาน) สิทธิประโยชน์วันลา วันหยุดโดยได้รับค่าจ้าง การชดเชยการเลิกจ้าง การดูแลสุขภาพการทำงาน เสรีภาพในการสมาคมและการคุ้มครองสิทธิในการรวมตัวกัน และสิทธิในการรวมตัวกันและการเจรจาต่อรอง

ร่วม เนื่องจากปัจจุบันกฎหมายยังคงตีความอาชีพผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ว่าเป็น “แรงงานอิสระ” หรือ “แรงงานนอกระบบ” ซึ่งส่งผลกระทบ โดยเฉพาะเรื่องสวัสดิการที่นายจ้างควรต้องรับผิดชอบ ทั้งนี้ปัจจุบันผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ต้องจ่ายเงินค่าประกันสังคมในมาตรา 40 เอง เพราะถือว่าผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ตอนนี้เป็นนายจ้างตัวเอง ขณะที่ในความเป็นจริงผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่เหล่านี้มีนายจ้างชัดเจน

1.3 กระทรวงสาธารณสุขควรมีการตรวจสุขภาพกระทรวงเพื่อควบคุมมาตรฐานผู้ให้บริการขนส่งอาหารถึงที่ โดยให้มีการตรวจสอบประวัติ ตรวจสุขภาพอย่างละเอียดว่าไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรง ไม่เป็นพาหะนำโรค มีการตรวจสุขภาพทุกวัน มีการตรวจเล็บ ผ่าหั่นบริเวณมือและนิ้วทุกวัน รวมถึงเครื่องแต่งกายต้องสะอาด เป็นระเบียบและน่าเชื่อถือ

1.4 รัฐบาลควรมีการเร่งจัดหาวัคซีนประชาชน ทั้งนี้อาจจะขอความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการช่วยจัดหาวัคซีนทางเลือก เข้ามาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและตรงตามความต้องการของประชาชน ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนสามารถกลับมาดำเนินชีวิตตามปกติและหารายได้ให้เพียงพอต่อการดำรงชีพของตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทำได้อย่างจำกัด ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการใช้การวิจัยเชิงปริมาณร่วมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและสะท้อนถึงความคิดเห็นของประชาชนส่วนใหญ่ได้มากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบสภาพและปัญหาในแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). *New Normal กับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2564, จาก <https://dsp.dip.go.th/th/category/2017-11-27-08-04-02/2020-06-29-14-39-49>
- กรมสุขภาพจิต. (2563). *New Normal ชีวิตวิถีใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- ณัฐมน กัสปะ และ ฐิตารีย์ ศิริมงคล. (2564). ส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ก) ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 100-114.
- ณัฏฐกร เฉลิมแดน. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคในการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ช่วงเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 2(1), 92-106.
- ดาว ชุ่มตะขบ. (2563). เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก ทางรอดฝ่าวิกฤตโควิด-19. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 2(3), 11-22.

- แพนรัฐ คุณเงิน. (2563). การบริการจัดส่งอาหารออนไลน์ในประเทศไทย ทำความเข้าใจรูปแบบของอุตสาหกรรม ผลกระทบ และอนาคต. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2564, จาก <https://law.kku.ac.th/wp/?p=12920>
- ไทยรัฐ (ออนไลน์). (2563). โควิด-19 ดันคนขับแกร็บหน้าใหม่โดพรวด. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/business/economics/1835113>
- ธีรศักดิ์ สหสพาศน์ และ ประกาย ธีระวัฒนากุล. (2563). สวนกระแสนซบเซา ธุรกิจ Delivery. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/877414>
- พิมพ์พมผกา บุญธนาพิรัชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2564). NEW normal ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.facebook.com/malee.boonsiripunth>
- ยงยุทธ แฉล้มวงษ์, สมชัย จิตสุชน และ เกศินี ธารีสังข์. (2563). ผลกระทบ โควิด-19 ต่อตลาดแรงงานไทย: ข้อมูลเชิงประจักษ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2564, จาก <https://tdri.or.th/issue/covid-19/>
- ศุภานันท์ ขอบประดิษฐ์. (2563). วิฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์*, 3(2), 1-14.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี. (2564). ผลกระทบของโรคระบาดโควิด-19 ต่อเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/economic-covid-impact>
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2564). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร ในยุคปกติวิถีใหม่สำหรับผู้ประกอบการ. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(7), 498-512.
- UNDP. (2020). *A UN report highlights the disruption from the pandemic on Thailand's progress in reaching the Sustainable Development Goals*. Retrieved May 12, 2021, from <https://www.unicef.org/thailand/press-releases/un-report-highlights-disruption-pandemic-thailands-progress-reaching-sustainable>.