

แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์  
โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา



นางสาววราลักษณ์ มาตย์ภูธร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
ปีการศึกษา 2566

STRUCTURAL EQUATION MODEL OF ADAPTATION OF STREET  
FOOD ENTREPRENEURS DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN  
NAKHON RATCHASIMA PROVINCE




A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Management  
Suranaree University of Technology  
Academic Year 2023

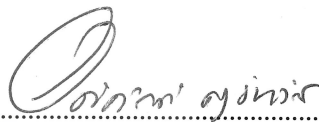
แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์  
โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นักวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....  
(ผศ. ดร.กฤษฎิ์พัทธ์ พิชญะเดชอนันต์)

ประธานกรรมการ

  
.....

(รศ. ดร.อดิศักดิ์ สุวิวัส)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

  
.....  
(ผศ. ดร.กาญจนา สุกัณฐสิริกุล)

กรรมการ

  
.....

(รศ. ดร.ยุพาพร รักสกุลพิวัฒน์)

รักษาการแทนรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

และประกันคุณภาพ

  
.....

(รศ. ดร.อัญชลี วรรณรักษ์)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

วราลักษณ์ มาตย์ภูธร : แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี  
ในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา (STRUCTURAL EQUATION MODEL  
OF ADAPTATION OF STREET FOOD ENTREPRENEURS DURING THE COVID-19  
PANDEMIC IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์  
ดร.อดิศักดิ์ สุวิทวัส, 162 หน้า.

คำสำคัญ: การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19/นวัตกรรมอาหาร

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ/มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ทั้งสิ้น 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการปรับตัวของ  
ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 2) เพื่อพัฒนา  
แบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การ  
แพร่ระบาดของโควิด-19 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร  
ริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 4) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัว  
ของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยมีกลุ่มตัวอย่าง  
คือ ผู้ประกอบการอาหารริมทางในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็น  
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ใน  
การวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้าน  
นวัตกรรมอาหาร ( $\bar{X}$ =4.25) รองลงมาคือปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ( $\bar{X}$ =4.24) ปัจจัยด้านการปรับตัว  
ของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ( $\bar{X}$ =4.21) และปัจจัยด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลใน  
สถานการณ์โควิด-19 ( $\bar{X}$ =4.04) ตามลำดับ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของ  
ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีความสอดคล้องกับ  
ข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งแสดงค่าต่าง ๆ ดังนี้ Chi-square = 309.950, Chi-square/df = 1.646, df = 85,  
p = .065, GFI = 0.973 CFI = 0.939, RMR = 0.038, RMSEA = 0.061, NFI = 0.919. นอกจากนี้ การ  
วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงในเชิงบวก พบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของ  
ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และมีอิทธิพลในเชิงบวก  
ต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลโดยมีค่าสัมประสิทธิ์  
อิทธิพลเท่ากับ 0.450, 0.740, และ 0.550 ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการอิทธิพล  
ในเชิงลบต่อการปรับตัวของผู้ประกอบและมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-  
19 มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.440 และ -0.560 ตามลำดับ และมาตรการของรัฐบาลใน



สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.440 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 นอกจากนี้ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วนต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์ โควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ -0.381 และ 0.022 ตามลำดับ



สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ  
ปีการศึกษา 2566

ลายมือชื่อนักศึกษา ธัญลักษณ์ ชื่น  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ศุภมาส จันทน์

VARALUK MATPOOTORN : STRUCTURAL EQUATION MODEL OF ADAPTATION OF STREET FOOD ENTREPRENEURS DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. ADISAK SUVITAWAT, 162 PP.

Keywords: ADAPTATION OF STREET FOOD ENTREPRENEURS/ CRISIS/ FOOD INNOVATION/ ENTREPRENEURIAL RISK PERCEPTION/ GOVERNMENT MEASURES IN COVID-19 PANDEMIC

The research aims to achieve four main objectives: (1) to study the factors affecting the adaptation of street food entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. (2) to develop a structural equation model of the adaptation process of street food entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. (3) to analyze the direct effects of the adaptation of street food entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. (4) to analyze the indirect effects of the adaptation of street food entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. This research focuses on a sample group of 400 street food entrepreneurs in Nakhon Ratchasima province, Thailand. A questionnaire was employed as a data collection tool. The Structural Equation Model (SEM) was used for data analysis, along with statistical analyses to test the research hypotheses.

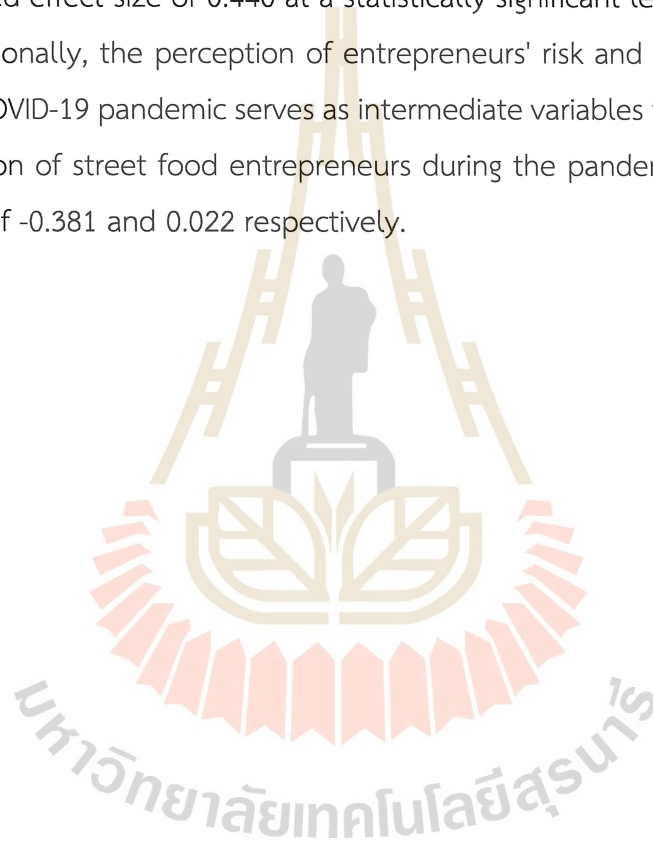
The study's findings indicate that entrepreneurs have varying levels of perception towards different factors. These factors include food innovation ( $\bar{x}=4.25$ ), followed by risk perception ( $\bar{x}=4.24$ ), adaptation of entrepreneurs during the COVID-19 pandemic ( $\bar{x}=4.21$ ), and government measures compliance during the COVID-19 pandemic ( $\bar{x}=4.04$ ). The analysis of the structural equation model of the adaptation process of street food entrepreneurs during the COVID-19 pandemic aligns well with the empirical data, as demonstrated by the following values: Chi-square = 309.950, Chi-square/df = 1.646, df = 85, p = .065, GFI = 0.973 CFI = 0.939, RMR = 0.038, RMSEA = 0.061, NFI = 0.919.

Furthermore, in the positive direct effects analysis, it was found that food innovation has a positive direct influence on the adaptation of street food entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. Additionally, it has a positive direct

influence on entrepreneurs' risk perception and their compliance with government measures, with standardized effect sizes of 0.450, 0.740, and 0.550 respectively.

Conversely, the negative direct effects analysis reveals that entrepreneurs' risk perception has a negative direct influence on their adaptation, as well as on their compliance with government measures, with standardized effect sizes of -0.440 and -0.560 respectively. Moreover, government measures during the COVID-19 pandemic have a positive direct influence on the adaptation of street food entrepreneurs, with a standardized effect size of 0.440 at a statistically significant level of 0.001.

Additionally, the perception of entrepreneurs' risk and government measures during the COVID-19 pandemic serves as intermediate variables that partially influence the adaptation of street food entrepreneurs during the pandemic, with standardized effect sizes of -0.381 and 0.022 respectively.



School of Management Technology  
Academic Year 2023

Student's Signature Varaluh  
Advisor's Signature Adisak

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากความช่วยเหลือของทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่มอบทุนการศึกษาให้แก่ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนต่อโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาต่อได้อย่างเต็มที่และสามารถทำงานวิจัยเรื่องนี้ได้อย่างลุล่วงตามที่คาดหวัง

ผู้วิจัยยังขอขอบคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ได้ทำการชี้แนะและช่วยให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์และลุล่วงไปได้ด้วยดี

อีกทั้งยังขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ สุวิวัฒน์ ที่ให้ความช่วยเหลือ ชี้แนะ และตรวจสอบความถูกต้องตลอดจนการวิจัยเสร็จสิ้น นอกจากนี้ยังขอขอบคุณคณะกรรมการทุกท่านที่กรุณาชี้แนะ และให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุนด้านการศึกษานำให้มีโอกาสสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทมาบัดนี้ นอกจากนี้ ยังคอยชี้แนะและให้คำปรึกษาจนทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาระดับดังกล่าวได้จนสำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนเพื่อนสนิททุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจและคอยให้คำปรึกษารวมถึงช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

วรลักษณ์ มาตย์ภูธร

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูป.....	ญ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ</b> .....	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
1.2 ข้อมูลจังหวัดนครราชสีมา.....	4
1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย.....	6
1.4 สมมติฐานงานวิจัย.....	7
1.5 ขอบเขตงานวิจัย.....	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.7 นิยามศัพท์ในงานวิจัย.....	9
<b>2 ปรัชญารรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	<b>11</b>
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1.1 แนวคิดเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19.....	11
2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	13
2.1.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง.....	17
2.1.4 แนวคิดเรื่องการทำงานของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19).....	19
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food).....	23

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.3	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการ ของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 .....	24
2.4	กรอบแนวคิดของงานวิจัย.....	57
<b>3</b>	<b>วิธีการดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>59</b>
3.1	วิธีการวิจัย.....	59
3.2	ประชากรกลุ่มตัวอย่างและสถานที่การทำวิจัย .....	60
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย .....	60
3.4	การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	62
3.5	การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	63
3.6	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	63
3.7	ผลการตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	69
3.8	ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factory Analysis: CFA) และผลการทดสอบการกระจายข้อมูล แบบปกติ (Normal distribution).....	71
<b>4</b>	<b>ผลการวิจัยและอภิปรายผล.....</b>	<b>75</b>
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	76
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ....	78
4.3	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของ ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ...	86
4.4	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19.....	94



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 อภิปรายผลของการวิจัยเรื่องแบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา .....	100
<b>5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>107</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	107
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	111
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต .....	114
รายการอ้างอิง .....	115
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย.....	131
ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย .....	143
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	152
ภาคผนวก ง เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์.....	159
ประวัติผู้เขียน.....	162

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	เปรียบเทียบมูลค่าตลาดของร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food) และร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service)..... 2
2.1	ตารางสรุปบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ..... 26
2.2	ตารางสรุปบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมอาหาร..... 29
2.3	ตารางสรุปบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ..... 32
2.4	มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ..... 35
2.5	นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ..... 39
2.6	นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ..... 41
2.7	นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ..... 43
2.8	การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ..... 46
2.9	การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ..... 48
2.10	มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19..... 50
2.11	นวัตกรรมอาหารที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ..... 52
2.12	นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ..... 55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
3.1	เกณฑ์ของสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และวิเคราะห์สมการโครงสร้าง..... 65
3.2	แสดงผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)..... 70
3.3	ตารางแสดง ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบขององค์ประกอบ... 71
3.4	การตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรด้วยค่าสถิติของ Kaiser-Meyer-Olkin's measures of sampling adequacy (KMO) และค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ..... 72
3.5	ตารางแสดงค่าสถิติทดสอบความตรงเชิงเหมือนและความตรงเชิงจำแนก ..... 73
3.6	ตารางแสดงผลการพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง ..... 74
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ..... 76
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์ โควิด-19 ในด้านนวัตกรรมอาหาร..... 78
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์ โควิด-19 ในด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ..... 80
4.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์ โควิด-19 ในด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19..... 82
4.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์ โควิด-19 ในด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ ..... 84
4.6	แสดงผลการปรับค่าความสอดคล้องของแบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19..... 89
4.7	แสดงผลการทดสอบการพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในภาพรวมของแบบจำลอง สมการโครงสร้าง..... 90
4.8	ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติแบบจำลองสมการโครงสร้าง ..... 91
4.9	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของ ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา..... 92

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10	ค่าอิทธิพลทางตรงของตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหาร ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ..... 95
4.11	ผลการศึกษาค่าอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ..... 97
4.12	ผลการศึกษาค่าอิทธิพลของตัวแปรด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ..... 98
4.13	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหาร และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ ที่มีตัวแปรคั่นกลางด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 . 99



## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	จำนวนร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ .....	6
2.1	ประเภทของนวัตกรรม.....	14
2.2	ตัวแปรสังเกตได้จากการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี ต่อสถานการณ์โควิด-19 .....	27
2.3	ตัวแปรสังเกตได้จากนวัตกรรมอาหาร .....	30
2.4	ตัวแปรสังเกตได้จากการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ .....	34
2.5	ตัวแปรสังเกตได้จากมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 .....	37
2.6	นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 .....	39
2.7	นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ.....	42
2.8	นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลใน สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 .....	44
2.9	การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของ ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 .....	47
2.10	การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการ ของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19.....	49
2.11	มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพล ทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19.....	51
2.12	นวัตกรรมมีความสัมพันธ์ต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่าน การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ.....	53
2.13	นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ โดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 .....	56
2.14	กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่อง แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา.....	58

## สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่		หน้า
4.1	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง .....	88
4.2	การทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปร.....	95
4.3	อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปร คั่นกลางระหว่างด้านนวัตกรรมอาหารและด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ.....	97





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ได้ส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลกโดยเริ่มแพร่ระบาดครั้งแรกจากเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนและแพร่กระจายอย่างรวดเร็วไปทั่วทุกมุมโลก กระทรวงสาธารณสุข (2563) ได้ประกาศว่าเชื้อไวรัสนี้เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 โดยปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ติดเชื้อรวม 4,507,060 คน รักษาหาย 4,476,564 คน และเสียชีวิตรวม 30,718 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 4/ก.ค./65) (กระทรวงสาธารณสุข, 2565) จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ทุกภาคส่วนได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นธุรกิจภาคอุตสาหกรรม การค้าปลีกค้าส่ง ธุรกิจการท่องเที่ยว รวมไปถึงธุรกิจร้านอาหารโดยพบว่าผู้ประกอบการจำนวนมากต้องปิดกิจการในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอกใหม่สร้างมูลค่าความเสียหายสูงสุด 2.59 แสนล้านบาทส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งในช่วงสองปีที่ผ่านมาและยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกโดยพบว่าการระบาดของโควิด-19 นั้นทำให้อัตราการเติบโตของค่าผลิตภัณฑ์รวม (Gross Domestic Product: GDP) ต่ำลงทั่วโลกเนื่องจากการล็อกดาวน์ในช่วงการแพร่ระบาดโดยภาพรวมของอัตราการเติบโตของค่าผลิตภัณฑ์รวมเฉลี่ยทั่วโลกนั้นอยู่ที่ -1.1 และเมื่อมีการล็อกดาวน์เพิ่มขึ้นเป็นเวลา 2 เดือน พบว่า อัตราการเติบโตของค่า GDP ลดลงไปที่ -3.2 ซึ่งในประเทศไทยก็เช่นกันโดยอัตราการเติบโตของค่าผลิตภัณฑ์รวมนั้นอยู่ที่ -1.8 และเมื่อมีการประกาศล็อกดาวน์เป็นเวลา 2 เดือน อัตราการเติบโตของค่าผลิตภัณฑ์รวมก็ลดลงไปที่ -5.4 (รชฎ เสียงจันทร์, 2563) ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะค่อย ๆ ฟื้นตัวขึ้นในปี พ.ศ. 2565 แต่ยังคงพบว่าผู้ประกอบการหลายท่านต้องเผชิญกับปัญหาบางอย่าง เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งราคาสินค้าที่สูงขึ้นทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้รับผลกระทบหนัก (PPTV Online, 2565) ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาวิธีในการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงเพราะสามารถเปิดได้ง่ายและตอบสนองกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคเร่งรีบได้ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ด้านอาหารที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศได้ โดยเฉพาะอาหารริมบาทวิถี (Street food) ที่ได้รับความนิยมในทุก ๆ กลุ่มทั้งประชาชนและนักท่องเที่ยวเพราะมีความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (พสุนาถ, 2555)

และสามารถเข้าถึงง่ายในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น มีการจำหน่ายอยู่บริเวณทางเท้า ริมนถนน หรือในที่สาธารณะอื่น ๆ และยังมีราคาถูก (เรวดี จงสุวัฒน์ และ จันทร์จิรา โพธิ์สัตย์, 2562) ทำให้ร้านอาหารประเภทนี้มีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ (Full Service) เพราะเป็นร้านอาหารที่มีขนาดเล็กจึงทำให้ภาระในการแบกรับต้นทุนไม่สูง และยังมีคล่องตัวในการแพร่กระจายจึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เห็นโอกาสและลงมาเล่นในตลาดของอาหารริมบาทวิถี (Street Food) อย่างไม่หยุดหย่อนจึงเป็นอีกความท้าทายของผู้ประกอบการที่จะต้องป้องกันส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ไม่ให้ผู้ประกอบการอื่น ๆ มาแย่งไปได้ จากการเพิ่มขึ้นและขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้ในปี พ.ศ.2565 ร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food) มีมูลค่าสูงถึง 1.84-1.86 แสนล้านบาท ในขณะที่ร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ (Full Service) มีมูลค่า 1.34-1.42 แสนล้านบาทดังที่แสดงในตารางที่ 1.1 (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2565) จากมูลค่าตลาดดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจของร้านอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทย

**ตารางที่ 1.1** เปรียบเทียบมูลค่าตลาดของร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food) และร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service)

ปี พ.ศ.	ร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food)	ร้านอาหารบริการเต็มรูปแบบ (Full Service)
2563	1.84	1.58
2564	1.80	1.19
2565	1.84-1.86	1.31-1.42

หน่วย: แสนล้านบาท ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกร, ออนไลน์ (2565)

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้มีผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมากรัฐบาลจึงมีความจำเป็นต้องควบคุมและป้องกันการระบาดด้วยการออกมาตรการด้านต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อประชาชนไม่ว่าจะเป็นมาตรการด้านความปลอดภัยและการควบคุมโรค เช่น การลดการสัมผัส การใส่หน้ากากอนามัย การงดเดินทาง และมีมาตรการในการล็อกดาวน์เพื่อการควบคุมการแพร่ระบาดอย่างเข้มงวดทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถออกจากบ้านได้และยังไม่สามารถออกมาบริโภคอาหารนอกบ้านได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจด้านอาหารรวมถึงผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีซึ่งได้รับผลกระทบอย่างหนัก คิดเป็นผลกระทบจากมาตรการของรัฐบาล ร้อยละ 59 ผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจร้อยละ 28 และไม่ได้รับผลกระทบคิดเป็นร้อยละ 13 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ถึงแม้ว่าจะมีการผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ ลงแล้วบ้างเนื่องจากสถานการณ์ที่ดีขึ้นแต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดนั่น คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งนิยมซื้อ

อาหารผ่านช่องทางแอปพลิเคชันออนไลน์มากยิ่งขึ้นเพราะความเคยชินจากการทำงานและใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านเป็นส่วนใหญ่อีกทั้งการซื้ออาหารผ่านช่องทางดังกล่าวยังมีความสะดวกสบายช่วยลดการสัมผัสรวมถึงป้องกันการติดเชื้ออีกด้วย (จุฑามาศ ศรีรัตนา, 2564)

การระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้เห็นได้ว่าผู้ประกอบการมีทัศนคติและการรับรู้ในด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น เช่น ความสะอาดของอาหาร ความมิดชิดของบรรจุภัณฑ์ การป้องกันตนเองของผู้ขาย เนื่องจากการระบาดของไวรัสที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วและรุนแรงถึงแม้ว่าในปัจจุบันสถานการณ์จะดีขึ้นแต่ผู้ประกอบการยังมีความกังวลและเห็นถึงความสำคัญในการเลือกซื้อและการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Wicharat Paointr, 2020) จากความกังวลและการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและหากลยุทธ์ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเนื่องจากการปรับตัวเป็นลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ (McKee et al., 1989) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเรียนรู้และนำนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจเพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) (Smith, 2006) เช่น การมีบรรจุภัณฑ์ที่มิดชิดเพื่อป้องกันสิ่งสกปรก การใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์สื่อสารกับลูกค้าเพื่อลดการสัมผัส การเพิ่มช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

จากสถานการณ์ที่กล่าวมาร้านอาหารริมบาทวิถีมีความสำคัญเชิงเศรษฐกิจต่อประเทศไทยเนื่องจากความเป็นเอกลักษณ์และสามารถเข้าถึงได้ง่ายทั้งในแง่ของราคาและที่ตั้ง แต่การระบาดของเชื้อโควิด-19 ก็ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการเป็นอย่างมากผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการอื่น ๆ ได้เรียนรู้วิธีและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีผู้ทำการศึกษาในประเด็นของความปลอดภัยของอาหาร การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4Ps และ 7Ps รวมไปถึงการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่บริโภคอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ในการศึกษาด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อสภาวะวิกฤตโดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้นยังไม่ค่อยมีผู้ใดทำการศึกษามากนัก

ในงานวิจัยนี้จึงทำการศึกษการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีโดยมุ่งเน้นไปที่การใช้นวัตกรรมอาหารในการปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจเนื่องจากนวัตกรรมคือลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการและยังมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการนั้น ๆ ให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกได้ (Audretsch & Link, 2012) ทั้งนี้ สถานการณ์ของโรคระบาดที่รุนแรงยังส่งผลกระทบในหลาย ๆ ด้านของธุรกิจทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจในสภาวะดังกล่าว เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภคที่

เปลี่ยนแปลงไป ยอดขายลดลง และสถานะเศรษฐกิจที่ถดถอยเนื่องจากมาตรการล็อกดาวน์เพื่อควบคุมโรคซึ่งเป็นระเบียบข้อบังคับของรัฐบาลในการควบคุมและลดผลกระทบที่เกิดขึ้นซึ่งมีความจำเป็นต่อทิศทางในการปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้ประกอบการ เช่น การมุ่งเน้นด้านความปลอดภัยในกระบวนการปรุงอาหารมากยิ่งขึ้น การจัดพื้นที่รับประทานภายในร้านให้มีระยะห่าง รวมไปถึงการจำกัดจำนวนผู้เข้าใช้บริการทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและบริหารจัดการร้านอย่างเหมาะสม จากที่กล่าวมานี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์ที่ยากลำบากและรุนแรงหากผู้ประกอบการไม่สามารถแบกรับภาระและผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวได้ก็จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจจนทำให้ต้องปิดตัวลงในที่สุด การปรับตัวจึงเป็นลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องหาวิธีการเอาตัวรอดให้ธุรกิจของตนเพื่อให้สามารถดำเนินอยู่ได้ไม่ว่าจะอยู่ในสถานะการณ์ใด ๆ

## 1.2 ข้อมูลจังหวัดนครราชสีมา

### ข้อมูลทั่วไปด้านกายภาพ

จังหวัดนครราชสีมาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ละติจูด 15 องศาเหนือ ลองจิจูด 102 องศาตะวันออก มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 187 เมตร มีพื้นที่ประมาณ 12,808,728 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 12.12 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาสูง ที่ราบลุ่มและมีพื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นและลึก นอกจากนี้ ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดนครราชสีมา มีอิทธิพลของมรสุมที่พัดประจำฤดูกาล 2 ชนิด คือ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและมรสุมตะวันตกเฉียงใต้

### ด้านเศรษฐกิจ

จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจของภาคอีสานโดยโครงสร้างเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ภาคบริการคิดเป็นร้อยละ 51.70 ภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 34.06 และภาคเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 14.24 โดยธุรกิจในการบริการนั้นส่วนใหญ่มาจากด้านอาหาร จังหวัดนครราชสีมานิยมปลูกข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดสำหรับเลี้ยงสัตว์ซึ่งถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญนอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงสัตว์และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดตามลุ่มน้ำอีกด้วย ในภาคอุตสาหกรรมนั้นส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการเกษตรมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 18.84 อุตสาหกรรมขนส่งเฉลี่ยร้อยละ 12.27 อุตสาหกรรมโลหะเฉลี่ยร้อยละ 11.38 และอุตสาหกรรมอาหารเฉลี่ยร้อยละ 10.02 เป็นต้น

### ด้านสังคมและวัฒนธรรม

จังหวัดนครราชสีมา มีประชากรส่วนใหญ่มีชาติพันธุ์เป็นกลุ่มไทยโคราชแต่ก็มีภูมิปัญญาที่หลากหลายตามแต่ละพื้นที่ เช่น มีการถนอมอาหารจากปลาหรือที่เรียกว่าปลาร้าเนื่องจากภูมิประเทศที่แห้งแล้งและมีแหล่งน้ำใช้สอยที่มีขนาดใหญ่เป็นแหล่งทรัพยากรหลักและนำปลาร้ามา

เป็นวัตถุดิบหลักในการทำส้มตำซึ่งเป็นอาหารที่นิยมบริโภคมากเนื่องจากรสชาติที่อร่อยจัดจ้านและหาบริโภคได้ทั่วไป หรือการนำข้าวเจ้ามาแปรรูปเป็นเส้นหมี่แล้วทำเป็นเมนูผัดหมี่โคราชจนกลายมาเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาจึงอาจกล่าวได้ว่าอาหารเป็นสิ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรม จะเห็นว่าจังหวัดนครราชสีมาที่มีร้านอาหารเปิดใหม่จำนวนมากและคาดว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว เครื่องดื่ม อาหารจานเดียว และอาหารอีสาน (Wongnai, 2561) สอดคล้องกับสภาพสังคมที่มีประชากรจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 10.24 ของจำนวนคนทั้งประเทศ และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุพบว่ากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีจำนวนประชากรวัยทำงานมากที่สุด มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 35 - 49 ปี เนื่องจากสภาพสังคมที่มีกลุ่มคนวัยทำงานเป็นหลักทำให้ผู้ประกอบการกำลังในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจอาหารเติบโตมากขึ้นเช่นกัน

#### ด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดนครราชสีมามีแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงอารยธรรมและเชิงธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหิน และทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปราสาทหินพิมาย ปราสาทพนมวันซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมายแต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในช่วงปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมานั้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวซบเซาลงเนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดที่ประกาศควบคุมโดยรัฐบาลแต่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการคลายมาตรการและการกระตุ้นเศรษฐกิจจึงส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

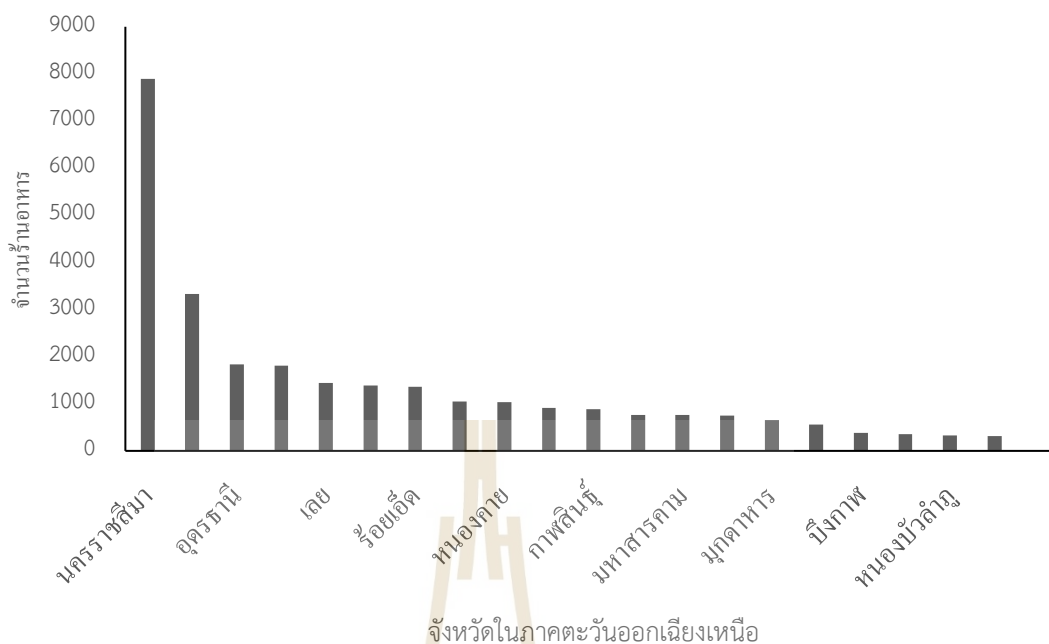
#### ด้านสาธารณสุข

มีการพัฒนาด้านสาธารณสุขมากขึ้นและมีศูนย์การแพทย์ที่ให้บริการอย่างครอบคลุม การดูแลด้านการรักษาและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีประชากรที่ฉีดวัคซีนแล้วอย่างน้อย 2 เข็มเกินร้อยละ 50 แต่ตัวเลขผู้ติดเชื้อของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของประเทศ (กรมควบคุมโรค:สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ส.ค. 65) เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับวัคซีนเข็มกระตุ้นแต่การดูแลด้านสาธารณสุขนั้นยังคงมีมาตรการที่เข้มงวดและมีการเตรียมการรักษาที่เพียงพอเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน

#### ภาพรวมและการขยายตัวของธุรกิจอาหารของจังหวัดนครราชสีมา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือเป็นภาคที่มีการลงทุนและขยายตัวในธุรกิจร้านอาหารเป็นจำนวนมากโดยจังหวัดที่มีร้านอาหารมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์ จำนวน 7,894 ร้าน, 3,327 ร้าน, และ 1,840 ร้าน ตามลำดับดังภาพที่ 2.2 ซึ่งส่วนใหญ่จะพบมากอยู่ตามเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวและเป็นอาหารประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านอาหารตามสั่ง และร้านเครื่องดื่มเป็นส่วนใหญ่ (Wongnai,2021) ช่วงราคาเฉลี่ยต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็น 71.51% ราคา 100-250 บาท คิดเป็น 22.61% ราคา 251-500 บาท คิดเป็น 5.08% ราคา 500 บาทขึ้นไป คิดเป็น 0.62% และ ราคา 1000 บาทขึ้นไป คิดเป็น 0.19%





รูปที่ 1.1 จำนวนร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Wongnai,2021)

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่และมีจำนวนประชากรมากจึงทำให้มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) สูงถึง 2.9 แสนล้านบาท ถือเป็นอันดับที่ 11 ของประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่ดีเนื่องจากเป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและยังเหมาะกับการลงทุน โดยโครงสร้างเศรษฐกิจของนครราชสีมา ประกอบด้วย ภาคบริการคิดเป็นร้อยละ 51.70 ภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 34.06 และภาคเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 14.24 โดยธุรกิจใภาคบริการนั้นส่วนใหญ่มาจากด้านอาหาร อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้น ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในภาคต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบเป็นจำนวนมากผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานรวมถึงต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐเพื่อให้สามารถรอดพ้นกับวิกฤตนี้ไปได้

### 1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.3.2 เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงในการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้แก่



1.3.3.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยนวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

1.3.3.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยนวัตกรรมอาหารและปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

1.3.3.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยนวัตกรรมอาหารมีและปัจจัยมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

1.3.3.4 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

1.3.3.5 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีและปัจจัยมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

1.3.3.6 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19

1.3.4 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยผ่านตัวแปรคั่นกลางการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

#### 1.4 สมมติฐานของงานวิจัย

H1: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

H2: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

H3: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

H4: การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

H5: การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

H6: มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

H7: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

H8: นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

## 1.5 ขอบเขตงานวิจัย

### 1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมา และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมา บริเวณอำเภอเมืองนครราชสีมาและอำเภอปักธงชัย รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

### 1.5.2 ขอบเขตด้านตัวแปรในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีขอบเขตของตัวแปร ได้แก่ นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาโดยครอบคลุมเนื้อหางานวิจัย ดังนี้

1.5.2.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) คือ นวัตกรรมอาหาร ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และการตลาด (Célia Boukoufi, 2022; Jessica Lichy, 2022; Diana Gavilan, 2021; มนสิชา อินทจักร, 2564; de Souza Bispo, Marcelo, 2020; ชัยนันต์ ไชยเสน, 2562; นลินี พานสายตา, 2018; Simona Alfiero, 2017)

1.5.2.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) คือ การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการลดต้นทุน และด้านการบริการ (Shumaila Zeb, 2021; May Portuguese Castro, 2020; ธีรภัทร เจริญฤทธิ์, 2564; ประภาพร ดิสุขแสง, 2564; ศลิษา รกรากทอง, 2564; อัญชลี กัตถัญญ, 2564; อาชนัน เกาะไพบูลย์, 2564)

1.5.2.3 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) 1) การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (Chunpeng Lin and Jinqiang Yang, 2022; Merlyn S.Thomas, 2021; Lee Wainwright and Pablo Muñoz, 2020; Patricio S.Dalton, 2020; ธนพงษ์ ร่วมสุข, 2564; สุกัญญา รักประสูติ และ นงนิกา ตูลยานนท์, 2563; อธิษฐ์ นิพิทชยานันต์, 2561) 2) มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ประกอบด้วย การชะลอการชำระภาษี การพักชำระหนี้ การกระตุ้นเศรษฐกิจ และมาตรการด้านความปลอดภัย (Francesco Fasanoa, 2022; Benedikt J.and Doina R., 2022; สุพัตรา รุ่งรัตน์, 2564; นัชชา เกิดอินทร์, 2564; เอกชัย ชำนินา, 2564; สมศักดิ์ อัครศรีวรรณนท์, 2564; นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ คณະ, 2564)

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 1.6.1 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

1.6.1.1 เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

1.6.1.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยท่านอื่น ๆ ที่จะทำการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตถึงปัจจัยการปรับตัวในสภาวะวิกฤต

### 1.6.2 ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

1.6.2.1 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวในสภาวะวิกฤตให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีท่านอื่น ๆ

## 1.7 นิยามศัพท์ในงานวิจัย

คำนิยามศัพท์ที่สำคัญของงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาได้จากการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

1.7.1 การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้และสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้ รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือกระบวนการด้านต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่เกิดความเปลี่ยนแปลง ซึ่งการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจรวมถึงการปรับรูปแบบของธุรกิจเพื่อให้เป็นไปตามสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การลดต้นทุนของทรัพยากรบางอย่างลง การบริการที่มุ่งเน้นลูกค้ามากยิ่งขึ้น การใส่ใจในความปลอดภัยของอาหาร การเพิ่มช่องทางบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น การใส่หน้ากากอนามัยและการจัดร้านโดยการเว้นระยะห่างเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เป็นต้น

1.7.2 นวัตกรรมอาหาร หมายถึง การสร้างสรรค์ พัฒนา และปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ในการประกอบอาหารด้วยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการต่าง ๆ ในการผลิตและการประกอบอาหารตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบในการนำมาประกอบอาหาร การปรุงอาหาร การปรับปรุงรสชาติ การจัดเสิร์ฟอาหารอย่างแปลกใหม่ รวมไปถึงการขายที่มีเอกลักษณ์เพื่อตอบสนองต่อความ

ต้องการของผู้บริโภคก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจรวมถึงสามารถสร้างคุณค่าและก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันได้

1.7.3 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์ รับรู้ และจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสถานะต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น การระบาดของโควิด-19 การเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย สถานะเศรษฐกิจ เทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์และรับมือกับความเสี่ยงได้อย่างดีเพื่อลดผลกระทบของความเสี่ยงเหล่านั้นอีกทั้งยังสามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจได้อีกด้วย

1.7.4 มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 หมายถึง ระเบียบและข้อบังคับที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อป้องกัน ควบคุม และบรรเทาผลกระทบให้แก่ประชาชนหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เช่น มาตรการด้านความปลอดภัย มาตรการในการช่วยเหลือเยียวยา รวมถึงมาตรการฟื้นฟูหลังจากการคลี่คลายของสถานการณ์

1.7.5 ร้านอาหารริมบาทวิถี หมายถึง อาหารที่จำหน่ายบริเวณข้างทาง ตลาด หรือพื้นที่ที่อนุญาตให้ขายโดยสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวกอาจจำหน่ายบนรถเข็น รถบรรทุกขายอาหาร หรือจัดตั้งเป็นร้านที่จำหน่ายอยู่บริเวณข้างทางและไม่ได้มีขนาดใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านที่มีรูปแบบการให้บริการโดยให้ผู้บริโภคบริการตนเอง โดยอาหารที่จำหน่ายนั้นอาจเป็นอาหารคาว อาหารหวาน หรือเครื่องดื่มที่ง่าย พร้อมทาน และสะดวกต่อการบริโภค



## บทที่ 2

### ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ทำการได้ศึกษารวบรวมแนวคิดทฤษฎีรวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดของงานวิจัยนำไปสู่การออกแบบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการ

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.1.3 แนวคิดแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

2.1.4 แนวคิดเรื่องการจัดการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 (COVID-19)

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

ความหมายของการปรับตัว

Jovanovic (1982) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความอยู่รอดในมิติของผู้ประกอบการโดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความอยู่รอดนั้นอาจประกอบด้วยปัจจัยด้านการศึกษา (education), ปัจจัยพื้นฐานของครอบครัว (family background), ความสามารถในด้านการวิจัยและการพัฒนา (research and development), ปัจจัยด้านขนาดของกิจการ, และปัจจัยด้านอายุของกิจการ นอกจากนี้ McKee et al. (1989) ได้กล่าวว่าถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการว่าเป็นกระบวนการที่ผู้ประกอบการสามารถประมวลข้อมูลต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมภายนอกและใช้ข้อมูลนั้น ๆ เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อรักษาความอยู่รอดของธุรกิจ โดยการปรับตัวอาจมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การผลิตสินค้าและการบริการ, การตลาด, การมใช้ช่องทางการจัดจำหน่าย, บุคลากร, การเงิน และทรัพยากร การปรับตัวสามารถทำให้ผู้ประกอบการอยู่รอดได้ในทุก

สภาวะการณ์ของการประกอบธุรกิจและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของกิจการ ซึ่งการปรับตัวจะทำให้ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยการอาศัยปัจจัยด้านนวัตกรรมและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ (Smith, 2006)

### 2.1.1.1 การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการหลายท่านได้รับเป็นกระทบเป็นวงกว้างโดยเฉพาะธุรกิจอาหารและการท่องเที่ยวเนื่องจากประชาชนไม่สามารถออกมาใช้ชีวิตได้ตามปกติผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ใน สภาวะวิกฤตเช่นนี้ซึ่งการปรับตัวในสถานการณ์โควิด-19 อาจปรับตัวโดยการลดต้นทุนคงที่ (Fix cost) ในการบริการและลดต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) ในด้านวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ได้แก่ การลดจำนวนของพนักงานลงเพื่อลดต้นทุนภายในร้านเพราะในช่วงล็อกดาวน์เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีไม่มากจึงไม่จำเป็นต้องมีพนักงานมากจนเกินไป, การปรับลดรายการอาหารโดยการยกเลิกรายการอาหารที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยเนื่องจากมีการแพร่ระบาดของไวรัสอยู่, มีการบริหารจัดการการผลิตและคาดการณ์วันหมดอายุของสินค้าไว้ล่วงหน้า (ศลิษา รกรากทอง, 2564) การเพิ่มมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าภายในร้านตามที่รัฐบาลกำหนด ได้แก่ พนักงานต้องปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การสวมถุงมือขณะปรุงอาหาร การล้างเจลแอลกอฮอล์ เป็นต้น, เนื่องจากลูกค้าบริโภคที่ร้านไม่ได้ทางร้านจึงจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าเพื่อซื้อกลับไปบริโภคที่บ้านได้, การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น เช่น Grab Food, Food Panda, Line Man, Shopee Food เป็นต้น (อาชนัน เกาะไพบูลย์, 2563) และ การปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยตามประกาศของรัฐบาลโดยมีมาตรการการรักษา ระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ภายในร้านตามมาตรการของรัฐบาลและมีการลงชื่อเข้าใช้บริการร้านผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะก่อนและหลังการเข้าใช้บริการตามที่รัฐบาลกำหนด (วรรณิภา สูงสุมาลย์ และ พิมพ์ชนก ไพรีพินาศ, 2564)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ รวมไปถึงให้ความสำคัญโดยเน้นลูกค้าเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ คือ ต้องสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอยู่เสมอและนำนวัตกรรมมาใช้ในการประกอบการเพื่อสร้างความแตกต่างในด้านต่าง ๆ (ธีรภัทร เจริญฤทธิ, 2564) โดย ธนันธร มหาพรประจักษ์ (2563) ได้นำเสนอแนวคิดในการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัว และปรับรูปแบบธุรกิจด้วยการนำเสนอแนวคิด 4Es ซึ่งปรับแต่งมาจากแนวคิด 4Ps โดย 4Es นั้น กล่าวถึง 1) การมอบประสบการณ์ของผู้ซื้อ 2) ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุก



ช่องทาง 3) สินค้าและบริการนั้นต้องคุ้มค่าที่จะซื้อ 4) การสื่อสารที่เน้นลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและสามารถสร้างความภักดีได้ เป็นต้น

จากการทบทวนแนวคิดเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการจึงอาจให้ความหมายของการปรับตัวว่า เป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือกระบวนการในด้านต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงไป โดยการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจรวมถึงการปรับรูปแบบของธุรกิจเพื่อให้เป็นไปตามสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การลดต้นทุนของทรัพยากรบางอย่างลง การบริการที่มุ่งเน้นลูกค้ามากยิ่งขึ้น การใส่ใจในความปลอดภัยของอาหาร การเพิ่มช่องทางบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น การใส่ใจหน้ากานามัยและการจัดร้านโดยการเว้นระยะห่างเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เป็นต้น

### 2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) คือ การนำแนวคิดใหม่ที่ผ่านการปรับปรุงและพัฒนาจากแนวความคิดเดิมไม่ใช่การลบล้างสิ่งเดิมออกไปแต่เป็นการพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ (Hughes, 1987) เป็นที่ยอมรับและสร้างความรับรู้ให้กับสังคมนั้น ๆ ได้ (Everette M. Rogers, 1983) และยังมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ (Hall et al., 2009; Evangelista & Vezzani, 2010) นอกจากนี้ยังบ่งบอกถึงลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการได้อีกด้วย (Entrepreneurial Behavior) ซึ่งนวัตกรรมที่ดีนั้น จะต้องเป็นที่ยอมรับและสร้างประโยชน์เชิงสังคมและเศรษฐกิจได้ (Audretsch & Link, 2012) โดยนวัตกรรมสามารถจำแนกได้หลายประเภทตามรูปแบบของการนำไปใช้ ดังนี้

#### 1. การจำแนกตามระดับโดยใช้ระดับความแปลกใหม่ของเทคโนโลยี

1.1 นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีระดับความใหม่ของเทคโนโลยีและแนวคิดเดิมไปอย่างสิ้นเชิง (Schilling, 2008) และทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เป็นต้นแบบของนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ (Henderson & Clark's, 1990)

1.2 นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ ค่อยเป็นค่อยไปไม่ได้แตกต่างจากนวัตกรรมเดิม เพียงแต่มีการปรับปรุงประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น (Herkema, 2003) ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไปจะขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กร ทรัพยากร และข้อมูลความต้องการของลูกค้า (Schilling, 2008)

1.3 นวัตกรรมแบบยั่งยืน (Sustaining Innovation) เป็นนวัตกรรมที่เกิดจากการพัฒนาไปทีละนิดไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแนวความคิด ผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยี (Renning, 2000) นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เช่น

ด้านสังคม การเงิน และสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (Charter & Clark, 2007)

1.4 นวัตกรรมแบบก่อกวนทำลาย (Disruptive Innovation) Chistensen (1990) ได้อธิบายความหมายของนวัตกรรมรูปแบบนี้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงใหม่และเทคโนโลยีอย่างสิ้นเชิงเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ โดยส่วนมากธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์นวัตกรรมแบบก่อกวนทำลายคือรูปแบบธุรกิจแบบ Start-ups (Simone, 2022) และยังเป็นกลยุทธ์ในการรักษาตลาดการแข่งขันรวมถึงกำไรและการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต (Wang et al., 2021) นอกจากนี้ Jin Chen (2022) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมแบบก่อกวนทำลายไว้ 3 แบบ ได้แก่ นวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ก่อกวน (disruptive strategy innovation) นวัตกรรมเทคโนโลยีก่อกวน (disruptive technology innovation) และนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจที่ก่อกวน (disruptive business model innovation)



รูปที่ 2.1 ประเภทของนวัตกรรม

ที่มา: ดัดแปลงจาก Types of Innovation – The Ultimate Guide with Definitions and Examples (Julia Kylliäinen, 2019)

2. การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนาได้จำแนกประเภทของนวัตกรรมไว้ 4 ประเภท (OECD, Oslo Manual, 2005) ดังนี้

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพ ทางเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ วัสดุดิบ หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าและกระบวนการที่เกี่ยวข้องในการผลิตตั้งแต่กระบวนการนำเข้า (Inputs) กระบวนการผลิต

(Process) และผลิตผล (Outputs) เป็นต้น (Abernathy & Utterback, 1978; Tushman & Nadler, 1986; Gopalakrishnan et al., 1999 and Damanpour & Gopalakrishnan, 2001)

2.2 นวัตกรรมกระบวนการดำเนินงาน (Process Innovation) เป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิด วิธีการและกระบวนการในการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยนวัตกรรมกระบวนการนี้ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้ (Schilling, 2008)

2.3 นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) เป็นนวัตกรรมที่ช่วยในการเปลี่ยนแปลงการตลาดในรูปแบบใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการกำหนดราคา รวมถึงด้านการส่งเสริมการขาย

2.4 นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดหรือแนวทางการดำเนินงานใหม่ ๆ ในองค์กร (Hussin et al. 2008) ซึ่งนวัตกรรมในองค์กรสามารถช่วยเปลี่ยนแปลงกระบวนการการทำงาน โครงสร้างขององค์กร และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร (Chen et al., 2020) กิรติ ยศยิ่งยง (2552) ได้แบ่งนวัตกรรมขององค์กรซึ่งแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้ (1) นวัตกรรมทางธุรกิจขององค์กร (Business innovation) เป็นการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจเพื่อปรับตัวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ (2) นวัตกรรมทางยุทธศาสตร์ขององค์กร (Strategy innovation) เป็นนวัตกรรมที่ช่วยในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรทั้งหมดเพื่อกำหนดเป้าหมายของธุรกิจสู่การแข่งขันที่ยั่งยืน (3) นวัตกรรมทางทุนมนุษย์ (People innovation) คือ นวัตกรรมที่ช่วยพัฒนาบุคคลให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อการปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพ (4) นวัตกรรมทางกระบวนการ (Process innovation) เป็นนวัตกรรมที่ช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตโดยนวัตกรรมทางกระบวนการประกอบด้วยนวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมกระบวนการทางองค์กร (5) นวัตกรรมทางสินค้าและบริการ (Product service innovation) คือ นวัตกรรมในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าซึ่งนวัตกรรมทางสินค้าและบริการที่ดีต้องสามารถสร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้ (6) นวัตกรรมทางการตลาด (Marketing innovation) คือ นวัตกรรมที่พัฒนามาเพื่อช่วยในการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รวมไปถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

จากการทบทวนประเภทของนวัตกรรมมีผู้แบ่งประเภทของนวัตกรรมไว้หลากหลายแบบแต่ยังคงไม่แตกต่างกันมาก ผู้วิจัยได้นำเสนอการแบ่งประเภทของนวัตกรรมของ Mohammad Taleghani และ Ata Taleghani (2020) ซึ่งได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมไว้ 9 ประเภท ดังนี้

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ การคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอคุณค่าต่อลูกค้า  
 นวัตกรรมกระบวนการ คือ กระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ที่ช่วยพัฒนาประสิทธิภาพ  
 การผลิตหรือกระบวนการจัดส่งสินค้า

นวัตกรรมบริการ คือ การพัฒนารูปแบบการบริการที่แปลกใหม่ที่สามารถสร้างคุณค่า  
 และความพึงพอใจให้กับลูกค้า

นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ คือ หนทางในการสร้างการสร้างมูลค่าและความมั่งคั่งให้กับ  
 ธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธุรกิจ

นวัตกรรมแบบก้าวกระโดด คือ นวัตกรรมที่ก้าวกระโดดหรืออุตสาหกรรมด้วยการเข้าสู่  
 ตลาดด้วยเทคโนโลยีใหม่

นวัตกรรมก้าวหน้า คือ นวัตกรรมที่นำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ด้าน วิทยาศาสตร์  
 และเทคโนโลยีได้

นวัตกรรมองค์กร คือ หนทางใหม่ในการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กรในด้าน  
 ต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางการเงิน เป็นต้น

นวัตกรรมขับเคลื่อนด้วยผลลัพธ์ คือ การพยายามนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ในกระบวนการ  
 เพื่อตอบสนองจนนำไปสู่การความต้องการของลูกค้านำมาสู่ผลลัพธ์ที่ยั่งยืน

นวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป คือ นวัตกรรมที่เปลี่ยนไปอย่างช้า ๆ จากนวัตกรรม  
 ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการเดิมนั่นเอง

นอกจากนี้ อาศิรา ราชเวียง (2564) ยังได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมทางธุรกิจ  
 อุตสาหกรรมที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในด้านต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมไว้  
 5 ประเภท ได้แก่

นวัตกรรมด้านเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ (Strategy Business Concepts Innovation)  
 คือ การกำหนด ออกแบบนโยบาย กำหนดเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการ  
 บริหารองค์กรไปสู่ทิศทางที่ดีขึ้น

นวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ (Service and Product Innovation) คือ การปรับปรุง  
 และพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นทั้งในเรื่องของการใช้งาน รูปลักษณ์ และความ  
 สะดวก เป็นต้น

นวัตกรรมด้านรูปแบบการให้บริการการส่งมอบงาน (Delivery Innovation) คือ การ  
 สร้างและพัฒนารูปแบบของการบริการที่รวดเร็วและสะดวกมากยิ่งขึ้นในการดำเนินงาน เช่น การ  
 ให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต

นวัตกรรมด้านกระบวนการและการบริหารองค์กร (Process and Organization Administration Innovation) คือ การออกแบบและพัฒนาารูปแบบและกระบวนการใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

นวัตกรรมด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงกระบวนการ (Process Interaction Innovation) คือ แนวทางในการปรับปรุงหรือพัฒนาระบบความสัมพันธ์และการปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจกับองค์กรอื่น ๆ

### 2.1.2.1 นวัตกรรมอาหาร

นวัตกรรมอาหารเป็นการสร้างสรรค์ คิดค้น และพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ในอาหารทั้งในด้านของกระบวนการในการปรุงอาหาร รูปลักษณ์และเอกลักษณ์ของอาหาร ความแปลกใหม่ในการนำเสนอต่อผู้บริโภค วัตถุดิบที่แปลกใหม่ในการสร้างสรรค์รสชาติใหม่ ๆ เพื่อสร้างความหลากหลายในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้รับประทานอาหารเพื่อการดำรงชีวิตแต่อาหารในปัจจุบันสามารถบ่งบอกวิถีชีวิตและรสนิยมของผู้บริโภคได้ (นลินี สุรดิษฐ์, 2565) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพและเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจด้านอาหารจึงมีส่วนสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ (Smith, 2006) อีกทั้งยังสร้างความเข้มแข็งที่อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เป็นต้น ทำให้นวัตกรรมสามารถลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้อีกด้วย (Na Nakorn, 2022)

จากการทบทวนแนวคิดเรื่องนวัตกรรมผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของนวัตกรรมอาหารไว้ว่า นวัตกรรมอาหาร คือ การสร้างสรรค์ พัฒนา และปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ในการประกอบอาหารด้วยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบในการนำมาประกอบอาหาร การปรุงอาหาร การปรับปรุงรสชาติ การจัดเสิร์ฟอาหารอย่างแปลกใหม่ รวมไปถึงการขายที่มีเอกลักษณ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจรวมถึงสามารถสร้างคุณค่าและก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันได้

## 2.1.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

### 2.1.3.1 ความหมายของการรับรู้ (Definition of perception)

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่แต่ละบุคคลมีการตีความหมายของสิ่งกระตุ้นออกมาแล้วให้ความหมายของสิ่งนั้นไว้ (Schiffman & Kanuk, 2000) เป็นความเข้าใจในสิ่งนั้น ๆ โดยการรับรู้เป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความตระหนัก และทำให้เกิดความเข้าใจด้วยการตีความของสมอง (Goldstein, 2010) และตีความหมายของสิ่งนั้น ๆ ไว้เพื่อเก็บไว้เป็นความทรงจำซึ่งอาจส่งผลถึงความคาดหวังในการรับรู้ในอนาคต (อุดม ทูมโฆสิต, 2554)



### กระบวนการของการรับรู้

Schermerhorn et.al (2005) ได้แบ่งลำดับขั้นตอนของการรับรู้ไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

- (1) ขั้นตอนการพิจารณาและคัดเลือกข้อมูล (Attention and Selection) โดยผู้รับรู้สามารถเลือกรับรู้หรือไม่รับรู้ข้อมูลใดก็ได้ขึ้นกับสภาพแวดล้อมและตัวบุคคล
- (2) ขั้นตอนการจัดระบบข้อมูล (Organization) เมื่อบุคคลพิจารณาเพื่อคัดเลือกข้อมูลในขั้นที่หนึ่งแล้วนั้น ต่อมาก็จะนำมาจัดระบบข้อมูล (Schemas) ให้มีระเบียบไม่กระจัดกระจายโดยในการจัดระบบข้อมูลจะมีส่วนช่วยในการตีความหมายข้อมูลในขั้นต่อไปด้วย
- (3) ขั้นตอนการตีความข้อมูล (Interpretation) เป็นการวิเคราะห์และให้เหตุผลข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งในการตีความหมายนี้บุคคลอาจจะตีความหมายเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้
- (4) ขั้นตอนการนำข้อมูลที่รับรู้มาใช้ (Retrieval) เมื่อข้อมูลที่ได้มาผ่านการตีความหมายมาแล้วก็จะถูกบันทึกไว้เป็นความทรงจำหรืออาจแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์

### การรับรู้ความเสี่ยง (Definition of Perceived Risk)

การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การประเมินถึงความไม่แน่นอนและมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรับรู้ถึงความไม่แน่นอนในทางลบจากการซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้า หากผู้บริโภครับรู้ว่าการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นมีความเสี่ยงมากก็จะชะลอการตัดสินใจลง (Marketeer, 2546) โดยการรับรู้ความเสี่ยงสามารถแบ่งได้หลายประเภทแต่ยังคงความแนวคิดที่คงเดิมไว้อยู่ซึ่งประเภทของการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่

การรับรู้ความเสี่ยงทางสังคม (Social Risk) คือ ความเสี่ยงที่การเลือกผู้ให้บริการอาจส่งผลในทางลบต่อการรับรู้ของบุคคลอื่น ๆ ในสังคมทำให้รู้สึกเชิงลบเกี่ยวกับผู้บริโภคได้ (Garner, S.J., 1986) ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์หรือความรู้สึกด้านลบที่คนรอบข้างมีต่อผู้บริโภคซึ่งความเสี่ยงนี้จะส่งผลให้เกิด (Demirdogen et al., 2010)

การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) คือ ความเสี่ยงที่สินค้าหรือบริการที่ซื้ออาจไม่ได้รับผลกำไรทางการเงินที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค (Garner, S.J., 1986) หรืออาจเป็นทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายว่าหากใช้จ่ายไปแล้วจะไม่คุ้มค่างบเงินที่เสียไป (Demirdogen et al., 2010)

การรับรู้ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) คือ ความเสี่ยงที่สินค้าหรือบริการนั้น ๆ จะส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้บริโภค (Garner, S.J., 1986) และอาจมีความไม่ปลอดภัยที่อาจสร้างอันตรายให้ผู้บริโภคได้ (Demirdogen et al., 2010)



การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) คือ ความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความไม่สมบูรณ์ของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ หรือเป็นโอกาสที่สินค้านั้น มีประสิทธิภาพไม่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งอาจส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (Demirdogen et al., 2010)

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) คือ ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคอาจเสียเวลาและความสะดวกที่จะบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ๆ หรืออาจหมายถึงความเสี่ยงที่ผู้บริโภคจะเสียสละเวลาของตนในการศึกษาสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ (Demirdogen et al., 2010)

การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจ (Psychological Risk) คือ ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ (Garner, S.J., 1986) และเป็นการรับรู้ถึงโอกาสที่สินค้าหรือบริการนั้นอาจลักษณะที่ไม่ตรงกับบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของผู้บริโภคซึ่งการตัดสินใจซื้อดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ตัวตนของผู้บริโภค (Demirdogen et al., 2010)

การรับรู้ด้านความเป็นส่วนตัว (Security Risk) คือ ทัศนคติหรือความรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยในข้อมูลที่เป็นส่วนตัวของตนเองในการซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อด้านความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า (Demirdogen et al., 2010)

#### 2.1.3.4 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมหรือความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้โดยสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี เหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อภาระกิจของผู้ประกอบการจึงอาจเรียกได้ว่าเป็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการทำธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการต้องสามารถบริหารและจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นได้ (Lumpkin G.T., 2010) รวมไปถึงมีการปรับตัว ตัดสินใจ ประเมินสถานการณ์ และหาวิธีการแก้ปัญหาและสามารถลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ (Pablo Muñoz, 2020)

#### 2.1.4 แนวคิดเรื่องการค้าเงินงานของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (COVID-19)

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่มีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วและรุนแรงทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องควบคุมสถานการณ์โดยใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ตามมติคณะรัฐมนตรีซึ่งมีผลบังคับใช้ 26 มีนาคม 2563 โดยการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักรการ เนื่องจากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ

ต่อประชาชนทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ รวมไปถึงสถานที่ราชการและโรงเรียน รัฐบาลจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและออกมาตรการเพื่อบรรเทาผลกระทบต่อประชาชน COVID-19 ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาที่ต้องเื้ออำนวยความสะดวกการเรียนออนไลน์ การจัดหาวัคซีนที่เหมาะสมให้กับประชาชนเพื่อลดการติดเชื้อ การเยียวยาผู้ประกอบการและกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยคณะรัฐมนตรีในคราวประชุมเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2564 และได้พิจารณาใช้มาตรการเยียวยาในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ โครงการเราชนะ โครงการ ม33 โครงการเรารักกัน เพื่อช่วยบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายแก่ประชาชนอย่างครอบคลุม รวมไปถึงมาตรการด้านความปลอดภัยที่ช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และในกรณีที่มีการเปิดสถานประกอบการสำหรับร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มจะต้องทำการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยที่รัฐบาลกำหนดโดยมีข้อปฏิบัติ ดังนี้

### แนวปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม (COVID Free Environment)

(1) ข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย จำต้องทำความสะอาดพื้นและพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อย ๆ และต้องกำจัดขยะมูลฝอยทุก ๆ วัน ต้องทำการล้างและฆ่าเชื้อภาชนะสัมผัสอาหารอยู่เสมอ ได้แก่ การทำความสะอาดโต๊ะและที่นั่งทันทีทั้งก่อนและหลังการใช้บริการ รวมถึงการดูแลบริเวณต่าง ๆ ในร้านไม่ว่าจะเป็นพื้น โต๊ะ ที่นั่ง บริเวณที่รับประทานอาหารให้สะอาด โดยทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาด, ทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วม และห้องน้ำทุก ๆ 1 ชั่วโมง ซึ่งต้องเน้นในบริเวณที่เป็นจุดเสี่ยง เช่น กลอนประตู โถปัสสาวะ ก๊อกน้ำ เป็นต้น, อีกทั้งผู้ประกอบการต้องล้างทำความสะอาดภาชนะและอุปกรณ์ให้สะอาดตามหลักอนามัย, มีการจัดให้มีที่ล้างมือพร้อมสบู่และน้ำสำหรับล้างมือหรือจัดบริการเจลแอลกอฮอล์ประจำโต๊ะและจุดต่าง ๆ ในบริเวณร้าน, มีการจัดอุปกรณ์รับประทานอาหารแบบส่วนบุคคลด้วยการบรรจุซองสุ่มมาในถุงพลาสติกอย่างมิดชิด, และมีการกำหนดให้สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกต้องตลอดเวลา (กรมอนามัย, 2563)

(2) ข้อปฏิบัติด้านการเว้นระยะห่าง ประกอบไปด้วย การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล และ โต๊ะ ที่นั่ง สำหรับรับประทานอาหารโดยต้องรักษาระยะห่าง 1 – 2 เมตร, การเพิ่มมาตรการในการลดความแออัดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านอาหาร, มีการระบายอากาศอย่างถ่ายเท และการจำกัดให้ผู้บริโภครับประทานอาหารคนละไม่เกิน 2 ชั่วโมง (กรมอนามัย, 2563)

(3) ข้อปฏิบัติด้านผู้ให้บริการภายในร้านอาหาร โดยผู้ประกอบการต้องดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ ที่กำหนด ได้แก่ มาตรการมีภูมิคุ้มกัน โดยพนักงานรวมถึงผู้ประกอบการทุกคนในร้านต้องฉีดวัคซีนอย่างน้อย 2 เข็ม หรือมีหลักฐานประวัติการติดเชื้อมาก่อนไม่เกิน 3 เดือน และต้องมีการตรวจ ATK ก่อนการทำงานทุกวัน และมีมาตรการยกระดับ โดยผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด ได้แก่ การสวมหน้ากากอนามัยให้ถูกต้อง

ตลอดระยะเวลาของการให้บริการแก่ผู้บริโภค การล้างมือบ่อย ๆ ด้วยน้ำและสบู่ ตั้งแต่เริ่มเข้าทำงาน อีกทั้งก่อนการเตรียมอาหาร ระหว่างการปรุงอาหารและหลังปรุงอาหารเสร็จในทุกกระบวนการต้องมีการสวมใส่ผ้ากันเปื้อน ถุงมือ และสวมใส่หน้ากากอนามัยอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ พนักงานหรือผู้ประกอบการร้านอาหารต้องไม่เข้าไปในพื้นที่เสี่ยงอย่างน้อย 14 วัน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ ทั้งนี้ ยังมีการกำหนดแนวปฏิบัติด้านผู้รับบริการสำหรับผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ โดยผู้ประกอบการต้องทำการดำเนินการคัดกรองความเสี่ยงของผู้บริโภคซึ่งจะต้องมีจุดคัดกรองที่บริเวณหน้าร้านก่อนอนุญาตให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการเพื่อความปลอดภัยของบุคคลอื่นภายในร้าน และผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการจะต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ยกเว้นเฉพาะตอนรับประทานอาหารเท่านั้นรวมถึงไม่รับประทานอาหารนานเกิน 2 ชั่วโมง มีการลงทะเบียนประเมินตนเองก่อนเข้าใช้บริการที่ร้านอาหารทุกครั้ง เช่น ลงทะเบียนในแอปไทยชนะ หรือเขียนที่จุดคัดกรอง เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร ในการซื้ออาหารและนั่งรับประทานอาหาร ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ และปฏิบัติตามมาตรการที่ร้านแจ้งอย่างเคร่งครัด(กรมอนามัย, 2563) เพื่อความปลอดภัยของตนเองและผู้อื่น

นอกจากนี้ รัฐบาลได้มีการบริหารจัดการในการช่วยเหลือประชาชนรวมถึงผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในหลายด้าน ดังนี้

(1) ด้านการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบและการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยภาครัฐมีมาตรการในการดูแลและช่วยเหลือประชาชนและผู้ประกอบการธุรกิจ ได้แก่ การลดดอกเบี้ยแก่ลูกหนี้และการปรับโครงสร้างแก่ลูกหนี้, มีมาตรการการให้กู้ยืมสินเชื่อที่มีเงินดอกเบี้ยในอัตราต่ำ ขยายระยะเวลาในการชำระหนี้, การเลื่อนการชำระภาษีรถยนต์และใบขับขี่, รวมทั้งมาตรการชดเชยรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการหรือประกันสังคม มาตรา 33, มาตรการลดและขยายระยะเวลาในการชำระค่าน้ำค่าไฟ, รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนจากรัฐให้มีการพักชำระหนี้ให้ในบางธนาคารเพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการในการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจด้วยการสนับสนุนเพิ่มจากภาครัฐคลังและการส่งออกสินค้าโดยกระตุ้นให้ประชาชนอยู่บ้านสั่งสินค้าหรือเครื่องอุปโภคบริโภคออนไลน์และส่งสินค้าทางบริษัทขนส่งแทนการไปจ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคตามแหล่งจำหน่ายเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการขณะมีมาตรการล็อกดาวน์และยังช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วยการกำหนดโครงการ เช่น การจ่ายเงินช่วยเหลือผ่านแอปเราชนะ แอปกระเป๋าดัง แอปเรารักกัน เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการใช้จ่ายใช้สอย (นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ อมเรศ กลิ่นบัวแก้ว, 2564)

(2) ด้านการบริหารจัดการวัคซีน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมาตรการเชิงรุกในการกระตุ้นให้ประชาชนได้รับวัคซีนอย่างครอบคลุมซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดตั้งสถาบันวัคซีนแห่งชาติมีวัตถุประสงค์ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง พ.ศ. 2555 ในการบริหารจัดการด้านวัคซีน เพื่อให้ประชาชน

ได้รับวัคซีนครบทุกคนและมีการวางแผนเตรียมการการผลิตวัคซีนเองของประเทศไทยตลอดจนมีการทดสอบการฉีดวัคซีนให้กับอาสาสมัครผู้ผ่านการคัดกรองเพื่อดูการตอบสนองของภูมิคุ้มกันต่อวัคซีนเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับในด้านความปลอดภัยและมีการให้ความรู้เกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)

(3) ด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ภาครัฐมีมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในด้านกลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติ และมาตรการ ในการควบคุมและเฝ้าระวังด้วยวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) เช่น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ในเรื่องของ แนวปฏิบัติ การเฝ้าระวัง และการป้องกัน มีจัดตั้งหน่วยปฏิบัติการและประชาสัมพันธ์ สถานการณ์ในแต่ละจังหวัด มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินการเฝ้าระวัง นอกจากนี้ ยังมีการ กำหนดนโยบายที่เน้นการทำงานที่บ้าน (Work from home) เพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อและ เป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางอีกด้วย (นัชชา เกิดอินทร์, 2564)

ซึ่งจากการประกาศมาตรการการช่วยเหลือเยียวยาในด้านต่าง ๆ ที่ครอบคลุมในการลดผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจและเป็นไปตามข้อบังคับที่รัฐบาลได้กำหนด (ศลิษา รกรากทอง, 2564) ได้แก่

(1) การลดจำนวนของพนักงานลงเพื่อลดต้นทุนภายในร้านเพราะในช่วงล็อกดาวน์เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีไม่มากจึงไม่จำเป็นต้องมีพนักงานมากจนเกินไป

(2) การปรับลดรายการอาหารโดยการยกเลิกรายการอาหารที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสอยู่

(3) มีการบริหารจัดการการผลิตและคาดการณ์วันหมดอายุของสินค้าไว้ล่วงหน้าเนื่องจากต้องคาดการณ์สถานการณ์จากการประกาศมาตรการการงดเดินทางข้ามจังหวัด

(4) พนักงานต้องปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การสวมถุงมือขณะปรุงอาหาร การล้างเจลแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นไปตามระเบียบและข้อบังคับของรัฐบาลในการลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

(5) การจัดพื้นที่บริการให้มีความเหมาะสมเพื่อเป็นไปตามมาตรการการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) ในการลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

จากการทบทวนแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่ารัฐบาลมีความจำเป็นในการประกาศกฎข้อบังคับเพื่อการควบคุมแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างการตระหนักรู้ การป้องกัน และให้การช่วยเหลือเยียวยาผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น การลดดอกเบี้ยกู้ยืม การพักชำระภาษี รวมไปถึงการกระตุ้นให้ประชาชนออกมาจับจ่ายใช้สอย หลังจากคลายล็อกดาวน์ด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น คนละครึ่ง เราชนะ เราเที่ยวด้วยกัน นอกจากนี้

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐในด้านความปลอดภัยเพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสด้วยการจัดร้านแบบเว้นระยะห่าง การสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย การปรุงอาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัย การตรวจคัดกรองและการลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะก่อนเข้ารับบริการทุกครั้งและการกระตุ้นให้ประชาชนได้รับวัคซีนอย่างน้อย 2 เข็ม ตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น

## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food)

### 2.2.1 ความหมายของร้านอาหารริมบาทวิถี (Street Food / Kiosk)

อาหารริมบาทวิถี (Street Food / Kiosk) คือ อาหารพร้อมทานที่จำหน่ายบริเวณข้างทางหรือในพื้นที่สาธารณะ (พสุนาถ, 2555) และยังสามารถเคลื่อนย้ายได้ตามแต่ความสะดวก (กรมอนามัย, 2563) ผู้คนจึงนิยมบริโภคเนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วและเหมาะสมกับวิถีชีวิตในปัจจุบันที่เร่งรีบ นอกจากนี้ลักษณะของอาหารริมบาทวิถียังสามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยได้ โดยจัดเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กกว่าธุรกิจขนาดย่อมในบางครั้งจึงเรียกว่า “ธุรกิจขนาดจิ๋ว” หรือ Micro-enterprise โดยใช้พื้นที่ข้างทางเป็นที่ค้าขาย

### 2.2.2 ชนิดของอาหารไทยริมบาทวิถี (Street Food / Kiosk)

พสุนาถ (2555) ได้แบ่งประเภทของอาหารริมบาทวิถี (Street food / Kiosk) เป็น 4 ประเภท ได้แก่ อาหารคาว คือ อาหารจานหลักที่เป็นอาหารมื้อใหญ่สามารถรับประทานแล้วให้อิ่มท้อง เช่น ก๋วยเตี๋ยว ส้มตำ อาหารทะเล อาหารจานเดียว เป็นต้น อาหารขบเคี้ยวหรืออาหารเรียกน้ำย่อย คือ อาหารรองท้องหรือขบเคี้ยวระหว่างมื้ออาหาร เช่น ลูกชิ้นปิ้ง ไส้กรอกทอด ขนมจีบ เป็นต้น ของหวาน คือ อาหารที่ทานทานเล่นมีรสชาติหวานสดชื่นอาจเป็นของร้อนหรือของเย็น เช่น บัวลอย โรตีสี น้ำแข็งไส ขนมเค้ก เป็นต้น และเครื่องดื่ม คือ ของเหลวที่ใช้ดื่มเพื่อดับกระหายหรือทำให้สดชื่นได้ เช่น น้ำเปล่า น้ำผลไม้ ชา กาแฟ เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงสรุปว่าอาหารริมบาทวิถี หมายถึง อาหารพร้อมทานที่จำหน่ายข้างทาง ตลาด หรือพื้นที่ที่อนุญาตให้ขาย โดยอาหารริมบาทวิถีอาจเป็นอาหารคาว อาหารหวาน หรือเครื่องดื่มที่ง่ายและสะดวกต่อการบริโภค

### 2.2.3 อาหารริมบาทวิถีรูปแบบใหม่

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมีความพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของอาหารริมบาทวิถีเพื่อเกิดความปลอดภัยในการบริโภคมากยิ่งขึ้น (มติชน, 2563) โดยกรมอนามัยร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพได้แนะนำสรุปแนวทางการพัฒนามาตรฐานของอาหารริมบาทวิถีไว้ 3 ด้าน คือ



2.2.3.1 ด้านการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีให้เข้าสู่วิถีใหม่ให้มีความสะอาดปลอดภัยมากยิ่งขึ้น โดยร้านอาหารริมบาทวิถีทุกร้านต้องมีจุดบริการอ่างล้างมือและเจลแอลกอฮอล์เพื่อล้างมือก่อนเข้าตลาดหรือร้านอาหาร มีภาชนะคลุมคอกอาหารหรือที่กั้นและมีการเว้นระยะห่างที่เหมาะสมเพื่อป้องกันและควบคุมโรคติดต่อดังกล่าวและยังต้องคำนึงถึงการทำความสะอาดพื้นที่หรือภาชนะจำหน่ายอาหารมากยิ่งขึ้น

2.2.3.2 ผู้จำหน่ายอาหารและพนักงานภายในร้านต้องสวมหน้ากากอนามัย หมวกคลุมผม สวมใส่ผ้ากันเปื้อนและสวมถุงมืออยู่เสมอตลอดการให้บริการแก่ผู้บริโภคเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและบุคคลอื่น ๆ

2.2.3.3 ผู้บริโภคต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในด้านสุขอนามัยมากขึ้นทั้งการบริโภคอาหารที่ปรุงสุกใหม่ การหมั่นล้างมืออยู่เสมอ เพราะจะช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อและการแพร่เชื้อไปสู่ผู้อื่น รวมถึงผู้บริโภคยังต้องปฏิบัติตามมาตรการต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

### 2.3.1 การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมานั้นส่งผลให้ธุรกิจหลายธุรกิจต้องปิดตัวลงเนื่องจากแบกรับภาระในด้านต่าง ๆ ที่เป็นผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวไม่ไหวผู้ประกอบการหลายท่านต้องเผชิญกับการลดลงของยอดขายอย่างมากเนื่องจากประชาชนไม่สามารถออกมาใช้ชีวิตได้ตามปกติ, การเลิกจ้างจำนวนมากเพื่อลดภาระการแบกรับต้นทุนที่ไม่จำเป็น, กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หยุดชะงักจากการแพร่ระบาดของโรค ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า รวมไปถึงการดำเนินงานที่ล่าช้าของรัฐบาลเนื่องจากเป็นโรคระบาดชนิดใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน (Shumaila Zeb, 2021) จากปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องพบเจอในเรื่องของต้นทุนที่สูงขึ้นและยอดขายที่ต่ำลงแล้วนั้นอีกหนึ่งปัญหาที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคหลังสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต้องคิดหาวิธีการและกลยุทธ์อย่างหนักในการตอบสนองต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคโดย ธีรภัทร เจริญฤทธิ์ (2564) ได้แนะนำว่าการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ผู้ประกอบการต้องปรับตัวในหลายด้านยกตัวอย่างเช่น ด้านการบริการลูกค้าซึ่งผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นในการบริการมากขึ้น, ด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า คือ สร้างความประทับใจกับลูกค้าอยู่เสมอ, และด้านการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ คือ การมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้ปัญหาในด้านการบริการลูกค้าแล้ว



ผู้ประกอบการยังคงเผชิญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากผู้บริโภคหันไปนิยมการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้นเนื่องจากการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 (ประภาพร ดีสุขแสง, 2564) ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นในการเรียนรู้ที่จะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนมากยิ่งขึ้น (อัญชลี กตัญญู, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับ Shumaila Zeb (2021) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมนั้นจะช่วยดึงดูดผู้บริโภค

จากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเพื่อให้เหมาะสมไปตามสถานการณ์โดยนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาและแนะนำการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 เช่น การเน้นการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยการใช้นวัตกรรม การลดต้นทุนของวัตถุดิบบางอย่าง มีเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยตามมาตรการของรัฐบาลเพื่อลดการแพร่ระบาดของโควิด-19 การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) การใช้แอปพลิเคชันไทยขณะก่อนเข้ารับการบริการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิและแอลกอฮอล์เพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เป็นไปตามข้อปฏิบัติของรัฐบาล มีการจัดคิวในการให้บริการเพื่อลดการแออัด และผู้ประกอบการมีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เช่น การส่งเสริมการขาย การขายอาหาร การชำระเงิน เป็นต้น (ศลิษา รกรากทอง, 2564) จะเห็นว่าการปรับตัวและความยืดหยุ่นนั้นถือเป็นลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ (May Portuguese Castro, 2020) เช่น ทักษะที่มีต่อการระบาดของโควิด-19, ลักษณะของธุรกิจและผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์ของพนักงานที่ต้องมีทักษะมากยิ่งขึ้น และการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม ซึ่งถือเป็นทักษะที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้และสามารถปรับตัวได้อย่างแข็งแกร่งเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ท้าทาย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากนักวิจัยหลายท่านและมีข้อมูลเชิงประจักษ์ดังแสดงในตารางที่ 2.1 จึงสามารถสรุปการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ได้ดังตารางที่ 2.1 และรูปที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางสรุปบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร  
ริมหาดวิถีในสถานการณ์โควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19									
		มีการเช่าซื้ออย่างเหมาะสม	การเปลี่ยนแปลงในสิ่งใดที่มีการเว้นระยะห่าง	การเปลี่ยนแปลงเมนูให้สอดคล้องต่อการส่งกลับบ้าน	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	พนักงานที่ต้องมีทักษะมากยิ่งขึ้น	มีความกระตือรือร้นในการบริการ	ด้านความได้ความสำคัญกับลูกค้า	การรับรู้ข่าวสารโควิด-19	การลดต้นทุนในการดำเนินกิจการ	การใช้ช่องทางทางการขายแบบออนไลน์
Shumaila Zeb	2021	/	/	/	/						
May Portuguez Castro	2020					/			/		
ธีรภัทร เจริญฤทธิ์	2564					/	/	/			
ประภาพร ดิษฐ์แสง	2564								/		
ศลิษา รกรากทอง	2564	/	/			/	/			/	/
อัญชลี กัตัญญ	2564					/	/				/
อาชนัน เกาะไพบูลย์	2564									/	/

ที่มา: Shumaila Zeb (2021); May Portuguez Castro (2020); ธีรภัทร เจริญฤทธิ์ (2564); ประภาพร ดิษฐ์แสง (2564); ศลิษา รกรากทอง (2564); อัญชลี กัตัญญ (2564); อาชนัน เกาะไพบูลย์ (2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวแปรสังเกตได้ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมหาดวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

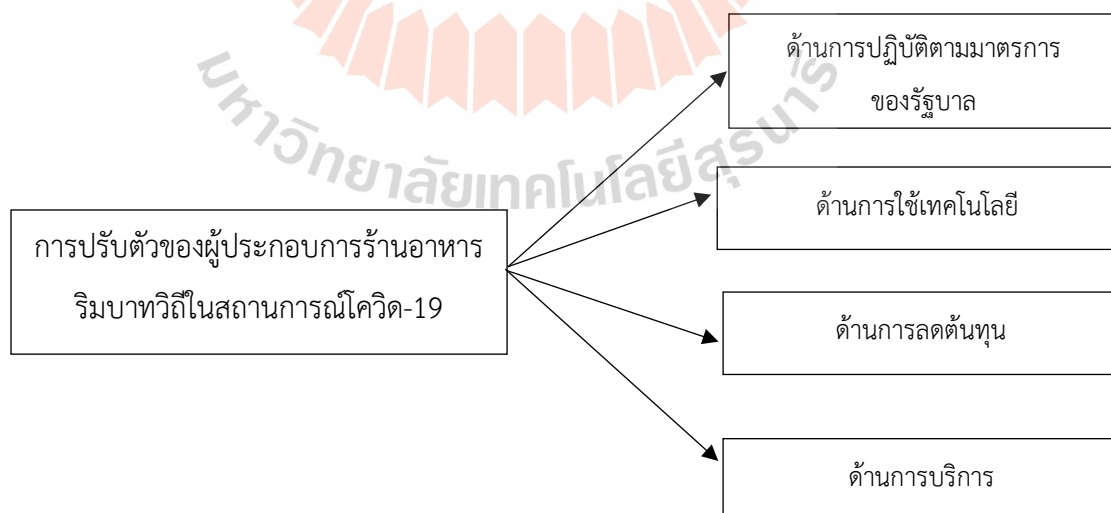
(1) ด้านการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย การเช่าซื้ออย่างเหมาะสม การเว้นระยะห่าง และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่แพร่ระบาดง่ายและรวดเร็วทำให้รัฐบาลมีมาตรการที่เคร่งครัดในการป้องกันและควบคุม ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยตามคำสั่งของรัฐบาลอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันอันตรายรวมถึงให้ความร่วมมือในการควบคุมโรคเพื่อลดจำนวนผู้ติดเชื้อ เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาการระบาดของโรคเพื่อให้สถานการณ์กลับเข้าสู่สภาวะปกติโดยเร็ว

(2) ด้านการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจการ เช่น การเพิ่มช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อลดการสัมผัส การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับลูกค้า

การใช้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในการสร้างความแตกต่าง เป็นต้น เนื่องด้วยการเติบโตของธุรกิจด้านอาหารในประเทศที่เติบโตขึ้นจากอดีตจึงทำให้มีร้านอาหารเปิดใหม่จำนวนมากปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ รวมถึงสถานการณ์โรคระบาดในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยออกมารับประทานอาหารนอกบ้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้รวมไปถึงเป็นอีกช่องทางในการขายที่เหมาะสมในสถานการณ์ที่มีการควบคุมโรคระบาดดังกล่าว

(3) ด้านการลดต้นทุน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ในช่วงการแพร่ระบาดทำให้ผู้ประกอบการหลายคนประสบปัญหาด้านต้นทุนผู้ประกอบการหลายท่านจึงพยายามรักษาสภาพคล่องของธุรกิจไว้ด้วยการลดต้นทุนบางอย่างลง เช่น การลดจำนวนพนักงาน การลดจำนวนวัตถุดิบ การลดต้นทุนค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้รัฐบาลมีความจำเป็นต้องประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ดั้งเดิมรวมถึงผู้บริโภคไม่สามารถออกมาใช้ชีวิตประจำวันได้ตามปกติการลดต้นทุนในการดำเนินกิจการเพื่อให้สอดคล้องกับสถานะของธุรกิจจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบกิจการต่อไปได้

(4) ด้านการบริการ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงเมนูให้ง่ายต่อการสั่งกลับบ้าน การให้บริการด้วยพนักงานที่มีทักษะ การกระตือรือร้นในการบริการ และการให้ความสำคัญกับลูกค้า เนื่องจากสถานะการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารที่สูงขึ้นรวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจนนำไปสู่การซื้อซ้ำและเกิดความภักดี (Brand Loyalty) เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ



รูปที่ 2.2 ตัวแปรสังเกตได้จากการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารรับมือวิถีต่อสถานการณ์โควิด-19

ที่มา: Shumaila Zeb (2021); May Portuguese Castro (2020); ชีรภัทร เจริญฤทธิ์ (2564); ประภาพร ดีสุขแสง (2564); ศลิษา รกรากทอง (2564); อัญชลี กัตัญญ (2564); อาชนัน เกาะไพบูลย์ (2564)

### 2.3.2 นวัตกรรมอาหาร

นวัตกรรมมีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ (Smith, 2006) นอกจากนี้ นวัตกรรมยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานของธุรกิจอีกด้วย (Hall et al., 2009; Evangelista & Vezzani, 2010) จากการศึกษาของนักวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับนวัตกรรมที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารชี้ให้เห็นว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ช่วยปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ยืดอายุการใช้งาน นอกจากนี้ การพัฒนากระบวนการผลิตยังช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมอาหารอีกด้วย (Célia Boukoufi, 2022) โดยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์นั้น มีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ Jessica Lichy (2022) ได้ทำการศึกษารูปแบบของธุรกิจธุรกิจด้วยการขายแบบรถบรรทุกขายอาหาร (Food Truck) ในประเทศฝรั่งเศสที่เป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะการระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารที่ร้านได้โดยความกังวลดังกล่าวของผู้บริโภคนี้ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อดำเนินธุรกิจมากขึ้นเนื่องจากบริบททางสังคมที่เกิดการเปลี่ยนแปลงเพราะโรคระบาดโดยการมุ่งเน้นนวัตกรรม เช่น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการที่แปลกใหม่และมีเอกลักษณ์นั้นสามารถเพิ่มประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้ (Diana Gavilan, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับ Simona Alfiero (2017) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ

นอกจากนี้ การบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมเข้ากับการประกอบอาหารนั้น ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้ภาคบริการ (มนสิชา อินทจักร, 2564) โดยการบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมองหาสิ่งที่จะตอบสนองต่อความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคให้ได้ ยกตัวอย่างเช่น การจัดเป็นชุดอาหาร (Set Menu) และจัดเสิร์ฟให้เหมาะสม รวมไปถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่สดสะอาด มีการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารกับลูกค้า, มีระบบการวางแผนจัดการที่ดี, และมีพื้นที่ในการนั่งรับประทานที่สะดวกที่ดีสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ (de Souza Bispo, Marcelo, 2020) ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและการสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการในธุรกิจร้านอาหารได้สอดคล้องกับ ชัยนันต์ ไชยเสน (2562) และ นลินี พานสายตา (2018) ที่นำเสนอแนวคิดด้านนวัตกรรมในการสร้างความแตกต่างรวมถึงการประยุกต์นำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในธุรกิจร้านอาหารไว้ เช่น การออกแบบรายการอาหารให้มีเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจ การพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการบริการ การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในแง่ของรสชาติอาหาร กระบวนการ และการบริการ การจัดการองค์ความรู้ที่เหมาะสมเพื่อปรับปรุงแก้ไขประสิทธิภาพการทำงานอยู่เสมอและยังมุ่งเน้น

การดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและทำให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จได้ ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ตารางสรุปบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมอาหาร

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	นวัตกรรมอาหาร							
		บรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่	นวัตกรรมสังคม	กระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพ	วัตถุดิบที่มีคุณภาพ	ความเป็นเอกลักษณ์	ความสะดวกในการบริโภค	การพัฒนาบุคลากร	การสื่อสารกับลูกค้า
Célia Boukoufi	2022	/							
Jessica Lichy	2022		/						
Diana Gavilan	2021	/		/					
มนสิชา อินทจักร	2564	/		/	/	/			
de Souza Bispo, Marcelo	2020			/	/	/	/		/
ชัยนันต์ ไชยเสน	2562			/		/		/	/
นลินี พานสายตา	2018	/			/	/			/
Simona Alfiero	2017	/							

ที่มา: Célia Boukoufi (2022); Jessica Lichy (2022); Diana Gavilan (2021); มนสิชา อินทจักร (2564); de Souza Bispo, Marcelo (2020); ชัยนันต์ ไชยเสน (2562); นลินี พานสายตา (2018); Simona Alfiero (2017)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรนวัตกรรมอาหาร (ตัวแปรแฝง) ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวแปรสังเกตได้ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

(1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับองค์ความรู้ที่มีและสร้างสรรค์ให้เกิดบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่และยังสามารถช่วยรักษาคุณภาพของอาหารได้อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีได้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่จะกล่าวถึงประกอบด้วย มีบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีและมีความเป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ซึ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพของอาหารเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้นอกจากนี้ยังสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้

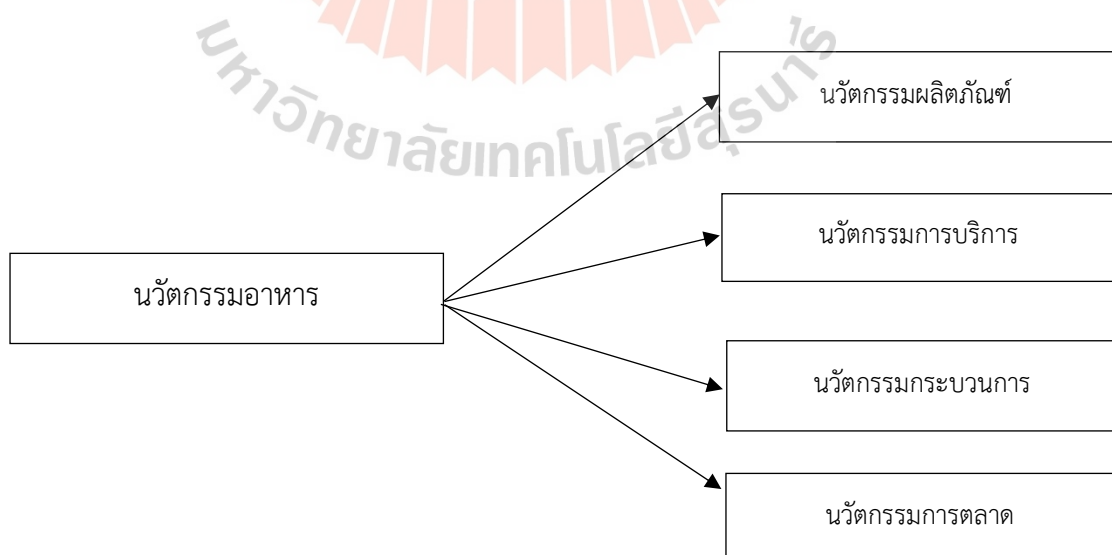
(2) นวัตกรรมบริการ คือ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการบริการที่มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้า ประกอบด้วย การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะในการบริการที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้สามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อีกทั้งนวัตกรรมบริการยังสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการออกแบบรูปแบบการบริการที่



สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรวมถึงเป็นเอกลักษณ์ให้กับกิจการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิดการปรับตัวในสภาวะวิกฤตได้เป็นอย่างดี

(3) นวัตกรรมกระบวนการ คือ การใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานหรือการพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานให้มีความปลอดภัยและรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคโดยกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การจัดอาหารเป็นชุด (Set Menu) เพื่อความสะดวกในการจัดเสิร์ฟ การจองคิวอย่างเป็นระบบเพื่อความรวดเร็วในการขาย การจัดพื้นที่รับประทานอย่างเป็นระเบียบเพื่อการจัดเสิร์ฟอย่างมีประสิทธิภาพโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้สามารถเพิ่มความรวดเร็วและเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานนอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจในช่วงสภาวะวิกฤต

(4) นวัตกรรมการตลาด คือ การมุ่งเน้นและนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อกิจกรรมทางการขายและการส่งเสริมการขาย โดยนวัตกรรมการตลาดที่มุ่งเน้นในงานวิจัยนี้ได้แก่ การสื่อสารกับลูกค้าซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อแจ้งข่าวสาร ข้อมูลการให้บริการ การประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ การโฆษณาและรายละเอียดการสั่งซื้อเพื่อความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้าอีกทั้งในสถานการณ์ที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 การนำนวัตกรรมการตลาดมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจจะช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อลดการสัมผัสและการแพร่กระจายของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ถึงแม้จะมีข้อจำกัดจากมาตรการป้องกันและควบคุมที่ประกาศโดยรัฐบาล



รูปที่ 2.3 ตัวแปรสังเกตได้จากนวัตกรรมอาหาร



ที่มา: Célia Boukoufi (2022); Jessica Lichy (2022); Diana Gavilan (2021); มนสิชา อินทจักร (2564); de Souza Bispo, Marcelo(2020); ชัยนันต์ ไชยเสน (2562); นลินี พานสายตา (2018); Simona Alfiero (2017)

### 2.3.3 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการหลายท่านต้องเผชิญกับภาวะที่กินไม่เข้าคายไม่ออกเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างรวดเร็วและรุนแรงเป็นสาเหตุให้ต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็วในการรับมือกับปัญหาดังกล่าว (Raja Cherif, 2022) ทั้งนี้ Chunpeng Lin และ Jinqiang Yang (2022) ยังกล่าวว่าผู้ประกอบการมักรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการเงินในการบริหารจัดการสภาพคล่องภายในธุรกิจซึ่งเป็นผลกระทบมาจากการกักหนักระยะสั้นเพื่อนำมาลดผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ที่คนในสังคมกำลังเผชิญร่วมกันจึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการสามารถรับรู้ถึงความเสี่ยงทางสังคมที่กำลังเผชิญอยู่และต้องอาศัยความร่วมมือกันในการฟื้นฟูกลับสู่ภาวะเศรษฐกิจได้ (Muñoz, 2020) สอดคล้องกับ Patricio S.Dalton (2020) ที่ทำการศึกษาผลกระทบทางการเงินและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความกังวลด้านการเงินอย่างมากโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยอีกทั้งการรับรู้ความเสี่ยงดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อจิตใจทำให้เกิดความกังวลถึงด้านการเงินของธุรกิจ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการอาจมีความจำเป็นที่จะต้องบริหารจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ ในธุรกิจเพื่อลดความกังวลให้แก่ผู้บริโภค เช่น ความเสี่ยงด้านการตลาด ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการจัดการ และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติ ซึ่งความเสี่ยงด้านการตลาดมีความจำเป็นในการบริหารจัดการมากที่สุดไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ การบริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสม (อิธิษฐ์ นิพิทชยานันต์, 2561) โดยความปลอดภัยของอาหารนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างมากเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 (Merlyn S.Thomas, 2021) ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักในการบริโภคอาหารและใส่ใจต่อสุขอนามัยของอาหารมากขึ้นกว่าในอดีต

นอกจากนี้ สุฎีกา รักประสูติ และ นงนิภา ตุลยานนท์ (2563) นำเสนอแนวทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจถึงแม้ต้องเผชิญกับสภาวะวิกฤตด้วยการรับรู้และวิเคราะห์ความเสี่ยงในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงด้านการตลาด และความเสี่ยงด้านการเงินเพื่อป้องกันความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้ง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น เงินทุนหมุนเวียนลดลง จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการลดลง ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง (ธนพงษ์ ร่วมสุข, 2564) ซึ่งหากผู้ประกอบการ

สามารถบริหารจัดการและรับมือกับความเสียหายที่เกิดขึ้นได้จะทำให้ธุรกิจนั้นอยู่รอดต่อไปแม้ว่าต้องเผชิญกับสภาวะใด ๆ ก็ตาม ดังที่ผู้วิจัยได้สรุปไว้ในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ตารางสรุปบททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ								
		ความเสี่ยงด้านการตลาด	ความเสี่ยงด้านกายภาพ	ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	ความเสี่ยงด้านสังคม	ความเสี่ยงด้านจิตใจ	ความเสี่ยงด้านบริการ	ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี	ความเสี่ยงด้านการเงิน	ความเสี่ยงด้านเวลา
Chunpeng Lin and Jinqiang Yang	2022								/	
Merlyn S.Thomas	2021		/							
Lee Wainwright and Pablo Muñoz	2020				/					
Patricio S.Dalton	2020					/			/	
ธนพงษ์ ร่วมสุข	2564			/			/		/	
สุฎีกา รักประสูติ และ นงนิภา ตูลยานนท์	2563	/		/				/	/	
อริษฐ์ นิพิทชยานันต์	2561	/		/			/		/	

ที่มา: Chunpeng Lin and Jinqiang Yang (2022); Merlyn S.Thomas(2021); Lee Wainwright and Pablo Muñoz (2020); Patricio S.Dalton (2020); ธนพงษ์ ร่วมสุข (2564); สุฎีกา รักประสูติ และ นงนิภา ตูลยานนท์ (2563); อริษฐ์ นิพิทชยานันต์ (2561)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ (ตัวแปรแฝง) ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวแปรสังเกตได้ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

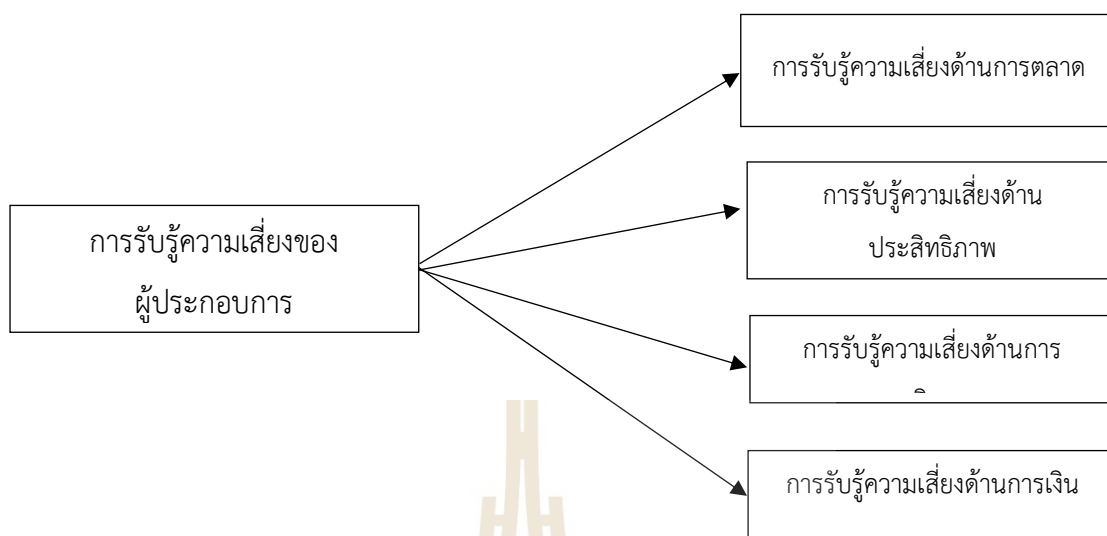
(1) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด คือ การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนทางการตลาดเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการในด้านการตลาด เช่น การสื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคไม่สามารถทำได้ตามปกติ การซื้อขายสินค้าไม่สามารถทำได้โดยตรงเนื่องจากการปิดกิจการชั่วคราวตามมาตรการของรัฐผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยแพลตฟอร์ม

ออนไลน์ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนกับผู้บริโภค อีกทั้งการส่งเสริมทางการตลาดที่จำเป็นอาจต้องใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบ ผลกระทบจากการระบาดของโรคดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจรวมถึงมีการคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ๆในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

(2) การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ คือ การที่ผู้ประกอบการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงในทางลบจากการลดลงของประสิทธิภาพหรือกระบวนการทำงานที่ไม่สามารถทำได้ดังเดิม เช่น การล่าช้าของวัตถุดิบจากมาตรการงดการเดินทางเนื่องจากการระบาดของโควิด-19 การปิดร้านตามเวลาที่รัฐบาลกำหนดทำให้ประสิทธิภาพในการบริการลดลง การประกอบอาหารต้องคำนึงถึงความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นต้องสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือทุกครั้ง เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้า

(3) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ คือ การรับรู้ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการให้บริการลูกค้า เช่น การเสี่ยงติดเชื้อโควิด-19 เนื่องจากทำการซื้อขายโดยตรง ณ จุดขายหรือหากผู้ประกอบการท่านได้เคยได้รับเชื้อโควิด-19 ก็ต้องปิดร้านเป็นเวลา 14 วัน เพื่อเฝ้าสังเกตอาการและกักตัวผู้ใกล้ชิดทำให้ร้านไม่สามารถเปิดให้บริการลูกค้าได้ตามเวลา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการบริการที่ไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ตามคาดหวัง เพื่อการสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคอย่างถึงที่สุดผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวและหาวิธีการในการบริการผู้บริโภคจึงจะทำให้ธุรกิจนั้นอยู่รอดได้ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรง

(4) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ การรับรู้ถึงความไม่มั่นคงในสถานะทางการเงินของธุรกิจว่าจะสามารถอยู่รอดได้หรือไม่ในเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้สถานะเศรษฐกิจถดถอยอีกทั้งลูกค้าไม่สามารถออกมาใช้จ่ายใช้สอยได้ทำให้ยอดขายลดลงเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการจึงเกิดความกังวลและรู้สึกถึงความไม่มั่นคงทางการเงินในธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่ต่อไปได้



รูปที่ 2.4 ตัวแปรสังเกตได้จากการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

ที่มา: Chunpeng Lin and Jinqiang Yang (2022); Mertyn S.Thomas(2021); Lee Wainwright and Pablo Muñoz (2020); Patricio S.Dalton (2020); ธนพงษ์ ร่วมสุข (2564); สุฎฎิภา รักประสูติ และ นงนิภา ตูลยานนท์ (2563); อธิษฐ์ นิพิทชยานันต์ (2561)

### 2.3.4 มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีผู้ได้รับผลกระทบเป็นจำนวนมากทั้งภาคธุรกิจและภาคประชาชนโดยเฉพาะด้านการเงินรัฐบาลจึงจำเป็นที่จะต้องเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบเพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน (Francesco Fasano & F.Javier Sánchez-Vidal, 2022) เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสที่รวดเร็วส่งผลให้รัฐต้องประกาศมาตรการล็อกดาวน์เพื่อลดจำนวนผู้ติดเชื้อทำให้ประชาชนไม่สามารถออกไปใช้ชีวิตได้ตามปกติส่วนผู้ประกอบการก็ไม่สามารถเปิดธุรกิจได้ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีมาตรการในการช่วยเหลือเยียวยาผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นการเลื่อนจ่ายภาษีหรือการพักชำระหนี้ (Benedikt Janzen & Doina Radulescu, 2022) การให้สินเชื่อด้วยเงื่อนไขผ่อนปรน (Soft Loans) โดยการให้สถาบันการเงินของภาคเอกชนนำไปปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจ SMEs การให้สินเชื่อใหม่แก่ผู้ประกอบการ การรับฟังความคิดเห็นและหารือร่วมกับผู้ประกอบการ ความรวดเร็วในการออก พ.ร.ก. การช่วยเหลือทางการเงินฉุกเฉินเพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบด้านการเงิน (สมศักดิ์ อัครศรีวรรณ, 2564) นอกจากการช่วยเหลือด้านการเงินแล้วรัฐบาลยังช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านอื่น ๆ ได้แก่ มาตรการด้านความปลอดภัยโดยการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับโควิด-19 อย่างสม่ำเสมอ การกระตุ้นให้ประชาชนสวมใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือ

อย่าสม่ำเสมอ และมีการจัดหาวัดขึ้นเพื่อฉีดให้ประชาชนอย่างครอบคลุม (นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ อมเรศ กลิ่นบัวแก้ว, 2564) ทั้งนี้ รัฐบาลยังมีแนวทางในการลดผลกระทบของประชาชนจากการติดเชื้อโควิด-19 เช่น การดูแลสุขภาพ, ลดการพบปะในสถานที่สาธารณะ, การปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด, การเข้าใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม และแจกหน้ากากอนามัย (สุพัตรา รุ่งรัตน์, 2564)

นอกจากนี้ เอกชัย ชำนินา (2564) ยังได้นำเสนอมาตรการด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลด้วยการมีโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการเที่ยวปันสุข การเพิ่มวันหยุดพิเศษเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของประชาชนหลังคลายล็อกดาวน์ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการเราชนะ โครงการม33 และเรารักกัน รวมไปถึงมาตรการด้านมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว มาตรการช่วยเหลือข้าราชการผู้มีรายได้น้อย มาตรการกระตุ้นและส่งเสริมการใช้จ่าย เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนและผู้เกี่ยวข้องรวมถึงเพื่อรักษาสุขภาพเศรษฐกิจของประเทศ (นัชชา เกิดอินทร์, 2564) ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	มาตรการของรัฐบาล						
		มาตรการด้านความปลอดภัย	การให้เงินเยียวยา	การส่งเสริมอาชีพ	การส่งเสริมการท่องเที่ยว	การกระตุ้นเศรษฐกิจ	การพักชำระหนี้	การเลื่อนชำระภาษี
Francesco Fasanoa	2022		/					
Benedikt J.&Doina R.	2022						/	/
สุพัตรา รุ่งรัตน์	2564	/	/	/				
นัชชา เกิดอินทร์	2564			/	/	/		
เอกชัย ชำนินา	2564				/	/	/	/
สมศักดิ์ อัครศรีวรรณนท์	2564		/				/	/
นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ คณะ	2564	/	/			/	/	/

ที่มา: Francesco Fasanoa (2022); Benedikt J. และ Doina R. (2022); สุพัตรา รุ่งรัตน์ (2564); นัชชา เกิดอินทร์ (2564); เอกชัย ชำนินา (2564); สมศักดิ์ อัครศรีวรรณนท์ (2564); นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ คณะ (2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (ตัวแปรแฝง) ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวแปรสังเกตได้ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย เรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้



(1) ด้านการชะลอการชำระภาษี คือ การช่วยเหลือเยียวยาด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการ โดยการเลื่อนการชำระภาษีให้แก่ผู้ประกอบการซึ่งสามารถยื่นเอกสารได้ทางเว็บไซต์ของรัฐบาลเพื่อบรรเทาผลกระทบด้านภาษีให้แก่ผู้ประกอบการและช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้ประกอบการในช่วงวิกฤต เนื่องจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบทางการเงินอย่างหนักการช่วยเหลือเยียวยาเบื้องต้นจะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประคับประคองธุรกิจให้รอดพ้นวิกฤตไปได้อีกทั้งการที่รัฐมีมาตรการการชะลอการชำระภาษียังทำให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวและเกิดการวางแผนในด้านการเงินอย่างรอบคอบมากยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถรักษาสภาพคล่องในช่วงที่เกิดการระบาดของโควิด-19

(2) ด้านการพักชำระหนี้ คือ มาตรการช่วยเหลือด้านการเงินของรัฐบาลที่ให้ผู้ประกอบการขยายเวลาการชำระหนี้ และยังสนับสนุนให้สถาบันทางการเงินการลดดอกเบี้ยแก่ลูกหนี้ ปรับโครงสร้างแก่ลูกหนี้และให้กู้ยืมสินเชื่อที่มีเงินดอกเบี้ยในอัตราต่ำเพื่อเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้กับผู้ประกอบการในการเยียวยาผลกระทบเนื่องจากการล็อกดาวน์ซึ่งผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวอย่างชัดเจนในด้านพฤติกรรมทางการเงินคือ เกิดการวางแผนจัดการทางการเงินมากยิ่งขึ้น มีการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงผลประกอบการ ทำการปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และรัดเข็มขัดเพื่อพยายามลดผลกระทบทางการเงินในช่วงวิกฤตให้มากที่สุด ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวที่ประกาศโดยรัฐบาลนั้นยังทำให้ผู้ประกอบการสามารถประคับประคองธุรกิจอยู่ได้และไม่ต้องปิดตัวลง

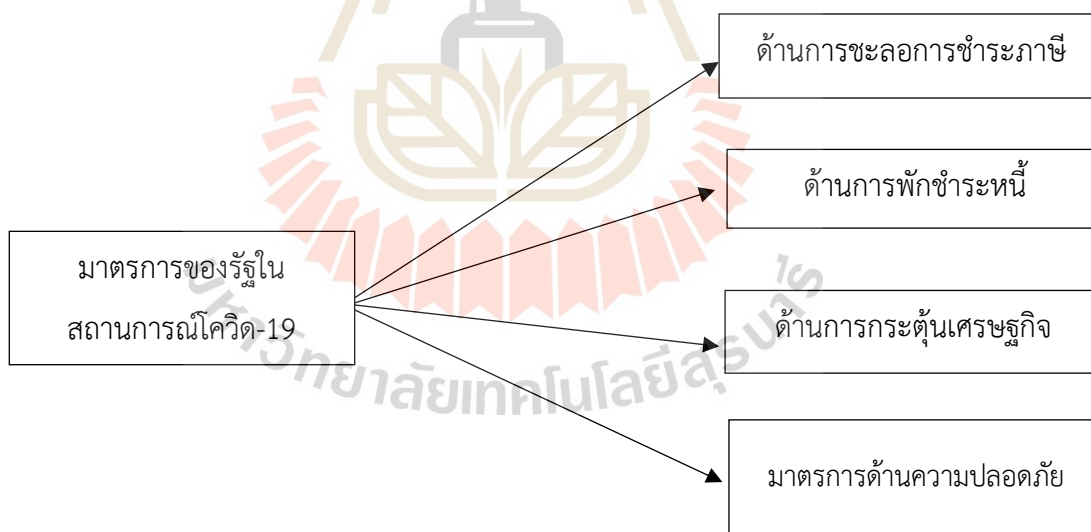
(3) ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ คือ การดูแลและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบโดยมีมาตรการในการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจด้วยการสนับสนุนเพิ่มจากภาคการคลังและการส่งออกสินค้าโดยกระตุ้นให้ประชาชนที่อยู่บ้านสั่งสินค้าหรือเครื่องอุปโภคบริโภคออนไลน์และสั่งซื้อสินค้าทางบริษัทขนส่งแทนการไปจ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคตามแหล่งจำหน่ายเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการขณะมีมาตรการล็อกดาวน์ทำให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวและเรียนรู้การนำเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์มาใช้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วยการกำหนดโครงการต่าง ๆ เช่น การจ่ายเงินช่วยเหลือผ่านแอปเราชนะ แอปกระเป๋าคัด แอปเรารักกัน เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการใช้จ่ายใช้สอยให้ผู้ประกอบการมีรายได้และช่วยบรรเทาผลกระทบซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถปรับตัวได้ดีเนื่องจากแอปพลิเคชันเหล่านั้นสามารถใช้งานได้ง่ายมีความสะดวกรวดเร็วและช่วยเพิ่มยอดขายได้เนื่องจากผู้บริโภคต่าง ๆ ใช้สิทธิ์เป็นจำนวนมาก

(4) มาตรการด้านความปลอดภัย คือ มาตรการของรัฐบาลที่ประกาศใช้เพื่อการป้องกัน และควบคุมโรคในด้านสุขภาพ เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การล้างเจลแอลกอฮอล์ การฉีดวัคซีนให้ครบตามที่กำหนด นอกจากมาตรการเบื้องต้นแล้วยังมีมาตรการที่รัฐบาลประกาศให้ผู้ประกอบกิจการดำเนินธุรกิจต้องปฏิบัติในช่วงมีการแพร่ระบาดของโรค เช่น มีจุดคัดกรองความเสี่ยงที่หน้าร้านให้ผู้ใช้บริการทุกท่านทำการคัดกรอง ลुकค่าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านจะต้องสวมหน้ากากอนามัยให้ถูกต้อง



ตลอดเวลา ยกเว้นเฉพาะตอนรับประทานอาหารเท่านั้นรวมถึงไม่รับประทานอาหารนานเกิน 2 ชั่วโมง มีการลงทะเบียนประเมินตนเองก่อนเข้าใช้บริการสถานประกอบการทุกครั้งในแอปพลิเคชัน มีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1-2 เมตร เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการด้านความปลอดภัยดังกล่าวเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19

จากตารางที่ 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID-19) จึงอาจสรุปได้ว่ารัฐบาลมีมาตรการในการช่วยเหลือเยียวยาประชาชนผู้ได้รับผลกระทบในทุกภาคส่วนรวมถึงผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการล็อกดาวน์ โดยมาตรการการช่วยเหลือของรัฐบาล ได้แก่ การชะลอการชำระภาษี การพักชำระหนี้ การกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น เราเที่ยวด้วยกัน คนละครึ่ง เราชนะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีมาตรการด้านความปลอดภัยเพื่อลดการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่น การเว้นระยะห่าง การสวมหน้ากากอนามัย และการล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ เป็นต้น นำไปสู่การพัฒนากรอบคิดในงานวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังรูปที่ 2.5



รูปที่ 2.5 ตัวแปรสังเกตได้จากมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Francesco Fasano (2022); Benedikt J. และ Doina R. (2022); สุพัตรา รุ่งรัตน์ (2564); นัชชา เกิดอินทร์ (2564); เอกชัย ชำนินา (2564); สมศักดิ์ อัสวศรีวรรณ (2564); นฤมล อนุสนธิ์ พัฒน์ และคณะ (2564)

### 2.3.5 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นวัตกรรมอาหารมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวให้กับผู้ประกอบการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Teewara Buchaiyaphum, 2022) จึงอาจถือได้ว่านวัตกรรมเป็นกุญแจสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการและควมมีภาวะผู้นำโดยผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้ในทุก ๆ สถานการณ์ (Parisa Haim Faridian, 2022) นอกจากนี้ Nicolas A.Zacharias (2022) หากผู้ประกอบการสามารถตระหนักถึงศักยภาพของนวัตกรรมด้วยการส่งเสริมเทคโนโลยีและมุ่งเน้นนวัตกรรมจนสามารถการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ตลาดได้จะทำให้กิจการนั้นประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ Sahiba Sharma (2021) นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวและผลการดำเนินงานรวมไปถึงความมุ่งมั่นของพนักงานในองค์กรยังมีอิทธิพลต่อการเกิดนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรอีกด้วยซึ่งหากพนักงานหรือคนในองค์กรมีความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์และยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ง่ายแล้วสามารถปรับตัวการยอมรับนวัตกรรมจะส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่านวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวและยังสามารถทำนายความสำเร็จในอนาคตได้ (ภุชงค์ บัญญ์ล้อม, 2562)

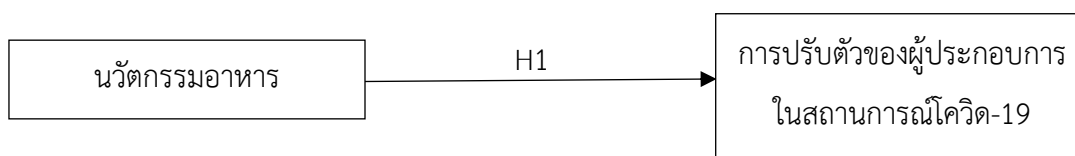
จากที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของนวัตกรรมและการปรับตัวนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดดังสมมติฐานที่ 1 คือ นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.5 และรูปที่ 2.7

ตารางที่ 2.5 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร  
ริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	นวัตกรรมอาหาร				การปรับตัวของผู้ประกอบการ			
		การมุ่งมั่นในนวัตกรรม	การตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรม	การสร้างสรรคนวัตกรรม	การยอมรับนวัตกรรม	สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	เพิ่มขีดความสามารถให้ธุรกิจ	ส่งผลต่อการดำเนินงาน	นำพาธุรกิจสู่ความสำเร็จ
Parisa Haim Faridian	2022	/	/	/	/	/	/	/	/
Teewara Buchaiyaphum	2022	/	/	/	/	/	/	/	/
Nicolas A.Zacharias	2022	/	/	/	/	/	/	/	/
Sahiba Sharma	2021	/	/	/	/	/	/	/	/
กฤษณที บุญล้อม	2562	/	/	/	/	/	/	/	/

ที่มา: Parisa Haim Faridian (2022); Teewara Buchaiyaphum (2022); Nicolas A.Zacharias (2022); Sahiba Sharma (2021); กฤษณที บุญล้อม (2562)

จากตารางที่ 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาข้างต้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง นวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังรูปที่ 2.6 และสมมติฐานที่ 1 ดังนี้



รูปที่ 2.6 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร  
ริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Parisa Haim Faridian (2022); Teewara Buchaiyaphum (2022); Nicolas A.Zacharias (2022); Sahiba Sharma (2021); กลุขณที บัญลัอม (2562)

H1: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

### 2.3.6 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการของนักวิจัยหลายท่านแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการรับรู้ความเสี่ยงซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรับรู้ความเสี่ยงในนวัตกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้คุณค่าและข้อมูลสาธารณะ การรับรู้ส่วนบุคคล และการรับรู้คุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในสินค้าที่เป็นนวัตกรรมหรือมีเทคโนโลยีสูงแตกต่างกัน (Yuetang Bian, 2022) อีกทั้งการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรในด้านนวัตกรรมนั้น ยังมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในเชิงนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งส่งผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน (Temsiri Thongsiripan & Jutamard Thaweepaiboonwong, 2021) นอกจากนี้ Nguyen Thi KhanhChi (2021) ยังทำการศึกษาวิจัยและพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอีกด้วยสอดคล้องกับ Zhen Yu และ Yao Xiao (2021) ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนของธุรกิจ สถานการณ์โควิด-19 ยังมีผลกระทบต่อแรงจูงใจด้านนวัตกรรม ทั้งนี้ Paola Graciano (2023) ได้อธิบายถึงการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการสามารถทำทลายให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรจนนำไปสู่เกิดการแพร่กระจายของนวัตกรรม นอกจากนี้ นวัตกรรมยังสามารถลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้อีกด้วย (Antonio Meles, 2023)

แต่ถึงอย่างนั้น กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2564) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของการแพร่กระจายนวัตกรรมกับการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติโดยผลการศึกษาพบว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้บริการและทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้บริการแต่การแพร่กระจายนวัตกรรมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงอาจเนื่องมาจากงานวิจัยอาจยังไม่ครอบคลุมเรื่องผลกระทบของโรคระบาดโควิด-19 ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคหลังจากเกิดสถานการณ์ดังกล่าวขึ้นทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปและสร้างความตระหนักมากยิ่งขึ้นต่อผู้บริโภคอาหารโดยเฉพาะอาหารริมบาทวิถี

จากที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของนวัตกรรมอาหารและการรับรู้ นำไปสู่การพัฒนาแนวคิดดังสมมติฐานที่ 2 คือ นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.6 และรูปที่ 2.7

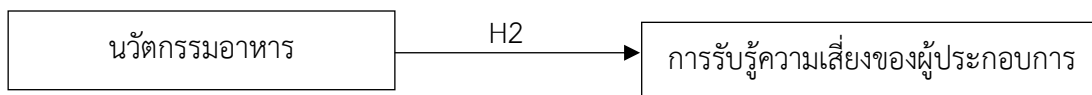
ตารางที่ 2.6 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	นวัตกรรมอาหาร				การรับรู้			
		การจัดการนวัตกรรม	สินค้าที่มिनวัตกรรม	การแพร่กระจายของนวัตกรรม	แรงจูงใจด้านนวัตกรรม	การรับรู้คุณค่าและประโยชน์	ทัศนคติ	ความตั้งใจซื้อ	การรับรู้ความเสี่ยงในนวัตกรรม
Antonio Meles	2023	/				/			
Paola Graciano	2023			/	/				/
Yuetang Bian	2022		/			/	/		/
Nguyen Thi KhanhChi	2021		/				/		/
Prachak Promngam and Chitpong Ayasanond	2021	/							/
Zhen Yu และ Yao Xiao	2021				/				/
กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต	2564			/			/	/	
Temsiri Thongsiripan	2021			/		/			

ที่มา: Antonio Meles (2023); Paola Graciano (2023); Yuetang Bian (2022); Nguyen Thi KhanhChi (2021); Zhen Yu และ Yao Xiao (2021); กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2564); Temsiri Thongsiripan (2021)

จากตารางที่ 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาข้างต้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง นวัตกรรมอาหารและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการโดยความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการรับรู้ในด้านต่าง ๆ เช่น การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้คุณค่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมซึ่งผู้ประกอบการอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกันทำให้การยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกันได้ ดังนั้น จากตารางที่ 2.6 ซึ่งเป็นการทบทวนความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว

ในงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัด นครราชสีมา จึงสามารถสรุปความสัมพันธ์ว่านวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ ความเสี่ยงของผู้ประกอบการดังรูปที่ 2.7 และสมมติฐานที่ 2 ดังนี้



**รูปที่ 2.7** นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

ที่มา: Antonio Meles (2023); Paola Graciano (2023); Yuetang Bian (2022); Nguyen Thi KhanhChi (2021); Zhen Yu และ Yao Xiao (2021); กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุด (2564); Temsiri Thongsiripan (2021)

H2: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

### 2.3.7 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลใน สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นโยบายของรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความสามารถของนวัตกรรมซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของห่วงโซ่อุปทานเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด (Yanfei Li และ Hui Li, 2022) โดย นวัตกรรมมีส่วนช่วยในการเพิ่มศักยภาพในการทำงานของภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Fathiya Damayra & Tamer Khatib, 2022) ทั้งนี้ ยังพบว่าการสนับสนุนของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือ โดยอ้อมยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจด้านนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอีกด้วย (Changqing Liu & Lei Li, 2021) สอดคล้องกับ Akemi Takeoka Chatfield (2018) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการเปิดโอกาสด้านนวัตกรรมทำให้ผู้ประกอบการกระตือรือร้นในการ เผยแพร่แบ่งปันข้อมูลโดยนโยบายของรัฐบาลมีความสัมพันธ์กับลักษณะของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญ ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะเปิดโอกาสให้กับผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและมี นโยบายในการส่งเสริมนวัตกรรมแต่งานวิจัยของ Ruguo Fan และ Yitong Wang (2022) พบว่า นโยบายของรัฐบาลด้านการคุ้มครองภาษีในนวัตกรรมและการได้รับการสนับสนุนด้านเงินลงทุนจาก รัฐบาลนั้นมีอิทธิพลต่อการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการมากที่สุด และนโยบายดังกล่าวยังมี อิทธิพลต่อประสิทธิภาพของนโยบายรัฐบาลอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังพบว่านี่การเก็บภาษีของรัฐบาลที่แพงเกินไปจะทำให้การแพร่กระจายของนวัตกรรม ลดลงสอดคล้องกับ Kang Gao และ Yijun Yuan (2022) ที่กล่าวว่า การแทรกแซงนโยบายด้านการ พัฒนานวัตกรรมโดยรัฐบาลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมและยังมีบทบาทสำคัญต่อ การแพร่กระจายของนวัตกรรมอีกด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่าการรับรู้ถึงข้อมูลด้านนวัตกรรมที่แตกต่างกัน ของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในผู้ประกอบการ กฎหมายด้านการส่งเสริมการ



วิจัยและพัฒนาอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1 (มาลัย ลีสังสิทธิ์ลาถัย และ ชำนาญ งามมณีอุตม, 2561)

จากที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของนวัตกรรมและมาตรการในการสนับสนุนโดยรัฐบาล จึงนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดตั้งสมมติฐานที่ 3 คือ นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังที่แสดงในตารางที่ 2.7 และรูปที่ 2.8

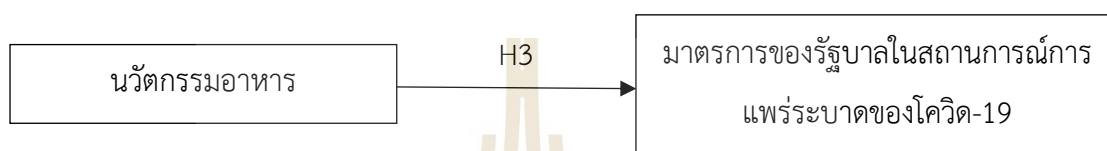
**ตารางที่ 2.7** นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	นวัตกรรม				มาตรการและกฎหมายของรัฐ					
		ความสามารถทางนวัตกรรม	การสร้างนวัตกรรม	การแพร่กระจายของนวัตกรรม	แรงจูงใจด้านนวัตกรรม	การส่งเสริมด้านนวัตกรรม	ความร่วมมือจากภาครัฐ	นโยบายด้านข้อมูล	นโยบายด้านภาษี	นโยบายด้านเทคโนโลยี	นโยบายด้านผลกระทบ
Yanfei Li และ Hui Li	2022	/				/					
Fathiya Damayra และ Tamer Khatib	2022		/	/			/				
Ruguo Fan และ Yitong Wang	2022		/		/				/		
Kang Gao และ Yijun Yuan	2022			/						/	/
Changqing Liu และ Lei Li	2021				/					/	/
Akemi Takeoka Chatfield	2018				/		/	/			
มาลัย ลีสังสิทธิ์ลาถัย	2561	/			/	/	/		/		

ที่มา: Yanfei Li และ Hui Li (2022); Fathiya Damayra และ Tamer Khatib (2022); Ruguo Fan และ Yitong Wang (2022); Kang Gao และ Yijun Yuan (2022); Changqing Liu และ Lei Li (2021); Akemi Takeoka Chatfield (2018); มาลัย ลีสังสิทธิ์ลาถัย (2561)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังตารางที่ 2.7 ผู้วิจัยสรุปว่านวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรัฐบาลมีความจำเป็นในการส่งเสริมประสิทธิภาพด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศด้วยการออกกฎระเบียบ หรือข้อบังคับที่เป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านนวัตกรรม เช่น การลดภาษี การให้

ทุนอุดหนุน การส่งเสริมและถ่ายทอดนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise) ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศได้ ดังนั้น ในงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา นำความสัมพันธ์ดังกล่าวมาพัฒนากรอบแนวคิด คือนวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังรูปที่ 2.8 และสมมติฐานที่ 3 ดังนี้



**รูปที่ 2.8** นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Yanfei Li และ Hui Li (2022); Fathiya Damayra และ Tamer Khatib (2022); Ruguo Fan และ Yitong Wang (2022); Kang Gao และ Yijun Yuan(2022); Changqing Liu และ Lei Li (2021); Akemi Takeoka Chatfield (2018); มาลัย ลีสงสิทธิ์ลาลัย (2561)

H3: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

### 2.3.8 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ดังที่กล่าวถึงในหัวข้อที่ 2.3.3 การรับรู้ความเสี่ยงยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดย ชลธิรา สุขสงวน (2560) ได้ศึกษาประเด็นของความสัมพันธ์กันในตัวแปรทั้งสองพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านอาหาร ด้านเครื่องนุ่งห่ม และด้านสุขภาพ สอดคล้องกับ Bs. TitiHaerana (2022) ที่กล่าวว่า เมื่ออยู่ในความเสี่ยงบุคคลมีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อปฏิบัติตามแนวทางที่สร้างความปลอดภัย จึงอาจสรุปได้ว่า เมื่อมีความเสี่ยงเกิดขึ้นจะทำให้เกิดการรับรู้ซึ่งหากอยากอยู่รอดในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสิ่งที่สำคัญคือการปรับตัวอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ นักวิจัยหลายท่านยังศึกษาถึงประเด็นดังกล่าวโดย Francisco J.Fernández (2022) ได้ศึกษาวิจัยและพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงของปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมรวมถึงพฤติกรรมในอนาคตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปรับตัวซึ่งสอดคล้องกับ

Xiujun Tai และ Liguang Lu (2020) ที่พบความสัมพันธ์ของการรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงว่าสามารถนำไปสู่การปรับตัว

Commander S. NavaneethaKrishnan (2022) ได้กล่าวถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 อันเนื่องมาจากการรับรู้ถึงความเสี่ยงของการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยพบว่า การปรับตัวด้วยความยืดหยุ่นสามารถช่วยจัดการความเสี่ยงและลดผลกระทบอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ สอดคล้องกับ Pantea Foroudi (2021) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการการปรับปรุงกลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติ และประสิทธิภาพด้านความปลอดภัยของแหล่งจำหน่าย เนื่องจากรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 การปรับตัวของผู้ประกอบการที่จะสามารถปรับตัวให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นด้านบริการที่สามารถสร้างความไว้วางใจจากลูกค้าได้ด้วยการเน้นความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

โดยความสัมพันธ์ข้างต้นพบว่า การรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงที่จะเกิดอันตรายจะทำให้เกิดการปรับตัวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่สร้างความตื่นตระหนกให้กับผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารอย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญที่สุดคือและอิทธิพลของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคงเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวของผู้ประกอบการอาจต้องอาศัยความร่วมมือจากหลาย ๆ ส่วนทั้งในแง่ของบุคคลและกฎหมาย (Melissa Ward, 2022) เพื่อให้สามารถปรับตัวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Jean Claude Thourret, 2022)

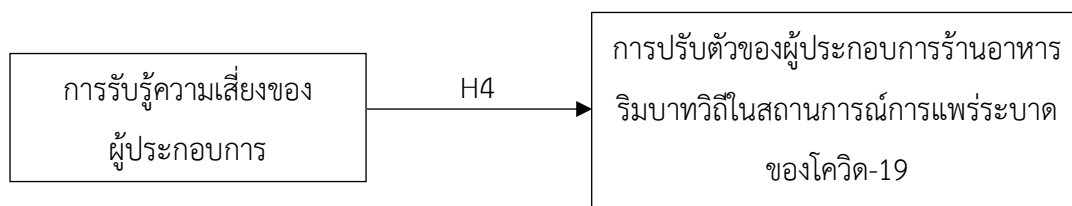
จากที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการปรับตัว ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดดังสมมติฐานที่ 4 คือ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังที่แสดงในตารางที่ 2.8 และรูปที่ 2.9

**ตารางที่ 2.8** การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	การรับรู้ความเสี่ยง				การปรับตัวของผู้ประกอบการ				
		ด้านกายภาพ	ความเสี่ยงทางสังคม	ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม	ด้านการบริการ	รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลง	การปรับตัวด้านอาหาร	การปรับตัวด้านสุขภาพ	การปรับตัวด้านเศรษฐกิจ	การปรับตัวด้วยการปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐ
Bs. TitiHaerana	2022	/					/		/	
Commander S. NavaneethaKris hnan	2022		/							/
Francisco J.Fernández	2022		/	/						/
Pantea Foroudi	2021		/		/	/			/	
Xiujun Tai และ Liguang Lu	2020					/		/	/	
ชลธิรา สุขสงวน	2560	/					/	/		/

ที่มา: Bs. TitiHaerana (2022); Commander S. NavaneethaKris hnan (2022); Francisco J.Fernández (2022); Pantea Foroudi (2021); Xiujun Tai และ Liguang Lu (2020); ชลธิรา สุขสงวน (2560)

จากตารางที่ 2.8 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ที่กล่าวไปข้างต้นผู้วิจัยได้นำมาพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา โดยได้พัฒนากรอบแนวคิดดังสมมติฐานที่ 4 คือ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังรูปที่ 2.9



**รูปที่ 2.9** การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Bs. TitiHaerana (2022); Commander S. NavaneethaKrishnan (2022); Francisco J. Fernández (2022); Pantea Foroudi (2021); Xiujun Tai และ Liguang Lu (2020); ชลธิรา สุขสงวน (2560)

H4: การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

### 2.3.9 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

Xiong Yutang (2022) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของคนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่าความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับโควิด-19 ที่แตกต่างกันและการรับรู้ดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์กับนโยบายด้านสาธารณสุข สอดคล้องกับ Natawan Khumsaen (2021) ที่ศึกษาแล้วพบว่า ระดับการศึกษา ความรู้ และทัศนคติยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รัฐบาลได้ออกมาตรการด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบของประชาชนไว้หลายมาตรการแต่ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของรัฐบาลนั้นมองว่าการบริหารจัดการของภาครัฐยังขาดประสิทธิภาพและแก้ปัญหาได้ไม่เพียงพอ (กรกนก จิรสถิตพรพงศ์, 2564) แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังสามารถชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้และมาตรการของรัฐบาลได้อย่างชัดเจนเนื่องจากประชาชนต้องปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวอย่างเคร่งครัด (Grigsby-Duffy, L.&Cameron, A.J., 2022) (AlFadhlah, T.&Al Mudaf, B., 2022) ทั้งนี้ ชัชวาลย์ เข้ากระจ่าง (2564) ทำการ วิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวหลังการใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 ของรัฐบาล ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ส่วนบุคคลถึงความต้องการในด้านการท่องเที่ยวและสุขอนามัยมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวหลังจากมีการใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรัฐบาล จะเห็นว่าการรับรู้เป็นทัศนคติส่วนบุคคลซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีการรับรู้ที่เหมือนหรือแตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น การศึกษา ความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งนั้น ๆ เพศ และอายุ เป็นต้น (Nuanpit Meedaycha & Phutthisun Kruekum, 2019)

จากที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและมาตรการของรัฐ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดดั้งเดิมมาตรฐานที่ 5 คือ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังที่แสดงในตารางที่ 2.9 และรูปที่ 2.10

**ตารางที่ 2.9** การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

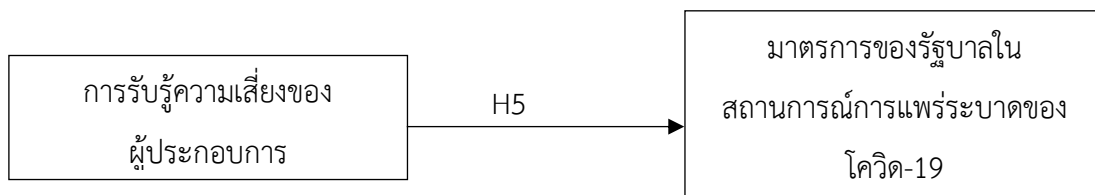
นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	มาตรการของรัฐบาล				การรับรู้				
		นโยบายด้านสาธารณสุข	การปฏิบัติตามข้อบังคับที่รัฐบาลกำหนด	นโยบายด้านเศรษฐกิจ	นโยบายด้านการท่องเที่ยว	ทัศนคติที่แตกต่างกัน	ความต้องการที่แตกต่างกัน	รับรู้ความเสี่ยงในการเกิดโรค	รับรู้ถึงแรงจูงใจ	การรับรู้อื่น ๆ
Xiong Yutang	2022	/				/				
Grigsby-Duffy, L. และ Cameron, A.J.	2022		/	/			/			
ALFadhlah, T. และ Al Mudaf, B.	2022	/	/							/
Natawan Khumsaen	2021		/			/		/		
กรกนก จิรสติพรพงศ์	2564	/		/		/				
ชัชวาลย์ เข้ากระจ่าง	2564	/			/	/			/	/
Nuanpit Meedaycha และ Phutthisun Kruekum	2019			/						/

ที่มา: Xiong Yutang (2022); Grigsby-Duffy, L. และ Cameron, A.J.(2022); ALFadhlah, T. และ Al Mudaf, B. (2022); Natawan Khumsaen (2021); กรกนก จิรสติพรพงศ์ (2564); ชัชวาลย์ เข้ากระจ่าง (2564); Nuanpit Meedaycha และ Phutthisun Kruekum (2019)

จากตารางที่ 2.9 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ที่กล่าวไปข้างต้นผู้วิจัยได้นำมาพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา โดยได้พัฒนากรอบแนวคิดดั้งเดิมมาตรฐานที่ 5 คือ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมี



อิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19  
 ดังรูปที่ 2.10



**รูปที่ 2.10** การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Xiong Yutang (2022); Grigsby-Duffy, L. และ Cameron, A.J.(2022); ALFadhlah, T. และ Al Mudaf, B.(2022); Natawan Khumsaen (2021); กรกนก จิรสถิตพรพงศ์ (2564); ชัชวาลย์ เข้ากระจำง (2564); Nuanpit Meedaycha และ Phutthisun Kruekum (2019)

H5: การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

### 2.3.10 มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

Tasneem Afreen Islam (2022) ศึกษาแล้วพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจทำให้เกิดการปรับตัวซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐในท้องถิ่น รัฐ หรือรัฐบาลกลางโดยความสัมพันธ์ของการปรับตัวกับนโยบายของรัฐโดยการช่วยเหลือของรัฐบาลในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความช่วยเหลือด้านการเงิน การสนับสนุนการฝึกอบรมงานทำให้เกิดการปรับตัวของพลเมืองจนสามารถนำไปสู่การวางแผนการดำเนินงานของภาครัฐได้ในอนาคต (Laura Helmke-Long, 2022) ทั้งนี้ Kessarín Wingpat (2022) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับผลของโควิด-19 ที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุซึ่งผลการศึกษาพบว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้สูงอายุเกิดการปรับตัวในระดับมากนอกจากนี้ยังมีความเห็นต่อมาตรการของรัฐบาล ได้แก่ มาตรการด้านสาธารณสุข มาตรการด้านเวชภัณฑ์ป้องกันผู้สูงอายุ มาตรการด้านการป้องกันปฏิบัติตน และมาตรการด้านการให้ความช่วยเหลือเยียวยาเพื่อแก้ปัญหาให้กับผู้ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งการมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19 เช่น มาตรการด้านความปลอดภัย มาตรการด้านเศรษฐกิจ มาตรการช่วยเหลือการปรับตัว ทำให้ประชาชนนั้นเกิดการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การสวมใส่หน้ากากอนามัย การล้างมือด้วยเจลล้างมือแอลกอฮอล์ และการปรับตัวทางด้านสภาพจิตใจจิตใจ (วรรณิภา สูงสุมาลย์ และ พิมพ์ชนก ไพรีพินาศ, 2564)

(ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์, 2564) ดังที่กล่าวมาข้างต้นจึงอาจชี้ให้เห็นว่ามาตรการของรัฐบาลนั้นมีความสัมพันธ์กับการปรับตัว (Shuying Shang, 2022) (ศิริพร เนธิบุตร, 2564)

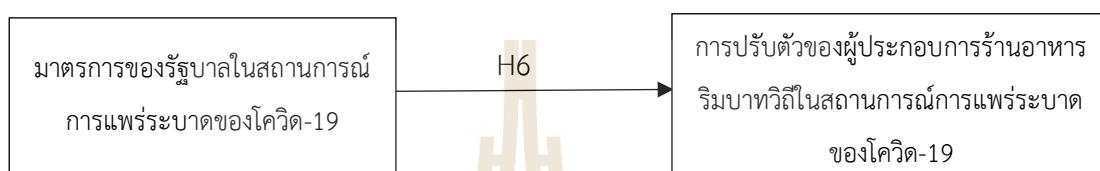
จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการของรัฐและการปรับตัวทำให้สามารถสรุปได้ว่ามาตรการของรัฐบาลที่ประกาศออกมาเป็นระเบียบ คำสั่ง หรือข้อบังคับใช้ ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ ปฏิบัติตามมีความสัมพันธ์ต่อการปรับตัว เนื่องจากคำสั่งและมาตรการดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติด้านความปลอดภัยเพื่อลดการติดเชื้อของประชาชนนำไปสู่การเปิดประเทศและขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไปได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวและปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ตามที่รัฐกำหนด นำไปสู่การพัฒนาแนวคิดดังสมมติฐานที่ 6 คือ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังที่แสดงในตารางที่ 2.10 และรูปที่ 2.11

**ตารางที่ 2.10** มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	มาตรการของรัฐบาล				การปรับตัว			
		ด้านการป้องกัน	การช่วยเหลือเยียวยา	ด้านเศรษฐกิจ	ด้านสาธารณสุข	เกิดการป้องกันตนเอง	การสร้างนวัตกรรม	สร้างการรับรู้	การปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
Tasneem Afreen Islam	2022			/				/	/
Laura Helmke-Long	2022		/	/					/
Kessarín Wingpat	2022	/	/		/	/			/
Shuying Shang	2022			/			/		
ศิริพร เนธิบุตร	2564	/							/
ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์	2564	/				/			/
วรรณิภา สูงสุมาลย์	2564	/	/	/	/	/		/	/

ที่มา: Tasneem Afreen Islam (2022); Laura Helmke-Long (2022); Shuying Shang (2022); Kessarín Wingpat (2022); ศิริพร เนธิบุตร (2564); ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ (2564); วรรณิภา สูงสุมาลย์ (2564)

จากตารางที่ 2.10 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ที่กล่าวไปข้างต้นผู้วิจัยได้นำมาพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 กรณีศึกษา จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี โดยได้พัฒนากรอบแนวคิดตั้งสมมติฐานที่ 6 คือ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังรูปที่ 2.11



**รูปที่ 2.11** มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Tasneem Afreen Islam (2022); Laura Helmke-Long (2022); Shuying Shang (2022); Kessarín Wingpat (2022); ศิริพร เนธิบุตร (2564); ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ (2564); วรรณิภา สูงสุมาลย์ (2564)

H6: มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

**2.3.11** นวัตกรรมอาหารที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยง วาสนา คำไทย (2561) พบว่า การรับรู้ ได้แก่ การรับรู้นวัตกรรม การบริหาร นวัตกรรม การมุ่งเน้นการแข่งขัน คุณภาพสินค้าและบริการ และการตอบสนองต่อลูกค้ามีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมในทางบวก โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการสร้างการรับรู้ด้านนวัตกรรมนั้นจะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมถึงส่งผลให้ประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับ Sakarindr Bhumiratana and Santi Charoenpornpattana (2021) ที่กล่าวว่า การสร้างองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมเพื่อพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนและพัฒนาแนวความคิดที่เป็นประโยชน์ ซึ่งการรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงนั้นส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อเทคโนโลยีใหม่เช่นกัน (สโรชา ศิลป์พิทักษ์สกุล, 2561) ทั้งนี้ Meshesha, Abyiot Teklu (2022) แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ของ

เกษตรกรที่มีต่อนวัตกรรมเกษตรอัจฉริยะด้านสภาพอากาศที่จะต้องได้รับการปรับปรุงเพื่อให้สามารถนำมาใช้ในระบบการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย ซึ่งกลยุทธ์การแพร่กระจายนวัตกรรมเกษตรอัจฉริยะด้านสภาพอากาศควรมุ่งเน้นไปที่การรับรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับประโยชน์ของนวัตกรรมที่มีต่อความมั่นคงด้านอาหาร การปรับตัวของเกษตรกรต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลลัพธ์ในการลดผลกระทบ นอกจากนี้ การรับรู้ของนวัตกรรมเกษตรอัจฉริยะจำเป็นต้องได้รับความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานต่าง ๆ อีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องระหว่างนวัตกรรมและการปรับตัวโดยมีการรับรู้เป็นตัวแปรคั่นกลางทำให้ทราบว่าตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันโดยการเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ สามารถสร้างการรับรู้ให้กับผู้ประกอบการได้โดยผู้ประกอบการจะมีทัศนคติหรือการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเหมือนหรือแตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น สภาพแวดล้อมหรือสังคม ประสบการณ์ ความรู้ที่ได้จากการหาข้อมูล เป็นต้น ทั้งนี้ การรับรู้ที่มีต่อนวัตกรรมนั้น ๆ จะมีผลทำให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวในด้านของกลยุทธ์หรือเกิดการพัฒนากระบวนการในการขายสินค้าเหล่านั้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งทำให้เกิดการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ดังตารางที่ 2.11 ที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรดังที่กล่าวมาข้างต้น

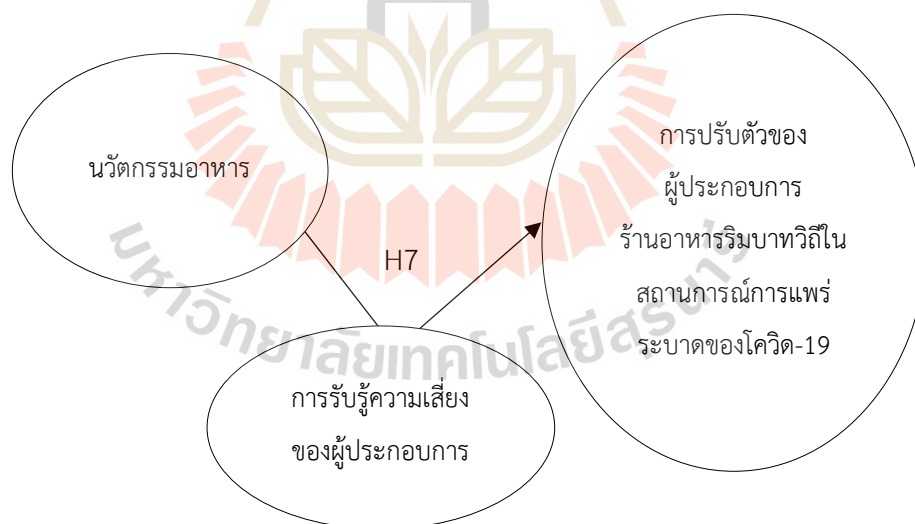
**ตารางที่ 2.11** นวัตกรรมอาหารที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	นวัตกรรม				การรับรู้				การปรับตัว			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Meshesha, Abyiot Teklu	2022	/	/					/					/
Sakarindr B. และ Santi C.	2021	/		/		/		/		/			
วาสนา คำไทย	2561	/	/			/	/	/	/			/	
สโรชา ศิลป์พิทักษ์สกุล	2561		/		/				/				/
Alexander และ Shirley	2006	/				/		/			/		

ที่มา: Meshesha, Abyiot Teklu (2022); Sakarindr B. และ Santi C. (2021); วาสนา คำไทย (2561); สโรชา ศิลป์พิทักษ์สกุล (2561); Alexander และ Shirley (2006)

A	แทน	การประยุกต์ใช้นวัตกรรม
B	แทน	การแพร่กระจายของนวัตกรรม
C	แทน	ประโยชน์ของนวัตกรรม
D	แทน	การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรม
E	แทน	การรับรู้คุณค่า
F	แทน	คุณภาพของสินค้าและบริการ
G	แทน	การรับรู้ประโยชน์
H	แทน	การรับรู้ด้านนวัตกรรม
I	แทน	การพัฒนาแนวคิด
J	แทน	สร้างความกระตือรือร้น
K	แทน	การมุ่งเน้นการแข่งขัน
L	แทน	การใช้เทคโนโลยี

จากตารางที่ 2.11 ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังสมมติฐานที่ 7 คือ นวัตกรรมอาหารที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ดังรูปที่ 2.12



รูปที่ 2.12 นวัตกรรมมีความสัมพันธ์ต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

ที่มา: Meshesha, Abyiot Teklu (2022); Sakarindr B. และ Santi C. (2021); วาสนา คำไทย (2561); สโรชา ศิลป์พิทักษ์สกุล (2561); Alexander และ Shirley (2006)

H7: นวัตกรรมอาหารที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

### 2.3.12 นวัตกรรมอาหารที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษาของนักวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและการปรับตัวโดยนวัตกรรมช่วยให้เกิดการปรับตัวที่เป็นผลดีได้ (Williams, T. และ Lakhani, A., 2021) นอกจากนี้ Dehghani Milad (2022) ได้อธิบายถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ในอุตสาหกรรมจากมุมมองต่าง ๆ เช่น นโยบายขององค์กร กลยุทธ์ในการปรับตัว และนวัตกรรมที่มีศักยภาพซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ ความโปร่งใส มาตรฐาน การพัฒนาแพลตฟอร์มและความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ โดยจำเป็นต้องมีมาตรการหรือระเบียบบังคับในการนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ให้สอดคล้องกับองค์กร ในสถานการณ์โควิด-19 นวัตกรรมถือว่ามีความสำคัญอย่างมากในการลดผลกระทบในสถานการณ์โควิด-19 โดย Retnowati WD.Tuti (2022) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญนี้ว่าการนำนโยบายด้านนวัตกรรมมาใช้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 สามารถชะลอการแพร่กระจายของไวรัสเพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านการจัดการหรือควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อได้ นอกจากนี้การประยุกต์ใช้นวัตกรรมควบคู่กับมาตรการควบคุมการระบาดของโควิด-19 เช่น นโยบายด้านสาธารณสุข นโยบายด้านการคมนาคมขนส่ง และนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมยังสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ และช่วยให้ประชาชนสามารถปรับตัวในสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างยืดหยุ่น (James Chakwizira, 2022)

ทั้งนี้ Meng, M. and Dabrowski, M (2022) ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในการใช้นวัตกรรมเพื่อวางแผนและกำหนดนโยบายของรัฐในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นำไปสู่การปรับตัวซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ (Mehta, A.M., 2021) และนวัตกรรมยังมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตเนื่องจากนวัตกรรมนั้น มีความสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายของรัฐโดยมุ่งเน้นการปรับตัวในการนำเทคโนโลยีมาใช้ (Aiginger K., 2018) สอดคล้องกับ Suchat Amnatwipavee (2020) ที่ทำการศึกษารายละเอียดและพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs ต้องปรับตัวเพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐที่ต้องมีนโยบายที่ส่งเสริมผู้ประกอบการในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น นโยบายด้านการพัฒนานวัตกรรม ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมด้านการลงทุน เป็นต้น

จะเห็นว่าเมื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของตัวแปรด้านนวัตกรรมและการปรับตัวโดยมีมาตรการของรัฐบาลเป็นตัวแปรคั่นกลางพบว่า นวัตกรรมมีความสำคัญในการพัฒนา



อุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งส่งผลดีต่อประเทศรัฐบาลจึงมีความจำเป็นในการออกนโยบายหรือกฎหมายที่มีส่วนช่วยในการกระตุ้นและเอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมไปใช้ในธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาธุรกิจ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัวตามกฎหมายที่รัฐบาลบังคับใช้เพื่อนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดผลดีที่สุด ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าตัวแปรที่กล่าวมานี้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อกันดังตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12 นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

นักวิชาการ	ปี พ.ศ. หรือ ค.ศ.	นวัตกรรม				มาตรการของรัฐใน สถานการณ์โควิด-19						การปรับตัวของ ผู้ประกอบการ			
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Dehghani, Milad	2022	/	/			/	/					/		/	
James Chakwizira	2022	/					/	/						/	
Retnowati WD. Tuti	2022			/	/			/			/	/			
Meng, M. และ Dabrowski, M	2022	/							/		/				
Williams, T. และ Lakhani, A.	2021	/			/		/							/	
Mehta, A.M.	2021			/			/				/		/		
Suchat Amnatwipavee	2020		/	/			/		/	/			/		
Aiginger K.	2018	/			/		/					/			

ที่มา: Dehghani, Milad (2022); James Chakwizira (2022); Retnowati WD. Tuti (2022); Meng, M. และ Dabrowski, M (2022); Williams, T. และ Lakhani, A.(2021); Mehta, A.M. (2021); Suchat Amnatwipavee (2020); Aiginger K. (2018)

- A แทน การใช้นวัตกรรม  
B แทน เทคโนโลยีด้านนวัตกรรม  
C แทน การแพร่กระจายของนวัตกรรม

D	แทน	ประโยชน์ของนวัตกรรม
E	แทน	สามารถตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส
F	แทน	ระเบียบข้อบังคับที่จำเป็น
G	แทน	นโยบายด้านเศรษฐกิจ
H	แทน	นโยบายด้านสาธารณสุข
I	แทน	นโยบายด้านการพัฒนา
J	แทน	นโยบายด้านนวัตกรรม
K	แทน	เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
L	แทน	การใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน
M	แทน	ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
N	แทน	ความยืดหยุ่น

จากตารางที่ 2.12 ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ดังสมมติฐานที่ 8 คือ นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาล ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังรูปที่ 2.13



รูปที่ 2.13 นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ที่มา: Dehghani, Milad (2022); James Chakwizira (2022); Retnowati WD. Tuti (2022); Meng, M. และ Dabrowski, M (2022); Williams, T. และ Lakhani, A. (2021); Mehta, A.M. (2021); Suchat Amnatwipavee (2020); Aiginger K. (2018)

H8: นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

## 2.4 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี จึงได้กำหนดตัวแปรที่สำคัญในงานวิจัย (Shumaila Zeb, 2021; May Portuguese Castro, 2020; ชีรภัทร เจริญฤทธิ์, 2564; ประภาพร ดีสุขแสง, 2564; ศลิษา รกรากทอง, 2564; อัญชลี กัตัญญ, 2564; อาชนัน เกาะไพบูลย์, 2564; Célia Boukoufi, 2022; Jessica Lichy, 2022; Diana Gavilan, 2021; มนสิชา อินทจักร, 2564; de Souza Bispo, Marcelo, 2020; ชัยนันต์ ไชยเสน, 2562; นลินี พานสายตา, 2018; Simona Alfiero, 2017 ; Chunpeng Lin and Jinqiang Yang, 2022; Merlyn S.Thomas, 2021; Lee Wainwright and Pablo Muñoz,2020; Patricio S.Dalton, 2020; ธนพงษ์ ร่วมสุข, 2564; สุฎฎิภา รักประสูติ และ นงนิภา ตุลยานนท์, 2563; อธิษฐ์ นิพิทชยานันต์, 2561; Francesco Fasano, 2022; Benedikt J.and Doina R., 2022; สุพัตรา รุ่งรัตน์, 2564; นัชชา เกิดอินทร์, 2564; เอกชัย ชำนินา, 2564; สมศักดิ์ อัครวีรวัฒน์, 2564; นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ คณะ, 2564) ดังนี้

**2.4.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable)** คือ นวัตกรรมอาหาร ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด

**2.4.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable)** คือ การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ประกอบด้วย ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล ด้านความปลอดภัย ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการลดต้นทุน และด้านการบริการ

**2.4.3 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable)** 1) การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน 2) มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ประกอบด้วย การชะลอการชำระภาษี การพักชำระหนี้ การกระตุ้นเศรษฐกิจ และมาตรการด้านความปลอดภัย



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา มีวิธีในการดำเนินการวิจัยซึ่งจะแสดงดังต่อไปนี้

#### 3.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยซึ่งประกอบด้วย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำการวิจัย (Population, samplings and location of research) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Instrumentation) การสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือการวิจัย (Construction and efficiency of the instrument) การเก็บรวบรวม ข้อมูล (Data collection) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) และ การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี
2. วิเคราะห์เนื้อหาและสร้างตารางทบทวนวรรณกรรม (Literature Review Matrix) เพื่อวิเคราะห์และทำการจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19
3. กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ศึกษาเพื่อนำมาสู่กระบวนการสร้างแบบสอบถาม
4. กำหนดประชากรเป้าหมาย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และเลือกสถานที่ที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย
5. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยรวมถึงการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูลทำการเก็บรวบรวมมา
8. สรุปผลการศึกษาวิจัย
9. นำเสนอและเผยแพร่งานวิจัยในฐานะข้อมูลต่าง ๆ

## 3.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่างและสถานที่ทำการวิจัย

### 3.2.1 ประชากร

ประชากร คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมาที่ประกอบธุรกิจอยู่ในบริเวณอำเภอเมืองนครราชสีมาและอำเภอปักธงชัย

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) จึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Hair, et al (2010) ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะต้องมีจำนวนอยู่ระหว่าง 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ โดยในงานวิจัยนี้ทำการศึกษาตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 16 ตัวแปร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงมีจำนวนทั้งสิ้น 320 ตัวอย่าง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดและการตกหล่นในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลแบบสอบถามมาทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

### 3.2.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจะนำประชากรมาแบ่งกลุ่มย่อยตามลักษณะการประกอบกิจการ ประกอบด้วย ตั้งโต๊ะจำหน่ายขายคนเดียว เช่น อาหารสำเร็จรูป, รถเข็นจำหน่าย, รถบรรทุกอาหาร (Food Truck), และจัดตั้งเป็นร้านขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ซึ่งในแต่ละลักษณะการประกอบกิจการจะมีประเภทของอาหารที่จำหน่ายหลากหลายโดยในกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะที่คล้ายกันแต่จะมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอื่น จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างในชั้นต่อไปด้วยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายเพื่อให้ได้ประชากรในทุกชั้นภูมิอย่างละเท่า ๆ กัน

### 3.2.4 สถานที่ทำการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เลือกพื้นที่ทำการวิจัยในอำเภอเมืองนครราชสีมาและอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

## 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลซึ่งแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ประเภทของอาหารที่จำหน่าย ลักษณะการประกอบกิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน



รายรับเฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามใช้คำถามปลายปิด (Close-ended Question) มีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร ริมหาทริถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยใช้ลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended question) ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ด้าน และทำการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการให้ความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการแปลความหมายของข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ทำการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นด้วยการนำ ค่าสูงสุดลบด้วยค่าต่ำสุดแล้วนำผลที่ได้มาหารจำนวนระดับ (วิชิต อุ๋อัน, 2550) มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} \end{aligned}$$

จากการคำนวณ ความกว้างของอันตรภาคชั้น = 0.8

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยได้ในอนาคต

### 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 จะมีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19

2. วิเคราะห์เนื้อหาและสร้างตารางทบทวนวรรณกรรม (Literature Review Matrix) เพื่อวิเคราะห์และทำการจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19

3. กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและวัตถุประสงค์ของเรื่องที่จะศึกษาเพื่อนำมาสู่กระบวนการสร้างแบบสอบถาม

4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ของคำถาม ในส่วนของปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้ลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ว่าสามารถวัดผลได้ตรงตามแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้อ้างอิงหรือไม่ (Anastasi, 1982) และใช้การตรวจสอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ซึ่งพิจารณาค่าถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.4 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Nunnally and Bernstein, 1994)

5. ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าความคงที่ภายใน โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach Alpha Coefficient:  $\alpha$ ) ซึ่งผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับทดลองไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ในบริเวณอำเภอเมืองปทุมธานีที่ประกอบธุรกิจขายอาหารริมบาทวิถีไม่ว่าจะเป็นการตั้งโต๊ะจำหน่ายขายคนเดียว เช่น อาหารสำเร็จรูป, แบบรถเข็นจำหน่าย, รถบรรทุกอาหาร (Food Truck), และจัดตั้งเป็นร้านขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหารตามสั่ง แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟาซึ่งค่าที่ได้ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้และสามารถประเมินคุณภาพของแบบสอบถามได้โดยผลที่ได้จากการวัดจะมีความคงที่และชัดเจนไม่เปลี่ยนแปลงไปมา (Nunnally and Bernstein, 1994)

6. นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในงานวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ อ.ดร.วรรณภา นามุรณะ, อ.ดร. ธนสิทธิ์ สุขสิทธิ์, และ อ.ดร. ฐาปณีย์ เรืองศรีโรจน์ ทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงของ

แบบสอบถามหรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยต้องมากกว่าเกณฑ์ 0.50 จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งมีเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

คะแนน +1	หากแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน 0	หากไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
คะแนน -1	หากแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

สำหรับการพิจารณาค่าความเที่ยงตรงมีหลักการดังนี้

ข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

ข้อความที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อความ ยังใช้ไม่ได้

7. สร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปเก็บข้อมูลงานวิจัย

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Sources) ได้แก่

**3.5.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ** ทำการเก็บข้อมูลโดยการทบทวนงานวิจัยในอดีตจากบทความวารสาร และรายงานการวิจัยต่างที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นของงานวิจัยในด้านนวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19

**3.5.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในบริเวณอำเภอเมืองนครราชสีมาและอำเภอบึงขัง จังหวัดนครราชสีมา ไม่ว่าจะเป็นการตั้งโต๊ะจำหน่ายคนเดียว เช่น อาหารสำเร็จรูป, แบบรถเข็นจำหน่าย, รถบรรทุกอาหาร (Food Truck), และจัดตั้งเป็นร้านขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหารตามสั่ง จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม 2566

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่

ประเภทของอาหารที่จำหน่าย ลักษณะการประกอบกิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งจะทำการอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency)

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อศึกษาปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาดังวัตถุประสงค์ที่ 1

3. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างดังวัตถุประสงค์ที่ 2 สำหรับงานวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement Model) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อใช้วัดตัวแปรแฝงโดยการกำหนดข้อมูลจำเพาะของแบบจำลอง การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง และตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองโดยภาพรวม นอกจากนี้ ยังใช้การวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง (Structural Equation Model) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยในการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาด้วยการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์และทำการศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของปัจจัยเชิงเหตุผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ดังรายละเอียดในข้อที่ 3.6.2

4. การทดสอบสมมติฐานในวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ประกอบด้วยตัวแปร ได้แก่ นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ มาตรการของรัฐบาลและการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการของรัฐบาลโดยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์ที่ผ่านการวัดทางสถิติจะอธิบายดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์ของสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ค่าดัชนี	เกณฑ์	แหล่งที่มา
ค่าระดับความน่าจะเป็นของไค-สแควร์ (Chi-square: Cmin)	$P > 0.05$	Kelloway (2015)
ดัชนีในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ไค-สแควร์สัมพันธ์: Cmin/df)	$< 3$	Hair et al. (2010)
ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI)	$> 0.90$	Kline (2010)
ค่าดัชนีวัดความเหมาะสมพอดี (Normed Fit Index: NFI)	$> 0.90$	Hair et al. (2010)
ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)	$> 0.90$	Hu & Bentler, 1999
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	$< 0.08$	Hu and Bentler (1999)
ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Root Mean Residual: RMR)	$< 0.05$	Bollen (1989)
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)	$\leq 0.08$	Hair et al. (2010)

### 3.6.2 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างโดยวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปร ดังนี้

1. การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร ได้แก่ การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) การแจกแจงความถี่ (Descriptive Statistics) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่า



ความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ Kline (2011) ซึ่งตัวแปรสังเกตได้นั้นจะต้องมีค่าความเบ้ไม่เกิน  $\pm 3$  และมีค่าความโด่งไม่เกิน  $\pm 10$

2. การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรว่าตัวแปรนั้นมีความเหมาะสมที่จะเอามาพิจารณาและวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ ได้แก่

ค่าสถิติของ Kaiser-Meyer-Olkin's measures of sampling adequacy (KMO) ซึ่งเป็นค่าสถิติที่ใช้วัดความเหมาะสมของตัวแปรโดยค่าสถิติควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 จึงจะสามารถทำนายตัวแปรได้ด้วยตัวแปรอื่นโดยไม่มี ความคลาดเคลื่อนส่วนช่วงค่าอื่น ๆ นั้น สามารถแปลความหมาย (Hair et al., 2010) ได้ดังนี้

มากกว่า 0.80 หมายถึง เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก

0.70 – 0.79 หมายถึง เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดี

0.60 – 0.69 หมายถึง เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง

0.50 – 0.59 หมายถึง เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบน้อย

น้อยกว่า 0.50 หมายถึง ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ

ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งใช้ทดสอบตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่โดยมีสมมติฐานการทดสอบ คือ

$H_0$  : เมทริกซ์สหสัมพันธ์เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ หมายความว่า ตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$  : เมทริกซ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ หมายความว่า ตัวแปรต่าง ๆ สัมพันธ์กัน

3. ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นวัตกรรมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จากการหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) ดังสมการ

$$\rho_{x,y} = \text{corr}(x,y) = \frac{\text{cov}(x,y)}{\sigma_x \sigma_y} = \frac{E[(X - \mu_x)(Y - \mu_y)]}{\sigma_x \sigma_y}$$

เมื่อ

$\rho_{x,y}$	คือ	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรสุ่ม X และ Y
$\mu_x$ และ $\mu_y$	คือ	มีค่าคาดหวัง
$\sigma_x$ และ $\sigma_y$	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
E	คือ	ตัวดำเนินการของค่าคาดหวัง



cov	คือ	ความแปรปรวนร่วมเกี่ยว
corr	คือ	ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

จึงสามารถสรุปกระบวนการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดและแบบจำลองสมการโครงสร้างได้ ดังนี้ กำหนดคุณลักษณะเฉพาะของแบบจำลอง การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาค่าพารามิเตอร์ว่าแบบจำลองนี้สามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้ค่าเดียวหรือไม่ (Tenko & Marcoulides, 2006) โดยแบบจำลองเฉพาะ (Particular Model) ที่ผ่านขั้นตอนการระบุความเป็นไปได้มี 3 ลักษณะ ได้แก่

แบบจำลองที่สามารถระบุความเป็นค่าเดียวได้ (Just Identified model) คือแบบจำลองเฉพาะที่มีสมการเท่ากับจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าสามารถระบุค่าพารามิเตอร์ได้เพียงค่าเดียว (df มีค่าเท่ากับ 0)

แบบจำลองที่สามารถระบุความเป็นค่าเดียวได้ (Over Identified model) คือแบบจำลองเฉพาะที่มีจำนวนสมการมากกว่าจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าและสามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้เพียงค่าเดียวจึงทำให้องศาอิสระของสถิติทดสอบมีค่าเป็นบวกซึ่งจะทำให้ได้แบบจำลองที่มีความเหมาะสม (df มีค่ามากกว่า 0)

แบบจำลองไม่สามารถระบุความเป็นค่าเดียวได้ (Under Identified model) เป็นแบบจำลองเฉพาะที่มีจำนวนสมการน้อยกว่าจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าและไม่สามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้เพียงค่าเดียวซึ่งมีค่าองศาอิสระของสถิติทดสอบนี้มีค่าเป็นลบ (df มีค่า น้อยกว่า 0) สูตรคำนวณค่าองศาอิสระ (Degree of Freedom) (Schumacker & Lomax, 2010)

$$df = [NI(NI-1)/2] - k$$

เมื่อ	df	คือ	ค่าองศาอิสระ (Degree of Freedom)
	NI	คือ	จำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดที่ใช้ประมาณค่าพารามิเตอร์
	K	คือ	จำนวนค่าพารามิเตอร์ที่โปรแกรมสำเร็จรูปต้องประมาณค่า

4. การประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง (Parameter Estimation of Model) จะใช้การประมาณค่าแบบจำลองแบบ Maximum Likelihood (ML) (Schumacker & Lomax, 2010) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องมีความเป็นอิสระโดยการแจกแจงข้อมูลต้องมีความปกติคือ ไม่โด่งหรือไม่เบ้จนเกินไป (skewness index < 3, kurtosis index > 10)

5. การตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองโดยการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาวัดผลหรือไม่ (Wainer and Braun, 1988 : 20) ซึ่งพิจารณาจากความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการตรวจสอบจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พิจารณาค่าถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.4 (Nunnally and Bernstein, 1994) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและทำการพิจารณาความเที่ยง (Reliability) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์คุณสมบัติของเครื่องมือในการให้ผลอย่างคงเส้นคงวาโดยจะพิจารณาที่ผลการวิเคราะห์ Square Multiple Correlation ซึ่งเป็นสัดส่วนความแปรปรวนของตัวแปรที่ใช้อธิบายได้ด้วยตัวแปรแฝงซึ่งมีค่าเท่ากับค่าการร่วม (Communality) นอกจากนี้ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการพิจารณาความเที่ยงจะทำการพิจารณาจากความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE)(Hair et al., 2010) ดังนี้

5.1 ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) จะต้องมีค่ามากกว่า 0.5 จึงจะบ่งชี้ว่าไม่มีข้อผิดพลาดของการวัดที่ทำให้เกิดการผันแปรของตัวแปรสังเกตได้มากกว่าตัวแปรแฝงที่กำลังศึกษาอยู่

5.2 ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) จะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 จึงจะถือว่าตัวแปรแฝงในแบบจำลองมีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับดี แต่หากค่า CR ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-0.7 จะถือว่าตัวแปรแฝงในแบบจำลองมีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

6. การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อทดสอบความสอดคล้องว่ามีรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับโครงสร้างของทฤษฎีหรือไม่เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรและประชากรได้อย่างถูกต้อง ซึ่งทำการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบความสอดคล้อง (Goodness of Measure) สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่สองคือการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีค่าดัชนีที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลอง ดังนี้

(1) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square:  $X^2$ ) เป็นค่าดัชนีที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์โดยภาพรวมและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ 0.05) (Kelloway, 2015)

(2) ดัชนีวัดความสอดคล้องส่วนเพิ่ม (Incremental fit indices) ซึ่งใช้ในการวัดแบบจำลองที่มีตัวแปรไม่สัมพันธ์กันซึ่งใช้ดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืน (Comparative fit index: CFI) เป็นดัชนีในการพิจารณาความกลมกลืนของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีค่า

ระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งแบบจำลองที่ดีควรมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไปจึงจะแสดงความกลมกลืนของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hu & Betler, 1999)

(3) ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าทดสอบความสอดคล้องของดัชนีระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์และแบบจำลองซึ่งเป็นค่าดัชนีที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามค่าขององศาอิสระ (Degree of Freedom: df) ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (RMSEA) ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงจะหมายความว่าแบบจำลองนั้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งค่า RMSEA ที่ได้ไม่ควรสูงเกินกว่า 0.08 (Arbuckle, 1995) ซึ่งสามารถใช้การพิจารณาควบคู่กับค่าดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืน (CFI) ได้ (Hair et al., 2010)

(4) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual: RMR) ซึ่งใช้ทดสอบเปรียบเทียบความสอดคล้องแบบข้ามแบบจำลอง (Comparing fit across model) โดยค่าเฉลี่ยส่วนที่เหลือจากการเปรียบเทียบความแปรปรวนของประชากรกับการประเมินค่าซึ่งค่าน้อย (ควรน้อยกว่า 0.50) จะแสดงถึงความสอดคล้องของข้อมูลเชิงประจักษ์กับแบบจำลองได้ดี (Bollen, 1989)

### 3.7 ผลการตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ

จะแสดงผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือด้วยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) จากแบบสอบถามที่นำไปทดลองใช้จำนวน 30 ตัวอย่าง ด้วยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้จะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป (Nunnally & Bernstein, 1995) ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.706 ถึง 0.896 หมายความว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ ซึ่งแสดงผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของข้อคำถามจำนวน 64 ข้อ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ข้อคำถาม	จำนวนข้อ คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบ์คัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)
<b>ด้านนวัตกรรมอาหาร</b>		
1. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	4	0.777
2. ด้านนวัตกรรมบริการ	4	0.790
3. ด้านนวัตกรรมกระบวนการ	4	0.765
4. ด้านนวัตกรรมการตลาด	4	0.780
<b>ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ</b>		
1. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด	4	0.795
2. การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	4	0.893
3. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ	4	0.882
4. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	4	0.717
<b>ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ ระบาดของโควิด-19</b>		
1. ด้านการชะลอการชำระภาษี	4	0.786
2. ด้านการพักชำระหนี้	4	0.793
3. ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ	4	0.706
4. ด้านมาตรการความปลอดภัย	4	0.707
<b>ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ</b>		
1. ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล	4	0.798
2. ด้านการใช้เทคโนโลยี	4	0.896
3. ด้านการลดต้นทุน	4	0.719
4. ด้านการบริการ	4	0.719
<b>รวม</b>	<b>64</b>	<b>0.783</b>

### 3.8 ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และผลการทดสอบการกระจายข้อมูลแบบปกติ (Normal distribution)

ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) อธิบายได้ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standardized regression weights) และผลการทดสอบการกระจายของข้อมูลแบบปกติ (Normal distribution) จะอธิบายด้วยค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบขององค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading)
<b>ด้านนวัตกรรมอาหาร</b>			
1. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	-1.235	1.466	0.740***
2. ด้านนวัตกรรมบริการ	-0.066	-0.782	0.776***
3. ด้านนวัตกรรมกระบวนการ	-0.280	-0.834	0.900***
4. ด้านนวัตกรรมการตลาด	-0.648	-0.502	0.758***
<b>ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ</b>			
1. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด	-0.265	-0.421	0.755***
2. การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	-0.660	-0.493	0.861***
3. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ	-0.335	-0.745	0.794***
4. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน	-0.753	-0.063	0.891***
<b>ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19</b>			
1. ด้านการชะลอการชำระภาษี	-0.601	-0.713	0.482***

ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบขององค์ประกอบ (ต่อ)

องค์ประกอบ	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ (Factor loading)
2. ด้านการพักชำระหนี้	-0.615	1.435	0.803***
3. ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ	-0.726	0.471	0.939***
4. ด้านมาตรการความปลอดภัย	-0.651	0.249	0.717***
<b>ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ</b>			
1. ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล	-0.737	-0.481	0.530***
2. ด้านการใช้เทคโนโลยี	-0.626	0.180	0.543***
3. ด้านการลดต้นทุน	-1.478	2.105	0.792***
4. ด้านการบริการ	-1.138	2.653	0.860***

\*p<0.05; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001

สรุปผลจากตารางที่ 3.3 พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเบ้ (Skewness) ไม่เกิน  $\pm 3$  และค่าความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน  $\pm 10$  (Kline, 2015) หมายความว่า การกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติ (Normal distribution) และการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงในแต่ละด้านพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มีค่ามากกว่า 0.4 (Nunnally & Bernstein, 1994) หมายความว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง

ตารางที่ 3.4 การตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรด้วยค่าสถิติของ Kaiser-Meyer-Olkin's measures of sampling adequacy (KMO) และค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.715
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	879.293
	df	6
	Sig.	.000



จากตารางที่ 3.4 ได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรว่าตัวแปรนั้นมีความเหมาะสมที่จะเอามาพิจารณาและวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยผลการวิเคราะห์พบว่าค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.715 หมายความว่าตัวแปรนั้นเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดี (Hair et al., 2010) สำหรับผลการทดสอบค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอยู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.000 (Chi-square = 879.293) ซึ่งถือว่าตัวแปรต่าง ๆ สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 3.5 ตารางแสดงค่าสถิติทดสอบความตรงเชิงเหมือนและความตรงเชิงจำแนก

ตัวแปร	นวัตกรรมอาหาร	การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ	มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19	การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19
นวัตกรรมอาหาร	1			
การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ	.354**	1		
มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19	.031	.347**	1	
การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19	.176**	.086	.275**	1
Average Variance Extracted (AVE)	0.634	0.684	0.568	0.586
Construct Reliability (CR)	0.873	0.896	0.834	0.783

\*\*p<0.01

จากตารางที่ 3.5 พบว่า ค่าสถิติทดสอบความตรงเชิงเหมือนมีค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) อยู่ระหว่าง 0.783 ถึง 0.896 โดยมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่อยู่ในแนวทแยงมุมสามเหลี่ยมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010) นอกจากนี้ยังมีค่าความตรงเชิงจำแนกโดยมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) อยู่ระหว่าง 0.568 ถึง 0.684 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากกว่า 0.5 (Hair et al., 2010) หมายความว่า โครงสร้างของตัวแปรแฝงในปัจจุบันต่าง ๆ มีความแตกต่างกันตามทฤษฎีและมีความเหมาะสมในการวิจัย

ตารางที่ 3.6 ตารางแสดงผลการพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง

ดัชนีวัดความสอดคล้อง	เกณฑ์	ค่าสถิติ	อ้างอิง	ผลการพิจารณา
ค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ )	> 0.05	641.951	Kelloway (2015)	ผ่านเกณฑ์
ไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ )	< 3.0	0.198	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	> 0.90	0.968	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI)	> 0.90	0.932	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI)	> 0.90	0.953	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)	< 0.08	0.068	Hu and Bentler (1999)	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 3.6 พบว่าผลการทดสอบตามเกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องและความกลมกลืนของแบบจำลองโดยพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 641.951 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 86 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 0.198 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.068 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.968 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.932 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.953 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง จากกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมาโดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ข้อมูลและผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19
- 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
- 4.5 อภิปรายผลของการวิจัยเรื่องแบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมาจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยจะแสดงผลการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
1) ชาย	192	48.00
2) หญิง	208	52.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>2. อายุ</b>		
1) ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
2) 20 – 30 ปี	195	48.75
3) 31 – 40 ปี	178	44.50
4) 40 ปีขึ้นไป	27	6.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>3. การศึกษา</b>		
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	221	55.25
2) ปริญญาตรี	166	41.50
3) สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4. ประเภทของอาหารที่จำหน่าย</b>		
1) อาหารคาว	140	35.00
2) อาหารขบเคี้ยวหรืออาหารเรียกน้ำย่อย	55	13.75
3) ของหวาน	112	28.00
4) เครื่องดื่ม	93	23.25
5) อื่น ๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>5. ลักษณะการประกอบกิจการ</b>		
1) ตั้งโต๊ะจำหน่ายชายคนเดียว	73	18.25
2) รถเข็นจำหน่าย	107	26.75
3) รถบรรทุกอาหาร	167	41.75
4) จัดตั้งเป็นร้านขนาดเล็ก	53	13.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>6. ระยะเวลาการดำเนินกิจการ</b>		
1) ต่ำกว่า 1 ปี	58	14.50
2) 1 – 5 ปี	158	39.50
3) 6 – 10 ปี	117	29.25
4) มากกว่า 10 ปี	67	16.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>7. จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน</b>		
1) ต่ำกว่า 10 คน	-	-
2) 10 – 50 คน	204	51.00
3) 51 – 100 คน	196	49.00
4) มากกว่า 100 คน	-	-
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>8. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	4.00
2) 5,000 – 10,000 บาท	209	52.25
3) 10,001 – 15,000 บาท	100	25.00
4) มากกว่า 15,000 บาท	75	18.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 52.00 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25

ส่วนด้านข้อมูลทั่วไปของกิจการนั้นพบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีมีประเภทของอาหารที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นอาหารคาว จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีลักษณะการประกอบกิจการรถบรรทุกอาหารเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ระยะเวลาการดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี เป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวันประมาณ 10 – 50 คน เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 10,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ในด้านนวัตกรรมอาหาร ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 จะแสดงข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ในด้านนวัตกรรมอาหาร

ด้านนวัตกรรมอาหาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>1. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์</b>			
1) ออกแบบและพัฒนาเมนูอาหารอยู่เสมอ	4.73	0.472	มากที่สุด
2) เปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์	4.63	0.615	มากที่สุด
3) มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกและง่ายต่อการบริโภค	4.52	0.655	มากที่สุด
4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มิดชิดปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค	3.95	0.934	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.45</b>	<b>0.582</b>	<b>มากที่สุด</b>



ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์  
โควิด-19 ในด้านนวัตกรรมอาหาร (ต่อ)

ด้านนวัตกรรมอาหาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>2. ด้านนวัตกรรมบริการ</b>			
1) ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงขั้นตอนในการบริการ	4.12	0.668	มาก
2) มีวิธีการให้บริการที่แปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้	4.04	0.769	มาก
3) มีการปรับปรุงการบริการให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น	4.01	0.842	มาก
4) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานผู้ให้บริการ	3.62	1.172	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.95</b>	<b>0.647</b>	<b>มาก</b>
<b>3. ด้านนวัตกรรมกระบวนการ</b>			
1) มีการปรับปรุงกระบวนการประกอบอาหารให้มีความสะอาดปลอดภัยมากยิ่งขึ้น	4.23	0.746	มากที่สุด
2) มีกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ	4.23	0.855	มากที่สุด
3) มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น	4.19	0.766	มาก
4) มีการปรับปรุงรายการอาหาร	4.15	0.834	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.20</b>	<b>0.644</b>	<b>มาก</b>
<b>4. ด้านนวัตกรรมการตลาด</b>			
1) มีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบออนไลน์	4.50	0.618	มากที่สุด
2) มีการปรับปรุงกลยุทธ์ในการขายให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้	4.46	0.654	มากที่สุด
3) ใช้ช่องทาง social media ในการประชาสัมพันธ์	4.36	0.743	มากที่สุด
	4.31	0.753	มากที่สุด
4) มีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการโฆษณาสินค้า			
<b>รวม</b>	<b>4.41</b>	<b>0.577</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ในด้านนวัตกรรมอาหารพบว่ามีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.582 ด้านนวัตกรรมบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.647 ด้านนวัตกรรมกระบวนการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.644 และด้านนวัตกรรมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.577 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 ในด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>1. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด</b>			
1) มีความกังวลว่าผู้บริโภคจะลดลงในช่วงการระบาดของโควิด-19	3.97	0.857	มาก
2) มีความกังวลหากต้องเพิ่มราคาขายขึ้นเนื่องจากต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น	3.72	0.891	มาก
3) มีความกังวลเกี่ยวกับช่องทางการการขายสินค้าในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	3.71	0.727	มาก
4) มีความกังวลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือโปรโมชั่นของร้านในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	3.70	0.864	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.731</b>	<b>มาก</b>
<b>2. การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>			
1) มีความกังวลในขั้นตอนการส่งมอบอาหารมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	4.60	0.570	มากที่สุด
2) มีความกังวลว่ากระบวนการทำงานจะไม่รวดเร็วเหมือนเดิมเนื่องจากการเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยโดยรัฐบาล	4.47	0.645	มากที่สุด

**ตารางที่ 4.3** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์  
โควิด-19 ในด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ (ต่อ)

ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
3) ความกังวลว่าการทำงานจะยุ่งยากมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการระบาดของโควิด-19	4.40	0.666	มากที่สุด
4) มีความกังวลถึงขั้นตอนในการทำอาหารที่ต้อง สะอาดปลอดภัยมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการของผู้บริโภค	4.40	0.666	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.47</b>	<b>0.560</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>3. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ</b>			
1) รับรู้ถึงอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าใน สถานการณ์โควิด-19	4.22	0.708	มากที่สุด
2) มีความกังวลหากต้องปิดร้านและไม่สามารถ ให้บริการลูกค้าได้เนื่องจากท่านติดโควิดหรือเป็นกลุ่ม เสี่ยงติดเชื้อ	4.18	0.647	มาก
3) มีความกังวลกับการบริการลูกค้าในช่วงการแพร่ ระบาดของโควิด-19	4.04	0.941	มาก
4) มีความกังวลถึงคุณภาพของอาหารและวัตถุดิบ ในช่วงสถานการณ์โควิด-19	4.00	0.809	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.612</b>	<b>มาก</b>
<b>4. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน</b>			
1) รับรู้ถึงการลดลงของยอดขายในช่วงสถานการณ์ โควิด-19	4.39	0.707	มากที่สุด
2) รับรู้ถึงสถานะเศรษฐกิจถดถอยที่ส่งผลกระทบต่อ ธุรกิจของท่านในช่วงโควิด-19	4.39	0.707	มากที่สุด
3) เกิดความกังวลจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ	4.30	0.697	มากที่สุด
4) รับรู้ถึงความไม่แน่นอนทางการเงินในธุรกิจของท่าน เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19	4.25	0.691	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.33</b>	<b>0.609</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.3 จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นถึงด้านการรับรู้ความเสี่ยงในปัจจุบันการรับรู้ความเสี่ยงด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.560 ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.609 ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.612 และด้านการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.731 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>1. ด้านการชะลอการชำระภาษี</b>			
1) ได้รับการช่วยเหลือด้านภาษีจากรัฐบาล	4.29	0.698	มากที่สุด
2) ได้รับข้อมูลด้านภาษีอย่างครอบคลุมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	4.25	0.815	มากที่สุด
3) ได้รับการขยายเวลาในการยื่นแบบชำระภาษีหรือสามารถชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	4.24	0.822	มากที่สุด
4) ได้รับการงดเบี้ยปรับหากท่านไม่สามารถชำระภาษีได้ภายในเวลาที่กำหนด	4.21	0.814	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.25</b>	<b>0.637</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>2. ด้านการพักชำระหนี้</b>			
1) ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลในการพักชำระหนี้เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19	3.85	0.873	มาก
2) ได้รับการช่วยเหลือจากสถาบันทางการเงินให้สามารถกู้ยืมเงินได้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ	3.81	0.767	มาก
3) ได้รับการขยายเวลาในการชำระหนี้จากสถาบันทางการเงิน	3.77	0.756	มาก
4) ได้รับข้อมูลด้านการพักชำระหนี้อย่างครอบคลุมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	3.73	0.888	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.737</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์  
โควิด-19 ในด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (ต่อ)

ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>3. ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ</b>			
1) ได้รับการขยายระยะเวลาในโครงการที่รัฐบาลกำหนด	3.96	0.786	มาก
2) มีการเข้าร่วมโครงการที่รัฐบาลกำหนด	3.93	0.858	มาก
3) มีผู้บริโภคมาซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้นหลังการคลายมาตรการล็อกดาวน์	3.93	0.858	มาก
4) ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลในช่วงการระบาดของโควิด-19	3.85	0.873	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>0.725</b>	<b>มาก</b>
<b>4. ด้านมาตรการความปลอดภัย</b>			
1) ผู้ประกอบการและพนักงานในร้านได้รับวัคซีนป้องกันโควิด-19 แล้วอย่างน้อยสองเข็ม	4.28	0.707	มากที่สุด
2) สังเกตอาการของตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	4.26	0.689	มากที่สุด
3) มีการจัดพื้นที่เว้นระยะห่างอย่างเหมาะสม	4.25	0.777	มากที่สุด
4) มีการป้องกันตัวเองอยู่เสมอ เช่น สวมหน้ากากอนามัย ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ	4.17	0.823	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.24</b>	<b>0.598</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.4 เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วพบว่าความคิดเห็นถึงด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจัยด้านการชะลอการชำระภาษีและด้านมาตรการความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ 4.24 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.637 และ 0.598 ตามลำดับ รองลงมาคือด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ มี

ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.725 และด้านการพักชำระหนี้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.737

**ตารางที่ 4.5** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์  
โควิด-19 ในด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>1. ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล</b>			
1) ติดตามข่าวสารของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตลอดเวลา	4.23	0.680	มากที่สุด
2) ปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยตามประกาศของรัฐบาลอย่างเคร่งครัด	4.16	0.721	มาก
3) มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าด้วยความปลอดภัยห่างไกลเชื้อ	4.28	0.697	มากที่สุด
4) ให้ความร่วมมือกับรัฐบาลอยู่เสมอถึงแม้จะมีการล็อกดาวน์ที่ทำให้ไม่สามารถออกไปจำหน่ายสินค้าได้	4.26	0.743	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.556</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>2. ด้านการใช้เทคโนโลยี</b>			
1) ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	3.98	0.773	มาก
2) สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า	4.02	0.796	มาก
3) มีการใช้ช่องทางการขายแบบออนไลน์มากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค	3.88	0.802	มาก



ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์  
โควิด-19 ในด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ (ต่อ)


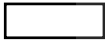


ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
4) มี QR Code สำหรับจ่ายเงินให้ลูกค้าเลือกชำระ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและ ลดการสัมผัส	3.89	0.863	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.636</b>	<b>มาก</b>
<b>3. ด้านการลดต้นทุน</b>			
1) มีการลดต้นทุนของวัตถุดิบในการประกอบ อาหารลง	3.90	1.017	มาก
2) มีการลดต้นทุนในการจ้างพนักงานลง	3.84	1.120	มาก
3) มีการลดเวลาการเปิดให้บริการลงในสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโควิด-19	3.62	1.022	มาก
4) มีการลดค่าใช้จ่ายบางอย่าง	3.70	1.042	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.872</b>	<b>มาก</b>
<b>4. ด้านการบริการ</b>			
1) มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นเพื่อสร้างความพึง พอใจให้กับลูกค้า	4.80	0.476	มากที่สุด
2) มีความกระตือรือร้นในการบริการ	4.91	0.305	มากที่สุด
3) มีทักษะและความเข้าใจในการให้บริการลูกค้า ที่มาซื้อสินค้าของท่าน	4.91	0.313	มากที่สุด
4) รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเสมอ	4.93	0.270	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.89</b>	<b>0.293</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.5 เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าความคิดเห็นถึงด้านการปรับตัวของ  
ผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในปัจจัยด้านการปฏิบัติ  
ตามมาตรการของรัฐบาลและด้านการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 และ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐานเท่ากับ 0.293 และ 0.556 ตามลำดับ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยด้านการลดต้นทุนซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.636 และ 0.872 ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling : SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path Analysis) ของตัวแปรแฝงโดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา มีการกำหนดสัญลักษณ์และข้อความตัวอักษรต่าง ๆ ดังนี้

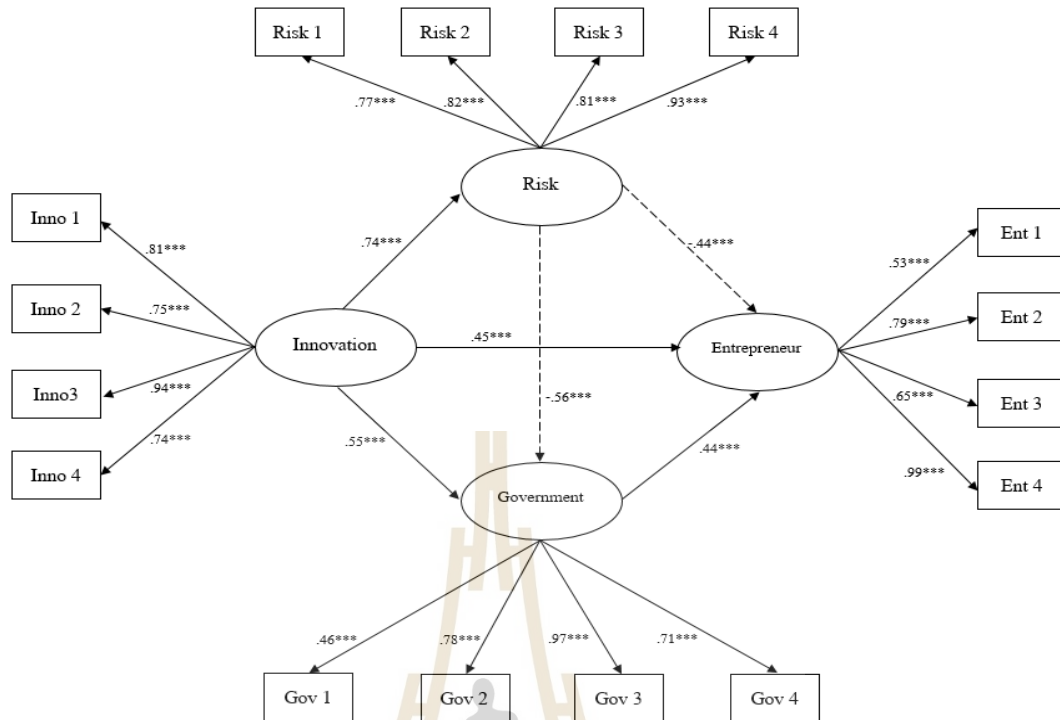
	ความหมาย	ตัวแปรแฝง
	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้
	ความหมาย	ความคลาดเคลื่อน
	ความหมาย	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ
Innovation	ความหมาย	ตัวแปรแฝงด้านนวัตกรรมอาหาร
Inno1	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์
Inno2	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรมบริการ
Inno3	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรมกระบวนการ
Inno4	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านนวัตกรรมการตลาด
Risk	ความหมาย	ตัวแปรแฝงด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ
Risk1	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด
Risk2	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ
Risk3	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ
Risk4	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน
Government	ความหมาย	ตัวแปรแฝงด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
Gov1	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการชะลอการชำระภาษี
Gov2	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการพักชำระหนี้

Gov3	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ
Gov4	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านมาตรการความปลอดภัย
Entrepreneur	ความหมาย	ตัวแปรแฝงด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ
Ent1	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล
Ent2	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการใช้เทคโนโลยี
Ent3	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการลดต้นทุน
Ent4	ความหมาย	ตัวแปรสังเกตได้ด้านการบริการ

การศึกษาวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี  
ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย 6 ข้อ ดังนี้

- H1: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริม  
บาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
- H2: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ
- H3: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์  
การแพร่ระบาดของโควิด-19
- H4: การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของ  
ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
- H5: การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของ  
รัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
- H6: มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงใน  
เชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่  
ระบาดของ โควิด-19

โดยการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยด้วยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการปรับตัวของ  
ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 สามารถแสดงได้ดัง  
รูปที่ 4.1



Chi-square = 309.950, Chi-square/df = 1.646, df = 85, p = .065, GFI = .973

CFI = .939, RMR = .038, RMSEA = .061, NFI = .919

รูปที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

จากรูปที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างได้ทำการวิเคราะห์ผลการทดสอบการพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในภาพรวมของแบบจำลองสมการโครงสร้างการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา โดยแสดงผลการปรับค่าความสอดคล้องของแบบจำลองและสามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 4.6 และ 4.7 ตามลำดับดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการปรับค่าความสอดคล้องของแบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการ  
ร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19

การปรับค่า MI	X <sup>2</sup>	df	X <sup>2</sup> /df	RMSEA	CFI	GFI	p-value
ก่อนปรับ	480.168	98	2.613	0.094	0.831	0.798	0.000
ปรับครั้งที่ 1 (e1-e5)	466.903	97	2.542	0.091	0.839	0.857	0.000
ปรับครั้งที่ 2 (e1-e7)	377.607	96	2.307	0.088	0.856	0.883	0.000
ปรับครั้งที่ 3 (e2-e7)	359.740	95	2.186	0.086	0.861	0.906	0.000
ปรับครั้งที่ 4 (e2-e4)	348.273	94	2.120	0.081	0.862	0.920	0.000
ปรับครั้งที่ 5 (e3-e1)	346.407	93	1.897	0.079	0.867	0.921	0.000
ปรับครั้งที่ 6 (e3-e11)	342.389	92	1.873	0.078	0.869	0.925	0.000
ปรับครั้งที่ 7 (e5-e6)	341.912	91	1.859	0.077	0.870	0.931	0.000
ปรับครั้งที่ 8 (e5-e8)	340.952	90	1.826	0.074	0.871	0.936	0.000
ปรับครั้งที่ 9 (e9-e10)	340.612	89	1.811	0.073	0.872	0.938	0.000
ปรับครั้งที่ 10 (e10-e14)	334.678	88	1.740	0.071	0.895	0.944	0.000
ปรับครั้งที่ 11 (e8-e16)	315.660	87	1.655	0.069	0.911	0.950	0.010
ปรับครั้งที่ 12 (e14-e16)	309.950	85	1.646	0.061	0.939	0.973	0.065

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบการพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในภาพรวมของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้	อ้างอิง
ค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ )	P-value > 0.5	309.950	Kelloway (2015)
องศาอิสระ (df)		85	
ไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ )	< 3.0	1.646	Hair et al. (2010)
ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)	< 0.08	.061	Hu and Bentler (1999)
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)	> 0.90	.973	Hair et al. (2010)
ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI)	> 0.90	.919	Hair et al. (2010)
ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI)	> 0.90	.939	Hair et al. (2010)

จากตารางที่ 4.7 การทดสอบความสอดคล้องโดยภาพรวมของแบบจำลองสมการโครงสร้างทำการปรับค่าความสอดคล้องของแบบจำลองทั้งสิ้น 12 ครั้ง และมีผลลัพธ์ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาการวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 309.950 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 85 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.646 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.061 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.973 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.919 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ



(Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.939 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ดังนั้น ในภาพรวมค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองนั้นถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้และมีผลการวิเคราะห์ค่าสถิติของแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	R <sup>2</sup>
<b>นวัตกรรมอาหาร (Innovation)</b>			
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Inno1)	0.810***		0.662
นวัตกรรมบริการ (Inno2)	0.750***		0.571
นวัตกรรมกระบวนการ (Inno3)	0.940***		0.893
นวัตกรรมการตลาด (Inno4)	0.740***		0.542
<b>การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ (Risk)</b>			
การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด (Risk1)	0.770***		0.592
การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Risk2)	0.820***		0.671
การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ (Risk3)	0.810***		0.651
การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (Risk4)	0.930***		0.873
<b>มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (Government)</b>			
การชะลอการชำระภาษี (Gov1)	0.460***		0.218
การพักชำระหนี้ (Gov2)	0.780***		0.610
การกระตุ้นเศรษฐกิจ (Gov3)	0.970***		0.945
มาตรการความปลอดภัย (Gov4)	0.710***		0.502
<b>การปรับตัวของผู้ประกอบการ (Entrepreneur)</b>			
การปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล (Ent1)	0.530***		0.283

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติแบบจำลองสมการโครงสร้าง (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	R <sup>2</sup>
การใช้เทคโนโลยี (Ent2)	0.790***		0.627
การลดต้นทุน (Ent3)	0.650***		0.433
การบริการ (Ent4)	0.99***		0.881
Innovation → Entrepreneur		.450***	
Innovation → Risk		.740***	
Innovation → Government		.550***	
Risk → Entrepreneur		-.440***	
Risk → Government		-.560***	
Government → Entrepreneur		.440***	

\*p<0.05; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001

ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา สามารถได้ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐาน	ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	ผลการทดสอบ
H <sub>1</sub>	Innovation → Entrepreneur	.450***	ยอมรับสมมติฐาน
H <sub>2</sub>	Innovation → Risk	.740***	ยอมรับสมมติฐาน
H <sub>3</sub>	Innovation → Government	.550***	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

สมมติฐาน	ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	ผลการทดสอบ
H <sub>4</sub>	Risk → Entrepreneur	-.440***	ปฏิเสธสมมติฐาน
H <sub>5</sub>	Risk → Government	-.560***	ปฏิเสธสมมติฐาน
H <sub>6</sub>	Government → Entrepreneur	.440***	ยอมรับสมมติฐาน

\*p<0.05; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001

จากตารางที่ 4.9 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา โดยแบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิเคราะห์พบว่ายอมรับสมมติฐาน โดยนวัตกรรมอาหารส่งผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.450 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

สมมติฐานข้อที่ 2 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์พบว่ายอมรับสมมติฐาน โดยที่นวัตกรรมอาหารส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.740 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

สมมติฐานข้อที่ 3 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิเคราะห์พบว่ายอมรับสมมติฐาน โดยนวัตกรรมอาหารส่งผลต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.550 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

สมมติฐานข้อที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน โดยที่การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งผลต่อการปรับตัวของ

ผู้ประกอบแต่มีอิทธิพลในเชิงลบมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ  $-0.440$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.001$

สมมติฐานข้อที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผลการวิเคราะห์พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งผลต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่มีอิทธิพลในเชิงลบ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ  $-0.560$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.001$

สมมติฐานข้อที่ 6 มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิเคราะห์พบว่ายอมรับสมมติฐาน โดยมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ  $0.440$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.001$

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

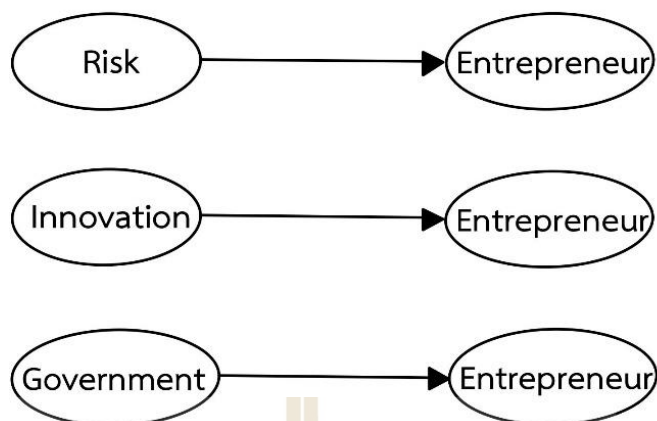
การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H7: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

H8: นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling : SEM) โดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยส่งผ่านความสัมพันธ์ด้วยตัวแปรคั่นกลาง

การวิเคราะห์ในขั้นที่ 1 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหาร ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ ซึ่งได้ผลการทดสอบความสัมพันธ์แสดงดังรูปที่ 4.2 และตารางที่ 4.10



รูปที่ 4.2 การทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 4.10 ค่าอิทธิพลทางตรงของตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหาร ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	อิทธิพลรวม (Total Effect)
Innovation → Entrepreneur	0.204***	-	1.553***
Risk → Entrepreneur	0.177 *	-	.177*
Government → Entrepreneur	0.308**	-	.308 **

\*p<0.05; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าอิทธิพลทางตรงของตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารที่มีต่อตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.204 โดยพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 23.968 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 15 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.598 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.986 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI)

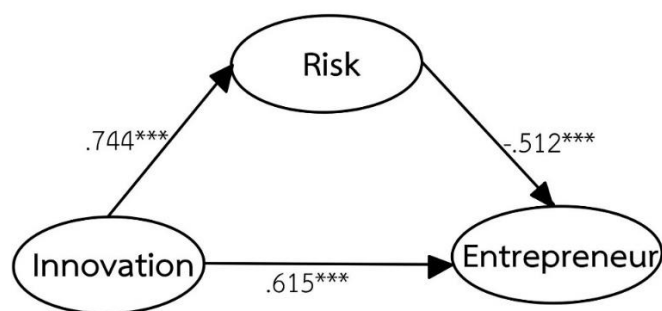
เท่ากับ 0.976 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.991 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010)

ตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการที่มีต่อตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.177 โดยพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 46.263 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 16 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 2.891 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.069 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.972 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.887 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.921 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 จึงถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดีของแบบจำลอง (Hair et al., 2010)

ตัวแปรด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีต่อตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.308 โดยพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 39.082 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 15 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 2.605 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.063 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.977 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.955 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.971 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010)

ต่อมาการวิเคราะห์ในขั้นที่ 2 การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหาร และตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผลการทดสอบความสัมพันธ์แสดงดังภาพที่ 4.3 และตารางที่ 4.11





รูปที่ 4.3 อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างด้านนวัตกรรมอาหารและด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาค่าอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

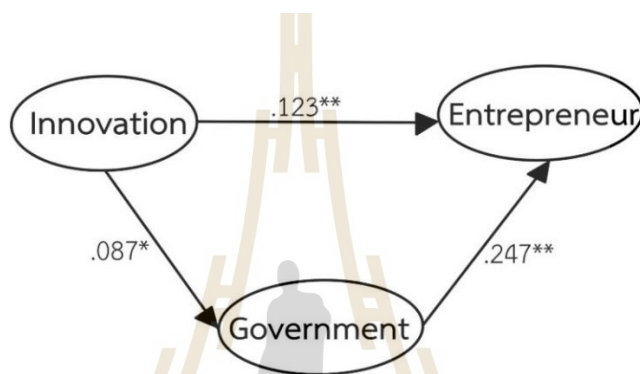
ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	อิทธิพลรวม (Total Effect)
Innovation → Risk	0.744***	-	-
Risk → Entrepreneur	-0.512***	-	-
Innovation → Entrepreneur	0.615***	-	-
Innovation → Risk → Entrepreneur	-	-0.381***	-

\*p<0.05; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001

จากตารางที่ 4.11 ผลจากการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ -0.381 โดยพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 110.179 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 41 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 2.687 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.065 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of

Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.957 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.956 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.971 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010)

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างโดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ โดยส่งผ่านความสัมพันธ์ด้วยตัวแปรคั่นกลางด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์จะแสดงดังรูปที่ 4.4 และตารางที่ 4.12



**รูปที่ 4.4** อิทธิพลของตัวแปรด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างด้านนวัตกรรมอาหาร และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

**ตารางที่ 4.12** ผลการศึกษาค่าอิทธิพลของตัวแปรด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	อิทธิพลรวม (Total Effect)
Innovation → Government	0.087*	-	-
Government → Entrepreneur	0.247**	-	-
Innovation → Entrepreneur	0.123**	-	-
Innovation → Government → Entrepreneur	-	0.022**	-

\*p<0.05; \*\*p<0.01; \*\*\*p<0.001

จากตารางที่ 4.12 ผลจากการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรด้านนวัตกรรมอาหารและตัวแปรด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.022 โดยพิจารณา ค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 107.940 ท้องศาอิสระ (df) เท่ากับ 44 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2 / df$ ) เท่ากับ 2.453 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.060 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.958 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.942 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.964 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010)

ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลาง สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 4.12

**ตารางที่ 4.13** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหาร และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ ที่มีตัวแปรคั่นกลางด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ และด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

สมมติฐาน	ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อม	ผลการทดสอบ
H <sub>7</sub>	Innovation → Risk → Entrepreneur	-0.381***	ยอมรับสมมติฐาน
H <sub>8</sub>	Innovation → Government → Entrepreneur	0.022***	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.13 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหาร และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการที่มีตัวแปรคั่นกลางด้านการรับรู้ความเสี่ยง

ของผู้ประกอบการและด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 7 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์พบว่ายอมรับสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้ โดยปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ  $-0.381$  ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นจากเดิมในชั้นที่ 1 เท่ากับ  $0.204$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.001$  และในชั้นที่ 2 เท่ากับ  $0.615$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.001$  แสดงว่าตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial Mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

สมมติฐานข้อที่ 8 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผลการวิเคราะห์พบว่ายอมรับสมมติฐาน โดยมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ  $0.563$  ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการลดลง จากเดิมในชั้นที่ 1 เท่ากับ  $0.204$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.001$  และในชั้นที่ 2 เท่ากับ  $0.123$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $0.01$  แสดงว่าตัวแปรมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial Mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ

#### 4.5 อภิปรายผลของการวิจัยเรื่องแบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมาสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานของงานวิจัยได้ดังนี้

##### 4.5.1 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งผลการวิจัยนั้นมีความสอดคล้องกับ Teewara Buchaiyaphum (2022) ที่ทำการศึกษารูปแบบนวัตกรรมการจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการปรับตัวของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนาดใหญ่ของประเทศไทย

โดยผลการศึกษาที่ค้นพบว่า นวัตกรรมการจัดการมีอิทธิพลในทางบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ สุมะธ พิมพ์แก้ว (2565) ที่พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในการปรับตัวช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 อยู่ในระดับมากอีกทั้งยังพบปัจจัยในการปรับตัวที่มีปัจจัยด้านนวัตกรรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบอิทธิพลเชิงบวกระหว่างนวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงโควิด-19 โดยนวัตกรรมอาหาร ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย มีบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีและมีความเป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดผู้บริโภค, นวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะในการบริการที่ดียิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ, นวัตกรรมกระบวนการ ประกอบด้วย การจัดอาหารเป็นชุด (Set Menu) เพื่อความสะดวกในการจัดเสิร์ฟ การจองคิวอย่างเป็นระบบเพื่อความรวดเร็วในการขาย การจัดพื้นที่รับประทานอย่างเป็นระเบียบเพื่อการจัดเสิร์ฟอย่างมีประสิทธิภาพ, และนวัตกรรมการตลาด ประกอบด้วย การสื่อสารกับลูกค้าซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อแจ้งข่าวสาร ข้อมูลการให้บริการ การประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ การโฆษณาและรายละเอียดการสั่งซื้อเพื่อความรวดเร็ว ซึ่งนวัตกรรมที่กล่าวมานี้จะมีส่วนสำคัญในการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้อย่างดีมากยิ่งขึ้นในสถานะที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Smith, 2006)

#### 4.5.2 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเนื่องจากการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการขายและประชาสัมพันธ์สินค้ารวมไปถึงการชำระเงินผ่านระบบในแอปพลิเคชันของธนาคารอื่นเนื่องมาจากช่วงของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่อาจทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขายสินค้าได้ตามปกติจึงทำให้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดความกังวลและไม่สบายใจเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว (Krimja C. et al., 2023) อีกทั้งการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการที่มีความกังวลในการดำเนินธุรกิจในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่กล้าออกมาซื้ออาหารนอกบ้านและนั่งรับประทานอาหารนอกบ้านในที่มีผู้คนมากและผู้บริโภคเองยังคงมีความกังวลมากขึ้นเกี่ยวกับความสะอาดและคุณภาพของอาหาร จึงทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำนวัตกรรมกรรมมาใช้เพื่อลดความกังวลและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค (สุมนมาศย์ ศรีเปลี่ยนจัน และ โรจนศักดิ์



โฉมวิไลลักษณ์, 2560) ทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้นในการซื้ออาหารและยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถคลายความกังวลในการประกอบธุรกิจในช่วงสภาวะวิกฤตเช่นนี้ได้

#### 4.5.3 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษาพบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากนวัตกรรมอาหารมีส่วนช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพของนโยบายรัฐที่ประกาศใช้ในช่วงการระบาดของโควิด-19 (Fathiya Damayra & Tamer Khatib, 2022) อีกทั้งยังสามารถลดผลกระทบและลดปัญหาได้ (Yossathorn Taweephon, 2022) สอดคล้องกับ สุพรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2566) ที่กล่าวถึงการใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาของประชาชนเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยการอาศัยการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายต่าง ๆ นอกจากนี้ Jianli Luo (2017) ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของนวัตกรรมและการกำหนดนโยบายของรัฐมีอิทธิพลต่อกันและยังช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพ และเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภายในประเทศได้ ทั้งนี้ ยังให้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยโดยนวัตกรรมอาหารไม่ว่าจะเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย มีบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ วัสดุวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีและมีความเป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดผู้บริโภค, นวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะในการบริการที่ดียิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ, นวัตกรรมกระบวนการ ประกอบด้วย การจัดอาหารเป็นชุด (Set Menu) เพื่อความสะดวกในการจัดเสิร์ฟ การจองคิวอย่างเป็นระบบเพื่อความรวดเร็วในการขาย การจัดพื้นที่รับประทานอย่างเป็นระเบียบเพื่อการจัดเสิร์ฟอย่างมีประสิทธิภาพ, และนวัตกรรมการตลาด ประกอบด้วย การสื่อสารกับลูกค้าซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อแจ้งข่าวสาร ข้อมูลการให้บริการ การประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ การโฆษณาและรายละเอียดการสั่งซื้อเพื่อความรวดเร็ว เป็นต้นภาครัฐสามารถเข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลือเพื่อลดผลกระทบและส่งเสริมผู้ประกอบการในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ (Nalinee Suradinkura, 2022) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้ในสภาวะที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

#### 4.5.4 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงลบต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมมาแล้วนั้น พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมักมี



ความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ คือ การรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวด้วยความยืดหยุ่นสามารถช่วยจัดการความเสี่ยงและลดผลกระทบอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ (Commander S. NavaneethaKrishnan, 2022) สำหรับผลของการวิจัยนี้นั้นปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้อันเนื่องมาจากการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการในช่วงแพร่ระบาดของโควิด-19 อาจมีอิทธิพลในเชิงลบต่อการปรับตัวได้เพราะการเอาชนะความเสี่ยงเหล่านี้จำเป็นต้องมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง การสนับสนุนทางการเงิน และแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้ประกอบการบางท่านอาจไม่ได้รับการช่วยเหลือที่ครอบคลุมในด้านต่าง ๆ (Jarumas Sangsavang&Pimprapa Luamsai, 2022) ทำให้ไม่สามารถจัดการกับความเสี่ยงเหล่านั้นเพื่อนำไปสู่การปรับตัว (อิทัต ตรีศิริโชติ, 2564) การจัดการกับความกังวลของผู้ประกอบการและการให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้อย่างยืดหยุ่น (Xiujun Tai&Liguang Lu,2020)

#### 4.5.5 การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการมีอิทธิพลในเชิงลบต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและแพร่กระจายเป็นวงกว้างส่งผลกระทบต่อทุกประเทศทั่วโลกและยังสร้างความวิตกกังวลต่อประชาชน (ธนบุรณ์ ยงทัศนีย์กุล และ โชฬศรีรัต ธรรมบุษดี, 2565) ในหลาย ๆ ด้านโดยเฉพาะด้านสาธารณสุขและด้านเศรษฐกิจ (จุฑามาศ ศรีรัตนา, 2564) และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังรับรู้ถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นต่อธุรกิจของตนในด้านต่าง ๆ เช่น ความรุนแรงของการแพร่ระบาด การลือกดาวน์ผลกระทบด้านการเงิน (ศลิษา รกรากทอง, 2564) รัฐบาลจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการหาทางช่วยเหลือเยียวยาผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบ

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการอาจรับรู้ความเสี่ยงในเชิงลบต่อมาตรการของรัฐบาลในช่วงโควิด-19 ได้ เพราะรัฐบาลอาจให้ข้อมูลที่คลุมเครือและให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการช้าจนเกินไปและข้อจำกัดในการจ่ายเงินเยียวยาผู้ประกอบการนั้นมีข้อจำกัดมากผู้ประกอบการบางรายจึงไม่ได้รับการช่วยเหลือเยียวยาเท่าที่ควร ซึ่งรัฐบาลคววางแผนเยียวยาและช่วยเหลือประชาชนในระยะยาว (รุจิรา คงเกิด และคณะ, 2566) นอกจากนี้ มาตรการบางอย่างของรัฐบาลที่ประกาศใช้นั้นไม่สอดคล้องกับผลกระทบที่ผู้ประกอบการได้รับรวมถึงสร้างความไม่สะดวกในบางเรื่องจึงทำให้เกิดการยอมรับมาตรการบางด้านน้อยลง (สุดารัตน์ กำเนิดทรัพย์ และ วราเมศวร์ วิเชียรแสน, 2565) อีกทั้งยังควรให้ข้อมูลที่มีความรวดเร็วทันทั่วถึงและแก้ไขปัญหาพร้อมกับผู้ประกอบการด้วยการรับฟังความคิดเห็นเพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงไปตรงมาได้ (สมศักดิ์ อัครศรีวรรณ, 2564)

#### 4.5.6 มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษาพบว่ามาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 นั้นหมายความว่ามาตรการเหล่านี้มีความสามารถที่จะช่วยเสริมสร้างและกระตุ้นกระบวนการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ เช่น การเปิดให้บริการทางออนไลน์หรือการจัดส่งสินค้าถึงบ้านของลูกค้า ระบบชำระเงินทางออนไลน์ เพิ่มมาตรการความปลอดภัยในร้านอาหาร เป็นต้น (สุภภัชชญา ทองคำผุย, 2564) มาตรการเหล่านี้สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีสามารถปรับแผนการทำงานและกลยุทธ์ธุรกิจของพวกเขาให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ (ประภาพร ดิษฐ์แสง, 2564) การบริหารจัดการและการดำเนินกิจกรรมในร้านอาหารจะเหมาะสมและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากโควิด-19 ผลการวิจัยนี้อาจช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในขณะนี้สามารถวางแผนและดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคตได้ด้วยความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

#### 4.5.7 นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาพบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ Rungarun Khasasin et al (2023) ทำการวิจัยถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 แล้วพบอิทธิพลของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้ในภาวะที่มีความเสี่ยงต่อธุรกิจจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 สอดคล้องกับ Santi Krajaeajan และ Natsaphan Pheaphan (2020) ที่ทำการศึกษาประเด็นด้านนวัตกรรมต่อธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยซึ่งผลการศึกษาพบว่าการสร้างการรับรู้และทัศนคติร่วมกันจะนำไปสู่การปรับตัวด้านการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ อีกทั้งการรับรู้ด้านนวัตกรรมยังทำให้เกิดการปรับตัวและปรับเปลี่ยนแนวความคิดเพื่อพัฒนาสิ่งใหม่ๆ (สโรชา ศิลป์พิทักษ์สกุล, 2561) สำหรับงานวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบแล้วยอมรับสมมติฐานที่ 7 คือนวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วนเท่านั้น

เนื่องจากการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความรู้ส่วนบุคคลที่มีต่อสถานการณ์โควิด-19 เช่น ผู้ประกอบการบางท่านสามารถลดความเสี่ยงด้านการตลาดลงได้ด้วยการหันไปใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นหรือให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในช่วงที่มีการแพร่ระบาดและเพิ่มช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Grab food, Line man, Shopee food เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการบางท่านก็อาจทำไม่ได้เนื่องจากเป็นร้านขนาดเล็กและมีข้อจำกัดในการเข้าร่วมเป็นพาร์ทเนอร์กับแพลตฟอร์มออนไลน์ นอกจากนี้ ยังมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินที่ผู้ประกอบการประสบปัญหาดังกล่าวเป็นอย่างมากจากสถานการณ์ดังกล่าว (Chunpeng Lin & Jinqiang Yang, 2022) ซึ่งผู้ประกอบการบางท่านก็ไม่สามารถประคับประคองธุรกิจให้อยู่รอดได้เนื่องจากเป็นร้านขนาดเล็กและมีสภาพคล่องในธุรกิจต่ำ จึงอาจกล่าวได้ว่า อิทธิพลทางอ้อมของนวัตกรรมอาหารที่มีต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงอาจแตกต่างกันได้ตามระดับการรับรู้และการจัดการความเสี่ยงของผู้ประกอบการแต่ละท่าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากเสนอแนะสำหรับงานวิจัยและวิเคราะห์เพิ่มเติมในอนาคตเพื่อทำความเข้าใจถึงความเสี่ยงเป็นรายด้านที่เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างนวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี

#### 4.5.8 นวัตกรรมด้านอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษาในงานวิจัยพบว่า มาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ หมายความว่า มาตรการของรัฐบาลมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างนวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงที่มีการแพร่ระบาด โดยมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่ แนวทางการจัดการอาหารอย่างปลอดภัย การเว้นระยะห่างทางสังคม และระเบียบปฏิบัติด้านสุขภาพหรือความปลอดภัยอื่น ๆ สามารถให้แนวทางปฏิบัติที่มีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เช่น การอำนวยความสะดวกด้วยแอปพลิเคชันไทยชนะ เราชนะ หรือหมอพร้อม มาใช้ในการจัดการแก้ไขสถานการณ์ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการปรับตัวให้แก่ผู้ประกอบการที่เกิดจากการระบอบใหญ่ (James Chakwizira, 2022) อีกทั้ง Meng, M. and Dabrowski, M (2022) ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในการใช้นวัตกรรมเพื่อวางแผนและกำหนดนโยบายของรัฐในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นำไปสู่การปรับตัวซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้ การให้ข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการระบาดของโควิด-19 เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบแล้วนำไปเป็นแนวในการปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ให้สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของตนด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันท่วงทีโดยรัฐบาลจะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจอย่างรอบคอบเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมอาหารมาประยุกต์ใช้และปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจของตนให้สอดคล้องกัน

(Petcharat Saisombut, & Donrudee Suwankiri, 2022) และการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และตัวของผู้ประกอบการเองยังมีความสำคัญต่อการร่วมกันหาทางแก้ไขปัญหาในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสด้วยการอาศัยเทคโนโลยีเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ นำไปสู่การปรับตัวที่ดียิ่งขึ้น (ทงศ์ศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ และคณะ, 2563) สิ่งสำคัญคืออิทธิพลของประสิทธิภาพจากมาตรการของรัฐบาลที่เป็นตัวแปรคั่นกลางอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะและขอบเขตของมาตรการที่นำมาใช้ การสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างครอบคลุม และการตอบสนองของผู้ประกอบการต่อมาตรการเหล่านั้นมีมากน้อยเพียงใดเพื่อก่อให้เกิดการปรับตัว



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดนครราชสีมา มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25

ข้อมูลทั่วไปของกิจการที่ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีนิยมจำหน่ายเป็นอาหารคาว จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีลักษณะการประกอบกิจการรถบรรทุกอาหารเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ระยะเวลาการดำเนินกิจการ 1-5 ปี เป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวันประมาณ 10-50 คน เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 และมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000-10,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25

##### 5.1.2 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** เพื่อศึกษาปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการปรับตัวต่อสถานการณ์โควิด-19 ในด้านนวัตกรรมอาหาร ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 โดยมีระดับความคิดเห็นในด้านนวัตกรรมอาหาร ได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$ =4.45) และด้านนวัตกรรมการตลาด ( $\bar{X}$ =4.41) อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านนวัตกรรมบริการ ( $\bar{X}$ =3.95) และด้านนวัตกรรมกระบวนการ ( $\bar{X}$ =4.20) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการได้ทำการตอบข้อคำถามจากแบบสอบถามจึงอาจสรุปได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีมีการมุ่งเน้นการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้แก่ การออกแบบและพัฒนาเมนูอาหารอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกและง่ายต่อการบริโภค และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มิดชิดปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านนวัตกรรมการตลาดอยู่



ในระดับมากที่สุดโดยผู้ประกอบการมีการหันมาใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบออนไลน์ มีการใช้ช่องทาง social media ในการประชาสัมพันธ์สินค้า และการใช้ช่องทางออนไลน์ในการโฆษณาสินค้า และมีการปรับปรุงกลยุทธ์ในการขายเพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้ในช่วงสภาวะวิกฤต

ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ได้แก่ ในปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ( $\bar{X}=4.47$ ) และด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ( $\bar{X}=4.33$ ) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ ( $\bar{X}=4.11$ ) และด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด ( $\bar{X}=3.77$ ) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการได้ทำการตอบข้อคำถามจากแบบสอบถามจึงอาจสรุปได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีเกิดการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการมีความกังวลในขั้นตอนการส่งมอบอาหารมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีความกังวลว่ากระบวนการทำงานจะไม่รวดเร็วเหมือนเดิมเนื่องจากการเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยโดยรัฐบาล เกิดความกังวลว่าการทำงานจะยุ่งยากมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการระบอบของโควิด-19 และเกิดความกังวลถึงขั้นตอนในการทำอาหารที่ต้องสะอาดปลอดภัยมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้ประกอบการยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินโดยผู้ประกอบการรู้ถึงการลดลงของยอดขายในช่วงสถานการณ์โควิด-19 รับรู้ถึงสถานะเศรษฐกิจถดถอยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในช่วงโควิด-19 อีกทั้งยังเกิดความกังวลจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ และรับรู้ถึงความไม่แน่นอนทางการเงินในธุรกิจของท่านเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจัยด้านการชะลอการชำระภาษี ( $\bar{X}=4.25$ ) และด้านมาตรการความปลอดภัย ( $\bar{X}=4.24$ ) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ ( $\bar{X}=3.91$ ) และด้านการพักชำระหนี้ ( $\bar{X}=3.79$ ) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการได้ทำการตอบข้อคำถามจากแบบสอบถามจึงอาจสรุปได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีมีความคิดเห็นต่อมาตรการด้านการชะลอการชำระภาษีของรัฐบาลโดยผู้ประกอบการได้รับการช่วยเหลือด้านภาษีจากรัฐบาล มีการได้รับข้อมูลด้านภาษีอย่างครอบคลุมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 อีกทั้งได้รับการขยายเวลาในการยื่นแบบชำระภาษีหรือสามารถชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และได้รับการงดเบี้ยปรับหากไม่สามารถชำระภาษีได้ภายในเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมาตรการความปลอดภัยที่ออกโดยรัฐบาลในช่วงโควิด-19 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ประกอบการและพนักงานในร้านได้รับวัคซีนป้องกันโควิด-19 แล้วอย่างน้อยสองเข็ม ทั้งนี้ ยังมีการสังเกตอาการของตนเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีการจัดพื้นที่เว้นระยะห่างอย่างเหมาะสม และมีการป้องกันตัวเอง



อยู่เสมอ เช่น สวมหน้ากากอนามัย ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาดของโควิด-19

ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดในปัจจุบันด้านการบริการ ( $\bar{X}$ =4.89) และด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล ( $\bar{X}$ =4.23) ส่วนปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยี ( $\bar{X}$ =3.94) และปัจจัยด้านการลดต้นทุน ( $\bar{X}$ =3.77) ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการได้ทำการตอบข้อคำถามจากแบบสอบถามจึงอาจสรุปได้ว่าผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีเกิดการปรับตัวในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านการมุ่งเน้นการบริการที่มีประสิทธิภาพให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความเข้าใจในการให้บริการลูกค้าอย่างถูกต้อง และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพของธุรกิจของตน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นในด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลอยู่ในระดับมากที่สุดโดยผู้ประกอบการมีการติดตามข่าวสารของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตลอดเวลา อีกทั้งยังปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยตามประกาศของรัฐบาลอย่างเคร่งครัด มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าด้วยความปลอดภัยห่างไกลเชื้อ และให้ความร่วมมือกับรัฐบาลอยู่เสมอ ถึงแม้จะมีการล็อกดาวน์ที่ทำให้ไม่สามารถออกไปจำหน่ายสินค้าได้เพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อ เพื่อให้สถานการณ์กลับเข้าสู่สภาวะปกติโดยไว

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

จากการศึกษาการทดสอบความสอดคล้องโดยภาพรวมของแบบจำลองสมการโครงสร้างมีผลลัพธ์ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาการวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 309.950 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 85 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2 / df$ ) เท่ากับ 1.646 อยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 3 ถือว่าแบบจำลองมีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.061 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Hu and Bentler, 1999) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.973 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Normed fit index: NFI) เท่ากับ 0.919 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.939 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ถือว่ามีค่าความสอดคล้องกลมกลืนดี (Hair et al., 2010) ดังนั้น ในภาพรวมค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองนั้นถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3** เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.450 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการโดยที่นวัตกรรมอาหารส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.740 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 นอกจากนี้ นวัตกรรมอาหารยังมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.550 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

ส่วนตัวแปรแฝงด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการส่งผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบโดยมีอิทธิพลในเชิงลบซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ -0.440 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 นอกจากนี้ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการยังมีอิทธิพลในเชิงลบต่อมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ -0.560 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

ทั้งนี้ ตัวแปรแฝงด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.440 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 4** เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

ผลการศึกษา พบว่า นวัตกรรมอาหารมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยมีตัวแปรคั่นกลางได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial Mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมอาหารและปัจจัยด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ -0.381 และ 0.022 ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผลการศึกษาเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การศึกษาอิทธิพลในเชิงลบของปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการที่มีต่อมาตรการของรัฐบาลในช่วงโควิด-19 ควรทำการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงต่อสถานการณ์ดังกล่าวเพื่อเข้าใจมุมมองและความรู้สึกของผู้ประกอบการต่อการรับรู้ถึงความรุนแรงของการแพร่ระบาดของโรค,

ผลกระทบทางการเงิน และกฎระเบียบและนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะการเชื่อมั่นและความคาดหวังในมาตรการของรัฐบาล ที่ช่วยเยียวยาและลดผลกระทบให้แก่ผู้ประกอบการได้ อีกทั้งการศึกษาถึงอิทธิพลเชิงลบที่มีต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการในช่วงที่มีการแพร่ระบาดนั้น อีกทั้งควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 โดยพิจารณาถึงผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็น และความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจกลับให้กลับสู่สภาวะปกติได้เพื่อสร้างแนวทางในการปรับปรุงและการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการกับความเสี่ยงได้ดียิ่งขึ้น เช่น การเพิ่มความตระหนักรู้ในการประเมินความเสี่ยง การสร้างและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและรัฐบาล การเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นอีกครั้งในอนาคต รวมไปถึงการสนับสนุนการพัฒนาด้านการสื่อสารและการเผยแพร่ข้อมูลให้กับผู้ประกอบการอย่างครบถ้วนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับตัว

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบาย

ภาครัฐและผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับตัวได้ ดังนี้

รัฐบาลควรมีการปรึกษาผู้ประกอบการอย่างครอบคลุมถึงผลกระทบในด้านต่าง ๆ และให้การสนับสนุนทางการเงินอย่างทั่วถึงเนื่องจากนโยบายบางประการมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อนเกินไปทำให้ผู้ประกอบการบางท่านไม่ได้รับการช่วยเหลือเท่าที่ควร ทั้งนี้รัฐบาลสามารถสนับสนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ โดยเช่นการสนับสนุนการตลาดออนไลน์หรือการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการติดต่อลูกค้าและเพิ่มยอดขายได้ อีกทั้งมีการส่งเสริมการอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจโดยรัฐบาลสามารถจัดโครงการอบรมและพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถี เช่น การให้คำปรึกษาทางธุรกิจ เทคนิคการจัดการความเสี่ยง หรือการพัฒนาทักษะในด้านการปรับตัวกับสถานการณ์ใหม่ และมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการพัฒนาธุรกิจ ตัวอย่างเช่นการส่งเสริมให้ใช้แพลตฟอร์มการสั่งอาหารออนไลน์ การนำเทคโนโลยีในการจัดการและสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ดีขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เมื่อเกิดสภาวะวิกฤตอื่น ๆ รัฐบาลจะสามารถวางแผนขั้นตอนในการรับมือต่อสถานการณ์ดังกล่าวได้ ยกตัวอย่างเช่น

1. มีการประสานงานร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชนและองค์กรนอกภาครัฐ: โดยรัฐบาลสามารถเข้าร่วมกับองค์กรภาคเอกชน เช่น องค์กรการกุศล หรือองค์กรกลุ่มอาสาสมัคร เพื่อให้

มีการประสานงานและการช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพและเกิดการแก้ไขปัญหาให้ได้มากที่สุด อีกทั้ง การให้ความช่วยเหลือด้านทรัพยากรที่จำเป็นซึ่งรัฐบาลสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการในภาวะฉุกเฉิน

2. การให้ความช่วยเหลือทางการเงิน: รัฐบาลสามารถให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้กับผู้ประกอบการ เช่น ให้สินเชื่อหรือสินเชื่อเพิ่มเติม โปรแกรมส่งเสริมการประกอบกร หลังจากภาวะวิกฤตเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับประคองธุรกิจให้สามารถอยู่รอดได้ นอกจากนี้ควรมีการให้ความช่วยเหลือในการตลาดและโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการในภาวะวิกฤตนอกเหนือจากโควิด-19

3. การให้ความรู้และที่ปรึกษา: รัฐบาลสามารถให้ความรู้และที่ปรึกษาในการจัดการภาวะวิกฤตนอกเหนือจากโควิด-19 โดยเชื่อมโยงกับทรัพยากรและความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการตระหนักและมีความพร้อมในการปรับตัวและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการในสถานการณ์วิกฤตที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคต

ทั้งนี้ เพื่อให้การช่วยเหลือเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การปรับตัวและการช่วยเหลือจะต้องพิจารณาและประเมินสถานการณ์ของภาวะวิกฤตรวมถึงความต้องการและทรัพยากรที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีสามารถดำเนินธุรกิจได้ในสภาวะฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

## 5.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติ

### 5.2.1 มิติด้านนวัตกรรมอาหาร

ผู้ประกอบการสามารถนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ในการปรับตัวต่อสภาวะวิกฤตได้ ด้วยการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น มีระบบส่งอาหารออนไลน์ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีสามารถนำเสนอระบบส่งอาหารออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งอาหารและรับสินค้าได้ที่บ้านหรือที่ทำงาน โดยใช้แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่สะดวกและใช้ง่ายเพื่อลดการสัมผัสและสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารกับลูกค้า จะช่วยสร้างความสัมพันธ์และความสามารถในการติดต่อกับลูกค้า โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อโฆษณา สร้างความสนใจ และแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารได้ และควรพัฒนานวัตกรรมในการบริการลูกค้า เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ช่วยในการจัดการระบบการจองที่นั่งหรือการใช้ระบบชำระเงินอัตโนมัติจะช่วยสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้าและลดการสัมผัสที่อาจเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19 นอกจากนี้ วัตถุประสงค์ที่ใช้ปรุงอาหารควรเป็นวัตถุประสงค์ที่มีคุณภาพและสะอาดปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าโดยการนำมิติด้านนวัตกรรมอาหารมาประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติจะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์โควิด-19 และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



### 5.2.2 มิติด้านการจัดการความเสี่ยง

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโดยอาจมีการจัดทำแผนการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม เช่น การป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 การดูแลสุขอนามัยภายในร้าน การปฏิบัติตามมาตรการสุขอนามัยที่รัฐบาลหรือองค์กรสาธารณสุขกำหนด เช่น การใช้หน้ากากอนามัย การฆ่าเชื้อในพื้นที่ร้านอาหาร และการเว้นระยะห่าง เพื่อลดความเสี่ยงในด้านสุขภาพและความปลอดภัยในแก่พนักงาน ลูกค้า และตัวผู้ประกอบการเอง ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นหากเกิดสถานการณ์วิกฤตขึ้นอีกครั้ง เช่น การใช้เทคโนโลยีในการตลาดออนไลน์ การให้บริการส่งอาหารแบบถึงบ้าน หรือการสร้างระบบการส่งอาหารออนไลน์ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดได้และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ

### 5.2.3 มิติด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวในด้านมาตรการสุขอนามัยที่รัฐบาลกำหนดเพื่อความปลอดภัยและลดการแพร่ระบาดของเชื้อและควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน นอกจากนี้ ควรมีการจัดทำแผนฉุกเฉินเพื่อจัดการกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้น เช่น กรณีที่พนักงานหรือลูกค้าติดเชื้อโควิด-19 อาจต้องมีการวางแผนทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในบริเวณร้านก่อนให้บริการแก่ลูกค้า อีกทั้งผู้ประกอบการควรปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อลดความแออัดและมีการระยะห่างทางสังคมที่เพียงพอ อาทิเช่น การจัดโต๊ะหรือนั่งที่เหมาะสม การจัดการจุดรับ-ส่งอาหารให้มีระยะห่างทางสังคม ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการดำเนินธุรกิจโดยอาจมีการสร้างช่องทางในการส่งอาหารออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันหรือระบบการส่งอาหารออนไลน์เพื่อลดการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งการนำมิติด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลไปประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัตินั้น สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารปรับวิธีปรับตัวและดำเนินกิจการอย่างเหมาะสมในสถานการณ์โควิด-19 หรือในสภาวะอื่น ๆ และยังทำให้เกิดการควบคุมความเสี่ยงอื่น ๆ และยังสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการได้อีกด้วย

### 5.2.4 มิติการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการหลายท่านได้รับผลกระทบผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรักษาการอยู่รอดของธุรกิจโดยจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนธุรกิจเพื่อเข้ากับสถานการณ์ใหม่ เช่น การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับลูกค้า การให้บริการ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียในการตลาดและโปรโมทสินค้าหรือบริการ เพื่อเติมเต็มช่องทางการขายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า อีกทั้งการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การใส่หน้ากากอนามัย การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อตามมาตรการที่กำหนด เพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคและป้องกันการติดเชื้อ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารและการให้บริการลูกค้าของพนักงานภายในร้านเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสถานะที่เกิดการแข่งขันสูงเนื่องจากการสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการให้บริการที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น ทั้งนี้ การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การปฏิบัติตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมเกิดความยั่งยืนในระยะยาวและผ่านพ้นช่วงเวลาที่ทำลายไปได้

### 5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา มีข้อจำกัดที่พบในงานวิจัย ดังนี้

1. งานวิจัยนี้เริ่มทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในงานวิจัยในเดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2566 ซึ่งในเวลานั้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้มีความรุนแรงน้อยลงและผู้ประกอบการบางส่วนได้เริ่มปรับตัวจากสถานการณ์ดังกล่าวได้มากขึ้นจึงทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการปรับตัวแล้ว สำหรับงานวิจัยที่จะเกิดขึ้นในอนาคตผู้วิจัยแนะนำให้มีการศึกษาถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการหลังจากที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ว่าผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวในด้านใดบ้างเพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการปรับตัวต่อสภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
2. ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในบริเวณจังหวัดนครราชสีมาที่ประกอบธุรกิจอยู่บริเวณอำเภอเมืองนครราชสีมาและอำเภอปักธงชัยเพื่อความสะดวกในการรวบรวมข้อมูลสำหรับนำกลับมาวิเคราะห์ ดังนั้นในงานวิจัยในอนาคตผู้วิจัยแนะนำให้ทำการศึกษาโดยระบุขอบเขตที่ชัดเจนสำหรับการเก็บข้อมูลเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกลมกลืนกันในด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจหรืออาจศึกษาในพื้นที่ต่างกันเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม ความแตกต่างในพฤติกรรม เป็นต้น ทั้งนี้ จะช่วยให้ข้อมูลในงานวิจัยมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถนำมาวิเคราะห์และอธิบายได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น



## รายการอ้างอิง

- Marcoulides, G. A. Tenko.R. (2006). *A First Course in Structural Equation Modeling (2nd ed.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Abyiot Teklu Meshesha. (2022). Effects of perceptions on adoption of climate-smart agriculture innovations: empirical evidence from the upper Blue Nile Highlands of Ethiopia. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 14, 293-311.
- Achmad Nurmandi, Abitassha Az Zahra Retnowati WD.Tuti. (2022). Handling COVID-19 in the capital city of Jakarta with innovation policy: the scale of social restrictions policy. *Heliyon*, 8(5).
- Aegapop Maneenart and Arisara Akarapisit. (2021). Perceived Marketing Factors Affecting Consumers' Purchasing Decision Making of Environmentally Friendly Products in the Bangkok Metropolitan Area. *Siam Academic Review*, 22(38).
- Agata Lo Giudice and Alessandro Bonadonna Simona Alfiero. (2017). Street food and innovation: the food truck phenomenon. *British Food Journal*, 119, 2462-2476.
- Ana K. Spalding, Arielle Levine, Erika Allen Wolters Melissa Ward. (2022). California shellfish farmers: Perceptions of changing ocean conditions and strategies for adaptive capacity. *Ocean & Coastal Management*, 225.
- Antonio Meles. (2023). The influence of green innovation on default risk: Evidence from Europe. *International Review of Economics & Finance*, 84, 692-710.
- Ariane Boudier, Philippe Maincent, Jean Vigneron, & Igor Clarot Célia Boukoufi. (2022). Food-inspired innovations to improve the stability of active pharmaceutical ingredients. *International Journal of Pharmaceutics*, 623.
- Bronwyn H., Francesca Lotti, and Jacques Mairesse Hall. (2009). Innovation and Productivity in SMEs: Empirical Evidence for Italy. *Small Business Economics* 33 (1), 13-33.

- Bs. Titi Haerana. (2022). Compliance of the COVID-19 prevention protocols on daily activities among adolescents in the period of early adapting new habits, South Sulawesi Province, Indonesia. *The 3rd International Nursing and Health Sciences Students and Health Care Professionals Conference*, (463-467). Indonesia.
- Buthaina Al MudafHaya Al Tawalah, Wadha A. Al Fouzan, Gheed Al Salem, Hanaa A. Alghanim, Samaa Zenhom Ibrahim, Hossam Elamir & Hamad Al Kharji Talal ALFadhlah. (2022). Baseline assessment of staff perception of critical value practices in government hospitals in Kuwait. *BMC Health Services Research* .
- Carl H.Christensen. (1990). Characteristics of innovative firms in the Brazilian computer industry. *Journal of Product Innovation Management Volume 7, Issue 2*, 123-134.
- Castro, M. P., & Zermeño, M. G. (2021). Being an entrepreneur post-COVID-19 – resilience in times of crisis: a systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 721-746. [https://doi.org/ 10.1108/JEEE-07-2020-0246](https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2020-0246)
- Chakwizira, J. (2022). Stretching resilience and adaptive transport systems capacity in South Africa: Imperfect or perfect attempts at closing COVID -19 policy and planning emergent gaps. *Transport Policy*, 125, 127-150. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2022.06.003>
- Chi, N. T. (2021). Innovation capability: The impact of e-CRM and COVID-19 risk perception. *Technology in Society*, 67. [https://doi.org/10.1016/ j.techsoc.2021.101725](https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101725)
- Collins, C. a. (2006). Knowledge Exchange and Combination: The Role of Human Resource Practices in the Performance of High Technology Firms. *Academy of Management Journal*, 49, 544-560. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2006.21794671>
- Changqing Liu and Lei Li. (2021). Place-based techno-industrial policy and innovation: Government responses to the information revolution in China. *China Economic Review*, 66.
- Chunpeng Lin and Jinqiang Yang. (2022). Entrepreneur’s incentives for risk-taking and short-term debt. *International Review of Financial Analysis*,84.

- Claudia Fuchs and Michael Siegrist Cornelia Staub. (2022). Risk perception and acceptance of health warning labels on wine. *Food Quality and Preference*, 96.
- Commander S. NavaneethaKrishnan. (2022). Entrepreneurial Interventions for crisis management: Lessons from the Covid-19 Pandemic's impact on entrepreneurial ventures. *International Journal of Disaster Risk Reduction*,72.
- David B. Audretsch and Albert N. Link. (2012). Entrepreneurship and innovation: public policy frameworks. *The Journal of Technology Transfer*, 1-17.
- David Smith. (2006). *Exploring Innovation*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- D. O. McKee, P. R. (1989). Strategic Adaptability and Firm Performance: A Market-Contingent Perspective. *Journal of Marketing*, 53(3), 21-35. doi:10.2307/1251340
- Damayra, F., & Khatib, T. (2022). Assessment of innovation policy standards' impact on local development of renewable energy in Palestinian local government units. *Renewable Energy*, 187, 177-192. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2022.01.065>
- Dehghani, M., Kennedy, R. W., Mashatan, A., Rese, A., & Karavidas, D. (2022). High interest, low adoption. A mixed-method investigation into the factors influencing organisational adoption of blockchain technology. *Journal of Business Research*, 149, 393-411. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.015>
- Diana Gavilan. (2021). Innovation in online food delivery: Learnings from COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science*.
- E.K. Kelloway. (2015). *Using Mplus for Structural Equation Modeling; A Researcher's Guide*. CA: Sage Publications.
- Everett M. Rogers. (1983). *DIFFUSION OF INNOVATIONS*. London: Collier Macmillan.
- F. & Gopalakrishnan S Damanpour. ( 2001). The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations. *Journal of Management Studies* Vol. 38, no. 1, 65-84.
- Fathiya Damayra and Tamer Khatib. (2022). Assessment of innovation policy standards' impact on local development of renewable energy in Palestinian local government units. *Renewable Energy*, 187, 177-192.

- Gopalakrishnan. (1999). Reexamination of Product and Process Innovations Using a Knowledge-Based View. *The Journal of High Technology Management Research*. Vol. 10, no. 1, 147-166.
- Gyan Prakashb, Anil Kumar, Eswara Krishna Mussada, Jiju Antone, Sunil Luthra Sahiba Sharma. (2021). Analysing the relationship of adaption of green culture, innovation, green performance for achieving sustainability: Mediating role of employee commitment. *Journal of Cleaner Production*.
- Lee Wainwright and Pablo Muñoz. (2020). Restorative entrepreneuring: A new cross-disciplinary agenda to support at-risk social groups. *Journal of Business Venturing Insights*, 13.
- leamvijarn, S. (2023). Policy Innovation and Economic Driving in Maha Sarakham Province. *Journal of Research and Development Institute*, Rajabhat Maha Sarakham University, 10(3).
- Islam, T. A. (2022). A business approach to climate adaptation in local communities. *Journal of Environmental Management*, 312. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.114938>
- J., R. Schermerhorn. (2005). *Management 8th ed.* New York: John Wiley & Sons.
- J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- James Chakwizira. (2022). Stretching resilience and adaptive transport systems capacity in South Africa: Imperfect or perfect attempts at closing COVID -19 policy and planning emergent gaps. *Transport Policy*, 125, 127-150.
- Jean-Claude Thouret. (2022). Defining population socio-economic characteristics, hazard knowledge and risk perception: The adaptive capacity to persistent volcanic threats from Semeru, Indonesia. *International Journal of Disaster Risk Reduction*.
- Janzen, B., & Radulescu, D. (2022). Effects of COVID-19 related government response stringency and support policies: Evidence from European firms. *Economic Analysis and Policy*, 129-145. doi: 10.1016/j.eap.2022.07.013
- Jovanovic Boyan. (1982). Selection and the Evolution of Industry. *Econometric Society* 50(3), 649-670.

- K Rennings.(2000). Redefining Innovation-Eco-Innovation Research and the Contribution from Ecological Economics. *Ecological Economics*, 32, 319-332.
- K. A. and R. STINE BOLLEN. (1989). Bootstrapping structural equation models: variability of indirect effects and goodness of fit measures. *Presented at the 1988 Convention of the American Sociological Association*. Atlanta,GA.
- Kanokkarn Snae Namahoot. (2021). Integrating Diffusion of Innovation Theory with Perceived Risk and Attitude to Measure Elderly' Intention to use Mobile Banking in Thailand. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(1).
- Kamnerdsap, S., & Vichiensan, V. (2023). Perception of passengers on COVID-19 countermeasures: case study of blue and purple. *Journal of Engineering and Innovation*, 16(1).
- Kelloway, E. (2015). *Using Mplus for Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks: CA: Sage.
- Kessarin Wingpat. (2022). Effect on Quality of Life and Adjustment of Elders in the Coronavirus Disease 2019 Epidemic (COVID-19): A Case Study of Ban Bung Subdistrict Administrative Organization, Mueang District, Phichit Province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 137-148.
- Klaus- Peter Wiedmann, Steffen Schmidt Levke Albertsen. (2020). The impact of innovation-related perception on consumer acceptance of food innovations – Development of an integrated framework of the consumer acceptance process. *Food Quality and Preference*, 84.
- Khasasin, R., Prachuamoh, A., Khasasin, K., & Pojsupap, T. (2022). Factors Affecting Public Service Services of Local Administrative Organizations in Rayong Province on the Situation of the Epidemic of Coronavirus Disease (COVID-19). *Romphruek Journal*, 41(1), 271-240.
- Krimja, C., Sreyantha, S., Srisopachit, P., Chandhrarome, N., & Nawapornkongprecha, K. (2023). Perception of Risks Online Financial Banking Innovations Users that Affect the Trust of Commercial Bank in Thailand. *Journal of Educational Management and Research Innovation*, 270-277.

- L. and Cameron, A.J. Grigsby-Duffy. (2022). Food industry perspectives on potential policies targeting unhealthy food and beverage price promotions in Australian supermarkets. *BMC Public Health*.
- L., Tan,W., Xu, Y. & Tan, G. Zhang. (2012). Dimensions of Consumers' Perceived Risk and Their Influences on Online Consumers' Purchasing Behaviour. *Communications in Information Science and Management Engineering* 2(7), 8-14.
- L.-t., & Bentler, P. M. Hu. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Lumpkin G.T., Bringham K.H.& Moss T.W. (2010). Long-term orientation: Implications for the entrepreneurial orientation and performance of family businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(3-4), 241-264.
- M.A Schilling. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. New York: McGraw-Hill Education.
- M.L. & Nadler, D Tushman. (1986). Organizing for Innovation. *California Management Review*. Vol.28, no. 3, 74-92.
- Marcelode Souza Bispo and Larissa LucenaAlmeida. (2020). Food trucks and food parks as a social innovation of eating out practice: A study in João Pessoa - Brazil. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20.
- Marcin Dabrowski Meng Meng. (2022). Spatial planning in the face of flood risk: Between inertia and transition. *Cities*, 126.
- Marketeer. (2546). **Perceived Risk** [ออนไลน์]. ได้จาก Marketeer: [https:// marketeer online.co/](https://marketeeronline.co/) (เข้าถึงเมื่อ 8 สิงหาคม 2564)
- Martin Charter and Tom Clark. (2007). *Sustainable Innovation* . United Kingdom.
- Maurizio La Rocca,Francesco Fasano,&Alfio Cariola Tiziana La Rocca. (2022). Does a country's environmental policy affect the value of small and medium sized enterprises liquidity in the energy sector? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- May Portuguese Castro. (2020). Being an entrepreneur post-COVID-19 – resilience in times of crisis: a systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 721-746.



- McKee, and Varadarajan, P. R., & Pride, W. M. D. O. (1989). Strategic adaptability and firm performance: a market-contingent perspective. *Journal of Marketing* 53(3), 21-35.
- Md. Qamruzzaman, Ahmed Muneeb Mehta Ganlin Pu. (2021). Innovative Finance, Technological Adaptation and SMEs Sustainability: The Mediating Role of Government Support during COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13.
- Merlyn S. Thomas and Yaohua Feng. (2021). Consumer risk perception and trusted sources of food safety information during the COVID-19 pandemic. *Food Control*.
- Mekanukroh, P. (2012). **Using the five senses to enhance experiences with food**. Bangkok: The Ministry of Culture.
- Meng, M., Dabrowski, M., Xiong, L., & Stead, D. (2022). Spatial planning in the face of flood risk: Between inertia and transition. *Cities*, 126. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103702>
- Muhammad Umar, Rabia Akram, and Ersin Caglar Kai-HuaWang. (2021). Is technological innovation making world "Greener"? An evidence from changing growth story of China. *Technological Forecasting and Social Change* Volume 165.
- Nalinee Suradinkura. (2022). Food Innovation Promoting Industry of the Future towards Sustainability to Enhance the Ministry of Industry Competitiveness. *Rajapark Journal* Vol. 16 No. 48.
- Nuanpit Meedaycha and Phutthisun Kruekum. (2019). Perception of Agricultural Development under Thailand's 4.0 Policy of Farmers in Sobperng Sub-district, Maetaeng District, Chiang Mai. *Journal of Agri. Research & Extension*, 37(3), 60-70.
- Nunnally and Bernstein. (1994). *Psychometric theory (3rd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- O., Yaprakli, S., Yilmaz, M. K., & Husain, J. Demirdogen. (2010). Customer risk perceptions of internet banking – A study in Turkey. *The Journal of Applied Business Research*, 26, 57-65.
- OECD. (2005). *Oslo Manual GUIDELINES FOR COLLECTING*. FRANCE.

- Paola Graciano. (2023). The impact of risk-taking and creativity stimuli in education towards innovation: A systematic review and research agenda. *Thinking Skills and Creativity*,47.
- Pantea Foroudi. (2021). The gloom of the COVID-19 shock in the hospitality industry: A study of consumer risk perception and adaptive belief in the dark cloud of a pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 92.
- Patricio S.Dalton, Nguyen Nhung,& Julius Rüschenpöhler. (2020). Worries of the poor: The impact of financial burden on the risk attitudes of micro-entrepreneurs. *Journal of Economic Psychology*,79.
- Parisa Haim Faridian. (2022). Leading open innovation: The role of strategic entrepreneurial leadership in orchestration of value creation and capture in GitHub open source communities. *Technovation*.
- Pablo Muñoz, Gabriella Cacciotti, & Deniz Ucbasaran (2020). Failing and exiting in social and commercial entrepreneurship: The role of situated cognition. *Journal of Business Venturing Insights*.
- Saisombut P.& Suwankiri D. (2022). THE ADAPTATION OF ELDERLY DURING COVID-19 PANDEMIC. *Journal of MCU Buddhapanya Review* Vol. 7 No. 3.
- Pimkaew, S. (2022). FACTORS AFFECTING ON ADAPTION TO BUSINESS OPERATIONS OF ENTREPRENEURS SMES DURING CORONAVIRUS DISEASE 2019 (COVID-19) IN BANGKOK AND PERIMETER.
- Raja Cherif. (2022). Women entrepreneurs in Tunisia within the context of the covid-19: Constraints, dilemmas and resilience behavior. *Procedia Computer Science*,204,581-590.
- R. and Clark, K. Henderson. (1990). Architectural Innovation : The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 9-30.
- R. E.,& Lomax, R. G Schumacker. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- R.B. Kline. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.

- Rinaldo Evangelista and Antonio Vezzani. (2010). The economic impact of technological and organizational innovations. A firm-level analysis. *Research Policy, Elsevier*, vol.39(10), 1253-1263.
- Rungarun Khasasin, Wisanu Petchthai, Peeraya Setthapat and Kairung Khasasin. (2022). Adaptation of Small and Medium Enterprises (SMEs) affected by the outbreak of the novel Coronavirus infection disease 2019. **Journal of Educational Innovation and Research** Vol. 7 No. 1. <https://doi.org/10.14456/jeir.2023.18>
- Ruguo Fan and Yitong Wang. (2022). The effect of government policies and consumer green preferences on the R&D diffusion of new energy vehicles: A perspective of complex network games. *Energy*, 254.
- Ruompol Jantasart and Teewara Buchaiyaphum. (2022). CAUSAL RELATIONSHIP FACTOR COMPETITIVENESS SUPPLY CHAIN OPERATIONS FOR ENTREPRENEURS' PERFORMANCE IN THE NEW NORMAL. *Interdisciplinary Sripatum Chonburi Journal*, 8(2).
- Ryan William Kennedy Milad Dehghani. (2022). High interest, low adoption. A mixed-method investigation into the factors influencing organisational adoption of blockchain technology. *Journal of Business Research*, 149, 393-411.
- S Herkema. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects . *The Learning Organization* Vol. 10, no. 6, 340-346.
- S. M. & Sangreung, J. Pi. (2011). The Perceived risks of online shopping in Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 39(2), 275-285.
- Santi Krajaeajan and Natsaphan Pheaphan. (2020). Factors affecting of the Open Innovation of Restaurant Business in Thailand. **Journal of Modern Learning Development** Vol. 5 No. 5.
- Sany Carleya, David M. Konisky LauraHelmke-Long. (2022). Municipal government adaptive capacity programs for vulnerable populations during the U. S. energy transition. *Energy Policy*, 167.
- Sarah J. Garner and Paul Garner. (1986). Consumers' Risk Perceptions and Search for Information in Accounting Service Purchases. *Woman C.P.A.* Vol. 47 Iss. 4, Article 5.
- Schiffman&Kanuk. (2000). *Customer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Sergio Barile, Francesca Landolo, and Antonio Laudando Cristina Simone. (2022). Platform-based innovation ecosystems: Entering new markets through holographic strategies. *Industrial Marketing Management* Volume 105, 467-477.
- Supanee Peawnalaw, Siritida Sripituk and Ausaniyaphon Chantorn Natawan Khumsaen. (2021). Knowledge, Attitude, And Preventive Practice Towards COVID-19 Among Thai People Living With HIV/AIDS: An Online Survey. *HIV Nursing*.
- Syed Shahwar Hussain & Asma Javed Shumaila Zeb. (2021). COVID-19 and a way forward for restaurants and street food vendors. *Cogent Business & Management*.
- Tara Williams and Ali Lakhani. (2021). Strengthening collaboration through collective impact: A rural Australian case study. *Community Development*, 52, 522-537.
- Tai, X., Lu, L., Jiang, Q., & Chang, D. (2020). The perception of desertification, its social impact and the adaptive strategies of ecological migrants in the desertification area, China. *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, 18(4), 324-330. <https://doi.org/10.1016/j.cjpre.2020.05.001>
- Tasneem Afreen Islam. (2022). A business approach to climate adaptation in local communities. *Journal of Environmental Management*.
- Temsiri Thongsiripan and Jutamard Thaweepaiboonwong. (2021). The Influence of Perceived Organizational Support, Perceived Supervisor Support and Perceived Coworker Support on Innovative Work Behavior and Job Performance of Employees of a Company Group in Machinery and Parts Industry, Thailand. *Executive Journal*.
- Teklu, M. A. (2022). Effects of perceptions on adoption of climate-smart agriculture innovations: empirical evidence from the upper Blue Nile Highlands of Ethiopia. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 14(3), 293-311. <https://doi.org/10.1108/IJCCSM-04-2021-0035>
- Matookchund, N. G., & Steyn, R. (2019). Performance appraisal as an antecedent to innovation: *An analysis of its Executive Journal*.

- Thomas Hughes. (1987). *The evolution of large technological systems*. Cambridge, Massachusetts & London, England: MIT Press.
- Vincent Dutot, & Maher Kachour Jessica Lichy. (2022). When technology leads social business: Food truck innovation. *Technological Forecasting and Social Change*.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- W.G. Cochran. (1977). *Sampling Techniques (3rd Ed.)*. New York: Wiley & Sons.
- W.J. & Utterback, J.M. Abernathy. (1978). Patterns of Industrial Innovation. *Technology Review*. Vol.80, 40-47.
- Wannipa Soongsumal and Pimchanok Paireepinas. (2021). Adjustment of the Informal Employment Under the Social Crisis a Case Study a Group of Taxi Drivers in Selaphum District, Roi Et Province. *Journal of Modern Learning Development* Vol.6 No.6.
- Wicharat Paointr. (2020). *Factors affecting consumers' intention to use online food delivery service during coronavirus disease (COVID-19)*. Thammasat University.
- Wongnai. (2564). *สถานการณ์ร้านอาหารในภาคอีสาน* [ออนไลน์]. ได้จาก Wongnai: <https://econoffice.kku.ac.th/upload/news/1615841838s6.pdf> (เข้าถึงเมื่อ 8 สิงหาคม 2565)
- Xiong, Y. (2022). Perceptions and knowledge regarding the COVID-19 pandemic between U.S. and China: a mixed methods study. *Globalization and Health*. doi: 10.1186/s12992-022-00864-y
- Xiujun Tai and Liguang Lu. (2020). The perception of desertification, its social impact and the adaptive strategies of ecological migrants in the desertification area, China. *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, 18(4).
- Yanfei Li and Hui Li. (2022). Technological catch-up and innovations of China's offshore oil and gas equipment-manufacturing industry: The role of the supply chain and government policy. *Journal of Cleaner Production*.
- Yossathorn Taweephon. (2022). Public Sector Innovation for Solving Repeat Salt Intrusion Problem into Lagoons and Agricultural Areas in Songkhla Lagoon Basin, Thailand. *Journal of Academic for Public and Private Management* Vol. 4 No. 2

Yuetang Bian and Yueyue Lin. (2022). Cognitive Bias Model of High-tech Product Value on Heterogeneous Perception of Innovation Risk by the Public. *Procedia Computer Science*, 202, 228-243.

Shiyuan Zheng, Kun Wang, Xiaowen Fu, Anming Zhang & Ying-En Ge. (2022). The effects of information publicity and government subsidy on port climate change adaptation: Strategy and social welfare analysis. *Transportation Research Part B*, 284-312. <https://doi.org/10.1016/j.trb.2022.11.001>

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2564). การบูรณาการทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมกับการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเพื่อวัดความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(1).

กรรณก จิรสถิตพรพงศ์. (2564). ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อหลักการบริหารกิจการบ้านเมือง และสังคมที่ดีของรัฐบาล กรณีศึกษาสถานการณ์ COVID-19. *วารสารธรรมศาสตร์*, 93-113.

กรมควบคุมโรค. (2565). สถานการณ์ผู้ป่วยโควิด-19 ภายในประเทศ [ออนไลน์]. ได้จาก กระทรวงสาธารณสุข: <https://ddc.moph.go.th/covid19-dashboard/?dashboard=main> (เข้าถึงเมื่อ 8 สิงหาคม 2565)

กรมบัญชีกลาง. (2565). สำนักงานคลังจังหวัดขอนแก่น [ออนไลน์]. ได้จาก กรมบัญชีกลาง: [https://www.cgd.go.th/cs/kkn/kkn/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%812.html?page\\_locale=th\\_TH](https://www.cgd.go.th/cs/kkn/kkn/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%812.html?page_locale=th_TH) (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)

กรมบัญชีกลาง. (2565). สำนักงานคลังจังหวัดนครราชสีมา [ออนไลน์]. ได้จาก กรมบัญชีกลาง: <https://www.cgd.go.th/cs/nma/nma/%e0%b8%ab%e0%b8%99%e0%b9%89%e0%b8%b2%e0%b8%ab%e0%b8%a5%e0%b8%b1%e0%b8%81.html> (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)

กรมบัญชีกลาง. (2565). สำนักงานคลังจังหวัดอุดรธานี [ออนไลน์]. ได้จาก กรมบัญชีกลาง: [https://www.cgd.go.th/cs/udn/udn/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%812.html?page\\_locale=th\\_TH](https://www.cgd.go.th/cs/udn/udn/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%812.html?page_locale=th_TH) (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจร้านอาหาร [ออนไลน์]. ได้จาก [https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2562/T26/T26\\_201902.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201902.pdf) (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)



- กรมอนามัย. (2563). ได้จาก กรมอนามัย: <https://covid19.anamai.moph.go.th/th/> (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)
- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). ได้จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/index.php/> (เข้าถึงเมื่อ 4 กรกฎาคม 2565)
- กฤษณี บุญล้อม. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวและการยอมรับนวัตกรรมกับความสำเร็จในการดำเนินชีวิตของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- จุฑามาศ ศรีรัตน์. (2564). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภค ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*.
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2562). แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(3), 491-504.
- ธนันธร มหาพรประจักษ์. (2563). *ปรับธุรกิจให้อยู่รอดในยุค New Normal* [ออนไลน์]. ได้จาก ไทยรัฐออนไลน์: <https://www.thairath.co.th/business/economics/1955640> (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)
- ธีรภัทร เจริญฤทธิ์ และ นฤกร ไชยสุขทักษิณ. (2564). การปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีศึกษา ตลาดกิมหยง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สงขลา: หลักสูตรสวัสดิการสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต โควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และ อมเรศ กลิ่นบัวแก้ว. (2564). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19). *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(8).
- นลินี พานสายตา. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการซื้ออาหารเดลิเวอรี่ออนไลน์ในสถานการณ์โควิด-19 ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายและแซตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ*.
- นัชชา เกิดอินทร์. (2564). มาตรการการเยียวยาของรัฐต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *Journal of Roi Kaensarn Academi*.

- นัชชา เกิดอินทร์ กาญจนพร วงศ์อาจและโชติ บดีรัฐ. (2564). มาตรการการเยียวยาของรัฐต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(11).
- นางสาวสโรชา ศิลป์พิทักษ์สกุล. (2561). การรับรู้การเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของแรงงานในยุคอุตสาหกรรม 4.0 กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประภาพร ดีสุขแสง และ พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. (2564). การปรับตัวของร้านอาหารริมบาทวิถี (STREET FOOD) ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *วิทยานิพนธ์ธุรกิจบัณฑิตมหาบัณฑิต.คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยนครสวรรค์*.
- พสุนาด เมฆานุเคราะห์. (2555). การใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพื่อเปิดรับประสบการณ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติกับร้านอาหารเช่นหรือร้านหาบเร่ริมทาง. *กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม*.
- มนลีชา อินทจักร. (2564). การยกระดับสินค้าและบริการในธุรกิจร้านอาหารด้วยอนุศิลป์วิทยาการ: กรณีศึกษาร้านอาหาร Medium Rare จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 119.
- มาลัย ลีสงสิทธิ์ลาสัย และ ชำนาญ งามมณีอุดม. (2561). การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่งเสริมการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม (RD&I) ต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไทยที่มีประสบการณ์ด้านการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*.
- รชฎ เลียงจันทร์. (2563). ห่วงโซ่มูลค่าโลกใหม่หลังการระบาดใหญ่ของโควิด-19. *Krungsri Research*.
- รุจิรา คงเกิด, เพ็ญยุพา อัครภูมิ, วรกานต์ เทพนอก, ศิริลักษณ์ ขวัญมนต์, จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล. (2564). การรับมาตรการเยียวยาของประชาชนต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 12(1)
- เรวดี จงสุวัฒน์ และ จันทร์จิรา โพธิ์สัตย์. (2562). การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ. สมุทราสาร: สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.
- วรรณิภา สูงสุมาลย์ และ พิมชนก ไพรีพินาศ. (2564). การปรับตัวของแรงงานนอกระบบภายใต้วิกฤตทางสังคมจากการเกิดโรคระบาดไวรัสโควิด 19 กรณีศึกษา กลุ่มคนขับรถรับจ้าง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *Journal of Modern Learning Development*, 6(6), 155-169.

- วาสนา คำไทย และ อุมาวดี เดชธำรงค์. (2561). ผลกระทบของการรับรู้ตราวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์และการ มุ่งเน้นการแข่งขันที่มีต่อประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*(16), 149-160.
- วิจิต อุ่ออัน. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศลิษา รกรากทอง. (2564). การปรับตัวของธุรกิจคาเฟ่ร้าน 111 Social Club เพื่อรองรับสถานการณ์โควิด-19ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8*, (หน้า 252-265).
- ศิริพร เนธิบุตร และ ณิชฎกานต์ อัครพงษ์พิศักดิ์. (2564). ผลกระทบจากมาตรการลดการเผาอ้อยและการปรับตัวในเชิงของวิธีการดำรงชีพของชาวไร่อ้อย กรณีศึกษาหมู่บ้านท่าสวรรค์ ตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาด่าง จังหวัดเลย . *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 95-102.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2565). ธุรกิจร้านอาหารปี 65 คาดพลิกกลับมาฟื้นตัวร้อยละ 5.0 – 9.9 การแพร่ระบาดของ Omicron และต้นทุนวัตถุดิบยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ (กระแสดูแลฉบับที่ 3299) [ออนไลน์]. ได้จาก ศูนย์วิจัยกสิกร: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/restaurant-z3299.aspx> (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)
- สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์.(2566). นวัตกรรมนโยบายกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 10 (2).
- สุนนมาศย์ ศรีเปลี่ยนจัน และ โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์.(2560). ประสบการณ์การซื้ออาหารออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้ออาหารออนไลน์.การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 12 ปี การศึกษา 2560.
- สมศักดิ์ อัครศรีวรรณนท์, กมลพร กัลยาณมิตร, สติฉัย นียมญาติ และ ทศนีย์ ลักขณาภิชนซ์. (2564). การนำมาตรการเยียวยาช่วยเหลือธุรกิจ SME's ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ไปปฏิบัติ. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(3), 201-215.
- สถาบันวิจัยความเป็นอยู่ฮาคุโฮโต. (2565). “ฮาคุโฮโต” เผย 5 เทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภค และความสุขของคนไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19 [ออนไลน์]. ได้จาก PPTV 36: <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/165235> (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)

- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุดรธานี. (2562). **สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** [ออนไลน์]. ได้จาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุดรธานี: [https://www.m-culture.go.th/udonthani/more\\_news.php?cid=47](https://www.m-culture.go.th/udonthani/more_news.php?cid=47) (เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2565)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **โครงการสำรวจผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ: <http://ittdashboard.nso.go.th/covid19survey.php> (เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน 2565)
- สุฎีกา รักประสูติ และ นงนิภา ตูลยานนท์. (2563). การจัดการความเสี่ยงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่:ความสำเร็จของธุรกิจเกิดใหม่ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*.
- สุพัตรา รุ่งรัตน์. (2564). ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา จังหวัดยะลา. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*.
- อธิษฐ์ นิพิทชยานันต์. (2561). ความเสี่ยงธุรกิจจากแพสศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 10(1), 116-125.
- อัญชลี กัตัญญ และ พงศกร เขมวัฒน์เดชา. (2564). ศักยภาพการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรกลในประเทศไทย. *บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*.
- อาศิรา ราชเวียง. (2564). รูปแบบของการจัดองค์กรแห่งนวัตกรรมสำหรับภาค อเนกธุรกิจ อุตสาหกรรมยุคดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพภายใต้สถานการณ์วิฤกษ์ใหม่ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*.
- อาชนัน เกาะไพบูลย์ และเพชรธรินทร์ วงศ์เจริญ. (2563). การปรับตัวของผู้ประกอบการท่ามกลาง COVID-19 [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก บทวิเคราะห์ข้อมูล Survey: [https:// waymagazine.org/covid-policy-brief-3/](https://waymagazine.org/covid-policy-brief-3/) (เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน 2565)
- อุดม ทุมโฆสิต. (2554). *การปกครองท้องถิ่นสมัยใหม่: บทเรียนจากประเทศที่พัฒนาแล้ว*. กรุงเทพมหานคร: แชนพอร์ พรินติ้ง.
- เอกชัย ชำนินา. (2563). ความสามารถของภาครัฐกับการจัดการการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*.





ที่ ขน ๗๗๑๒/ว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
๑๑๑ ถนนมหาวิทยาลัย ตำบลสุรนารี  
อำเภอเมืองนครราชสีมา  
จังหวัดนครราชสีมา ๓๐๐๐๐

๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖

เรื่อง ขาดความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย  
เรียน ผู้ประกอบการร้านอาหาร จังหวัดนครราชสีมา  
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย จำนวน ๗ แผ่น

ด้วยนางสาววราวัลักษณ์ มาตย์ภูธร นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม อนุมัติโครงการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา” (Adaptation of Street Food Entrepreneurs during the COVID-19 Pandemic in Nakhon Ratchasima Province) มีรองศาสตราจารย์ ดร.อริศศักดิ์ สุวิหวัธ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการนี้ สำนักวิชา จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บข้อมูลงานวิจัยเพื่อประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ ได้มอบหมายให้นางสาววราวัลักษณ์ มาตย์ภูธร นักศึกษา โทรศัพท ๐๙ ๕๑๓๓ ๐๕๔๐ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ varalukmatputorn@gmail.com เป็นผู้ประสานงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อริศศักดิ์ วรณรักษ์)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

โทรศัพท์ ๕๖๒๕ ๕๓๐๗ โทรสาร ๐ ๕๖๒๕ ๕๓๒๐

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ mtech@sut.ac.th

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

111 ถนนมหาวิทยาลัย ตำบลสุรนารี อำเภอเมืองนครราชสีมา 30000 Tel. 0 4422 3000 Fax 0 4422 3100  
111 University Avenue, Sub District: Sironoree, Atsani District, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand.



## แบบสอบถามงานวิจัย

การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา  
Adaptation of Street Food Entrepreneurs during the COVID-19 Pandemic  
in Nakhon Ratchasima Province

---

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (2) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (4) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางอ้อมของนวัตกรรมด้านอาหารต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการและมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้วิจัยจึงอยากขอความอนุเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ข้อมูลที่เป็นความจริงโดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยหวังอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากท่านและขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้ หากมีข้อสงสัยหรือปัญหาใด ๆ สามารถติดต่อผู้วิจัยได้ที่อีเมลล์ Email: varalukmatputorn@gmail.com

วารลักษณ์ มาตย์ภูธร  
ผู้วิจัย

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและข้อมูลทั่วไปของกิจการ

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

#### 1.1 เพศ

- ชาย  หญิง

#### 1.2 อายุ

- 1.) ต่ำกว่า 20 ปี  
 2.) 20 – 30 ปี  
 3.) 31 – 40 ปี  
 4.) มากกว่า 40 ปี

#### 1.3 ระดับการศึกษา

- 1.) ต่ำกว่าปริญญาตรี  
 2.) ปริญญาตรี  
 3.) สูงกว่าปริญญาตรี

### 2. ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

#### 2.1 ประเภทของอาหารที่จำหน่าย

- 1.) อาหารคาว เช่น ก๋วยเตี๋ยว ส้มตำ อาหารทะเล อาหารจานเดียว เป็นต้น  
 2.) อาหารขบเคี้ยวหรืออาหารเรียกน้ำย่อย เช่น ลูกชิ้นปิ้ง ไส้กรอกทอด ขนมจีบ เป็นต้น  
 3.) ของหวาน เช่น บัวลอย โรตีสี น้ำแข็งใส ขนมเค้ก เป็นต้น  
 4.) เครื่องดื่ม  
 5.) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

#### 2.2 ลักษณะการประกอบกิจการ

- 1.) ตั้งโต๊ะจำหน่ายขายคนเดียว เช่น อาหารสำเร็จรูป  
 2.) รถเข็นจำหน่าย  
 3.) รถบรรทุกอาหาร (Food Truck)  
 4.) จัดตั้งเป็นร้านขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหารตามสั่ง

#### 2.3 ระยะเวลาการดำเนินกิจการ

- 1.) ต่ำกว่า 1 ปี  
 2.) 1 – 5 ปี  
 3.) 6 – 10 ปี  
 4.) มากกว่า 10 ปี

## 2.4 จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน

- 1.) ต่ำกว่า 10 คน
- 2.) 10 – 50 คน
- 3.) 51 – 100 คน
- 4.) มากกว่า 100 คน

## 2.5 รายรับเฉลี่ยต่อเดือน

- 1.) ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 2.) 5,000 – 10,000 บาท
- 3.) 10,001 – 15,000 บาท
- 4.) มากกว่า 15,000 บาท

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างตามระดับความเห็นของท่าน

ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
<b>1. ด้านนวัตกรรมอาหาร</b>					
<b>1.1 ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์</b>					
1.1.1 ร้านของท่านออกแบบและพัฒนา เมนูอาหารอยู่เสมอ					
1.1.2 ร้านของท่านเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ให้มี เอกลักษณ์					
1.1.3 ร้านของท่านมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สะดวกและง่ายต่อการบริโภค					
1.1.4 ร้านของท่านพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มิดชิด ปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค					
<b>1.2 ด้านนวัตกรรมบริการ</b>					
1.2.1 ร้านของท่านมีการปรับปรุงการบริการให้ มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น					

ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
1.2.2 ร้านของท่านมีวิธีการให้บริการที่แปลก ใหม่เป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้					
1.2.3 ร้านของท่านให้ความสำคัญกับการ ปรับปรุงขั้นตอนในการบริการ					
1.2.4 ร้านของท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนา พนักงานผู้ให้บริการ					
<b>1.3 ด้านนวัตกรรมกระบวนการ</b>					
1.3.1 ร้านของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการ ทำงานให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น					
1.3.2 ร้านของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการ ประกอบอาหารให้มีความสะอาดปลอดภัยมาก ยิ่งขึ้น					
1.3.3 ร้านของท่านมีการปรับปรุงรายการ อาหาร เช่น มีการจัดเป็น Set Menu ให้ลูกค้า เลือกเพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้า					
1.3.4 ร้านของท่านมีกระบวนการทำงานอย่าง เป็นระบบ เช่น มีการจัดหมายเลขคิว					
<b>1.4 ด้านนวัตกรรมการตลาด</b>					
1.4.1 ร้านของท่านใช้ช่องทาง social media ในการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ					
1.4.2 ร้านของท่านมีการใช้ช่องทางออนไลน์ใน การโฆษณาสินค้า					
1.4.3 ร้านของท่านมีช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยระบบออนไลน์ เช่น Grab Food Line Man Food Panda เป็นต้น					
1.4.4 ร้านของท่านมีการปรับปรุงกลยุทธ์ในการ ขายให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้					

ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
<b>2. ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ</b>					
<b>2.1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด</b>					
2.1.1 ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับช่องทางการ การขายสินค้าในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19					
2.1.2 ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือโปรโมชั่นของร้าน ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19					
2.1.3 ท่านมีความกังวลหากต้องเพิ่มราคาขาย ขึ้นเนื่องจากต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น					
2.1.4 ท่านมีความกังวลว่าผู้บริโภคจะลดลง ในช่วงการระบาดของโควิด-19					
<b>2.2 การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>					
2.2.1 ท่านมีความกังวลว่าการทำงานจะยุ่งยาก มากยิ่งขึ้นเนื่องจากการระบาดของโควิด-19					
2.2.2 ท่านมีความกังวลในขั้นตอนการส่งมอบ อาหารมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ ระบาดของโควิด-19					
2.2.3 ท่านมีความกังวลว่ากระบวนการทำงาน จะไม่รวดเร็วเหมือนเดิมเนื่องจากการเพิ่ม มาตรการด้านความปลอดภัยโดยรัฐบาล					
2.2.4 ท่านมีความกังวลถึงขั้นตอนในการ ทำอาหารที่ต้องสะอาดปลอดภัยมากขึ้นเพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค					
<b>2.3 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ</b>					
2.3.1 ท่านมีความกังวลกับการบริการลูกค้า ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19					

ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
2.3.2 ท่านมีความกังวลถึงคุณภาพของอาหาร และวัตถุดิบในช่วงสถานการณ์โควิด-19					
2.3.3 ท่านมีความกังวลหากต้องปิดร้านและไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้เนื่องจากท่านติดโควิดหรือเป็นกลุ่มเสี่ยงติดเชื้อ					
2.3.4 ท่านรับรู้ถึงอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าในสถานการณ์โควิด-19					
<b>2.4 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน</b>					
2.4.1 ท่านรับรู้ถึงการลดลงของยอดขายในช่วงสถานการณ์โควิด-19					
2.4.2 ท่านเกิดความกังวลจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ					
2.4.3 ท่านรับรู้ถึงสภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในช่วงโควิด-19					
2.4.4 ท่านรับรู้ถึงความไม่แน่นอนทางการเงินในธุรกิจของท่านเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19					
<b>3. ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19</b>					
<b>3.1 ด้านการชะลอการชำระภาษี</b>					
3.1.1 ท่านได้รับการช่วยเหลือด้านภาษีจากรัฐบาล					
3.1.2 ท่านได้รับการขยายเวลาในการยื่นแบบชำระภาษี หรือสามารถชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต					
3.1.3 ท่านได้รับการงดเบี่ยงปรับหากท่านไม่สามารถชำระภาษีได้ภายในเวลาที่กำหนด					



ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
3.1.4 ท่านได้รับข้อมูลด้านภาษีอย่างครอบคลุม ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19					
<b>3.2 ด้านการพักชำระหนี้</b>					
3.2.1 ท่านได้รับการช่วยเหลือจากสถาบันทาง การเงินให้สามารถกู้ยืมเงินได้ในอัตราดอกเบี้ย ต่ำ					
3.2.2 ท่านได้รับการขยายเวลาในการชำระหนี้ จากสถาบันทางการเงิน					
3.2.3 ท่านได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลใน การพักชำระหนี้เนื่องจากการแพร่ระบาดของ โควิด-19					
3.2.4 ท่านได้รับข้อมูลด้านการพักชำระหนี้ อย่างครอบคลุมในสถานการณ์การแพร่ระบาด ของโควิด-19					
<b>3.3 ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ</b>					
3.3.1 ร้านของท่านมีการเข้าร่วมโครงการที่ รัฐบาลกำหนดเช่น คนละครึ่ง เราชนะ เรารัก กัน เป็นต้น					
3.3.2 ร้านของท่านได้รับการขยายระยะเวลาใน โครงการที่รัฐบาลกำหนด เช่น คนละครึ่ง เราชนะ เรารักกัน เป็นต้น					
3.3.3 ท่านได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาล ในช่วงการระบาดของโควิด-19 เช่น รัฐกระตุ้น ให้ผู้บริโภคเกิดการจับจ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้นด้วย การใช้คนละครึ่งผ่านฟู้ดเดลิเวอรี่ได้					
3.3.4 ร้านของท่านมีผู้บริโภคมาซื้อสินค้ามาก ยิ่งขึ้นหลังการคลายมาตรการล็อกดาวน์					

ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
<b>3.4 ด้านมาตรการความปลอดภัย</b>					
3.4.1 ท่านและพนักงานในร้านได้รับวัคซีน ป้องกันโควิด-19 แล้วอย่างน้อยสองเข็ม					
3.4.2 ร้านของท่านมีการจัดพื้นที่เว้นระยะห่าง อย่างเหมาะสม					
3.4.3 ท่านมีการป้องกันตัวเองอยู่เสมอ เช่น สวมหน้ากากอนามัย ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ					
3.4.4 ท่านสังเกตอาการของตนเองอย่าง สม่ำเสมอเพื่อป้องกันการติดเชื้อและลดการ แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19					
<b>4. ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ</b>					
<b>4.1 ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล</b>					
4.1.1 ท่านติดตามข่าวสารของการแพร่ระบาด ของไวรัสโควิด-19 ตลอดเวลา					
4.1.2 ท่านปฏิบัติตามมาตรการด้านความ ปลอดภัยตามประกาศของรัฐบาลอย่างเคร่งครัด					
4.1.3 ท่านมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าด้วยความ ปลอดภัยห่างไกลเชื้อ					
4.1.4 ท่านให้ความร่วมมือกับรัฐบาลอยู่เสมอ ถึงแม้จะมีการล็อกดาวน์ที่ทำให้ไม่สามารถ ออกไปจำหน่ายสินค้าได้					
<b>4.2 ด้านการใช้เทคโนโลยี</b>					
4.2.1 ร้านของท่านให้ความสำคัญกับการนำ เทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ					
4.2.2 ร้านของท่านสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ ในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น Facebook Line Instagram					

ปัจจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการใน สถานการณ์โควิด -19	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
4.2.3 ร้านของท่านมีการใช้ช่องทางการขายแบบออนไลน์มากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค					
4.2.4 ร้านของท่านมี QR Code สำหรับจ่ายเงินให้ลูกค้าเลือกชำระเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและลดการสัมผัส					
<b>4.3 ด้านการลดต้นทุน</b>					
4.3.1 ท่านมีการลดต้นทุนของวัตถุดิบในการประกอบอาหารลง					
4.3.2 ท่านมีการลดต้นทุนในการจ้างพนักงานลง เช่น ลดจำนวนคน ลดจำนวนชั่วโมงการทำงาน					
4.3.3 ร้านของท่านมีการลดเวลาการเปิดให้บริการลงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19					
4.3.4 ร้านของท่านมีการลดค่าใช้จ่ายบางอย่าง เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ					
<b>4.4 ด้านการบริการ</b>					
4.4.1 ร้านของท่านมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า					
4.4.2 ร้านของท่านมีความกระตือรือร้นในการบริการ					
4.4.3 ท่านมีทักษะและความเข้าใจในการให้บริการลูกค้าที่มาซื้อสินค้าของท่าน					
4.4.4 ร้านของท่านรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเสมอ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาวิถีใน  
สถานการณ์โควิด-19

.....

.....

.....

.....

.....

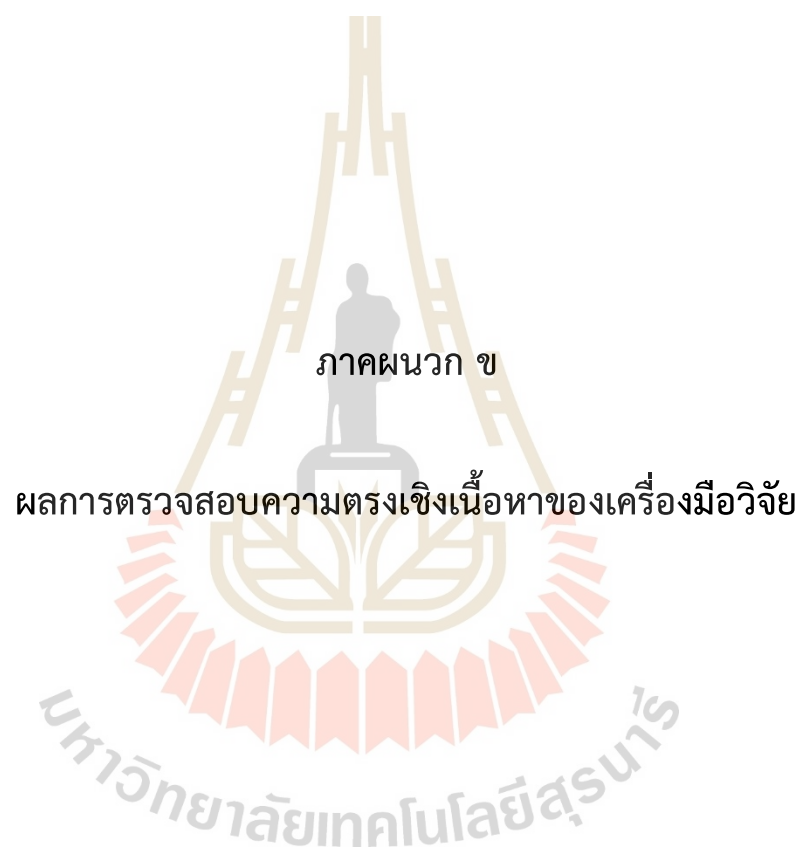
.....

.....

.....

**\*\*ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการสละเวลาของท่านเพื่อร่วมตอบแบบสอบถามของงานวิจัยนี้\*\***





ภาคผนวก ข

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย

ที่ อว ๓/๔๑๒/๕๗



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
๑๑๑ ถนนมหาวิทยาลัย ตำบลสุรนารี  
อำเภอเมืองนครราชสีมา  
จังหวัดนครราชสีมา ๓๐๐๐๐

๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินความถูกต้องตามเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.รूपณี เรืองศรีโรจน์

(อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย จำนวน ๓ แผ่น  
๒. แบบสอบถาม จำนวน ๙ แผ่น

ด้วยนางสาววราลักษณ์ มาตย์ภูธร นักศึกษาหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อยู่ระหว่างจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา” (Adaptation of Street Food Entrepreneurs During The COVID-19 Pandemic in Nakhon Ratchasima Province) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ สุวิวัฒน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และบรรลุตามวัตถุประสงค์

ในการนี้ สำนักวิชาฯ จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินความถูกต้องตามเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว (ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย) และโปรดส่งข้อมูลกลับภายในวันศุกร์ที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖ ทั้งนี้ ได้มอบหมายให้นางสาววราลักษณ์ มาตย์ภูธร โทรศัพท์ ๐๙ ๕๑๒๓ ๐๔๔๐ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ varalukmatputorn@gmail.com เป็นผู้ประสานงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วรณรักษ์)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

โทรศัพท์ ๐ ๔๔๒๒ ๔๓๐๗ โทรสาร ๐ ๔๔๒๒ ๔๕๒๑

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ mtech@sut.ac.th

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

111 ถนนวิทยาลัย ต.สุรนารี อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000 Tel. 0-4422-3000 Fax. 0-4422-4000



**ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย**  
**เรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ใน**  
**จังหวัดนครราชสีมา**

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
<b>ด้านนวัตกรรมอาหาร</b>		
<b>1.1 ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์</b>		
1.1.1 ร้านของท่านมีบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.1.2 ร้านของท่านมีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.1.3 ร้านของท่านมีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกและง่ายต่อการบริโภค	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.1.4 ร้านของท่านพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มิดชิดปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>1.2 ด้านนวัตกรรมบริการ</b>		
1.2.1 ร้านของท่านมีการปรับปรุงการบริการให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.2.2 ร้านของท่านมีการบริการที่แปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.2.3 ร้านของท่านมุ่งเน้นการปรับปรุงขั้นตอนในการบริการ	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.2.4 ร้านของท่านมีการพัฒนาทักษะด้านการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>1.3 ด้านนวัตกรรมกระบวนการ</b>		
1.3.1 ร้านของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.3.2 ร้านของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการประกอบอาหารให้มีความสะอาดปลอดภัยมากยิ่งขึ้น	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
1.3.3 ร้านของท่านมีการปรับปรุงรายการอาหาร เช่น มีการจัดเป็น Set Menu ให้ลูกค้าเลือกเพื่อเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้า	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.3.4 ร้านของท่านมีกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ เช่น มีการจัดหมายเลขคิว	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>1.4 ด้านนวัตกรรมการตลาด</b>		
1.4.1 ร้านของท่านใช้ช่องทาง social media ในการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.4.2 ร้านของท่านมีการใช้ช่องทางออนไลน์ในการโฆษณาสินค้า	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.4.3 ร้านของท่านมีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบออนไลน์ เช่น Grab Food Line Man Food Panda เป็นต้น	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
1.4.4 ร้านของท่านมีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้า	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการ</b>		
<b>2.1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการตลาด</b>		
2.1.1 ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับช่องทางการการขายสินค้าในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.1.2 ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือโปรโมชั่นของร้านในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.1.3 ท่านมีความกังวลหากต้องเพิ่มราคาขายขึ้นเนื่องจากต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.1.4 ท่านมีความกังวลว่าผู้บริโภคจะลดลงในช่วงการระบาดของโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>2.2 การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>		

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
2.2.1 ท่านมีความกังวลว่าการทำงานจะยุ่งยากมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการระบาดของโควิด-19	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.2.2 ท่านมีความกังวลในขั้นตอนการส่งมอบอาหารมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.2.3 ท่านมีความกังวลว่ากระบวนการทำงานจะไม่รวดเร็วเหมือนเดิมเนื่องจากการเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยโดยรัฐบาล	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.2.4 ท่านมีความกังวลถึงขั้นตอนในการทำอาหารที่ต้องสะอาดปลอดภัยมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>2.3 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการ</b>		
2.3.1 ท่านมีความกังวลกับการบริการลูกค้าในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.3.2 ท่านมีความกังวลถึงคุณภาพของการให้บริการลูกค้าในสถานการณ์โควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.3.3 ท่านมีความกังวลหากต้องปิดร้านและไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้เนื่องจากท่านติดโควิดหรือเป็นกลุ่มเสี่ยงติดเชื้อ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.3.4 ท่านรับรู้ถึงอุปสรรคในการให้บริการลูกค้าในสถานการณ์โควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>2.4 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน</b>		
2.4.1 ท่านรับรู้ถึงการลดลงของยอดขายในช่วงสถานการณ์โควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.4.2 ท่านเกิดความกังวลจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
2.4.3 ท่านรับรู้ถึงสถานะเศรษฐกิจถดถอยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของท่านในช่วงโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
2.4.4 ท่านรับรู้ถึงความไม่แน่นอนทางการเงินในธุรกิจของท่านเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>ด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19</b>		
<b>3.1 ด้านการชะลอการชำระภาษี</b>		
3.1.1 ท่านได้รับการช่วยเหลือด้านภาษีจากรัฐบาล	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.1.2 ท่านได้รับการขยายเวลาในการยื่นแบบชำระภาษีหรือสามารถชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.1.3 ท่านได้รับการงดเบี่ยงปรับหากท่านไม่สามารถชำระภาษีได้ภายในเวลาที่กำหนด	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.1.4 ท่านได้รับข้อมูลด้านภาษีอย่างครอบคลุมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>3.2 ด้านการพักชำระหนี้</b>		
3.2.1 ท่านได้รับการพักชำระเงินต้นจากสถาบันทางการเงิน	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.2.2 ท่านได้รับการช่วยเหลือจากสถาบันทางการเงินให้สามารถกู้ยืมเงินได้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.2.3 ท่านได้รับการขยายเวลาในการชำระหนี้จากสถาบันทางการเงิน	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.2.4 ท่านได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลในการพักชำระหนี้เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.2.5 ท่านได้รับข้อมูลด้านการพักชำระหนี้อย่างครอบคลุมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>3.3 ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจ</b>		
3.3.1 ร้านของท่านมีการเข้าร่วมโครงการที่รัฐบาลกำหนดเช่น คนละครึ่ง เราชนะ เรารักกัน เป็นต้น	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้

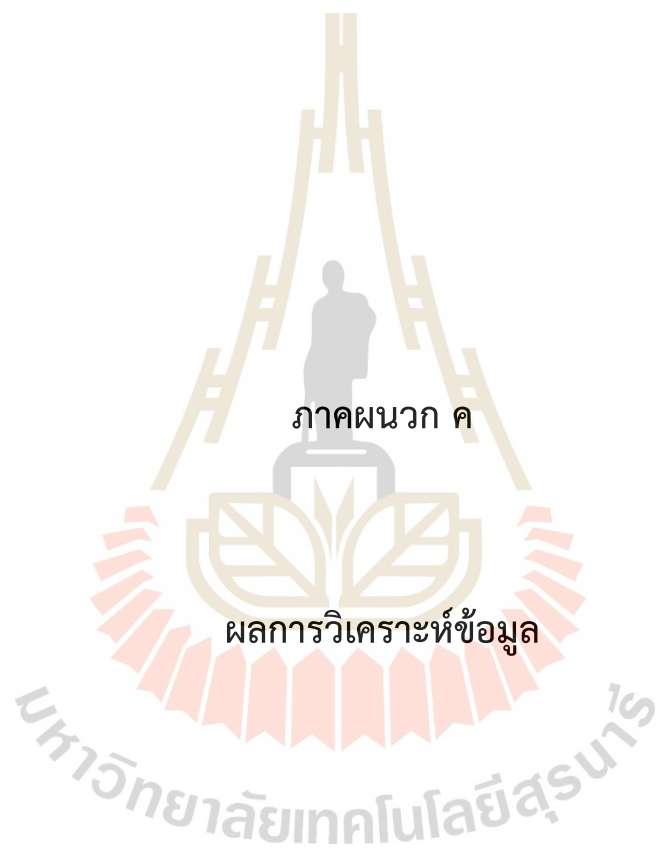
ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
3.3.2 ร้านของท่านได้รับการขยายระยะเวลาในโครงการที่รัฐบาลกำหนด เช่น คนละครึ่ง เราชนะ เรารักกัน เป็นต้น	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.3.3 ท่านได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลในช่วงการระบาดของโควิด-19 เช่น รัฐกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการจับจ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้นด้วยการใช้คนละครึ่งผ่านฟู้ดเดลิเวอรี่ได้	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.3.4 ร้านของท่านมีผู้บริโภคมาซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้นหลังการคลายมาตรการล็อกดาวน์	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>3.4 ด้านมาตรการความปลอดภัย</b>		
3.4.1 ท่านและพนักงานในร้านได้รับวัคซีนป้องกันโควิด-19 แล้วอย่างน้อยสองเข็ม	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.4.2 ร้านของท่านมีการจัดพื้นที่เว้นระยะห่างอย่างเหมาะสม	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.4.3 ท่านมีการป้องกันตัวเองอยู่เสมอ เช่น สวมหน้ากากอนามัย ล้างมืออย่างสม่ำเสมอ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
3.4.4 ท่านสังเกตอาการของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>ด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการ</b>		
<b>4.1 ด้านการปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาล</b>		
4.1.1 ท่านติดตามข่าวสารของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตลอดเวลา	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.1.2 ท่านปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัยตามประกาศของรัฐอย่างเคร่งครัด	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.1.3 ท่านมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าด้วยความปลอดภัยห่างไกลเชื้อ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
4.1.4 ท่านให้ความร่วมมือกับรัฐบาลอยู่เสมอถึงแม้จะมีการล็อกดาวน์ที่ทำให้ไม่สามารถออกไปจำหน่ายสินค้าได้	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>4.2 ด้านการใช้เทคโนโลยี</b>		
4.2.1 ร้านของท่านมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.2.2 ร้านของท่านสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้	0.67	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.2.3 ร้านของท่านมีการใช้ช่องทางการขายแบบออนไลน์มากขึ้นเพื่อลดการสัมผัสและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.2.4 ร้านของท่านมี QR Code สำหรับจ่ายเงินให้ลูกค้าเลือกชำระเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและลดการสัมผัส	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>4.3 ด้านการลดต้นทุน</b>		
4.3.1 ท่านมีการลดต้นทุนของวัตถุดิบในการประกอบอาหารลง	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.3.2 ท่านมีการลดต้นทุนในการจ้างพนักงานลง เช่น ลดจำนวนคน ลดจำนวนชั่วโมงการทำงาน	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.3.3 ร้านของท่านมีการลดเวลาการเปิดให้บริการลงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.3.4 ร้านของท่านมีการลดค่าใช้จ่ายบางอย่าง เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
<b>4.4 ด้านการบริการ</b>		
4.4.1 ร้านของท่านมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าเป็นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.4.2 ร้านของท่านมีความกระตือรือร้นในการบริการ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้



ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน
4.4.3 ท่านมีทักษะและความเข้าใจในการให้บริการลูกค้าที่มาซื้อสินค้าของท่าน	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้
4.4.4 ร้านของท่านรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเสมอ	1	สามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามได้



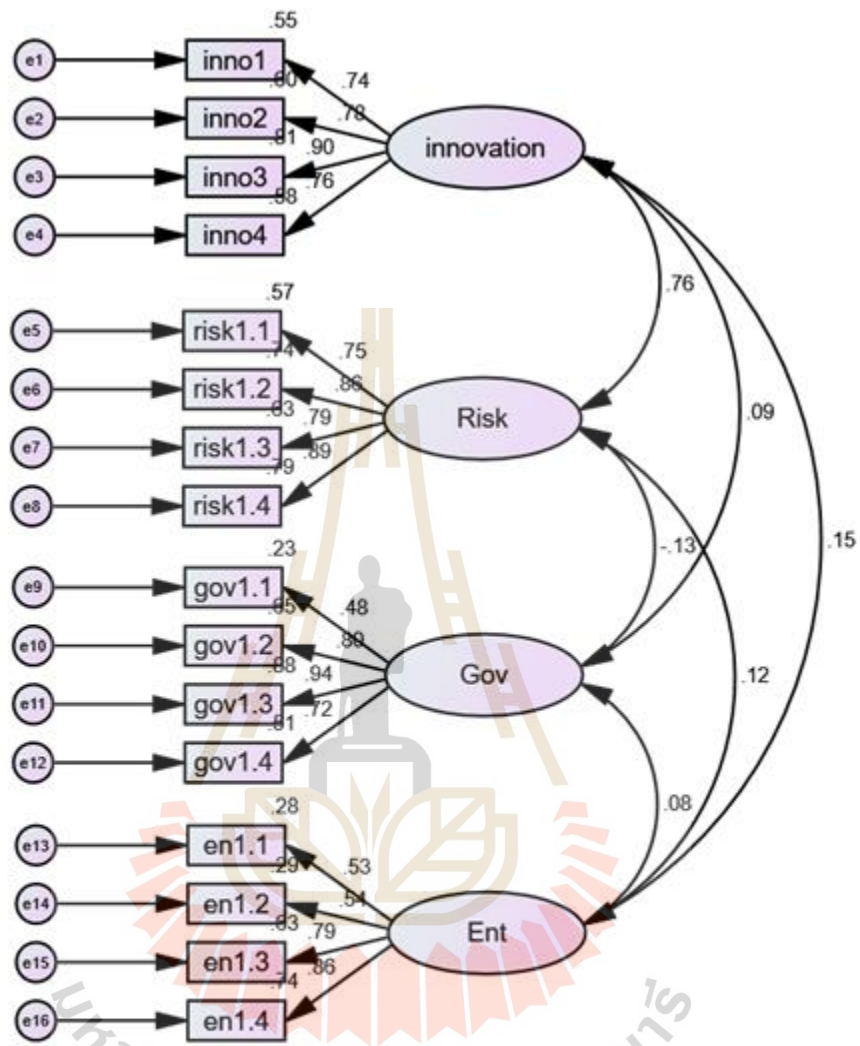


ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

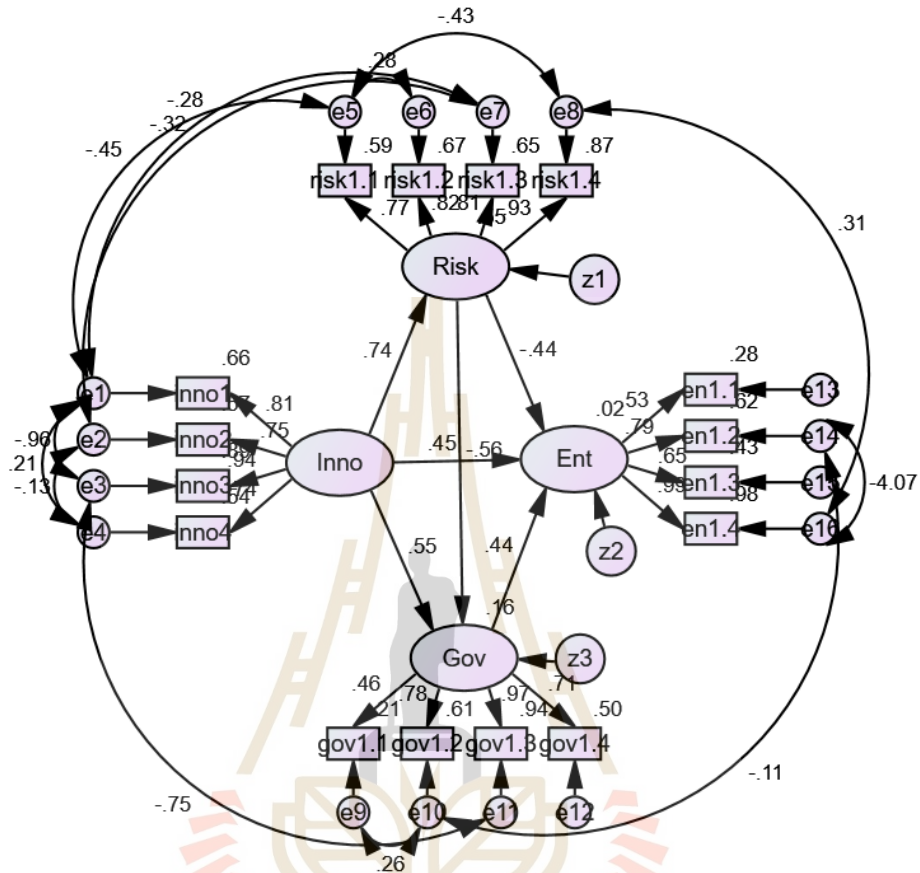
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

## การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน



Chi-square = 641.951, Chi-square/df = 0.198, p=.069, GFI = 0.968  
CFI = 0.953, RMSEA = 0.068, NFI = 0.932

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

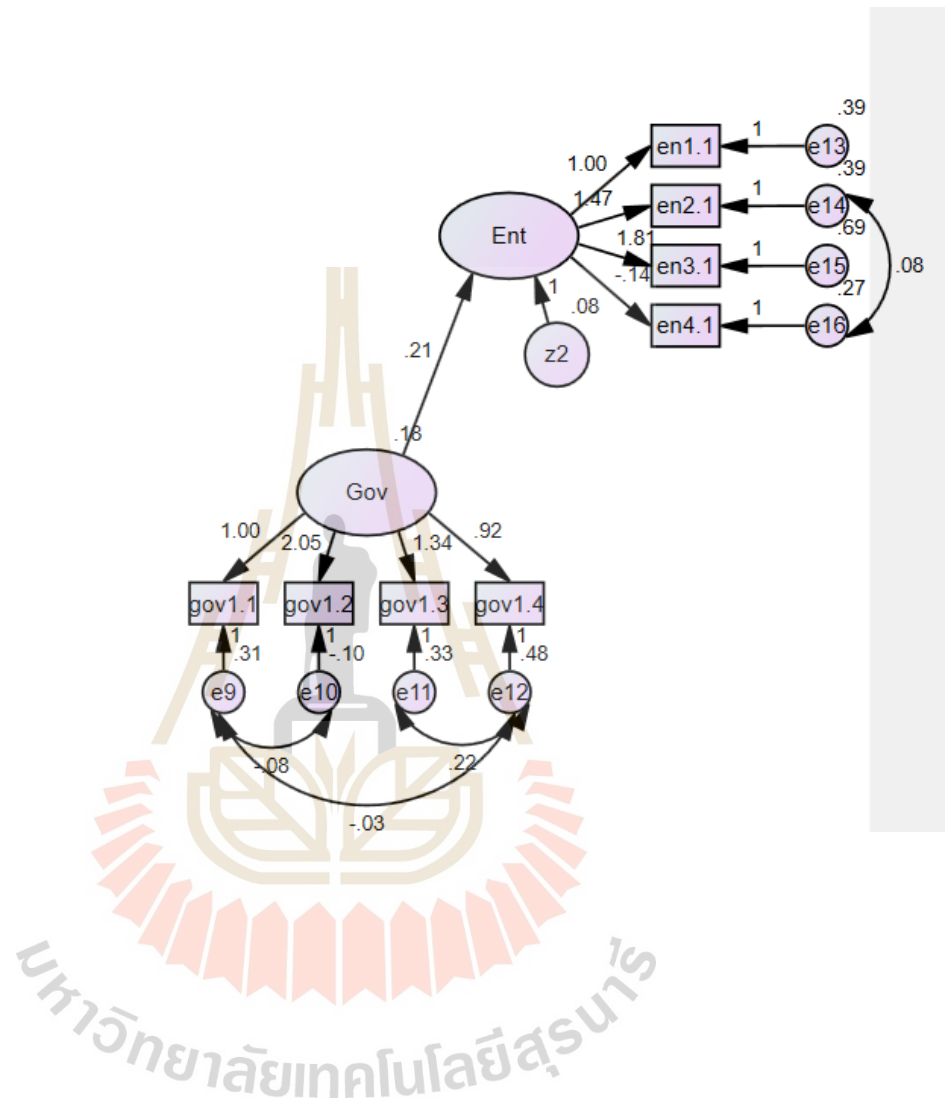


Chi-square = 309.950, Chi-square/df = 1.646, df = 85, p = .065, GFI = 0.973  
 CFI = 0.939, RMR = 0.38, RMSEA = 0.061, NFI = 0.919



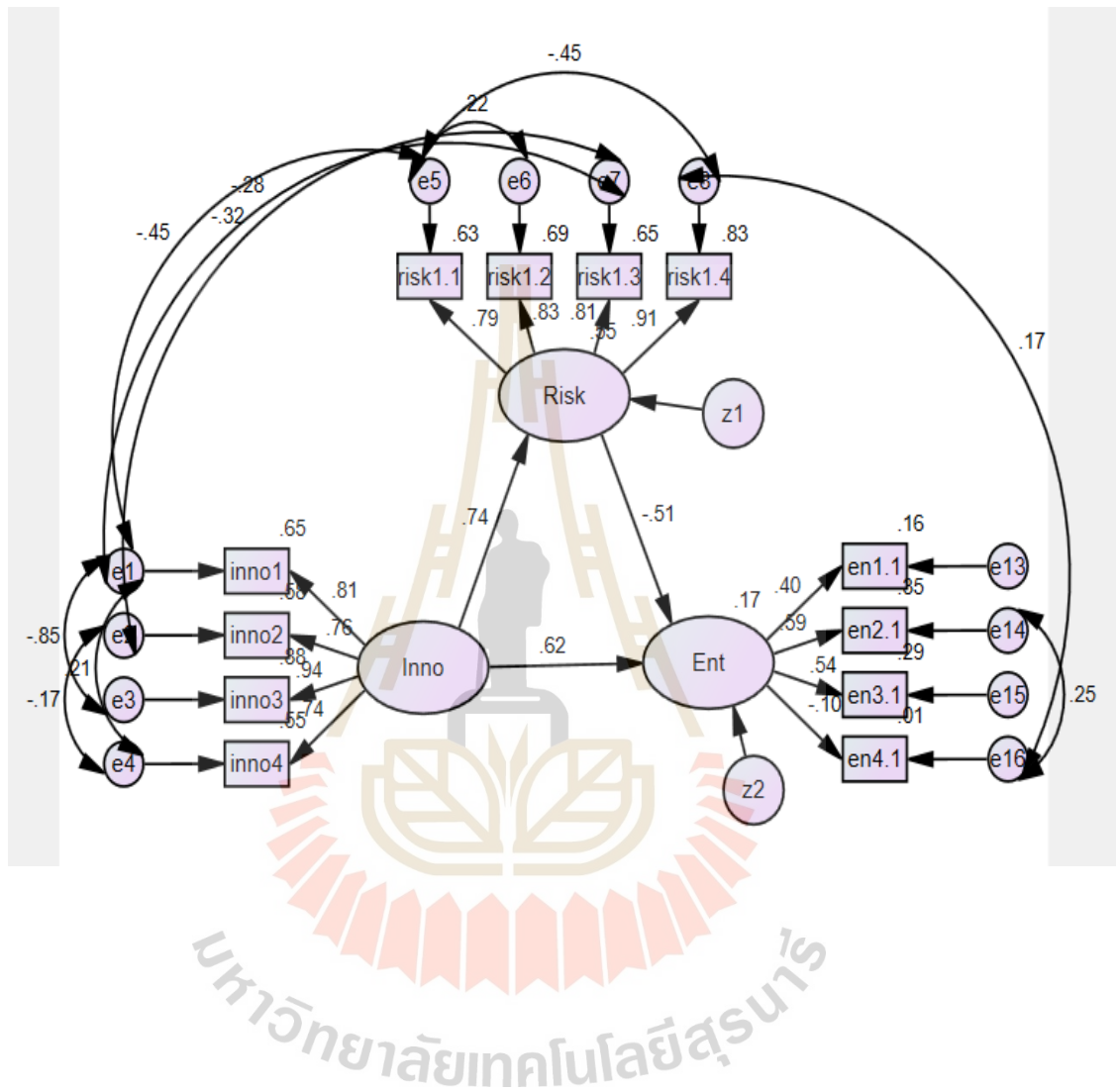


การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรด้านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19

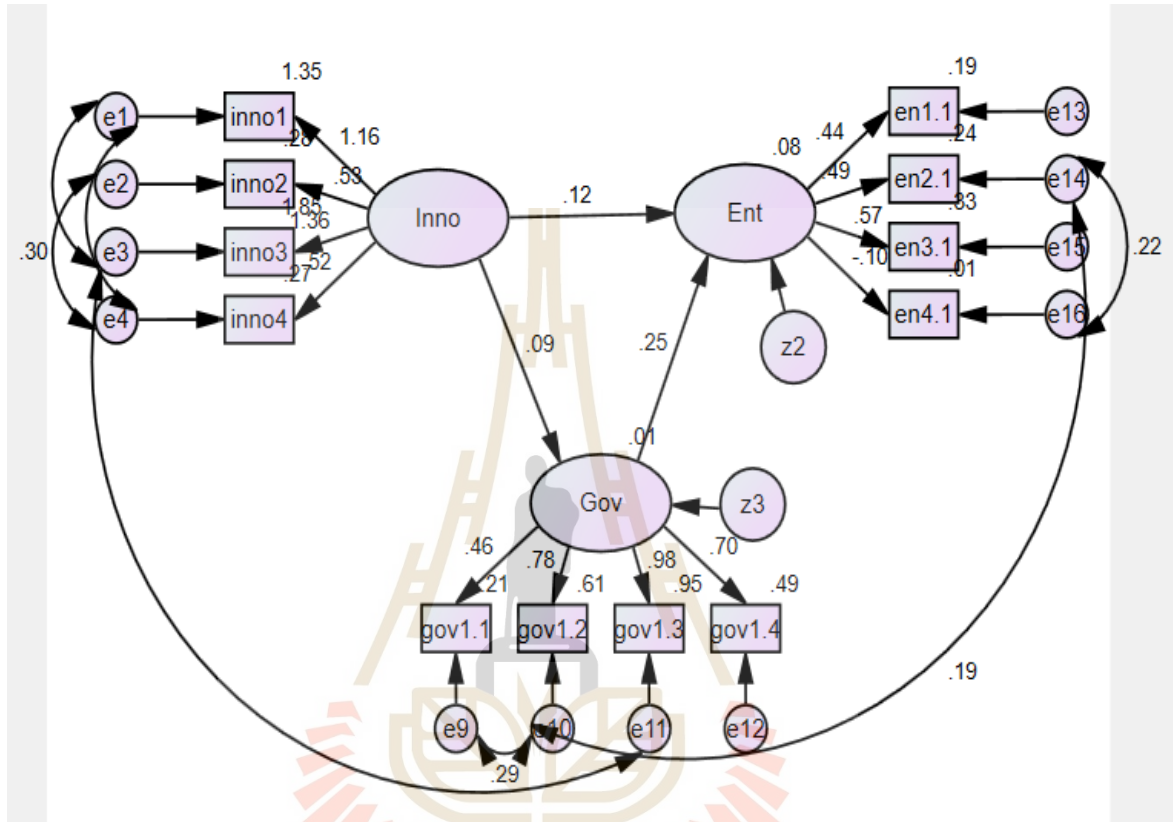




การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของนวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการในสถานการณ์โควิด-19 โดยผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง



การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของนวัตกรรมอาหารและการปรับตัวของผู้ประกอบการใน  
สถานการณ์โควิด-19 โดยผ่านมาตรการของรัฐบาลในสถานการณ์โควิด-19 เป็นตัวแปรคั่นกลาง





ภาคผนวก ง

เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์

COA No. 22/2566



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ดำเนินการให้การรับรองการพิจารณาจริยธรรมแบบเร่งรัดโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) and 45CFR 46.101(b)

**โครงการ** : การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีในสถานการณ์โควิด-19 ในจังหวัดนครราชสีมา

**รหัสโครงการ** : EC-66-26

**ชื่อหัวหน้าโครงการ** : นางสาววราลักษณ์ มาตย์ภูธร

**สังกัด** : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

**วิธีทบทวน** : Expedited Review

**รายงานความก้าวหน้า** : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

**เอกสารรับรอง** : ข้อเสนอโครงการ, เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย, หนังสือแสดงเจตนายินยอม, แบบสอบถาม (version 2.0, 27 กุมภาพันธ์ 2566)

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เบญจมาศ จิตรสมบูรณ์)  
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

วันที่รับรอง : 2 มีนาคม 2566

วันหมดอายุ : 1 มีนาคม 2567

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขที่ระบุไว้ด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย



ผ่านการพิจารณาจาก  
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี แล้ว

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ให้ออกสารชี้แจงข้อมูลอาสาสมัคร และหนังสือแสดงเจตนายินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณา (ถ้ามี)) แบบสัมภาษณ์ และ/หรือแบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เท่านั้น
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใด ๆ คือ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs)
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 30 วัน
6. เอกสารทุกฉบับที่ได้รับการรับรองครั้งนี้ หมดอายุตามอายุของโครงการวิจัยที่ได้รับการรับรองก่อนหน้านี้ (EC-66-26)
7. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



ผ่านการพิจารณาจาก  
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี แล้ว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

เลขที่...  
...  
...



## ประวัติผู้เขียน

นางสาววราลักษณ์ มาตย์ภูธร นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

### 1. ประวัติส่วนตัว

เกิดวันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2542

ภูมิลำเนา จังหวัดขอนแก่น

### 2. ประวัติการศึกษา

ปีที่จบการศึกษา	ระดับปริญญา	ชื่อปริญญา	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา
2564	ปริญญาตรี	วิศวกรรมศาสตร์	วิศวกรรมธรณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

### 3. ผลงานวิชาการในระหว่างการศึกษา

Matpootorn, V., & Suvittawat, A. (2023). Adaptation of Street Food Entrepreneurs During the COVID-19 Pandemic in Nakhon Ratchasima Province. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e02423. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2423>