

**การพัฒนาร้านค้าหน้าบ้านเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากโดยการมีส่วนร่วมของ
ชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร**
**A Development of Small Neighborhood Shops Strengthening the Grassroots
Economy through the Community Participation: A Case Study of the Front of
Southern Don Muang Airport of Don Muang at Don Muang District in Bangkok**

¹จินดา จอกแก้ว, ²ชเนตตี พิพัฒนางกูร, ³ดาวพระศุภร์ ทองกลืน, ⁴ณัฐธะปราน คล้ายประสิทธิ์ และ ⁵นงนัท นพคุณ
¹Jinda Jokkaew, ²Chanettee Pipattangkun, ³Dawprasug thongglin, ⁴Nutthapran Klaiprasith and ⁵Nongnat Nopakun

^{1,2,4,5}อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

³อาจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

^{1,2,4,5}Lecturer, Faculty of Business Administration, Krirk University, Thailand

³Lecturer, School of Accountancy, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand

⁵Corresponding Author. E-mail :nongnat.nop@krirk.ac.th

Received March 11,2026; Revised April 22, 2026; Accepted April 27,2026

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชนเกี่ยวกับการประกอบอาชีพค้าขายและความพร้อมในการพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้าน 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพค้าขายสู่การพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้านโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 3) เพื่อติดตามและประเมินผลการประกอบอาชีพค้าขายและการทำร้านค้าหน้าบ้านโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 14 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่ม การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) บริบทอาชีพของชุมชนรับจ้างและค้าขาย โดยการเช่าพื้นที่ตามตลาด ทำให้รายได้บางเดือนไม่เพียงพอต่อรายจ่าย เมื่อมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยส่งผลให้ชุมชนมีแนวคิดพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้านเพื่อลดต้นทุน 2) ศักยภาพของชุมชนพบว่า มีการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการทำการตลาดโดยเน้นตลาดหน้าบ้านและตลาดออนไลน์ และการบริหารจัดการ 3) การติดตามและประเมินผลพบว่า ช่องทางการสื่อสารสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ดี ชุมชนมีการรวมกลุ่มเพื่อนำสินค้ามาขายและแลกเปลี่ยนกัน เกิดเป็นพื้นที่สร้างสรรค์รวมกันของคนสามวัย ถึงแม้จำนวนร้านค้าจะลดลงจากเดิมแต่ยังคงมีการขายสินค้าในพื้นที่หน้าบ้านเป็นหลักส่งผลให้เกิดรายได้เพิ่ม

คำสำคัญ : ร้านค้าหน้าบ้าน; เศรษฐกิจฐานราก; การมีส่วนร่วม; ชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้

Abstract

The aims of this research were 1) analyzing the occupation context of the community engaged in vending and their preparedness to evolve into the small neighborhood shops, 2) enhancing the potential of vendor occupations to establish small neighborhood shops with community involvement, and 3) monitoring and evaluating the livelihoods of vendors while establishing small neighborhood shops with community participation. This research was the Community-Based Participatory Research (CBPR). Fourteen individuals were chosen to use as the key informants. The data collection methods were in-depth interviews and group discussions. Data analysis was performed using content analysis. The results showed that 1) the community occupation context on selling and trading by renting space in the markets. As a result, their monthly income inconsistently covered the cost. Besides, the result of housing development project, the small neighborhood shops were established in order to reduce cost. 2) According to the community potentiality, three areas of development were identified, these were: production; marketing with a focus on neighborhood and on-line marketing; and management. 3) In terms of monitoring and evaluation, the results revealed that the communication channel could effectively reach the customers. Consequently, it improved the areas where members of the three-generation community could collaborate creatively. Even though there were fewer shops, there remained plenty of goods to sell in these small neighborhood shops, increasing their revenues.

Keywords: Small Neighborhood Shops; Grassroots Economy; Participation;

Front of Southern Don Muang Airport Community

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการพัฒนาประเทศให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง เสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นผ่านการใช้ทรัพยากร ศักยภาพ และทุนทางสังคมที่มีอยู่ในพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้และมีคุณภาพที่ดีขึ้น แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ปัญหาเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการขาดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาอาชีพ การตลาด และการต่อยอดผลิตภัณฑ์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559) ซึ่งยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลให้ประชากรกลุ่มรายได้น้อยเผชิญกับความยากจนและความเหลื่อมล้ำอย่างต่อเนื่อง ที่ผ่านมามีภาครัฐได้ผลักดันแนวคิด “ตลาดชุมชน” และ “ตลาดทางเลือก” เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนในระดับฐานราก โดยมุ่งเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า

ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง และส่งเสริมการบริโภคภายในชุมชน ตลาดชุมชนมิได้เป็นเพียงพื้นที่ทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเป็นเจ้าของร่วมกันและความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว ขณะเดียวกันตลาดทางเลือกในฐานะรูปแบบหนึ่งของตลาดชุมชน ได้ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมควบคู่ไปกับมิติทางเศรษฐกิจ มิได้มุ่งเน้นผลกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว กรมการพัฒนาชุมชน (2566)

งานวิจัยด้านตลาดทางเลือกในหลายพื้นที่สะท้อนให้เห็นว่า รูปแบบตลาดที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน เช่น ตลาดนัดชุมชน ตลาดเร่ขาย หรือการขายสินค้าหน้าบ้าน สามารถเป็นทางเลือกที่เหมาะสมในการสร้างรายได้ ลดรายจ่าย และเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครัวเรือน โดยเฉพาะรูปแบบ “การขายหน้าบ้าน” ซึ่งมีลักษณะเป็นตลาดขนาดเล็ก ไม่เป็นทางการ ใช้ต้นทุนต่ำ และตั้งอยู่ภายในชุมชนสามารถตอบโจทย์การดำรงชีวิตของประชาชนในระดับฐานรากได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิษุตา เขียวเกตุ, 2559; ศิริธรณ์ โรจนสุพจน์ และคณะ, 2560) จากการลงพื้นที่พัฒนาโจทย์การวิจัยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่าชุมชนเครือข่ายจำนวน 9 ชุมชนมีความต้องการเพิ่มรายได้ผ่านการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้ได้รับการคัดเลือกเป็นพื้นที่ดำเนินการวิจัย เนื่องจากมีศักยภาพด้านทำเลที่ตั้ง ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นทาวน์เฮาส์ 2 ชั้น ภายใต้โครงการบ้านมั่นคง ซึ่งมีพื้นที่หน้าบ้านหลังละประมาณ 12 ตารางเมตร สามารถปรับใช้เป็นพื้นที่ค้าขายได้ อีกทั้งชุมชนตั้งอยู่ใกล้สนามบินดอนเมือง โรงแรม และเส้นทางสัญจรของนักท่องเที่ยว จึงเอื้อต่อการพัฒนาเป็นพื้นที่ตลาดชุมชนในรูปแบบร้านค้าหน้าบ้าน

นอกจากนี้ ชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้ยังมีความเข้มแข็งด้านทุนมนุษย์และทุนทางสังคมทั้งในด้านผู้นำชุมชนที่มีศักยภาพ สมาชิกที่มีความพร้อมในการร่วมคิดและร่วมดำเนินการพัฒนา รวมถึงประสบการณ์การทำงานวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเด็นด้านบัญชีและการบริหารจัดการชุมชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ภายหลังการย้ายถิ่นฐานเข้าสู่โครงการบ้านมั่นคง ชุมชนต้องเผชิญกับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะค่าเช่าที่อยู่อาศัย ผู้นำและสมาชิกชุมชนจึงร่วมกันแสวงหาแนวทางยกระดับเศรษฐกิจครัวเรือนผ่านการสร้างรายได้ภายในชุมชน แนวคิดการจัดตั้ง “ร้านค้าหน้าบ้าน” จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า พัฒนาอาชีพ และลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน โดยมีรูปแบบการจำหน่ายสินค้า 3 ลักษณะ ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่เดิม การจำหน่ายสินค้าพร้อมถ่ายทอดความรู้เพื่อสร้างอาชีพ และการรับฝากขายสินค้าจากชุมชนเครือข่าย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาร้านค้าหน้าบ้านในพื้นที่ชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร จึงมุ่งศึกษากระบวนการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยประยุกต์ใช้

แนวคิดตลาดทางเลือกและการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจครัวเรือนที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และสามารถต่อยอดสู่ความยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนท่าอากาศยานด้านใต้ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการประกอบอาชีพค้าขายและความพร้อมในการพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้าน
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพค้าขายสู่การพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้านโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อติดตามและประเมินผลการประกอบอาชีพค้าขายและการทำร้านค้าหน้าบ้านโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นกรอบแนวคิดที่เน้นการบูรณาการระหว่าง “การวิจัย” และ “การปฏิบัติการ” เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอนของกระบวนการวิจัยอย่างแท้จริง เช่น การร่วมกำหนดปัญหา การออกแบบวิธีการศึกษา การเก็บข้อมูล รวมถึงการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ แนวคิดของ นงลักษณ์ วิรัชชัย และทศนา แคมมณี (2546) ซึ่งให้เห็นว่า “บริบท” เป็นองค์ประกอบสำคัญของ PAR โดยการเข้าถึงชุมชนเชิงลึกเพื่อนำไปสู่การค้นหาความต้องการที่แท้จริงสู่การกำหนดโจทย์วิจัยที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของปัญหา นอกจากนี้การมีส่วนร่วมใน PAR เป็นการมีส่วนร่วมในลักษณะแนวราบ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงกับทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชนของ Amstein (1969) ซึ่งอธิบายระดับของการมีส่วนร่วมผ่าน “บันได 8 ขั้น” (Ladder of Citizen Participation) โดยเน้นการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างกันตามระดับอำนาจเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับ การวิจัยจะเห็นได้ว่าเป็นการมุ่งยกระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน ร่วมตัดสินใจ โดยเน้นการเปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนเข้ามามีบทบาทร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา กำหนดแนวทางเป็นผู้ร่วมตัดสินใจและร่วมขับเคลื่อน การเปลี่ยนแปลงผลลัพธ์ที่ได้จึงเป็นแนวทางปฏิบัติที่นำไปใช้เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง

แนวคิดภาคีเครือข่าย

กระบวนการสร้าง “ความร่วมมือเชิงระบบ” ระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กร เพื่อระดมความรู้ทรัพยากร และศักยภาพที่แตกต่างกันให้ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินงาน

เครือข่ายจึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของเป้าหมายร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแนวคิดภาคีเครือข่ายมีความเชื่อมโยงกับแนวคิด “ทุนทางสังคม” (Social Capital) ของ Woolcock และ Narayan (2000) ซึ่งมองว่าความสัมพันธ์ทางสังคมสามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาได้ โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความไว้วางใจ (trust) บรรทัดฐานร่วม (norms) และเครือข่ายความสัมพันธ์ (networks) โดยภาคีเครือข่ายมี 3 มิติ คือ (1) Bonding Social Capital ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มเดียวกัน (2) Bridging Social Capital ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มที่มีความแตกต่าง (3) Linking Social Capital ความสัมพันธ์กับหน่วยงานหรือองค์กรที่มีอำนาจหรือทรัพยากรสูงกว่า สำหรับงานวิจัยการพัฒนาร้านค้าหน้าบ้านแนวคิดภาคีเครือข่ายถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบกระบวนการพัฒนาโดยเน้นการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายในระดับภายในชุมชน (bonding) งานวิจัยมุ่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดการรวมกลุ่ม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และช่วยเหลือกันในกลุ่มร้านค้าหน้าบ้าน การเชื่อมโยงลูกค้ากับร้านค้า เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาร้านค้าหน้าบ้านให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับหลายระดับอย่างเป็นระบบ

แนวคิดการพัฒนาอาชีพ

การพัฒนาอาชีพเป็นหนึ่งในกระบวนการส่งเสริมอาชีพที่มีการกำหนดแนวทาง วิธีการ ขั้นตอน และรูปแบบต่าง ๆ ในการยกระดับรายได้และสร้างความมั่นคงในอาชีพเพื่อให้ผู้ประกอบการอาชีพมีความมั่นใจว่าถ้านำไปใช้และปฏิบัติจะทำให้การประกอบอาชีพของตนมีความมั่นคงยิ่งขึ้น ซึ่งมีหน่วยงาน นักวิชาการ ได้สร้างแนวทาง วิธีการที่จะพัฒนาและส่งเสริมอาชีพใน รูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) โดยการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพตามทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 กำหนดแนวทางไว้ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ การส่งเสริมและพัฒนาคนให้มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพให้มีความสามารถในการสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เป็นพลังร่วมทางสังคมในการสนับสนุนการพัฒนาและพร้อมรับกับการเสริมสร้างศักยภาพชุมชน ได้แก่ ส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ด้วย กระบวนการวิจัยและการถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชนเพื่อไปสู่การแก้ไขปัญหาในพื้นที่ การต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่เชิงพาณิชย์ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนเกี่ยวกับภาคการเกษตรที่สำคัญ คือเสริมสร้างฐานการผลิตภาคเกษตรให้เข้มแข็งและยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาอาชีพเป็นกระบวนการที่มุ่งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบอาชีพอย่างเป็นระบบ โดยศึกษาบริบทของชุมชน และทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่เพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนา

อาชีพให้เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถของผู้ประกอบอาชีพ (Upskill/Reskill) ควบคู่กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้เกิดการร่วมคิด ร่วมวางแผน โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการยกระดับรายได้ สร้างความมั่นคงในอาชีพ และทำให้ผู้ประกอบอาชีพเกิดความมั่นใจว่าสามารถดำรงอาชีพได้อย่างยั่งยืนอันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การสร้างโอกาสทางอาชีพ การพัฒนาทักษะแรงงาน การส่งเสริมผู้ประกอบการชุมชน และการใช้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ซึ่งแนวคิดการพัฒนาอาชีพสามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษาบริบทชุมชนช่วยให้เข้าใจรูปแบบการค้าขายและศักยภาพของพื้นที่ การพัฒนาทักษะอาชีพช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงรูปแบบร้านค้าหน้าบ้านให้มีตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ขณะที่การมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ส่งผลให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

แนวคิดการพัฒนาอาชีพชุมชนตาม Chambers (1994) อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development) ซึ่งให้ความสำคัญกับบทบาทของประชาชนในชุมชนในฐานะผู้มีส่วนร่วมหลักในกระบวนการพัฒนา โดยชุมชนต้องมีส่วนร่วมตั้งแต่การวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง การระบุปัญหาและความต้องการ ตลอดจนการร่วมกันวางแผนและดำเนินกิจกรรมด้านอาชีพ แนวคิดดังกล่าวมุ่งเน้นให้การพัฒนาอาชีพสอดคล้องกับบริบทของชุมชน โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ภูมิปัญญาชุมชน และแรงงานภายในพื้นที่เป็นฐานสำคัญในการดำเนินงาน ทั้งนี้ กระบวนการมีส่วนร่วมยังช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน และพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น แนวคิดของ Chambers จึงสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาอาชีพชุมชนที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรและศักยภาพภายในชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและความยั่งยืนในระยะยาว (Chambers, 1994)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดชุมชน

กาญจนา แก้วเทพ (2567) ซึ่งได้นำเสนอองค์ประกอบของ “ตลาดทางเลือก” ไว้ 9 ด้านที่สามารถสังเคราะห์เป็นแนวทางพัฒนาได้อย่างเป็นระบบ ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตให้เข้มแข็ง การตอบสนองความต้องการผู้บริโภค การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน การใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ การได้เปรียบด้านระยะทาง การบริหารจัดการทรัพยากร การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและเอกลักษณ์

การสื่อสารตลาดอย่างเหมาะสม และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ทั้งหมดนี้ต้องบูรณาการร่วมกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของร้านค้าหน้าบ้านในตลาดชุมชน จากการสังเคราะห์แนวคิดทั้ง 9 องค์ประกอบ สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาอาชีพร้านค้าหน้าบ้านในบริบทตลาดชุมชน (ร้านค้าหน้าบ้าน) ควรมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ประกอบทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยมี “การบริหารจัดการ” เป็นแกนกลาง และใช้ “ความสัมพันธ์ในชุมชน” เป็นทุนสำคัญ ควบคู่กับการพัฒนาสินค้าและการสื่อสารตลาดอย่างเหมาะสม แนวทางดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจระดับฐานราก และนำไปสู่ความยั่งยืนของตลาดชุมชนในระยะยาว

วิธีวิจัยดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community Based Research: CBR) ซึ่งมุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยวิชาการ นักวิจัยชาวบ้าน และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อร่วมกันศึกษา วิเคราะห์ และพัฒนาแนวทางการใช้พื้นที่ชุมชนให้เกิดประโยชน์ในการประกอบอาชีพร้านค้าหน้าบ้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) พื้นที่และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้คือ ประธาน กรรมการและสมาชิกชุมชนท่าหน้าอากาศยานด้านใต้ เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานครจำนวน 14 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ร่วมวิจัยมีบทบาทในการทำงานแบบมีส่วนร่วมตั้งแต่การออกแบบและพัฒนาโจทย์วิจัย การเก็บข้อมูล ทดลอง แก้ไข ตลอดจนการสรุปผลการศึกษาร่วมกัน

2) เครื่องมือและการเก็บข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่ม ผ่านการเปิดเวทีและการทดลองปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานในระยะต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

3) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์ธีมจากข้อค้นพบที่สำคัญ และสร้างความเชื่อมั่นของข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการตรวจสอบจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งประธาน กรรมการ และสมาชิกชุมชน และทำการตรวจสอบอคติในการสรุปข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบข้อมูลโดยสมาชิก

ผลการวิจัย

1. บริบทชุมชนเกี่ยวกับการประกอบอาชีพและความพร้อมในการพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้าน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้มีบริบทเชิงพื้นที่ สังคม และเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาอาชีพสู่รูปแบบ “ร้านค้าหน้าบ้าน” โดยเกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดโจทย์วิจัย ไปจนถึงการวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดของพื้นที่

ในด้านบริบทชุมชน พบว่าชุมชนมีทุนชุมชนที่สำคัญครบถ้วน ได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์ และทุนประสบการณ์ โดยเฉพาะความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน เครือข่ายความร่วมมือ และประสบการณ์ด้านการทำวิจัยและการจัดการทางการเงินในชุมชน ซึ่งเป็นฐานสำคัญในการต่อยอดสู่การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ลักษณะกายภาพของพื้นที่ใหม่ในโครงการบ้านมั่นคงที่มีพื้นที่หน้าบ้านประมาณ 12 ตารางเมตรต่อครัวเรือน รวมถึงทำเลที่ตั้งใกล้สนามบินดอนเมืองและแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ทำให้มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว

ในด้านการประกอบอาชีพ พบว่าสมาชิกส่วนใหญ่มีพื้นฐานด้านการค้าขายอยู่แล้ว และจากการเก็บข้อมูลร่วมกันได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบการจำหน่ายสินค้าออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) การจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่เดิม (2) การจำหน่ายควบคู่กับการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาอาชีพใหม่ และ (3) การรับสินค้าจากเครือข่ายมาฝากขาย สะท้อนถึงความยืดหยุ่นและการใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างคุ้มค่า อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดด้านการตลาด โดยเฉพาะการรับรู้ของลูกค้าและการเข้าถึงตลาดภายนอก

ในด้านความพร้อมเชิงการบริหารจัดการ พบว่าชุมชนมีการนำหลักการบริหารทรัพยากรมาประยุกต์ใช้ได้แก่ คน เงิน วัสดุ การจัดการ การตลาด และเครื่องมือ/สถานที่ โดยมีจุดแข็งด้านทรัพยากรมนุษย์และสถานที่ แต่ยังคงพัฒนาในด้านการรวมกลุ่มเงินทุน การสร้างระบบการตลาด และการขยายฐานลูกค้า

ด้านกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง พบว่าการดำเนินงานร้านค้าหน้าบ้านจำเป็นต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสาธารณสุขและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของชุมชน โดยเฉพาะกรณีการจำหน่ายอาหาร ซึ่งต้องคำนึงถึงสุขอนามัย การจัดการขยะ น้ำเสีย และผลกระทบต่อเพื่อนบ้าน ชุมชนจึงมีการกำหนดกฎระเบียบร่วมกันอย่างชัดเจน เช่น มาตรฐานสินค้า การแต่งกาย การจัดเก็บเงินส่วนกลาง และบทบาทของคณะกรรมการ เพื่อสร้างระบบการกำกับดูแลภายใน

โดยสรุป ชุมชนหน้าท่าอากาศยานด้านใต้มีความพร้อมในระดับสูงในการพัฒนาเป็นพื้นที่ร้านค้าหน้าบ้าน ทั้งในมิติของทรัพยากรชุมชน ทำเลที่ตั้ง และการมีส่วนร่วมของสมาชิก อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในระยะยาวยังขึ้นอยู่กับการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด การสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบภายใต้กรอบกฎหมายและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้สามารถยกระดับเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน

2. เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพค้าขายสู่การพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้าน

ผลการวิจัยจากการพัฒนาที่ร่วมกันดำเนินการด้านการพัฒนาการทำอาชีพชนโดยวิทยาชุมชน การพัฒนาความรู้ด้านการทำการตลาด การออกแบบและสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการโดยกำหนดตำแหน่ง ผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) การพัฒนาศักยภาพด้านการทำอาชีพ เกิดจากการประชุมแลกเปลี่ยนและได้ข้อสรุปร่วมกัน ในการสอนการทำขนมโดยเลือกขนมที่มาอบรมและพัฒนาาร่วมกัน 2 ชนิด ได้แก่กะหรี่ปั๊ป และขนมชั้น เนื่องจากไม่ต้องลงทุนมากและสามารถหาวัตถุดิบได้ง่าย โดยวิทยากรชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญ และทำการสรุปสูตรและจัดทำเป็นคู่มือเพื่อให้สมาชิกได้นำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อทดลองทำและสร้างเป็นอาชีพในอนาคต

2) การพัฒนาความรู้ด้านการตลาด เป็นส่วนที่สำคัญเนื่องจากศักยภาพของสมาชิกชุมชน ส่วนใหญ่คือการผลิต แต่การจำหน่ายมีเพียงการขายหน้าร้านเท่านั้น ดังนั้นการทำการตลาดจึงเป็นการอบรมด้านการทำการตลาดออนไลน์ ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ สมาชิกชุมชนมีความรู้และเข้าใจหลักในการทำการตลาด การสร้าง Content เพื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ การแต่งเพลงประจำชุมชนโดยใช้ AI และเปิดในวันที่ขายสินค้า ตลอดจนการสร้างการจดจำผ่านรูปหรือโลโก้ที่ออกแบบร่วมกัน ได้แก่โลโก้ที่สะท้อนสัญลักษณ์ของชุมชน คือ โลโก้ “ตลาดบ้านเหลียง” ซึ่งประกอบด้วยรูปเกี่ยวกับบ้านสี่เหลียงเพื่อสะท้อนสีของบ้านในชุมชนที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีเครื่องบินเพื่อสะท้อนพื้นที่อยู่ใกล้สนามบินดอนเมืองซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว และมีแม่น้ำตัดผ่านหน้าบ้านเพื่อสะท้อนถึงการเป็นบ้านที่อยู่ริมคลอง นอกจากนี้ชุมชนได้มีการสร้างเพจเฟสบุ๊ค การสื่อสารสินค้าหรือการขายในชุมชนผ่านช่องทางไลน์ มีการทำป้ายประชาสัมพันธ์โดยการประสานความร่วมมือกับโรงแรมอมารีซึ่งตั้งอยู่ติดถนนหลัก และอยู่หน้าชุมชนเพื่อให้คนผ่านไปมาหรือมาพักที่โรงแรมได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ วัน เวลา และสินค้าที่ขายในแต่ละวัน

3) การบริหารจัดการที่ชัดเจน โดยการประชุมร่วมกันจนได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าหน้าบ้าน โดยพิจารณาจากประสบการณ์ ความพร้อม และความสมัครใจในการทำงานร่วมกัน โดยแบ่งออกเป็น 5 ฝ่ายจำนวน 17 คน ประกอบด้วย 1) ฝ่ายบริหาร ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน และเลขานุการ จำนวน 4 คน 2) ฝ่ายการตลาด จำนวน 5 คน 3) ฝ่ายอาคารสถานที่จำนวน 4 คน 4) ฝ่ายบริหารจัดการสินค้าจำนวน 4 คน และ 5)ฝ่ายบัญชีการเงินจำนวน 2 คน เน้นและทำความเข้าใจเพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย และกำหนดผู้รับผิดชอบหลักเพื่อประสานความร่วมมือในการวางแผนพัฒนาร้านค้าหน้าบ้านตั้งแต่เริ่มต้นจนสามารถเปิดขายได้จริง นอกจากนี้ยังได้มีการเดินสำรวจและทำแผนที่และแผนผังการวางร้านค้าในแต่ละบ้านเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมอีกด้วย

3. การติดตามและประเมินผลการประกอบอาชีพร้านค้าหน้าบ้าน การติดตามและประเมินผลเป็นกระบวนการในส่วนของการทดลองเปิดจำหน่ายสินค้า ซึ่งเปิดงานโดยผู้อำนวยการสำนักงานเขตดอนเมือง นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขตดอนเมือง และโรงแรมอมารี เครือข่ายชุมชน และสมาชิก

ชุมชนเข้าร่วมเปิดงาน ในวันเปิดงานมีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายที่ต้องช่วยกันเพื่อสนับสนุนให้ร้านค้าหน้าบ้านสามารถเปิดดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

หลังจากการทดลองขายสินค้าและจากการติดตามและประเมินผลพบว่าในระยะแรกมีร้านค้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 14 ร้านในสัปดาห์ที่ 1-3 และลดลงเหลือ 10 ร้านในสัปดาห์ที่ 4 และตั้งแต่สัปดาห์ที่ 5 จะเหลือร้านค้าที่ยังคงเปิดจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเพียง 5 ร้าน โดยมีสาเหตุมาจากยอดขายสินค้าที่ขายได้ลดลง และร้านขายสินค้าเป็นสินค้าเดิมที่ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อได้บ่อย เช่น ขนมปัง ร้านรองเท้าว และของเล่นเด็ก จะมีเพียงร้านข้าวแกง ร้านน้ำชากาแฟไข่มุก ร้านชา กาแฟโบราณ ร้านอาหารอีสาน ร้านขายลูกชิ้นยืนกิน ส่วนร้านอื่นยังคงเข้าร่วมการขายบ้างบางครั้งก็สินค้าเหลือจากตลาดหลักที่เคยขายอยู่เดิม ปัญหาจำนวนร้านค้าน้อยและไม่หลากหลายจึงไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค จากปัญหาดังกล่าวจึงได้นำมาสู่การสรุปแนวทางร่วมกันโดยการเปิดให้บุคคลภายนอกเข้ามาเช่าพื้นที่หน้าบ้านโดยและนำสินค้าจากนอกชุมชนมาขายเพิ่ม เพื่อเป็นทางเลือกในการส่งเสริมให้มีจำนวนร้านค้ามากขึ้น และสินค้าหลากหลายชนิด โดยมีข้อกำหนดและข้อตกลงร่วมกันโดยผู้เช่าหน้าบ้านเพื่อเปิดขายของจะต้องปฏิบัติตามกฎการบริหารร้านค้าภายใต้คณะกรรมการร้านค้าหน้าบ้านอย่างเคร่งครัด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบข้อค้นพบที่สามารถอภิปรายผลได้โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนกับความสำเร็จในการพัฒนา ผลการวิจัยยืนยันอย่างชัดเจนว่า “การมีส่วนร่วมของชุมชน” เป็นกลไกหลักที่ขับเคลื่อนการพัฒนาร้านค้าหน้าบ้านให้เกิดขึ้นจริง โดยพบว่าชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดโจทย์วิจัย การออกแบบรูปแบบร้านค้า การพัฒนาศักยภาพ ไปจนถึงการทดลองดำเนินงานและการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Amstein (1969) ที่เสนอ “บันไดการมีส่วนร่วมของพลเมือง” โดยกรณีศึกษานี้สะท้อนระดับการมีส่วนร่วมในขั้น “การมีอำนาจร่วมในการตัดสินใจ” (partnership) ไปจนถึง “การควบคุมโดยประชาชน” (citizen control) ในบางมิติ เช่น การกำหนดกฎระเบียบร้านค้าหน้าบ้านและโครงสร้างคณะกรรมการ

นอกจากนี้ การที่ชุมชนสามารถร่วมกันพัฒนาศักยภาพด้านอาชีพ เช่น การผลิตขนม การสร้างแบรนด์ “ตลาดบ้านเหลือง” และการใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ แสดงให้เห็นถึงการเกิด “การเสริมพลังอำนาจ” (empowerment) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pretty (1995) ที่มองว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน อย่างไรก็ตาม ผลการติดตามที่พบว่าจำนวนร้านค้าลดลงจาก 14 ร้าน เหลือ 5 ร้าน สะท้อนว่าการมีส่วนร่วมเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อความยั่งยืน หากขาด

ปัจจัยสนับสนุนด้านเศรษฐกิจ เช่น ปริมาณลูกค้าและรายได้ที่มั่นคง ดังนั้น การมีส่วนร่วมควรถูกเสริมด้วยกลไกสนับสนุนอื่น เช่น การพัฒนาตลาดและการสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจควบคู่กันไป

2. ร้านค้าหน้าบ้านกับการเป็นตลาดทางเลือกของชุมชนเมือง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า “ร้านค้าหน้าบ้าน” เป็นนวัตกรรมเชิงพื้นที่ (spatial innovation) ที่ตอบโจทย์ข้อจำกัดของชุมชนเมือง โดยเฉพาะปัญหาค่าเช่าพื้นที่และต้นทุนการดำเนินธุรกิจ การใช้พื้นที่หน้าบ้านซึ่งมีอยู่เดิมเป็นพื้นที่ค้าขายช่วยลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงรายได้ สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ว่าชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นหลังจากพัฒนาเป็นร้านค้าหน้าบ้าน

รูปแบบดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิด “ตลาดทางเลือก” ซึ่งในกรณีนี้มีองค์ประกอบครบถ้วน ได้แก่ ผู้ขาย (สมาชิกชุมชน) ผู้ซื้อ (คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว) พื้นที่ (หน้าบ้านและชุมชน) สินค้า (อาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าเครือข่าย) การสื่อสาร (ออนไลน์และออฟไลน์) และกฎระเบียบ (ข้อตกลงชุมชน) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2567) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังสะท้อนข้อจำกัดสำคัญของตลาดทางเลือกในบริบทนี้ คือ “ความหลากหลายของสินค้าและความต่อเนื่องของผู้ขาย” ที่ยังไม่เพียงพอ ส่งผลให้ไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ จึงนำไปสู่การปรับกลยุทธ์โดยเปิดพื้นที่ให้บุคคลภายนอกเข้ามาเช่าขายสินค้า ซึ่งถือเป็นการปรับตัวเชิงระบบ (adaptive strategy) เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความน่าสนใจของตลาด

3. บทบาทของภาคีเครือข่ายกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาคีเครือข่าย เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรในพื้นที่ มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาร้านค้าหน้าบ้าน ทั้งในด้านทรัพยากร ความรู้ และการสร้างโอกาสทางการตลาด เช่น การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม และการเชื่อมโยงกับแหล่งลูกค้า (เช่น โรงแรมใกล้เคียง)

ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “ทุนทางสังคม” ของ Narayan (1995) ที่เน้นว่าความไว้วางใจและเครือข่ายความสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาชุมชน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Woolcock and Narayan (2000) ที่ชี้ให้เห็นว่าเครือข่ายแบบเชื่อมโยงหลายระดับ (linking social capital) ช่วยเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสจากภายนอก

นอกจากนี้ การดำเนินงานที่มีการจัดตั้งคณะกรรมการและแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน ยังสะท้อนแนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วมและการกำกับดูแลร่วม (collaborative governance) ของ Chris Ansell & Alison (2008) ที่เน้นการสร้าง “พื้นที่กลาง” สำหรับการตัดสินใจร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีภาคีเครือข่ายสนับสนุน แต่ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความยั่งยืนยังขึ้นอยู่กับความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการตนเอง โดยเฉพาะด้านการตลาดและการรักษาลูกค้าในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ควรให้การสนับสนุนงบประมาณ ความรู้ และกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการประกอบธุรกิจ รวมถึงการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับร้านค้าหน้าบ้านของชุมชน เพื่อให้การทำร้านค้าหน้าบ้านเป็นที่รู้จัก และมีความน่าเชื่อถือจากการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานภาครัฐ

2) ภาครัฐ และเครือข่ายชุมชนควรมีการส่งเสริมกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาในการทำร้านค้าหน้าบ้าน การผลิตสินค้า กฎระเบียบและการทำงานประสานความร่วมมือกัน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในการส่งเสริม พัฒนาอาชีพที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้สมาชิกในชุมชนของตนเองและเกิดเป็นความยั่งยืนในการทำงาน การแบ่งปันและการรวมกลุ่มค้าขายสินค้าที่เข้มแข็งร่วมกันได้

3) ผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชนและเครือข่ายควรมีการประชุมแลกเปลี่ยนและทำความเข้าใจในการพัฒนาร้านค้าหน้าบ้าน หรือการส่งเสริมอาชีพค้าขาย เพื่อทำความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ วัตถุประสงค์ ความต้องการและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นร่วมกัน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน การมีส่วนร่วม อันจะนำมาสู่การพัฒนาชุมชนได้อย่างเป็นระบบและเกิดขึ้นจริงได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาโดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับความต้องการและแนวทางในการพัฒนาตลาดหรือร้านค้าหน้าบ้านสำหรับชุมชนเพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการเบื้องต้นเพื่อนำมาเป็นข้อมูลวางแผนการพัฒนาตลาดที่เหมาะสม

2) ควรมีการศึกษารูปแบบการทำตลาดหรือร้านค้าหน้าบ้านเปรียบเทียบในบริบทพื้นที่ต่างจังหวัดว่ามีลักษณะ ขั้นตอนรูปแบบเหมือนกับการศึกษาในครั้งนี้ หรือมีข้อค้นพบที่แตกต่างออกไปเนื่องจากบริบทของพื้นที่ที่แตกต่างกัน และ

3) การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับเครือข่ายภาครัฐในกระบวนการเปิดตลาดขอความร่วมมือในกิจกรรมพัฒนาอาชีพชุมชน เพื่อให้การศึกษาได้ข้อค้นพบและความร่วมมืออันจะก่อให้เกิดเป็นความยั่งยืน ในการศึกษาครั้งถัดไป ควรเริ่มออกแบบในการจัดทำตลาดหรือร้านค้าหน้าบ้านชุมชนร่วมกับภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ตั้งแต่การพัฒนาโจทย์ที่เข้มข้น รวมถึงการกำหนดบทบาทความร่วมมือทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เพื่อให้เกิดผลในการพัฒนาชุมชนที่ชัดเจน และเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาต่อยอดอย่างยั่งยืนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2566). รายงานประเมินผลโครงการส่งเสริมอาชีพในระดับชุมชน. กองแผนงาน กระทรวงมหาดไทย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2567). การวิจัยเพื่อท้องถิ่น (CBR) กับความเหลื่อมล้ำในสังคม. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย และทศนา แหม่มณี. (2546). แก้วก้าวการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนและการสังเคราะห์. กรุงเทพฯ: นิชนเอดเวอร์ไทซิงกรุ๊ป.
- วิชุดา เขียวเกตุ. (2559). การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา. หลักสูตรพัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต ภาควิชาการพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2569, จาก <http://plan.bru.ac.th/แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ-ฉบับที่-12>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570). สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2569, จาก https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/?utm_source=chatgpt.com.
- ศิริธรณ์ ไรจนสุพจน์, ศิวิไล ลิ้มจิระจรัส และ ญานิศา จันทรเส็ง (2560). โครงการการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่.สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224.
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268.

- Narayan, D. (1995). *The contribution of people's participation: Evidence from 121 rural water supply projects*. ESD Occasional Paper Series No. 1. The World Bank.
- Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247–1263.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225–249.