

การพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0*

Developing of Community Store as Civil State Prototype for Encouraging Thailand 4.0

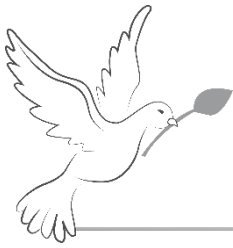
¹ปราโมทย์ ยอดแก้ว, ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์, รติวัลย์ วัฒนสิน,
สมธีราภรณ์ พรหมศิริ และนกุล ฤกษ์จริจุมพล

¹Pramote Yotkaew, Supawan Apicharttraisorn, Ratiwan Watanasin,
Smateera Phomsiri and Nakul Lerkjarijumpon

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Faculty of Management Science, Suan Dusit University, Thailand.

¹Corresponding Author. Email: pramote_yotkaew@yahoo.com



บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำเสนอการพัฒนาต้นแบบร้านค้าชุมชนต้นแบบประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์โดยใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พื้นที่ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านส้มป่อย หมู่ 2 ตำบลส้มป่อย อำเภอราชไสล จังหวัดศรีสะเกษโดยมีการสัมมนาเชิงปฏิบัติการกับผู้ประกอบการ 35 ราย การฝึกปฏิบัติด้านเทคโนโลยีดิจิทัลกับผู้ประกอบการ 12 ราย และการทดสอบตลาดกับผู้บริโภค 50 ราย

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาต้นแบบร้านค้าชุมชนต้นแบบต้องเริ่มต้นด้วย 4 ขั้นตอนคือ 1) การพัฒนาระบบการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการใช้แอปพลิเคชัน POS ผลิตภัณฑ์การตลาดในชุมชนและเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไข 2) แนวทางการพัฒนาของร้านค้าชุมชนประชารัฐ เริ่มต้นจากการพัฒนามนุษย์แรงจูงใจสวัสดิการและการส่งเสริมการตลาดและข้อมูล วิธีที่สำคัญคือการพัฒนาแอปพลิเคชันการจัดการร้านค้าซึ่งเป็นความช่วยเหลือในการจัดการสินค้าคงคลัง (สินค้าคงคลัง) การสร้างความไว้วางใจ ความถูกต้อง เป็นธรรม และการจัดการการดำเนินงานที่สะดวกรวดเร็ว 3) การพัฒนาต้นแบบของโมเดลร้านค้าชุมชนที่ขับเคลื่อนด้วยการนำเสนอเทคโนโลยีดิจิทัล "แอปพลิเคชันร้านค้าชุมชน" ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเรียนรู้ ปฏิบัติจริง และมีความเข้าใจในการจัดการคลังสินค้าและส่วนประสมการตลาด 4) การพัฒนารูปแบบการประเมินร้านค้าชุมชนต้นแบบจากการทดสอบตลาดลูกค้ามีความพึงพอใจอย่างสูงในรูปแบบร้านค้าชุมชน

คำสำคัญ: ร้านค้าชุมชน; ประชากร; ไทยแลนด์ 4.0

* Received March 20, 2020; Revised May 19, 2020; Accepted May 24, 2020



Abstract

The purposes of research to present the developing a prototype of civil state Community Store through Thailand 4.0. This applied research analysis with quantitative and qualitative data reveal with participatory action research. The research site has been the Marketing Training Center at Mu 2, Tambon Sompoi, Amphoe Rasi Salai, Sisaket Province based on with a practical seminar discussion with 35 entrepreneurs, digital technology practice with 12 entrepreneurs and a market testing with 50 entrepreneurs.

The results of research were found that the development of a prototype of community store model had to start with 4 steps as follows; 1) co-learning process development to promote by using POS applications, marketing products in the community, and offering opinions about problems and solutions. 2) The Guideline development of civil state Community Store had started from human development, motivation, welfare and marketing promotion and information. Important way was to develop store management application, which could help the inventory management (stock inventory), building trust, accuracy, fairness and fast convenience operation management. 3) Developing a prototype of community store model to drive with presenting a digital technology, “Community Store Application”, which greatly motives entrepreneurs to learn, practice, and understanding in warehouse management and marketing mix appropriately. 4) Developing a model of community store prototype evaluation from a market testing, customers were highly satisfied in community store model.

Keywords: community store; Civil state; Thailand 4.0

บทนำ

วิถีชีวิตของคนในชุมชนต้องต่อสู้กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามความเชื่อทางประเพณี วัฒนธรรม ท้องถิ่น สังคมการเมืองการปกครอง และระบบเศรษฐกิจ เพื่อการอยู่รอดภายใต้บริบทที่แตกต่างกันตามปัญหาของสังคมไทยและสังคมโลก ในเรื่องความเหลื่อมล้ำระหว่างประเทศและกลุ่มคนในสังคม เกิดความยากจนของคนส่วนใหญ่ เกิดสงครามความรุนแรง และความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ ทั้งในระบบท้องถิ่นของประเทศทั่วโลก (Chiangkhun, 2015) และความเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมผูกขาดที่เน้นการลงทุน การแสวงหากำไรของนายทุน และบริษัททุนข้ามชาติ รวมถึงระบบทุนนิยมโดยรัฐบาลดำเนินการอย่างประเทศจีนที่ใช้ลัทธิสังคมเสรีนิยมใหม่ (Mahatthanobon, 2013) ที่เน้นการเพิ่มผลผลิตและสะสมทุนในการ



สร้างการเติบโตทางระบบเศรษฐกิจ เพื่อแข่งขันกับนายทุนอื่นๆ ที่รัฐให้การสนับสนุน ซึ่งกลุ่มทุนรุ่นบุกเบิกของระบบทุนนิยมไทยมีพลวัตไปตามปัจจัยและสภาพแวดล้อมตามยุคสมัยและมีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง (Thamchai, 2019) จากความแตกต่างมีความสำคัญที่ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลในแต่ละยุค เมื่อรัฐบาลปัจจุบันเน้นแนวคิดการพัฒนาประเทศไทยจากการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือที่เรียกว่า “ประชารัฐ” เป็นแนวทางหรือนโยบายให้ส่วนราชการต่างๆ ส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทย หวังให้เกิดความเรียบร้อย สงบสุขเรียบร้อย มีความสามัคคี ในการสร้างเสริมพัฒนาประเทศไทย ให้มีความเข้มแข็ง มั่นคง มั่งคั่งอย่างยั่งยืน (Siamrath, 2016)

จากแนวคิดการตลาดที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นตามความรู้ ความเข้าใจ และการปัญหาที่แท้จริงของชุมชน การตลาดจึงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ทั้งด้านบวกที่สามารถสร้างความสะดวกรวดเร็วอันทำให้เกิดสุขความเจริญในการใช้ชีวิต ส่วนด้านลบก็สามารถทำให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนหรือสังคมจากผลเสียที่คนในชุมชนบริโภคสินค้าและบริการเกินความจำเป็นจากความโลภ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจครอบครัวในปัญหาหนี้สินจากการบริโภค ดังนั้น การที่รัฐบาลได้ส่งเสริมแนวทางประชารัฐเพื่อหวังการตอบสนองการกินดีอยู่ดีของประชาชน โดยให้ภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนให้เป็นไปตามการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 หวังแก้ปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ เพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทางประชารัฐที่มีการสนับสนุนเงินทุนให้กับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำนวน 79,566 กองทุน วงเงินไม่เกินกองทุนละ 500,000 บาท เป็นกลไกหลักสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ มีการช่วยเหลือเกษตรกร ให้พัฒนาไปสู่ธุรกิจ SMEs และวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความสมดุลของภาคการผลิตและการตลาด มีกระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนประชารัฐ ในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ โดยมีอาสาสมัครประชารัฐกว่า 240,000 คน คอยติดตามและสนับสนุนโครงการต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จตามแนวทางประชารัฐอย่างแท้จริง ซึ่งทำให้หลายชุมชนสามารถจัดตั้งตลาดหรือร้านค้า ที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ปัจจุบันมีร้านค้าชุมชนถึง 19,270 แห่ง และตลาดชุมชนอีก 1,359 แห่งนำเงินจากกองทุนมาจัดตั้งและเริ่มดำเนินการพัฒนาตลาดและร้านค้าโดยการนำมิติการพัฒนาเทคโนโลยีเข้าไปช่วยเหลือ และส่งเสริมการบริหารจัดการ ตามแนวคิด “ตลาดและร้านค้าประชารัฐต้นแบบเพื่อชุมชน” ซึ่งมีองค์ประกอบ โดยผ่าน 5 องค์ประกอบหลักได้แก่ 1) การส่งเสริมให้สมาชิกกองทุนใช้เทคโนโลยีช่วยบริหารจัดการภายในตลาดและร้านค้าชุมชน เพื่อจัดทำบัญชีในร้านอย่างเป็นระบบ 2) การให้ผู้ผลิตสินค้าในชุมชน ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและเชื่อมโยงกับระบบขนส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3) การพัฒนาระบบบัตรสมาชิกตลาดและร้านค้าชุมชน ให้เป็นระบบและมีศักยภาพสามารถใช้สร้างกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ 4) การระบบวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการสินค้าในชุมชนเพื่อมีสินค้าหลากหลาย และยังสามารถนำสินค้าสด ๆ มาวางจำหน่าย 5) การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ให้แก่สมาชิก



ผู้ประกอบการตลาดและร้านค้าชุมชนให้มีความสามารถในการต่อยอดกิจการสู่ความสำเร็จในยุค 4.0 อย่างเต็มรูปแบบ โดยมีบริษัทประชารัฐรักสามัคคีช่วยดูแลด้านการตลาด (THAI QUOTE, 2018)

การปฏิรูปประเทศไทย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจและสังคม จึงจำเป็นต้องมีการประสานสัมพันธ์ และการช่วยเหลือกันเป็นระบบเครือข่าย โดยต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ถึงจะทำให้เกิดคุณประโยชน์มหาศาล สามารถสร้างอนาคตใหม่ให้กับสังคมไทย ดังนั้นการที่รัฐบาลมีนโยบาย เรื่องการตลาดประชารัฐ หวังส่งเสริมให้ประชาชนได้รับผลลัพธ์ที่ดี นอกจากนี้ที่กล่าวมายังเน้นความชัดเจนภายใต้การจัดตั้งบริษัทประชารัฐรักสามัคคี ที่ให้การช่วยเหลือธุรกิจชุมชนของบริษัทเป็นหลัก แต่สังคมในภาพรวมของตลาดชุมชนหรือร้านค้าชุมชนยังมีปัญหาเป็นจำนวนมากที่ควรได้รับการพัฒนา ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญที่จำเป็นเร่งด่วน ในการศึกษาเพราะถ้าช้าจะส่งผลถึงความล่าช้าในการพัฒนา จึงได้เสนอโครงการแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดประชารัฐในการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 จนได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินงาน ผู้วิจัยและเครือข่ายการพัฒนา จึงขอนำเสนอบทความเรื่อง การพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยฯ ที่จะทำให้สังคมไทยเกิดการเรียนรู้ การพัฒนาไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0

วิธีดำเนินการวิจัย

จากโครงการ แนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดประชารัฐในการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 ใช้การวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) มีการวิจัยเชิงปริมาณขั้นที่ 1 และการวิจัยเชิงคุณภาพขั้นที่ 2 เพื่อนำมาสู่การพัฒนาในขั้นที่ 3 การพัฒนาขับเคลื่อนร้านค้าชุมชนต้นแบบ ซึ่งในบทความนี้จะกล่าวถึงขั้นที่ 3 โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการทดสอบตลาด ซึ่งในขั้นนี้ทำการเลือกพื้นที่ร้านค้าชุมชน เพื่อส่งเสริมขับเคลื่อนเป็นร้านค้าชุมชนต้นแบบ จากการวิเคราะห์การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดร้านค้าชุมชน 3 พื้นที่คือ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านตำแย จังหวัดร้อยเอ็ด บ้านโนนสวรรค์ จังหวัดสกลนคร และบ้านสัมป่อย จังหวัดศรีสะเกษ โดยการประเมินข้อมูล ในเรื่องสมาชิกมีความพึงพอใจในร้านค้าชุมชน ผู้นำ และคณะกรรมการมีความพร้อมต่อการพัฒนา มีโอกาสจากหน่วยงานภายนอกที่ให้ความสำคัญ เครือข่ายร้านค้าชุมชนในพื้นที่ การนำไปใช้ประโยชน์สามารถส่งเสริมพัฒนาให้กับองค์กรอื่นๆ ความพร้อมของคน สถานที่เครือข่าย มีผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนที่นำมาฝาก ผลการพิจารณาจากคณะกรรมการเลือก ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านสัมป่อย หมู่ 2 ตำบลสัมป่อย อำเภอรามัน จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อการพัฒนาเป็นร้านค้าชุมชนต้นแบบ มีการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนี้



ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเอกสารสรุป เพื่อการแจ้งผลการประเมินให้ท่านประธาน และผู้จัดการร้านค้าชุมชน รับทราบผลการคัดเลือก และการนัดหมายในการลงพื้นที่ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเริ่มทำการวางแผนและเชิญเครือข่ายร่วมการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนามแบบมีส่วนร่วม ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการขับเคลื่อนร้านค้าชุมชนต้นแบบ ใช้ทีมอาจารย์จากหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ประกอบด้วยเครือข่ายนักวิทยากรพัฒนาเชิงปฏิบัติการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน และดร.สมธีราภรณ์ พรหมศิริ ในการปฏิบัติการ ได้ให้ผู้ร่วมสัมมนาระดมความคิดเห็นและนำเสนอ

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญหรือผู้ร่วมปฏิบัติในการพัฒนา ให้คณะกรรมการในพื้นที่ดำเนินการเลือกและเชิญผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 35 คน จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการขับเคลื่อน วันที่ 26 มิถุนายน 2562 ณ สถานที่กองทุนหมู่บ้าน ข้างศูนย์สาธิตการตลาดบ้านสัมปอ หมู่ที่ 2 ตำบลสัมปอ อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ทำการสัมมนาปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นำเสนอผลสรุป คณะผู้วิจัยและเครือข่ายได้ข้อสรุปร่วมกันในการสร้างเครื่องมือการพัฒนาร้านค้าชุมชนคือโปรแกรมร้านค้าชุมชน และการสร้างแบบทดสอบตลาด พร้อมวางแผนการขับเคลื่อน ซึ่งในขั้นตอนนี้มีการกระตุ้นให้ทางคณะกรรมการร้านค้าชุมชนเกิดการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล การส่งเสริมขับเคลื่อน โดยการการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทำภายใต้โครงการบริการวิชาการ จากหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มีนักศึกษา 3 คนที่อบรมในการใช้โปรแกรมร้านค้าชุมชน และอาจารย์ 2 ท่าน กับคณะผู้วิจัยร่วมบริการวิชาการ ระหว่างวันที่ 12 – 14 ธันวาคม 2562 ในการขับเคลื่อนเชิงปฏิบัติการร้านค้าชุมชนต้นแบบ มีผู้เกี่ยวข้องในการใช้งานจริงร่วมฝึกและปฏิบัติจริง จำนวน 12 คน โดยปฏิบัติสำเร็จสมบูรณ์สามารถใช้งานได้จริง และทำการทดสอบตลาด การพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบ เครื่องมือใช้แบบสำรวจ กลุ่มเป้าหมายสมาชิกกรรมการ และลูกค้า ที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 50 คน โดยผู้ร่วมทดสอบทำการซื้อสินค้าจริงในร้านค้าชุมชนต้นแบบ หลังจากชำระเงินเรียบร้อยแล้วเก็บข้อมูลตามแบบสอบถาม ด้วยความเป็นอิสระ

กิจกรรมต่างๆ ได้มีการรวบรวมข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็น การนำเสนอการทำกิจกรรมกลุ่ม การสังเกต การปฏิบัติงานจริง การตอบแบบประเมิน และแบบสอบถาม โดยมีการจดบันทึก การบันทึกเสียง การสังเกต และถ่ายภาพ

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และเชิงคุณภาพ ด้วยการจำแนก แบ่งประเภทข้อมูล ตามลักษณะของเนื้อหา แล้วนำมาวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผล มาเชื่อมโยงบูรณาการ เพื่อเป็นแนวทางของบทสรุปจากการศึกษา รวมถึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยคำนึงถึงบริบท (context) หรือสภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ (interpretation)

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัย และ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย



ผลการวิจัย

การส่งเสริมพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบ พบว่า ร้านค้าชุมชนมีทั้งในรูปแบบส่วนตัวบุคคล หรือเกิดจากการรวมตัวกันภายในชุมชน จัดตั้งตามแนวคิดพัฒนาชุมชน ที่เริ่มกิจกรรมการสาธิต จึงใช้คำว่าศูนย์สาธิตการตลาด และเมื่อรัฐบาลก็มีนโยบายสนับสนุนเงินหรือมีการส่งเสริมการค้าก็ใช้คำว่า ร้านค้าประชารัฐ ซึ่งก็จะเรียกรวมๆ ว่า ร้านค้าชุมชน ที่มีคณะกรรมการ มีการวางกฎระเบียบชัดเจน ซื่อสัตย์ตามหลักการพัฒนาชุมชน ไม่ค้ากำไร ซื่อ-ซาย กันในชุมชน ขายตามวิถีชาวบ้าน ซึ่งก็มีปัญหาในเรื่องระบบการบริหารจัดการสินค้าที่เหมาะสม ทำให้คณะนักวิจัยประเมินเลือกร้านค้าชุมชนบ้านส้มป่อย จังหวัดศรีสะเกษ เป็นพื้นที่ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1.การพัฒนาขั้น: การเรียนรู้ร่วมกัน

1) เกิดการเรียนรู้ระบบ จากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการขับเคลื่อนพัฒนา โดยทีมวิทยากรมีการนำเสนอให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้ทดลองการใช้โปรแกรมร้านค้าโทรศัพท์มือถือกับการใช้โปรแกรม POS เพื่อสร้างรายได้ให้มีความสูงขึ้นและลูกค้ามีความสุข โดยการจัดสินค้าให้เหมาะสมในการมาเดินเลือกซื้อ การจัดระบบฐานข้อมูลประวัติสมาชิกด้านสินเชื่อ และสามารถพิจารณาพฤติกรรมของลูกค้าหรือสมาชิก ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ โดยพัฒนาอำเภอ ร่วมแสดงความคิดเห็นอธิบายนโยบายการพัฒนาชุมชนในปีงบประมาณ 2562 ว่าชุมชนบ้านส้มป่อย เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีภาคีเครือข่ายท้องถิ่นดำเนินการโดยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาสู่การปฏิบัติในหมู่บ้านชุมชน ซึ่งจะเป็ผลดีในการทำการตลาดศูนย์เรียนรู้ร้านค้าชุมชน

2) เกิดการพัฒนาการตลาดเรื่องผลิตภัณฑ์ในชุมชน จากการระดมความคิดว่าควรพัฒนาเรื่อง อาหารปลอดภัยหรืออาหารอินทรีย์ของชุมชนส้มป่อย โดยสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือบุคคลภายนอกให้เข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้าชุมชน ประกอบด้วยสินค้าหัวหอมแดงและหัวกระเทียมที่ปลูกตามภูมิปัญญาในการใช้ดินจอมปลวกมาผสมกับดินนั้นที่เป็นสินค้าที่มีชื่อของชุมชนและจังหวัด สินค้าข้าวหอมมะลิ ที่หอมจากจากสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศที่ร้อน ทำให้ความเค็มที่อยู่ใต้ดินระเหยขึ้นมาเกิดความสมดุลลงตัวในการปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพแห่งความหอม สินค้ากล้วยอินทรีย์ที่เน้นการปลูกให้เกิดการเรียนรู้เพื่อใช้ประโยชน์ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง สินค้าน้ำพริกหอมแดงเป็นการพัฒนาวัตถุดิบในพื้นที่มาแปรรูปเป็นสินค้า และสินค้างานฝีมือเช่นการพัฒนาเหรียญโปรยทานและงานฝีมืออื่นๆ ซึ่งใช้เวลาว่างจากการว่างงานมาช่วยกันทำ ส่วนสินค้าข้าวเหนียวหอมแดง ที่หน่วยงานภายนอกเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนกำลังอยู่ในช่วงพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) เกิดการนำเสนอความคิดเห็นเรื่องปัญหาร้านค้าชุมชนและแนวทางการที่ต้องพัฒนา

(1) พนักงานขายขาดความซื่อสัตย์ จะต้องตั้งระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจน



(2) สมาชิกไม่มีความรับผิดชอบต่อเครดิตสินค้า จะต้องกระตุ้นคณะกรรมการควบคุมความประพฤติ และเวลาไม่ให้เกิดปัญหาเครดิต และแจ้งยอดเครดิตให้สมาชิกทราบ

(3) คณะกรรมการขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ (ไม่มีเวลา) จะต้องส่งเสริมความรู้ให้คณะกรรมการ เวลาปีนผลปีนประจำปี ควรจัดให้มีวิทยากรมาให้ความรู้ความเข้าใจ

(4) สินค้าไม่เพียงพอต่อสมาชิกจะต้องมีการตั้งระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจน ทั้งคณะกรรมการ สมาชิก และพนักงานขาย ในการแจ้งติดตามหนี้ เพื่อนำเงินมาจัดซื้อสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการ

จากปัญหามีแนวทางการแก้ไขตามกระบวนการประชารัฐ โดยต้องมีการจัดประชุม ในวันจ่ายเงินปันผลประโยชน์ประจำปี ซึ่งควรเชิญวิทยากรจากภายนอกหรือหน่วยงานจากราชการ เช่น พัฒนาอำเภอ อาจารย์จากมหาลัย ปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อมากระตุ้นจิตสำนึก แจ้งกฎระเบียบข้อบังคับของร้านค้าชุมชนให้สมาชิกเกิดศรัทธาและความรับผิดชอบต่อเครดิตของร้านค้าชุมชนมากขึ้น ส่งเสริมให้คณะกรรมการ มีการวิเคราะห์การให้สินเชื่อสมาชิก กำหนดเครดิตสินเชื่อกับสินค้าในแต่ละเดือนและมีแผนการติดตามสินเชื่อ

2. การพัฒนาขึ้น: แนวทางร้านค้าชุมชน

แนวทางการพัฒนาร้านค้าชุมชนประชารัฐ ต้องเริ่มในการพัฒนาจากคน ซึ่งคนในที่นี้ก็คือ สมาชิก พนักงานขาย และคณะกรรมการร้านค้าชุมชน โดยเน้นเรื่องการสร้างแรงจูงใจลูกค้าที่มีเงินปันผล เงินเฉลี่ยคืน สวัสดิการ และการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการจับฉลากทุกๆ สัปดาห์ และ ให้รางวัลสมาชิกผู้ที่มีความรักดีต่อร้านค้าชุมชนโดยพิจารณาจากยอดซื้อสูงสุด ซึ่งเรื่องดังกล่าวต้องเน้นการสื่อสารทางการตลาด แจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทุกคนรับรู้ ซึ่งอาจจะใช้กระดานสื่อสาร ในการแจ้งข่าวสาร รวมถึงการแจ้งเรื่องสินค้า บริการต่างๆ หรือสร้างline ร้านค้าชุมชน แต่สิ่งสำคัญคือเรื่องการพัฒนาการใช้โปรแกรมการจัดการร้านค้า เพื่อการจัดสินค้าคงคลัง (สต็อกบัญชีสินค้า) การสร้างความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความยุติธรรมในการดำเนินงานด้วยความสะดวกรวดเร็ว ตามแนวทางการพัฒนารูปแบบร้านค้าชุมชนประชารัฐต้นแบบ ด้วยการจัดการโดยใช้เทคโนโลยี ระบบโปรแกรม ระบบบาร์โค้ด และการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ระบบโปรแกรมร้านค้าที่จะต้องมี ฐานข้อมูลสมาชิก การควบคุมสินค้าสต็อก การควบคุมหมวดสินค้า การจัดตั้งรหัสสินค้า นำสินค้าลงรหัสเข้าร้าน การปิดบัญชีขายแต่ละวันแต่ละเดือน และสินค้าเข้าออกในการควบคุมสต็อกสินค้า

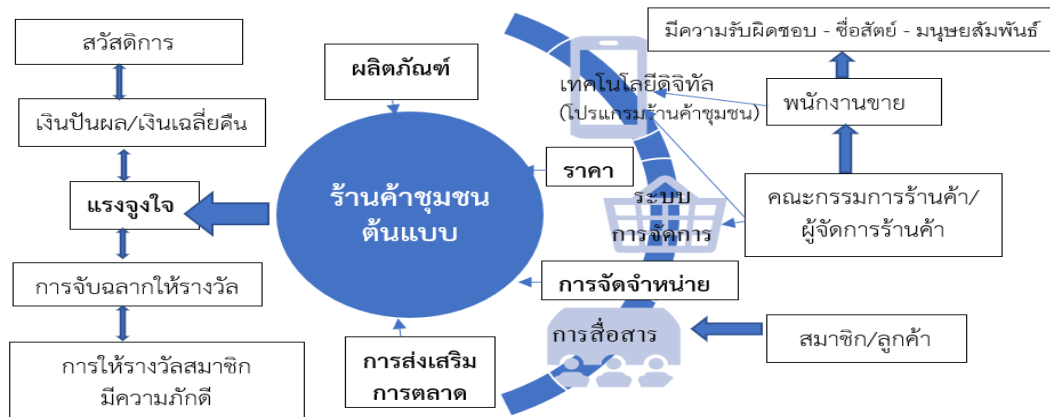
จากข้อมูลดังกล่าวคณะผู้วิจัยและเครือข่ายได้สรุปร่วมกันในการสร้างเครื่องมือการพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบ คือโปรแกรมร้านค้าชุมชนตามกรอบจากงานวิจัย แล้วมาวางแผนสร้างรูปแบบการนำเสนอ การอบรมให้ความรู้คณะกรรมการ และทำการทดสอบตลาด ในรูปแบบการบริการวิชาการโครงการบริการวิชาการ การพัฒนารูปแบบการตลาดชุมชนประชารัฐในการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0



3. การพัฒนาขึ้น: ขับเคลื่อนร้านค้าชุมชนต้นแบบ

ผู้วิจัยร่วมกับหลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ประกอบด้วยอาจารย์และนักศึกษา ลงพื้นที่ให้บริการวิชาการขับเคลื่อนผู้ที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าชุมชน คือ พนักงานขาย ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการร้านค้าชุมชน ผู้จัดการร้านค้าชุมชน ที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน โดยมีการนำเสนอเทคโนโลยีดิจิทัล “โปรแกรมร้านค้าชุมชน” ให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้ปฏิบัติ เริ่มตั้งแต่การสร้างร้าน สำหรับผู้จัดการร้านค้าชุมชน และการสมัครเป็นพนักงานร้านค้าชุมชน แนะนำเมนูหลักประกอบด้วย จัดการร้านค้า จัดการบัญชีผู้ใช้ จัดการสมาชิกเกี่ยวกับแอปนี้ รายการสินค้า เพิ่มจำนวนสินค้า ลดจำนวนสินค้า ขายสินค้า และรายงานการขายรายการสินค้า แสดงรายละเอียดสินค้าทั้งหมดในร้านและปริมาณสินค้าคงเหลือ เพิ่มจำนวนสินค้า ลดจำนวนสินค้า ขายสินค้า สแกน QR CODE

จากการปฏิบัติของผู้ที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าชุมชนสามารถนำเสนอ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: รูปแบบการตลาดชุมชนตามแนวทางประชารัฐในการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0

จากภาพสรุปว่า รูปแบบร้านค้าชุมชนต้นแบบต้องเริ่มจากการพัฒนาผู้ที่เกี่ยวข้องคือ สมาชิกลูกค้า คณะกรรมการร้านค้า ผู้จัดการร้านค้าและพนักงานขายให้มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ มีมนุษยสัมพันธ์ โดยคณะกรรมการร้านค้า และผู้จัดการร้านค้า ต้องพัฒนาระบบการจัดการร้านในเรื่องกฎระเบียบ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล “โปรแกรมร้านค้าชุมชน” รวมถึงการสื่อสารที่สมาชิกลูกค้าสามารถเข้าไปสู่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ ซึ่งร้านค้าชุมชนต้นแบบต้องมีการบริหารคลังสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตามความต้องการ ราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก และสว่างไสว การส่งเสริมการตลาดที่สามารถสื่อข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมแรงจูงใจให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืน สวัสดิการ การจับฉลากให้รางวัล และการให้รางวัลสมาชิกที่ภักดี

4. การพัฒนาขึ้น: การประเมินผลร้านค้าชุมชนต้นแบบ

กิจกรรมเชิงปฏิบัติการขับเคลื่อนระบบการจัดการร้านค้าชุมชน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โปรแกรมปฏิบัติจริงกับพนักงานขายและคณะกรรมการร้านค้าชุมชน เพื่อพัฒนาเป็นร้านค้าชุมชนต้นแบบ มีการประเมิน



วัดผลการให้บริการวิชาการ จากผู้ร่วมปฏิบัติพบว่า ผู้ร่วมปฏิบัติมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณารายการกิจกรรม พบว่า โครงการส่งเสริมความรู้ แนวคิดทักษะและประสบการณ์ใหม่ๆ กับ ความรู้ที่ได้รับหลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องประโยชน์และความรู้ที่ได้รับจากโครงการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และรองลงมาเป็นเรื่องกระบวนการ/ขั้นตอน ในการให้บริการวิชาการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนเรื่องที่คะแนนน้อยที่สุดคือ ความรู้ก่อนเข้าร่วมโครงการ การประเมินการพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบ โดยทำการกิจกรรมการตลาด โดยให้สมาชิกมาทำการซื้อสินค้าในร้านค้าชุมชนต้นแบบ จากการปรับปรุงร้านและใช้ระบบโปรแกรมร้านค้าชุมชนในการให้บริการ จากการทดสอบผู้ที่ซื้อสินค้าแล้วให้ข้อมูล จำนวน 50 คน พบว่า ผู้ร่วมกิจกรรมทดสอบตลาด เป็นเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 เป็นสมาชิก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาเป็นคณะกรรมการ / ผู้จัดการ / ที่ปรึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 มีความถี่ในการมาซื้อสินค้าทุกวัน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ในภาพรวมค่าเฉลี่ยกิจกรรมทดสอบตลาดอยู่ในระดับมีความพึงพอใจมากที่สุด พิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ร่วมทดสอบเกิดความประทับใจต่อร้านค้าชุมชนต้นแบบ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องความหลากหลายของสินค้าที่ขายตรงตามที่ต้องการในการดำเนินชีวิตกับเรื่องการจัดวางสินค้า มีความสะดวกในการเลือกซื้ออยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และรองลงมาเป็นเรื่อง ร้านค้าชุมชนมีระบบทันสมัยในการเช็คสินค้า และคิดราคา กับ เรื่องราคาสินค้าคุ้มค่าการซื้อในร้านค้าชุมชนกับเรื่องร้านค้าชุมชนมีระบบการให้บริการถูกต้อง สะดวก รวดเร็วกับเรื่องร้านค้าชุมชนที่มีความน่าเชื่อถือในระบบการคิดเงิน ส่วนเรื่องที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดแต่ก็อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ เรื่องสินค้ามีความน่าเชื่อถือ มาตรฐาน และการตรวจสอบการหมดอายุ กับเรื่องร้านค้าชุมชนมีการให้บริการสมาชิกซื้อเชื่อ่ายสะดวกรวดเร็ว กับเรื่องพนักงานขาย คณะกรรมการ ผู้ขายมีความรู้ ความเข้าใจการให้บริการกับเรื่องการจัดข้อมูลข่าวสาร และประชาสัมพันธ์งานชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

การนำเสนอรูปแบบการตลาดชุมชนตามแนวทางประชารัฐในการขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 พบว่า รูปแบบพัฒนาร้านค้าชุมชนต้องมีเรื่องแรงจูงใจลูกค้า ต้องมีปันผล เกลี้ยคั้น สวัสดิการ และส่งเสริมการตลาดโดยการจับฉลากสิ้นเดือน และ ให้รางวัลผู้มียอดขายสูงสุด สอดคล้องกับ ชีระพงษ์ แสงวิเศษ (Sangwiset, 2013) ที่อธิบายถึง การให้บริการต้องทำให้เกิดความประทับใจและเกิดการจดจำชื่อร้านค้าหรือ Brand Royalty และมีการจัดทำป้ายโฆษณาสินค้าโปรโมชันด้านหน้าร้านอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นง่ายและชัดเจน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด



สอดคล้องกับ โกวิทย์ กุลวิเศษ และ ลำปาง แมนมัตย์ (Kulveset & Manmart, 2015) ที่อธิบายว่าควรมีการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการโปรโมชั่นส่วนลดสินค้า

รูปแบบพัฒนาร้านค้าชุมชน เรื่องการสื่อสารทางการตลาด โดยใช้กระดานสื่อสาร แจ้งข่าวสาร สินค้า บริการ และสร้างline ร้านค้าชุมชน สอดคล้องกับ ศรีนทร์ ชันติวัฒน์กุล (Kulveset & Manmart, 2015) ที่อธิบายถึง การส่งเสริมการตลาดกลุ่มอาชีพควรได้รับการอบรมความรู้การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต สร้างเว็บไซต์ สร้างเครือข่ายเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสอดคล้องกับ ณิชณันท์ นิติวัดนะ (Nitiwatthana, 2015) ที่อธิบายถึง แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นโฆษณาสินค้าไม่เกินความจริง แนะนำสินค้าแบบปากต่อปาก มีการจัดแสดงสินค้า มีส่วนลดและแถมสินค้า จัดกิจกรรมเพื่อกลับคืนสู่ชุมชน รู้จักแบ่งปันและรับผิดชอบในการอยู่ร่วมกันในสังคม

รูปแบบการพัฒนาร้านค้าชุมชนเรื่องการใช้โปรแกรมการจัดการร้านค้า เพื่อการจัดสินค้าคงคลัง (สต็อก บัญชีสินค้า) ด้วยการจัดการด้วยระบบคอมพิวเตอร์ มีระบบโปรแกรม บาร์โค้ด และการเรียนรู้ต่างๆ เช่น ระบบ โปรแกรมร้านค้าที่จะต้องมี ฐานข้อมูลสมาชิก การควบคุมสินค้าสต็อก การควบคุมหมวดสินค้าต่างๆ โดยจัดการ ตั้งรหัสสินค้า นำสินค้าลงรหัสแต่ละประเภท การปิดบัญชีขายแต่ละวันและแต่ละเดือน สินค้าเข้าและออกอยู่ในหมวดสต็อกสินค้า สอดคล้องกับ สุชาดา จะรา (Chara, 2018) ที่อธิบายถึง เทคโนโลยี มีความสำคัญมากใน กระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน เพื่อความสะดวกในการดูแลและตรวจสอบ รองลงมามีการจัดหาอุปกรณ์ที่ ทันสมัยและมีคุณภาพ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน และสอดคล้องกับ สุภาณี นวกุล (Navakul, 2018) ที่อธิบายถึง การพัฒนาช่องทางการรับชำระค่าสินค้าเป็นแบบคิวอาร์โค้ด

รูปแบบการพัฒนาผู้ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายและร้านค้าชุมชน ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ มีความซื่อสัตย์ มีการพัฒนาภาวะเยี่ยงขอบังคับให้ชัดเจน ถูกต้องทันสมัย และสร้างความรับผิดชอบต่อเครดิตของร้านค้า ชุมชน มีการกำหนดเครดิตสินค้าในวงเงินแต่ละเดือน และมีการติดตามเครดิตสอดคล้องกับ สุภาณี นวกุล (Navakul, 2018) ที่อธิบายถึง การเพิ่มคุณภาพผลผลิตของเกษตรกรและพัฒนาทักษะทางด้านการตลาดเปิด โอกาสให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการด้านการตลาด พัฒนาตลาดสินค้าการเกษตรไปสู่ความเข้มแข็ง มั่นคง และ ยั่งยืน สอดคล้องกับ อำพัน ศิริสม และ ดิฐา แสงวัฒนะชัย (Sirisom & Sangvatanachai, 2018) ที่อธิบายถึง วิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรม และมีความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน สอดคล้องกับ สุชาดา จะรา (Chara, 2018) ที่ อธิบายถึง การจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพ และง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน สอดคล้องกับขวัญกมล ดอนขวา (Donkwa, 2013) ที่อธิบายถึงการพัฒนาด้วยการอบรมสมาชิกในแต่ละกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการจัดการ ธุรกิจชุมชน จะทำให้สามารถประสบความสำเร็จในการหาธุรกิจของกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ วัฒนจิร ชัย เวชชินนนาท (Wetchaninnart, 2014) ที่อธิบายถึง โครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบส่วน ประสมทางการตลาดจำนวน 4 โครงการซึ่งครอบคลุมเนื้อหาทาง การตลาดทั้ง 4 ด้าน ผลจากการอบรมทำให้ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ถูกต้อง จัดรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดสอดคล้อง กับกลุ่มตลาดเป้าหมาย เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค การจัดการ ร้านค้าชุมชน และการส่งเสริมการตลาด ร่วมกัน พัฒนาสินค้า สอดคล้องกับ ศรีนทร์ ชันติวัฒน์กุล (Khuntiwattanakul, 2015) ที่อธิบายถึง กลุ่มอาชีพควร ได้รับการอบรมความรู้การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต สร้างเว็บไซต์ สร้างเครือข่ายเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร



สรุป

การพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบที่ยั่งยืน คงต้องพัฒนาไปตามภายใต้คุณธรรม 5 ประการ คือ ซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบ เห็นอกเห็นใจ ไว้วางใจซึ่งกันและกัน ด้านการดำเนินงานต้องมีผู้นำที่ดี มีผู้ตามที่ร่วมด้วย จึงต้องเปิดโอกาสให้บุคคลในชุมชนได้หมุนเวียนเข้ามามีส่วนร่วม เกิดการเรียนรู้ในการบริหารจัดการ ช่วยเหลือ แบ่งปันกันในชุมชน มีระบบอำนวยความสะดวกโปรแกรมร้านค้าชุมชนในการสร้างมาตรฐานมีระบบเครื่องคิดเงินอัตโนมัติจากบาร์โค้ด มีการบริหารสินค้าคงคลัง และส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนนำสินค้าที่เหลือจากการบริโภคมาขาย การพัฒนาขยายพื้นที่ร้านต้องให้เหมาะสมกับปริมาณสินค้าและสมาชิก โดยต้องเพิ่มระบบความปลอดภัยของร้านค้ากับการขายสินค้าที่อันตราย และการตรวจสอบคุณภาพสินค้า การพัฒนาให้ผู้ขายรู้จักแนะนำสินค้าให้ความรู้ให้ข้อมูลสมาชิกโดยใช้วาจาที่เหมาะสมมีจิตใจที่ดีงาน (มีความซื่อสัตย์) การพัฒนาเครือข่ายร้านค้าชุมชน และการหาโอกาสจากองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกเข้าไปส่งเสริมสนับสนุน

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาร้านค้าชุมชนต้นแบบประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 เป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญแต่ตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน การทำร้านค้าชุมชนจึงต้องอาศัยความร่วมมือ จากคนในชุมชนที่ร่วมคิด ร่วมทุน ร่วมงาน ร่วมซื้อ ร่วมรับผลประโยชน์ โดยมีหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนให้การสนับสนุน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 การวิจัย มีข้อเสนอแนะให้ร้านค้าชุมชน ควรพัฒนาตามรูปแบบที่นำเสนอ เพื่อสร้างความถูกต้อง สร้างความน่าเชื่อถือ โดยการจัดการร้านค้าด้วยโปรแกรมร้านค้าชุมชน หรือให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำรูปแบบดังกล่าวไปส่งเสริมร้านค้าชุมชนให้เป็นร้านค้าต้นแบบ และควรมีการศึกษาการขับเคลื่อนร้านค้าชุมชนให้เป็นร้านค้าชุมชนต้นแบบ โดยสร้างเครือข่ายสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่สนใจ มีการขับเคลื่อน และมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมกับร้านค้าชุมชนที่เกี่ยวข้อง

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้สนใจ ต้องการข้อมูลหรือโปรแกรมร้านค้าชุมชน สามารถขอข้อมูลได้ที่
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต โทร 02 2445740

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัญหาจากการใช้โปรแกรมร้านค้าชุมชน ว่าต้องพัฒนาอะไรเพิ่มเติม



2.2 ควรมีการศึกษาการพัฒนาความร่วมมือการจัดการเครือข่ายร้านค้าชุมชนต้นแบบ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจ การสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของสมาชิกของชุมชน

References

- Chara, S. (2018). *Management Factors for Entrepreneurs of Blue Flag Stores in Nakhon Si Thammarat*. Retrieved May 20, 2018, from <http://www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/view/Index/378.ru>
- Chiangkhun, W. (2015). *New economics for Life and Peaceful Ecosystem*. Retrieved May 20, 2017, from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/505908#sthash.j7tlpb2l.dpuf>
- Donkwa, K. (2013). *Community Business Management Based on the Sufficiency Economy Philosophy*. Nakhon Ratchasima: Sunaree University of Technology.
- Khuntiwattanakul, S. (2015). Problems and Solution for Product Marketing Development of Professional Groups in Chatuchak District in order to Develop a Sustainable Business. *Srinakharinwirot Business Journal*. 6(1), 68-81.
- Kulveset, G. & Manmart, L. (2015). *The Roles of Community Shops with the Economic Community Development: A Case Study of Hin Tang Sub – District, Ban Phai District, Khon Kaen Province*. Paper presented at the 15th National and International Conference of the Network of Graduate Study at Northern Rajabhat Universities. Nakhon Sawan University.
- Mahatthanobon, W. (2013). *China and Neosocialism*. Retrieved March 11, 2020, from http://www.csc.ias.chula.ac.th/wp-content/uploads/2017/05/China-and-Human-Security_2556.pdf
- Navakul, S. (2018). The Evaluation of Effectiveness of Chainat Farmer Market Project. *Journal of Politics, Administration and Law, Burapha University*. 10(2), 259-283.
- Nitiwatthana, C. (2015). Guidelines to Promote the Marketing Strategies under the Self-Sufficiency Economic Philosophy of the Community Enterprise in Samsung District, KhonKaen Province. *Suthiparithat journal*. 29(91), 220-238.
- Sangwiset, T. (2013). *Customer Satisfaction with the Renovation of 7-Eleven Shop*. Paper presented at the 4th Hatyai National and International Conference. Hatyai University.
- Sirisom, A. & Sangvatanachai, D. (2018). Na Pho Sub-district Community Flea Market, Kud Rang District, Maha Sarakham Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, MahaSarakhm University*. 37(3), 207- 221.

- Siamrath. (2016). *Government's 'Pracharath' Strategy*. Retrieved May 20, 2018, from <http://www.siamrath.co.th/web/?q>
- Thailand 4.0 and *Thai Economic Development*. (2019). Benefits of Thailand 4.0. Retrieved May 20, 2018, from <https://sites.google.com/site/adecmju4608/home/thiy-laend-4-0-ca-phathna-reuxng-di>
- THAI QUOTE. (2017). *Government Fosters the Model of 'Pracharath' Shops and Markets for Community*. Retrieved May 20, 2017, from: <http://www.thaiquote.org/content/10123>
- Thamcai, A. (2019). *The Evolution of Capitalism and Thai Capital Market during the Transition Period 1*. Bangkokbiznews. Retrieved May 20, 2017, from: <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/648584><https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/648806>
- Wetchaninnart, W. (2014). Development of Integrated Marketing Communications to Enhance the Performance in Operations of Community Products PhaSook, Kumpawapee, Udonthani, Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University*. 34(4), 126-139.