

Street Food Stalls Surroundings Roi Et Rajabhat University:

From the Impact of Urbanization to the Next Normal

ร้านค้าริมทางชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด:

จากผลกระทบความเป็นเมืองสู่วิถีถัดไป

Chanajai Muenthaisong¹ Pattaraporn Weeranakin² and Thidarat Saraphon^{3*}

ชนาใจ หมั่นไธสง¹ ภัทรพร วีระนาคินทร์² และ ชิดารัตน์ สาระพล^{3*}

¹Faculty of Political Science, Roi Et Rajabhat University

¹คณะนิติรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

²Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³Faculty of Liberal Art and Science, Roi-Ed Rajabhat University

³คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

*Corresponding Author, E-mail: thidarat@reru.ac.th

Article Info

■ Received: September 14, 2022

■ Revised: July 12, 2023

■ Accepted: July 23, 2023

■ Available Online: August 22, 2023

Abstract

This research article aims to study the adaptation of street food hawker communities surrounding Roi Et Rajabhat University to urbanization and the next normal. This research is a qualitative research. The researcher selected the area using purposive sampling technique based on street food hawker community surrounding Roi Et Rajabhat University, consisting of Tambon Koh Kaeo, Tambon Tha Muang, Amphoe Selaphum, Roi Et Province. The key informant group, totaling 9 people, was selected from street food entrepreneurs, consumers, land developers, and academics. The research instrument used to collect data were interview and in - depth interview. For data analysis, descriptive and interpretive methods were used. The results of this research found that urbanization had begun entering the community after the establishment of Roi Et Rajabhat University, and that there was a huge leap in physical growth after 2010. As a result, the community's way of life had been changed to an urban society, and more street food stalls emerged. The Covid - 19 pandemic caused adaptations among the street food community; some entrepreneurs re - locating back to their hometowns and some outsiders searching for new areas of occupation. The impact of the coronavirus situation was partly related to food safety and nutrition standards. The behavior of buyers and sellers shifted towards becoming increasingly dependent on digital technology, especially online transactions, internet banking, and food delivery platforms. Street food stalls should adjust their marketing and business plans to enable continuous sales and reasonable pricing, emphasizing on fast processing, convenient and easy to consume. Community leaders and local government agencies play an important administrative roles in managing street food areas, landscaping, community health care organizing, as well as the safety of entrepreneurs and consumers.

Keywords: Next Normal, Street Food, Urbanization

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของร้านค้าริมทางของชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่มีต่อการกลายเป็นเมืองและการเข้าสู่วิถีถัดไป ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่โดยวิธีเจาะจง โดยเลือกร้านค้าริมทางที่อยู่รอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่ตั้งอยู่เขตตำบลเกาะแก้ว ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 9 คน คัดเลือกจากผู้ประกอบการ ผู้บริโภค นักพัฒนาพื้นที่ นักวิชาการ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงพรรณนาและการตีความ ผลการวิจัยพบว่าความเป็นเมืองได้เริ่มเข้ามาในชุมชนหลังการก่อตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด และเติบโตแบบก้าวกระโดดในด้านกายภาพหลังช่วงปี พ.ศ. 2553 ส่งผลให้วิถีชุมชนมีการปรับเปลี่ยนไปในลักษณะสังคมเมืองและเกิดร้านค้าริมทางมากขึ้น สถานการณ์โควิด - 19 ทำให้เกิดการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าริมทาง ผู้ประกอบการย้ายกลับภูมิลำเนา และคนภายนอกพื้นที่ที่ค้นหาพื้นที่ใหม่ในการประกอบอาชีพ ผลกระทบนี้เกี่ยวข้องกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและโภชนาการ พฤติกรรมของผู้ซื้อผู้ขายปรับเปลี่ยนสู่การพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น มีการซื้อขายออนไลน์ผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ แพลตฟอร์มส่งอาหาร ร้านค้าริมทางจึงต้องปรับตัวในด้านแผนธุรกิจกำหนดราคาที่เหมาะสม ผลเน้นกระบวนการแปรรูปรวดเร็ว รับประทานสะดวกและง่าย นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนและองค์กรท้องถิ่นมีบทบาทด้านการบริหารจัดการ เช่น การจัดการพื้นที่ร้านค้า ภูมิทัศน์ การดูแลด้านสุขภาวะชุมชน การจัดระเบียบความปลอดภัยของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

คำสำคัญ: ผลกระทบความเป็นเมือง, ร้านค้าริมทาง, วิถีถัดไป

บทนำ

ร้านค้าริมทางได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหลายประเทศทั้งในกลุ่มประเทศที่เจริญแล้ว ประเทศกำลังพัฒนา และประเทศด้อยพัฒนา (Bromley, 2000) ทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์และกลายเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ร้านค้าริมทางในเมืองใหญ่และในสังคมชนบทได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคม (Alfiero, Giudice, & Bonadonna, 2017) และได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การจัดการในแต่ละพื้นที่ของแต่ละประเทศมีนโยบายที่แตกต่างกันออกไป (Bhowmik, 2005) การเกิดขึ้นของร้านค้าริมทางส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างปฏิเสธไม่ได้ นับตั้งแต่การสร้างรายได้เข้าชุมชนโดยตรง การส่งผลดีต่อการจัดเก็บภาษี ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นพื้นที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นเป็นผลดีต่อคนที่ไม่สามารถเข้าสู่การจ้างงานในระบบได้ สร้างความยืดหยุ่นต่อผู้ประกอบการ สร้างอาชีพเสริมที่สำคัญให้กับครอบครัว เหมาะกับผู้ที่เริ่มต้นทุนในการประกอบการไม่เพียงพอ และช่วยสร้างสีสันให้กับเมือง อีกทั้งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ในด้านที่ไม่ทันสมัย สะท้อนความไม่เป็นระเบียบหรือตั้งข้อสงสัยในด้านอนามัย เป็นต้น (Nirathron, 2017; Bromley, 2000)

คนกลุ่มแรกที่เข้ามาค้าขายร้านค้าริมทางในต้นรัตนโกสินทร์คือกลุ่มคนจีน (Nirathron, 2006) และเมื่อประเทศไทยได้เร่งรัดให้เกิดการพัฒนาภายใต้การก่อเกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมส่งผลให้เมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ และเมืองปริมณฑลได้ขยายตัวเป็นอย่างมาก การพัฒนาได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เกิดการขยายตัวด้านกายภาพและจำนวนประชากร เงื่อนไขเหล่านี้มีส่วนที่ทำให้คนในชนบทได้เข้าสู่เมืองใหญ่เพื่อประกอบอาชีพ ทำให้ผู้ค้าอาหารริมทางในกรุงเทพฯ เริ่มมีผู้ค้าที่หลากหลายมากขึ้น (Nirathron, 2017) ในมุมมองเดียวกัน เมื่อพลิกความคิดในทางตรงกันข้าม การกำลังจะกลายเป็นเมืองและความเป็นเมือง (Urbanization) ของชุมชนซึ่งเดิมมีวิถีชีวิตชนบท การเกิดร้านค้าริมทางของชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เริ่มตั้งแต่เมื่อมีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยช่วงปี พ.ศ. 2540 และเมื่อประเทศไทยได้พบกับวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำในเอเชียช่วงปีเดียวกัน ก่อให้เกิดกลุ่มคนย้ายถิ่นเริ่มเดินทางกลับสู่ภูมิลำเนาอย่างต่อเนื่อง นับว่าคนกลุ่มนี้ได้เข้ามาเป็นผู้ค้าริมทางรุ่นแรกเพื่อแสวงหาโอกาสในการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพ และเมื่อแต่ละประเทศต้องเผชิญกับสถานการณ์โควิด - 19 ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อรายได้คนอีกกระลอกหนึ่ง นับเป็นพลวัตสำคัญในการเปลี่ยนแปลงความเป็นชนบทสู่การกลายเป็นเมือง

การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าริมทางที่มีบริบทแตกต่างกันทั้งทางภูมิศาสตร์ ประชากร วิถีชีวิต ฯลฯ รวมทั้งผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมและความต้องการที่หลากหลายเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม รวมถึงระบบบริหารจัดการ เช่น นโยบายการจัดการเชิงพื้นที่ และประเด็นอื่นที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่ออธิบายถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าริมทางของชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้ซื้ออาหารริมทาง นักพัฒนาพื้นที่ และนักวิชาการ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือการสะท้อนภาพชุมชนในมิติของการกลายเป็นเมืองและการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด - 19 ซึ่งเป็นการก้าวเข้าสู่วิถีถัดไป (Next Normal) นำไปสู่การพัฒนาในมิติอื่นทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การศึกษา สู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและลักษณะของร้านค้าริมทางชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของร้านค้าริมทางชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดภายใต้การกลายเป็นเมืองและการเข้าสู่วิถีถัดไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดความเป็นเมือง

ความเป็นเมือง หมายถึง กระบวนการกลายเป็นเมืองที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของพื้นที่ เช่น การอพยพเข้ามา การเพิ่มจำนวนประชากรในพื้นที่ การเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจและสังคมชนบทและเมืองมีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก เงื่อนไขที่เกิดขึ้นอาจมาจากการบริโภคที่ต้องนำเอาทรัพยากรจากพื้นที่ชนบทมาใช้ การย้ายถิ่น การขยายตัวของพื้นที่กึ่งเมือง เป็นต้น ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้อาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น วิถีชีวิตหรือวิถีการเกษตรที่เปลี่ยนไป การเก็งกำไรที่ดิน มลภาวะ เป็นต้น (Thongyou, Sosamphanh, & Phongsi, 2013; Sapcharoen, 2010) แนวคิดนี้นำมาใช้อธิบายพื้นที่รอบข้างของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่ได้ปรับตัวเข้าสู่การกลายเป็นเมืองอันเนื่องมาจากการก่อตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ทำให้พื้นที่ชนบทที่อยู่รายรอบได้มีการปรับตัวทั้งในด้านกายภาพ โครงสร้างทางสังคม และเศรษฐกิจในชุมชน

แนวคิดการค้าริมทาง

การค้าริมทางหรือการค้าข้างทางสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเมืองและพื้นที่สาธารณะ แม้การค้าริมทางเป็นปรากฏการณ์ที่พบทั้งในเมืองและชนบท แต่ในเชิงพื้นที่พบว่า ในเมืองมีความหนาแน่นมากกว่า เนื่องจากเมืองเป็นพื้นที่สำคัญของการผลิต การแลกเปลี่ยน และการบริโภค เป็นพื้นที่ของการซื้อขายสินค้า บริการ การเคลื่อนย้ายทุน การแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่บริโภค การใช้เวลา การใช้ชีวิต เนื่องจากเมืองเป็นเงื่อนไขให้ทุนนิยมเจริญเติบโต พื้นที่เมืองจึงเปรียบเสมือนสนามของการแข่งขันและการต่อสู้ทั้งในมิติเศรษฐกิจ การเมือง แนวคิดเรื่องเมืองหรือคุณลักษณะที่ควรจะเป็นของเมืองส่งผลโดยตรงต่อมาตรการของรัฐที่มีต่อการค้าริมทาง เมืองในฐานะพื้นที่ของการแข่งขันจำเป็นต้องสร้างจุดขาย เพื่อดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยว นักลงทุน และผู้อยู่อาศัย (te Lintelo, 2017) ด้วยเหตุนี้เองที่พื้นที่สาธารณะกลายเป็น “สินค้า” ที่มีความสำคัญ ลักษณะร่วมสำคัญของนโยบายเกี่ยวกับการค้าริมทางในประเทศต่าง ๆ คือ การได้รับอิทธิพลจากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาเมืองกระแสหลัก ซึ่งสนับสนุนเศรษฐกิจในระบบนำไปสู่การจัดการที่ทำให้ผู้ค้าริมทางได้รับผลกระทบ ข้อถกเถียงเกี่ยวกับการค้าริมทางประกอบด้วย การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม สิทธิในการประกอบอาชีพและสิทธิในพื้นที่สาธารณะ และการบริหารจัดการเมืองและบทบาทของการค้าริมทาง (Nirathron, 2017)

แนวคิดวิถีถัดไป

วิถีถัดไปหรือวิถีชีวิตถัดไป หมายถึง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม แนวคิด ทัศนคติ หรือวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากเดิมที่เคยเป็นมา การเปลี่ยนแปลงนั้นไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนหรือสามารถที่จะคาดการณ์ได้เช่นเดิมที่เคยเป็นมา อาจไม่สามารถใช้มาตรฐานเดิมได้ ณ ที่นี้เป็นวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นหลังสถานการณ์โควิด - 19 เพื่อใช้รับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในการทำงาน กระบวนการปฏิบัติงาน ความเป็นองค์กร รวมทั้งมิติทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2021)

ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

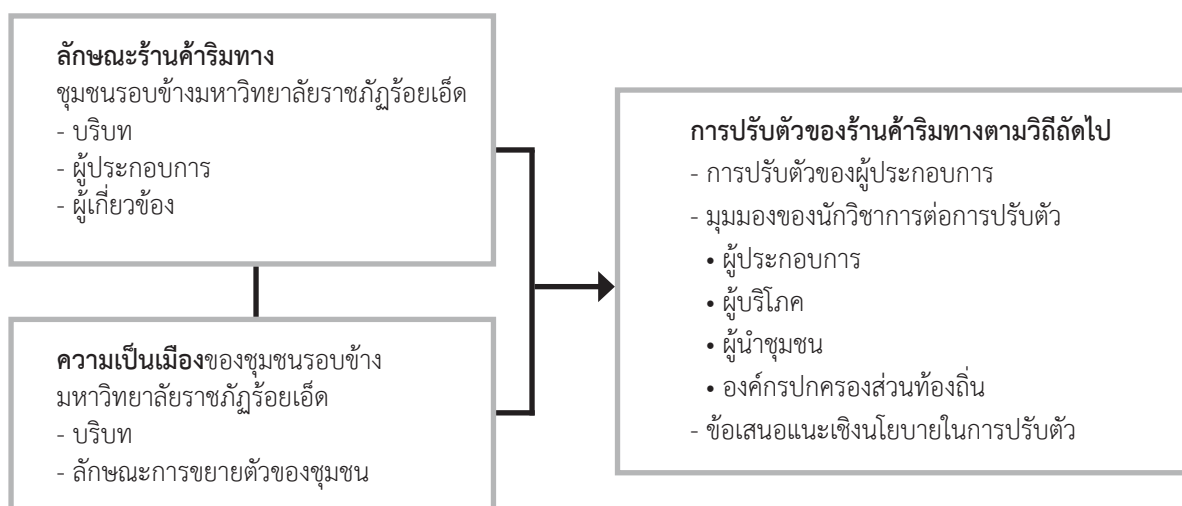
มหาวิทยาลัยก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เปิดรับนักศึกษารุ่นแรกในปีการศึกษา 2542 ในขณะนั้นจำนวนบุคลากร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษายังมีไม่มาก ในระยะนั้นยังอยู่ระหว่างการเป็นโครงการจัดตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด (Roi Et Rajabhat University, 2021) มีมหาวิทยาลัยพี่เลี้ยงคือสถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ ณ ขณะนั้นมีนักศึกษาเริ่มต้นที่ 100 คน ในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักศึกษา 7,021 คน (Office of Academic Affairs and Registration, Roi Et Rajabhat University, 2022) อาจารย์ 313 คน เจ้าหน้าที่ 166 คน (Personnel Division, office of the President, Roi Et Rajabhat University, 2022)

สภาพพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเดิมเป็นพื้นที่ป่าไม้สาธารณะประโยชน์ ชาวบ้านในพื้นที่ได้ใช้ประโยชน์

ในการหาของป่า มีพันธุ์ไม้สำคัญและเห็ดจำนวนมาก (Roi Et Rajabhat University, 2021) ชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่มีร้านค้าริมทางส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ตำบลเกาะแก้ว อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด ทางเข้ามหาวิทยาลัยทางหลักคือถนนร้อยเอ็ด - โพนทอง (ทางหลวง หมายเลข 2044 ประมาณกิโลเมตรที่ 26) โดยถนนเส้นรอง (ทางหลวงท้องถิ่น) จากหน้าปากทาง (ถนนร้อยเอ็ด - โพนทอง) ถึงหน้าป้ายมหาวิทยาลัย ประมาณ 1.5 กิโลเมตร จากนั้นมีทางแยกซ้ายเข้าสู่ถนนของมหาวิทยาลัยระยะทางประมาณ 1.5 กิโลเมตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดจึงตั้งอยู่บนลักษณะภูมิศาสตร์ “ชนบท” ซึ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองร้อยเอ็ด 26 กิโลเมตร ห่างจากอำเภอสหัสขันธ์ 24 กิโลเมตร ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่ป่าไม้สาธารณะประโยชน์มีวิถีชีวิตแบบชุมชนท้องถิ่นอีสาน ขณะที่ “ความเป็นเมือง” เข้ามาในรูปแบบของการเคลื่อนย้ายประชากรค่อย ๆ เติบโต และหนาแน่นขึ้น ขยายจากความเป็นชุมชนมหาวิทยาลัย (Academic Community) ได้แก่ พื้นที่มหาวิทยาลัย นักศึกษา อาจารย์ และบุคลากร ผสมกับความเป็นชุมชนท้องถิ่น (Local Community) ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ประชาชนในท้องถิ่นดั้งเดิม ผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดซึ่งถือเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่ก่อตั้งรุ่นใหม่ (อายุมหาวิทยาลัย 25 ปี จนถึงปีที่เก็บข้อมูล ปี พ.ศ. 2565) ซึ่งยังคงความเป็นชนบทที่ได้รับผลกระทบจากความเป็นเมือง

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ผู้เขียน

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่โดยใช้วิธีการแบบเจาะจง เลือกร้านค้าริมทางที่อยู่รอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ประกอบด้วย ชุมชนตำบลเกาะแก้ว และชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 9 คน คัดเลือกจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง ประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าริมทางที่อนุญาตให้นักวิจัยเก็บข้อมูลได้ในเวลาที่ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้นำชุมชน นักวิชาการในพื้นที่ที่มีประสบการณ์การทำงานในพื้นที่ ทั้งการจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการสามารถอธิบายสภาพการณ์ได้ชัดเจนและอนุญาตให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจและขออนุญาตและสอบถามข้อมูลพื้นฐานก่อนลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง นัดหมายผู้ให้ข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมผู้ช่วยนักวิจัย บันทึกข้อมูลด้วยสมุดบันทึกภาคสนาม กล้องบันทึกภาพ เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม - เมษายน 2565 การตรวจสอบข้อมูลดำเนินการตั้งแต่

การลงนามวิจัยครั้งแรก เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องโดยวิธีการแบบสามเส้าเพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์จัดหมวดหมู่ ตีความ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการเชิงพรรณนาและการตีความ

ผลการวิจัย

1. บริบทชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดยุคเริ่มต้น

ก่อน พ.ศ. 2540 ชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดถือว่าเป็นชุมชนขนาดเล็ก ประชาชนส่วนใหญ่ทำการเกษตร ความเจริญทางกายภาพในช่วงเวลานั้นมีเฉพาะชุมชนที่ติดกับถนนสายหลักซึ่งมีตึกขนาดสองชั้นหรือห้องแถวชั้นเดียวไม่กี่คูหา และมีตลาดชุมชนซึ่งเรียกว่าตลาดหน้าป่า (หน้าที่ตั้งของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด) หรือตลาดเจ้าเกล้า ในอดีตจะเป็นเพียงการวางขายตามพื้นดินอย่างไม่มีระบบ อาหารที่นำมาขายเป็นอาหารอีสานขนานแท้ ขายผัก ขายปลา ซึ่งมีผู้นำมาขายจำนวนไม่มาก แม้มีร้านค้าหรือร้านค้าริมทางแต่ไม่พบผู้ประกอบการที่เป็นรถเข็น โดยจะมีร้านอาหารตามสั่งที่ประกอบเพียงชั่วคราว พื้นไม่มีการเทพื้นซีเมนต์แต่อย่างใด เมื่อมีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดการเติบโตเริ่มเข้ามาในพื้นที่ และมีความเจริญแบบก้าวกระโดดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา เห็นชัดเจนจากจำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว ซึ่งเกิดจากการพัฒนาหลักสูตร ความนิยมของหลักสูตรครู (จากปีการศึกษา 2552 มีนักศึกษาจำนวนประมาณ 3,000 คน ในปีการศึกษา 2553 มีนักศึกษาจำนวนประมาณ 6,000 คน) ธุรกิจหอพักเอกชนเกิดขึ้นในหมู่บ้านมากขึ้น เมื่อศักยภาพของพื้นที่เติบโตขึ้นส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการที่หลากหลายเพื่อรองรับจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น จึงก่อเกิดร้านค้าริมทางในที่สด

2. ความเป็นเมืองกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป: การปรับตัวของร้านค้าริมทางชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

หลังจากที่มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดมาก่อตั้งชุมชนรอบข้างมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก วิถีชีวิตของชุมชนก็เปลี่ยนไป นิยมความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตมากขึ้น ร้านค้าริมทางได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เพราะไม่ยุ่งยากและราคาถูก ตลาดในชุมชนมีการขยายตัว มีอาหารที่หลากหลายและเป็นสถานที่สะอาด ฐานของลูกค้าได้ขยายมากขึ้น

2.1 ภาพรวมของผู้ประกอบการร้านค้าริมทาง ปี พ.ศ. 2545 - 2555

ผู้ประกอบการร้านค้าริมทางในช่วงแรกเป็นคนในพื้นที่ซึ่งว่างเว้นจากการทำนาแล้วมาเปิดร้านค้าริมทางเพื่อเป็นอาชีพเสริม การซื้ออาหารพาณิชย์เพื่อเปิดร้านอาหารโดยเฉพาะมีน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นรถเข็นร้านเพิงมุงหลังคาด้วยใบจาก พื้นดินธรรมดาไม่มีการปูพื้นซีเมนต์ทางเข้าที่ตั้งของผู้ประกอบการจะไม่สะดวกในช่วงหน้าฝนแม้จะเปิดร้านค้าติดถนนใหญ่ก็ตาม สำหรับร้านค้าริมทางที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น เน้นสินค้าราคาถูก หรืออาหารถูก เป็นหลัก

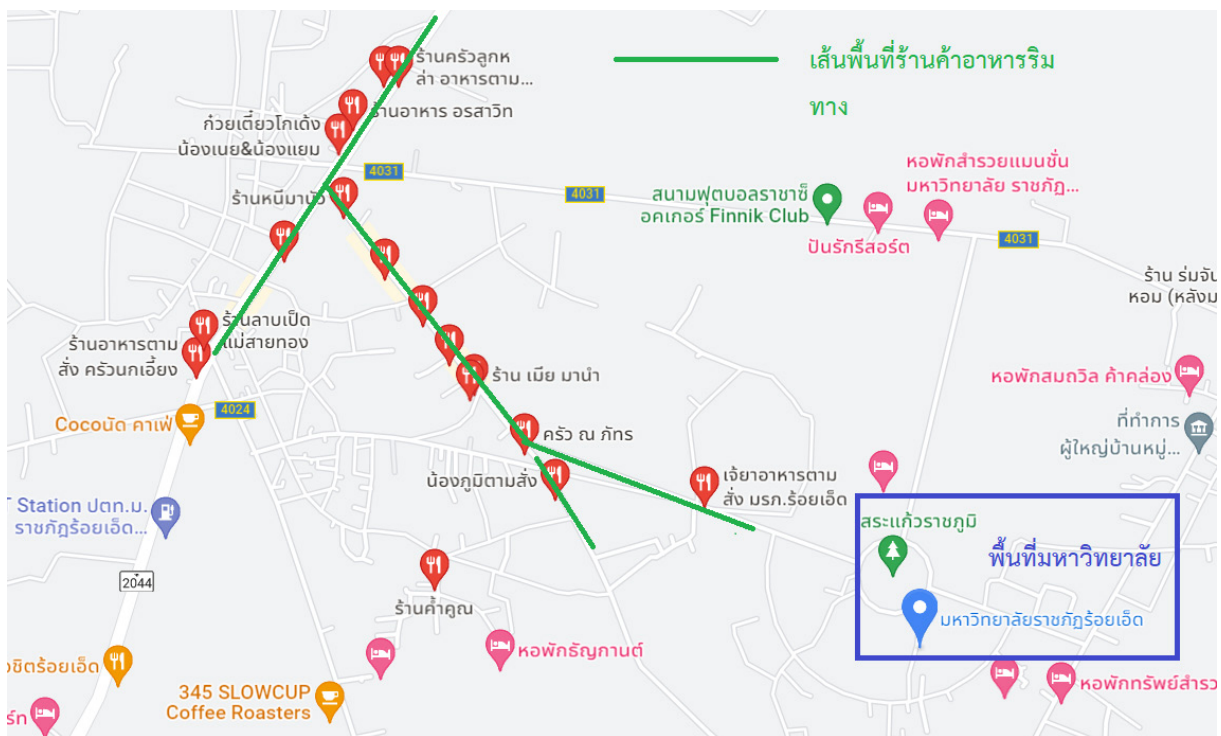
ผู้ประกอบการในยุคแรกอาจมีทั้งกลุ่มคนที่เคยย้ายถิ่นไปทำงานในเมืองใหญ่และต้องกลับบ้านเกิดเพราะถูกให้ออกจากงานเนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำในปี พ.ศ. 2540 กลุ่มคนเหล่านี้อาจเคยเป็นลูกจ้างตามร้านอาหารในกรุงเทพฯ หรือขายของหาบเร่ เป็นต้น และกลุ่มคนเหล่านี้เมื่อกลับมาเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ได้นำประสบการณ์ โดยให้ความสำคัญกับการเลือกสรรวัตถุดิบ การรักษาความสะอาด และรสชาติของอาหารที่ทำขายก็มีความใกล้เคียงกับพื้นที่ในเมืองใหญ่มากขึ้น เช่น การผัดกะเพราที่มีความแห้ง ไม่เติมน้ำเปล่าเติมกระเทียมเหมือนร้านค้าริมทางในยุคแรก ๆ และการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้น

2.2 ภาพรวมของผู้ประกอบการร้านค้าริมทาง ปี พ.ศ. 2555 - 2565

สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าริมทางยังคงเป็นทั้งบุคคลในพื้นที่และเป็นผู้ประกอบที่มาจากพื้นที่อื่นที่เข้ามาเปิดร้านค้าริมทาง โดยเริ่มต้นจากอาหารตามสั่ง แล้วจึงเพิ่มจำนวนร้านค้าและประเภทอาหารมากขึ้น อาทิ

อาหารทานเล่น อาหารเข้าบ้าน เครื่องดื่ม เป็นต้น ผู้ประกอบการที่มาจากพื้นที่อื่นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีบุตรหลานมาเรียนในมหาวิทยาลัย เมื่อมาเห็นพื้นที่ที่ยังไม่มีร้านค้าริมทางมากนักจึงได้ผันตัวมาเป็นผู้ประกอบการร้านค้าริมทาง เป็นลักษณะของการเข้าพื้นที่เพื่อทำธุรกิจ นอกจากนั้น ผู้ประกอบการในพื้นที่ส่วนใหญ่จะต่อยอดและสร้างร้านค้าริมทางที่ตนเองสนใจ โดยเป็นผู้ประกอบการที่มีพื้นที่ติดกับถนนหรือชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยหรือเข้าพื้นที่ในลักษณะเครือข่ายโดยมีคนในครอบครัวมาช่วยกันค้าขายเพราะการจ้างคนภายนอกจะทำให้ต้นทุนสูงเกินไป และมีบางส่วนที่ผู้ประกอบการเป็นอาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีทั้งดำเนินการเองและมอบให้เครือข่ายเข้ามาดำเนินการแทน

ปัจจุบันมีร้านค้าริมทางจากการสำรวจเบื้องต้นจำนวนประมาณ 70 ร้าน โดยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นร้านค้าแบบแผงร้าน/บูธ จัดตั้งด้านหน้าพื้นที่บ้านหรืออาคารจำนวนประมาณ 30 - 40 ร้านค้า ร้านค้าลักษณะนี้มักมีบูธบางร้านเป็นลักษณะแฟรนไชส์ ทั้งที่เป็นเครื่องดื่ม ของทานเล่น รองลงมาเป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตนเอง จำนวนประมาณ 20 - 30 ร้าน สังเกตได้ว่ามักเป็นร้านอาหารตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว และร้านลักษณะแผงลอยขายตามกำหนดเวลาบางช่วง หรือเวลาไม่แน่นอนและรถเข็นที่มีช่วงเวลาที่ย้ายตามพื้นที่ที่กำหนดและออกเร่ขายบางช่วงเวลา จำนวน 10 - 20 ร้าน ส่วนใหญ่เป็นร้านขายผลไม้ ของทานเล่น และเครื่องดื่ม



ภาพ 2 ผู้ประกอบการร้านค้าริมทางชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ที่มา: Google Maps (n.d.)

จากภาพ 2 จะเห็นว่าร้านค้าริมทางของชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยตลอดเส้นทางมีทั้งสิ้น 3 เส้นทาง ดังนี้

- 1) เส้นทางสายหลัก (ถนนร้อยเอ็ด - โพนทอง) มีร้านค้าริมทางในลักษณะของอาหารตามสั่ง ส้มตำไถ่อย่างตั้งห่างกันเป็นระยะ กระจายตัวไม่แออัด

2) เส้นทางสายรอง (แยกจากหน้าทางเข้าถนนร้อยเอ็ด - โพนทอง ถึงปายมหาวิทยาลัย) พื้นที่นี้ทั้งสองข้างทางมีร้านค้าริมทางหลากหลายประเภทตลอดเส้นทาง ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าแบบแผงร้าน/บูธ จัดตั้งด้านหน้าพื้นที่บ้านหรืออาคาร

3) เส้นทางสายตรงเข้าสู่มหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สาธารณะประโยชน์สองข้างทาง ในส่วนกลางทางมีร้านค้าริมทางกระจุกตัวอยู่เพียงจุดเดียวลักษณะอาหารเป็นอาหารตามสั่งและมีแผงร้านตามเวลา เช่น เปิดขายเฉพาะเช้าหรือเย็น มีร้านค้าจำนวนน้อยแต่ใกล้กับมหาวิทยาลัยมากที่สุด



ภาพ 3 ร้านค้าอาหารริมทางบนเส้นทางสายหลัก
(ถนนร้อยเอ็ด - โพนทอง)



ภาพ 4 ร้านค้าอาหารริมทางบนเส้นทางสายหลัก
(ถนนร้อยเอ็ด - โพนทอง)

ที่มา: ผู้เขียน



ภาพ 5 ร้านค้าอาหารริมทาง
บนเส้นทางสายรอง



ภาพ 6 ร้านค้าอาหารริมทาง
บนเส้นทางสายรอง

ที่มา: ผู้เขียน



ภาพ 7 ร้านค้าอาหารริมทางบนเส้นทางสายตรงเข้าสู่มหาวิทยาลัย
ที่มา: ผู้เขียน

จากบริบทข้างต้นแสดงให้เห็นว่าชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดได้รับผลกระทบสำคัญจากการก่อตั้งมหาวิทยาลัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 การขยายตัวดังกล่าวเป็นมุมมองหนึ่งที่ชี้ชัดว่าชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดนี้คือ “พื้นที่ชนบทที่กำลังกลายเป็นเมือง” อันเนื่องมาจากการขยายตัวของประชากรและพื้นที่ชนบทดั้งเดิมได้ถูกแทนที่ด้วยการเข้าสู่พื้นที่ทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนมากขึ้น จากเดิมที่อาชีพหลักเป็นเกษตรกร แต่หลายครัวเรือนได้มีการปรับตัวสู่อาชีพค้าขายทั้งแบบอาชีพหลักและอาชีพเสริม มีประชาชนนอกพื้นที่เข้ามาประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการกลายเป็นเมืองดังกล่าวได้รับผลกระทบอีกครั้งจากสถานการณ์โควิด - 19

3. การปรับตัวของร้านค้าริมทางในพื้นที่ชนบทที่กำลังกลายเป็นเมือง

ชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเผชิญปรากฏการณ์ที่มีผู้เดินทางกลับสู่ภูมิลำเนาเป็นจำนวนมากสืบเนื่องจากผลกระทบที่ได้รับจากสถานการณ์โควิด - 19 และพบว่าบางส่วนได้มีการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการอาหารริมทาง ทั้งในลักษณะร้านค้าถาวรในพื้นที่ของตนเอง/เช่าพื้นที่ รวมทั้งการตั้งแผงชั่วคราวหรือสิ่งก่อสร้างอย่างง่าย และการขายแบบแผงร้านค้าข้างทาง เป็นต้น จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้

3.1 การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าริมทางในพื้นที่ชนบท

ชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด แม้ความเป็นเมืองจะเริ่มเข้ามา แต่ความเจริญด้านกายภาพรอบข้างมหาวิทยาลัย พื้นที่ส่วนใหญ่ยังเป็นชนบท มีการขายอาหารริมทางมาตั้งแต่การเข้ามาของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด เกิดการเติบโตและเห็นการขายอาหารริมทางแบบจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 และเริ่มซบเซาในช่วงสถานการณ์โควิด - 19 ในช่วงปี 2563 - 2564 การขายอาหารริมทางมีทั้งคนในพื้นที่ที่ย้ายกลับคืนภูมิลำเนา มาพร้อมครอบครัว และคนภายนอกพื้นที่ที่ค้นหาพื้นที่ใหม่ในการประกอบอาชีพ คนในพื้นที่ดั้งเดิมส่วนใหญ่จะขายอาหารริมทางเป็นอาชีพเสริมเพราะอาชีพหลักคือเกษตรกรทำนา เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด - 19 จึงทำให้ต้องหยุดขายส่งผลให้มีหนี้สิน ส่วนผู้ขายหน้าใหม่มาจากการย้ายกลับถิ่นฐาน และคนภายนอกที่เล็งเห็นว่าสามารถเริ่มต้นประกอบอาชีพในชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดได้

ผลกระทบจากโควิด - 19 เป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวพันกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและโภชนาการ แม้ว่าเดิมนั้นจะมีกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการควบคุมอยู่แล้ว เช่น พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 กฎกระทรวงสาธารณสุขเรื่อง สุนัขลักษณะของสถานที่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2561 ในลักษณะของมาตรการและความเข้มงวดที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนที่สองคือพฤติกรรมของผู้ซื้อผู้ขายปรับเปลี่ยนสู่การพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการซื้อขายออนไลน์ผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Internet Banking) แพลตฟอร์มส่งอาหาร (Food Delivery)

“ส่วนใหญ่คนภายนอกที่มาทำการค้าขายจะมาจากต่างจังหวัด หรือว่าต่างอำเภอ บางคนลูกมาเรียน มาอยู่ เป็นเพื่อนลูก พอมีลูทางก็มาเช่าบ้านอยู่กับลูก แล้วก็เปิดร้านขายของ และอีกอย่างหนึ่งก็เป็นพ่อค้าที่เดินทางกลับ มาบ้านพอเห็นทิศทางก็จะไม่ลงไปกรุงเทพฯ เพราะมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเราก็โอเคว่ามีเด็กเยอะ” (A1, 2022, 23 February)

“มองที่ตัวผู้บริโภคว่าเขาต้องได้รับประโยชน์จากอาหารอย่างปลอดภัย สิ่งที่เกี่ยวข้องคือ ระเบียบ กฎหมาย มาตรฐานด้านสาธารณสุข” (A5, 2022, 2 July)

“การเกิดโควิด - 19 เป็นการเพิ่มช่องทางทางการค้าออนไลน์มากขึ้น การเกิดขึ้นของ Food Delivery อาจ เป็นตัวอย่างในการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ลูกค้ามาตลาดน้อยลง มีช่องทางการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกมากขึ้น” (A7, 2022, 6 July)

3.2 มุมมองของนักวิชาการต่อผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ผู้นำชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการปรับตัว

3.2.1 มุมมองต่อผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงการพัฒนาผู้ประกอบการในด้านแผนการตลาด แผนธุรกิจ เพื่อให้สามารถขายอย่างต่อเนื่อง การเลือกสินค้าที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ไม่เน่าเสียเร็ว หรือหาวิธีการให้อาหารนั้นยังคงความสดใหม่ให้ได้มากที่สุด

มาตรการที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย สุขภาวะชุมชน ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจ และดำเนินการตามมาตรฐาน ได้แก่ การจัดวาง จัดพื้นที่จำหน่ายสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ที่สะอาดและปลอดภัย การดูแลสุขอนามัยของผู้ประกอบการ การแต่งกาย การใช้หน้ากากอนามัย ผ้าคลุมผม ผ้ากันเปื้อน การคัดสรรวัตถุดิบที่สด ใหม่ ไม่มีสารพิษปนเปื้อน

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรหาแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการ เช่น การสร้างสรรค์สูตรอาหาร การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปรรูปอย่างหลากหลายและน่าสนใจ อร่อย มีประโยชน์ ราคาไม่แพงจนเกินไป รวมถึง การสร้างภาพลักษณ์ของร้านค้าในดึงดูดใจผู้บริโภค อาจเป็นในลักษณะของการแต่งกายของคนขาย การสร้างแบรนด์ หรือโลโก้ร้านให้เป็นที่จดจำ การใส่ใจความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เป็นต้น

“การวางแผนทำธุรกิจ แผนการตลาด เรียนรู้แผนธุรกิจ บางคนอาจอยากขายออนไลน์ สั่งของมา เยอะ แต่ขายไม่ได้” (A4, 2022, 30 March)

“พอมันเป็นที่เกิดเรื่องนี้ขึ้นมาใหม่ ตัวชาวบ้าน หรือแม้แต่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขยังไม่เข้าใจเรื่อง กฎหมาย ระเบียบ การขาย การจัดระเบียบตลาด มันต้องทำยังไงบ้าง มันโยงกันไปหมด เช่น การจัดวาง การยกพื้น สินค้า มันมีบอกหมด อาหารมีสารพิษอะไรหรือเปล่า ต้องทำให้ทุกคนรับทราบไปด้วยกัน” (A5, 2022, 2 July)

“แม่ค้าเองก็ต้องปรับตัว ตลาดเองก็ต้องมีการจัดแจงโดยมีการเว้นระยะห่างระหว่างแผง มีการตรวจวัดอุณหภูมิ” (A9, 2022, 28 February)

“ควรจัดที่ทำอาหารห่างจากลูกค้าเวลาปรุงมีควันพริกปลิ้วมา อยากให้มีแบรนด์/โลโก้ บางคนก็จำ ชื่อร้านไม่ได้” (B4, 2022, 18 April)

3.2.2 มุมมองต่อผู้บริโภค ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ซึ่งส่วนใหญ่เป็น นักศึกษา อาหารจึงควรอยู่ในราคาที่สมเหตุสมผล และปริมาณของอาหารสอดคล้องกับราคาและวัตถุดิบ อาจมี ตัวเลือกราคาตั้งแต่ราคาถูกจนถึงราคาแพง พฤติกรรมของผู้ซื้อที่เป็นนักศึกษาเน้นความสะดวกคือ กินง่าย ได้อาหาร รวดเร็ว และมีช่องทางการขายที่หลากหลายนอกเหนือจากหน้าร้าน มีบริการส่งอาหาร การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน และธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการสัมผัสกับเชื้อโรค

ขณะเดียวกันผู้บริโภคยุคใหม่ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการ สุขอนามัย และสุขภาวะ ชุมชนด้วยเช่นเดียวกัน

“โควิด - 19 เปลี่ยนวิถีผู้บริโภค นวัตกรรมต้องใส่เข้าไปเพื่อให้คนมาใช้ชีวิต” (A9, 2022, 28 February)

“ควรสำรวจความชอบของผู้บริโภค ง่าย สะดวก เร็ว อาหารเสียไม่จะขายดี มากกว่าพวกที่ต้องไปนั่งรอนาน ๆ ราคาไม่แพงมากนัก ยิ่งในกลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษา” (A6, 2022, 6 July)

“ผู้บริโภคก็ต้องรู้ด้วยว่าการจัดวางเป็นไปตามกฎระเบียบด้วยหรือเปล่า” (A5, 2022, 2 July)

3.2.3 มุมมองต่อผู้นำชุมชน ผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญต่ออาหารริมทางทั้งในแง่ของการบริหารจัดการและการสาธารณสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่ใกล้ชิดกับชุมชน ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า บทบาทของผู้นำชุมชนด้านอาหารริมทางยังไม่ชัดเจนมากนัก ทั้งในเรื่องสุขภาพอนามัย ไม่ได้กำหนดรายละเอียดของการดำเนินงานหรือการนำไปสู่การบริหารจัดการที่ดีขึ้น เช่น การสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการด้านสุขอนามัย การจัดระเบียบตลาดและทางเท้า การจอตริริมทางขาดความเป็นระเบียบ แม้จะพยายามแก้ไขปัญหาด้วยการกำหนดพื้นที่สำหรับจอตริแล้วแต่ยังคงแก้ไขปัญหาไม่ได้มากนัก แต่ในส่วนนี้นั้นอาจจะเกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ด้วย

“ผู้นำ และเทศบาลยังเข้ามาเกี่ยวข้องไม่มากนัก ดำเนินการแบบให้คนขายจัดการกันเอง” (A5, 2022, 2 July, A6, 2022, 6 July)

“อสม. ก็มีลงพื้นที่ ใครไม่มาก็ขาดงานหัวหน้าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพสต.) จะกำหนดให้ลงพื้นที่เดือนละครั้ง” (A2, 2022, 22 February)

3.2.4 มุมมองต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลมองว่าเทศบาลเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการอาหารริมทางเป็นอย่างมาก ทั้งการจัดการด้านสภาพพื้นที่ซื้อขายสินค้า อาหาร การดูแลด้านสุขภาวะชุมชน การจัดระเบียบความปลอดภัยของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งหมายถึง “นโยบายท้องถิ่น” ต้องกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและประกาศให้คนในชุมชนรับทราบ รวมถึงการนำนโยบายสู่การปฏิบัติจริงจัง การเริ่มต้นที่นโยบายท้องถิ่น จากนั้นสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค หน่วยงานในพื้นที่ทั้งภาครัฐและเอกชน จะนำไปสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์

“นโยบายท้องถิ่น ที่เกี่ยวกับตลาด การปิดตลาดโควิด - 19 และทำให้คนมาซื้อของ” (A9, 2022, 28 February)

“ผู้นำ และเทศบาลยังเข้ามาเกี่ยวข้องไม่มากนัก ดำเนินการแบบให้คนขายจัดการกันเอง” (A5, 2022, 2 July)

“ไม่แน่ใจว่า อปท. มีความเข้าใจในระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างไร แต่อยากให้ประกาศให้คนได้รู้ว่บทบาทหน้าที่ที่ทำมีอะไรบ้างและทำอะไร อปท. ควรมีการสร้างความตระหนักให้ความรู้กับผู้ขาย ผู้นำชุมชน” (A6, 2022, 6 July)

3.2.5 มุมมองต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดในฐานะผู้สนับสนุนนโยบาย บทบาทในฐานะการสร้างชุมชนการศึกษา การสร้างฐานกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดจึงควรเน้นบทบาทของตนเองเพื่อเข้าถึงความเป็นชุมชนมหาวิทยาลัย ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักวิชาการมองว่าปัจจุบันการทำงานร่วมกันของมหาวิทยาลัยกับเทศบาลและชุมชนไม่แน่นอนเท่าที่ควรจะเป็น การเข้าถึงผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีน้อย ที่ผ่านมามีโครงการที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยประสานกับเทศบาล ผู้นำชุมชนสู่ผู้ประกอบการ เช่น โครงการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหารที่จัดทำโดยสาขาวิชาสาธารณสุขชุมชน แต่ยังคงมองว่าในอนาคตอันใกล้ควรประสานความร่วมมือให้มากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการบางส่วนกล่าวถึงความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับร้านค้าของตนเอง เช่น กิจกรรมของนักศึกษาที่มาสัมภาษณ์หรือสอบถามเกี่ยวกับการตลาด การทำแบรนด์สินค้า ซึ่งยังไม่ได้มีผลลัพธ์ออกมาชัดเจนมากนัก แต่อยากให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนเพิ่มเติมโดยเฉพาะการพัฒนาให้นักศึกษามีส่วนร่วมในความคิดสร้างสรรค์ต่อสินค้าและอาหารในชุมชนมากขึ้น

“บทบาทอาจารย์จัดโครงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค อาหารปลอดภัย อาหารไม่ปลอดภัย ความเข้าใจเกี่ยวกับการปนเปื้อน เคยมีการตรวจการปนเปื้อนอาหารทั้งที่ตลาดหน้ามอ และตลาดรัชฎาพนาศต อยากสร้างความตระหนักให้ผู้บริโภค” (A5, 2022, 2 July)

“ควรสนับสนุนให้นักศึกษาที่เป็นคนในชุมชนได้มีส่วนในการคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดึงความพิเศษออกมา” (A3, 2022, 10 April)

4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการปรับตัวของร้านค้าริมทาง

นโยบาย Cultural Street Food หรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมทางเป็นการตลาดส่วนหนึ่งที่ยังรองรับกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่อาจมาจากการประสบปัญหาหรือได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด - 19 แต่ต้องมีการสนับสนุนให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ช่วยเหลือผู้ประกอบการทั้งในเชิงพื้นที่และการพัฒนาทักษะอาชีพ

อาหารเป็นทุนทางวัฒนธรรมหนึ่งที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้หลากหลาย แนวคิดนี้สอดคล้องกับสภาพบริบทของพื้นที่อีสานอย่างมาก ดังนั้น การพัฒนาด้านอาหารที่ชัดเจนจึงควรมีนโยบายทั้งระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล ที่สามารถทำให้ผู้ค้าอยู่รอด ผู้ซื้อพึงพอใจ นโยบายดังกล่าวอาจลงลึกไปถึงวัตถุดิบในชุมชน อาหารท้องถิ่น การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการเกี่ยวกับสูตรอาหาร รสชาติ ภาพลักษณ์ของสินค้า บรรจุภัณฑ์ แผงร้านค้าที่สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน การดึงดูดใจผู้ซื้อด้วยบริการของผู้ประกอบการ ทำการตลาดด้วยการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารด้วยสื่อสังคมออนไลน์

ปัญหาด้านนโยบายอาหารคือความไม่ยั่งยืนของการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ และงบประมาณ การแก้ไขปัญหา ยังไม่ถูกจุดและไม่ตรงกับบริบทเพราะเน้นการใช้งบประมาณโดยไม่ศึกษาสภาพชุมชน การกำหนดนโยบายด้านอาหารจึงควรเริ่มต้นที่การศึกษาชุมชน สำรวจความต้องการชุมชนก่อน จากนั้นสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วจึงเริ่มทำแผนงานโดยมีแผนงานระยะสั้น และระยะยาว

“ตลาดอาจเป็นพื้นที่ที่รองรับการตกงานได้ดี หากพื้นที่ให้คนตกงาน จัดพื้นที่ฟรี มีการเพิ่มทักษะด้านการค้าขาย หรือแนวทางที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่” (A9, 2022, 28 February)

“อาหารอีสานคือทุนทางวัฒนธรรมที่เรามี Concept Cultural Food ของระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ระดับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)” (A9, 2022, 28 February)

“นโยบายออกเพื่อคนส่วนใหญ่ นโยบายควรเริ่มที่พฤติกรรม ตัวบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคม ความเห็นอกเห็นใจ งาน OTOP/Road Show มันยั่งยืนไหม หากพื้นที่ให้ขายของแค่ชั่วคราว ปัญหา คือ ไม่มีความต่อเนื่อง ติดขัดเรื่องงบประมาณ” (A3, 2022, 10 April)

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการต้องการพัฒนาตนเองด้านทักษะที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ได้แก่ เทคนิควิธีพัฒนาสูตรอาหารให้น่ารับประทาน การพัฒนาสูตรอาหารที่แปลกใหม่ให้ลูกค้า ขณะที่ผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าริมทางจัดหาอาหารที่หลากหลายให้เลือกสรร ควรเป็นวัตถุดิบที่สามารถนำมาแปรรูปและพัฒนาเป็นสินค้านวัตกรรม ได้แก่ ข้าวเหนียวและข้าวหอมมะลิ ผักพื้นเมือง/ผักพื้นบ้าน กล้วย เนื้อสัตว์ สอดคล้องกับ Muneewong (2020) ที่ได้กล่าวถึงประเด็นที่ต้องพัฒนาในการให้บริการอาหารริมทาง ได้แก่ การดำเนินงานร้านอาหารโดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาดของอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย สร้างคุณค่าด้านอารมณ์ความรู้สึกแก่ผู้บริโภคให้รับรู้ถึงเอกลักษณ์อาหารริมทาง และสอดคล้องกับ Wijit (2016) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารอัตลักษณ์ที่เริ่มต้นจากภาครัฐและภาคเอกชน โดยค้นหาและนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งแต่ละพื้นที่มีความโดดเด่นต่างกัน

การปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าริมทางหลังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด - 19 ที่มีทั้งคนในพื้นที่ที่ย้ายกลับคืนภูมิลำเนาพร้อมครอบครัว และคนภายนอกพื้นที่ที่ค้นหาพื้นที่ใหม่ในการประกอบอาชีพ คนในพื้นที่ดั้งเดิมส่วนใหญ่จะขายอาหารริมทางเป็นอาชีพเสริมเพราะอาชีพหลักคือเกษตรกรทำนา เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด - 19 จึงทำให้หยุดขายการลงทุนจึงไม่ได้กำไรแต่กลายเป็นหนี้สิน ผู้ขายหน้าใหม่มาจากการย้ายกลับถิ่นฐาน และคนภายนอกที่เล็งเห็นว่าสามารถเริ่มต้นประกอบอาชีพในชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดได้ ซึ่งผลกระทบดังกล่าวเน้นย้ำความสำคัญของมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและโภชนาการ แม้ว่าเดิมนั้นจะมีกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการควบคุมอยู่แล้ว เช่น พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 กฎกระทรวงสาธารณสุขเรื่อง สุขลักษณะของสถานที่จำหน่ายอาหาร พ.ศ. 2561 ในลักษณะของมาตรการและความเข้มงวดที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนสำคัญอีกอย่างคือพฤติกรรมของผู้ซื้อผู้ขายปรับเปลี่ยนสู่การพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการซื้อขายออนไลน์ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ แพลตฟอร์มส่งอาหารเข้ามามีบทบาทต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ Nirathron (2017) ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากการศึกษา ได้แก่ การกำหนดแผนระยะยาวเกี่ยวกับการบริหารจัดการค้าข้างทาง และการกำกับดูแลเรื่องสุขาภิบาลอาหาร ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย คือการศึกษาอย่างครอบคลุมถึงประโยชน์และจุดอ่อนของการค้าข้างทาง บทบาทในด้านการลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ และการพัฒนาผู้ประกอบการ แนวทางในการขยายบทบาทของวัฒนธรรมอาหารในการค้าข้างทาง และการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อสนับสนุนบทบาทของชุมชนในการบริหารจัดการการค้าข้างทาง ซึ่งในส่วนนี้สามารถอธิบายถึงกระบวนการกลายเป็นเมืองที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ (Thongyou, Sosamphanh, & Phongsiri, 2013; Sapcharoen, 2010) ซึ่งชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ปัจจุบันความเป็นเมืองกระจายออกโดยรอบมากขึ้นจากทั้งหน่วยธุรกิจ ชุมชนขยายขยาย พื้นที่เดิมรอบนอกที่เคยเป็นพื้นที่ทุ่งนาบางพื้นที่กลายเป็นพื้นที่ธุรกิจ เช่น สถานีบริการน้ำมัน ร้านคาเฟ่ริมท้องทุ่งนา เป็นต้น

การปรับตัวของร้านค้าริมทางขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ทั้งปัจจัยภายในที่เป็นผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ได้แก่ ผู้บริโภค ผู้นำชุมชน องค์กรปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด รวมทั้งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันกรณีสถานการณ์โควิด - 19 ส่งผลต่อร้านค้าริมทางให้มีการปรับตัวในทุก ๆ ด้าน เช่น รูปแบบการซื้อขายแบบใหม่ ได้แก่ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ซึ่งหมายถึงการเตรียมความพร้อมของทุกภาคส่วนเพื่อให้ร้านค้าริมทางสามารถดำรงอาชีพและวิถีชีวิตนำสู่การเข้าสู่วิถีถัดไป อันเป็นตัวแทนของชุมชนชนบทที่กลายเป็นเมืองกรณีชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นควรทบทวนบทบาทในการสนับสนุนและพัฒนาร้านค้าริมทางทั้งต่อผู้ประกอบการและความต้องการของผู้บริโภคในลักษณะของการทำงานร่วมกันของผู้นำชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่วนราชการ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โรงเรียน เป็นต้น เพื่อระดมสรรพกำลังสร้างสรรค์พื้นที่ชุมชนให้เป็นพื้นที่ไหลเวียนของเศรษฐกิจชุมชนและยึดโยงสู่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนได้
2. ควรมีการศึกษาศักยภาพและการพัฒนาศักยภาพของร้านค้าริมทางในชุมชนที่กำลังจะกลายเป็นเมืองในลักษณะของการศึกษาเปรียบเทียบ เนื่องจากปัจจุบันแนวทางกลายเป็นเมืองเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่และบางพื้นที่มีลักษณะการกลายเป็นเมืองที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันตามบริบท สถานการณ์ และลักษณะทางภูมิศาสตร์
3. ร้านค้าริมทางควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้ดำรงอยู่ในชุมชนในฐานะพื้นที่เศรษฐกิจมากกว่าจะมองว่าเป็นข้อห้ามหรือข้อจำกัด เพียงแต่ต้องกำหนดพื้นที่ มาตรฐาน และระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากข้อจำกัดด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแม้จะทำให้เห็นความลึกซึ้งในบางประเด็น เช่น ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อร้านค้าริมทาง บริบทของร้านค้าริมทาง ความคิดเห็นต่อการปรับตัว เป็นต้น แต่ข้อมูลเชิงปริมาณที่จะสามารถอธิบายบริบทการกลายเป็นเมืองในมุมมองของร้านค้าริมทางน่าจะเป็นส่วนสำคัญของข้อมูลที่น่ามาเติมเต็มได้อย่างลึกซึ้งและชัดเจนมากขึ้น นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องเกณฑ์การเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรออกแบบระเบียบวิธีวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ และควรกำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

References

- A1 (pseudonym). (2022, 23 February). Village health volunteer. Interview.
- A2 (pseudonym). (2022, 22 February). Village health volunteer. Interview.
- A3 (pseudonym). (2022, 10 April). Village health volunteer. Interview.
- A4 (pseudonym). (2022, 30 March). Academic. Interview.
- A5 (pseudonym). (2022, 2 July). Academic. Interview.
- A6 (pseudonym). (2022, 6 July). Academic. Interview.
- A7 (pseudonym). (2022, 6 July). Academic. Interview.
- A9 (pseudonym). (2022, 28 February). Entrepreneur. Interview.
- Alfiero, S., Giudice, A.L., & Bonadonna, A. (2017). Street food and innovation: The food truck phenomenon. *British Food Journal*, 119(11), 2462 - 2476. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2017-0179>
- B4 (pseudonym). (2022, 18 April). Street vendor. Interview.
- Bhowmik, S.K. (2005). Street vendors in Asia: A review. *Economic and Political Weekly*, 40(22), 2256 - 2264.
- Bromley, R. (2000). Street vending and public policy: A global review. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20(1/2), 1 - 28. <https://doi.org/10.1108/01443330010789052>
- Google Maps. (n.d.). *Roi Et Rajabhat University location*. Retrieved October 3, 2022, from <https://goo.gl/maps/9Zxeh63cZwaAfyPN9>
- Muneewong, P. (2020). *Expectation and satisfaction of Thai tourists towards street food buying decision in Bangkok* (Master of Arts Program in Tourism Management). Dhurakij Pundit University.
- Nirathron, N. (2006). *Fighting poverty from the street: A survey of street in Bangkok*. International Labour Office. Retrieved August 10, 2022, from http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/publication/wcms_bk_pb_128_en.pdf
- Nirathron, N. (2017). *Administration of street vending in Thailand: The situation and policy recommendations* (Research report). Bangkok: Faculty of Social Administration, Thammasat University.

- Office of Academic Affairs and Registration, Roi Et Rajabhat University. (2022). *Statistic of students*. Retrieved August 1, 2022. From <https://academic.reru.ac.th/2020/>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2021). *White paper on MSME 2021*. Bangkok: OSMEP.
- Personnel Division, Office of the President, Roi Et Rajabhat University. (2022). *Personnel database*. Retrieved August 1, 2022, from <https://personnel.reru.ac.th/information-system/>
- Roi Et Rajabhat University. (2021). *History of Roi Et Rajabhat University*, Retrieved August 1, 2022, from <https://www.reru.ac.th/abouts/79/>
- Sapcharoen, P. (2010). *Urban sociology* (2nd ed.). Bangkok: Ramkhamhang University Press.
- te Lintelo, D.J.H. (2017). Enrolling a goddess for Delhi's street vendors: The micro - politics of policy implementation shaping urban (in)formality. *Geoforum*, 84, 77 - 87. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.06.005>
- Thongyou, M., Sosamphanh, B., & Phongsiri, M. (2013). *Impacts of urbanization on hinterlands and local response in the Mekong region: A case study of Khon Kaen, Thailand and Vang Vieng, Lao PDR* (Research report). Khon Kaen: Center for Research on Plurality in Mekong Region, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University.
- Wijit, I. (2016). *Communications of identities to promote the tourism of Buriram Province* (Master of Arts Program in Mass Communication). Thammasat University.

