

บทที่ 3

ขบวนการสหกรณ์ผู้บริโภค

3.1 สถานการณ์ของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน

เมื่อพูดถึงธุรกิจค้าปลีก ผู้บริโภคทั้งหลายคงนึกถึงร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้าที่ดำเนินการภายใต้ house brand ต่างๆ อาทิ 7-eleven, Big-C, Tesco-Lotus, Family mart ฯลฯ ซึ่งได้พัฒนาบริการด้านการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงและสร้างความประทับใจ แก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายในสินค้า ราคา และยังมีกลยุทธ์การตลาดที่สามารถ สร้างแรงจูงใจแก่ประชาชนที่อยู่ในฐานะผู้บริโภค และกลายเป็นความเคยชินที่คนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมต้องเข้าร้านทุกวันเพราะสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีชีวิตความเป็นอยู่เร่งรีบจึงต้องการพึ่งพาบริการจากร้านค้า ที่ให้บริการตามแนวคิด "one stop shopping" อีกทั้งมีสาขาให้บริการที่การให้ความสะดวกในการเข้าถึงผู้บริโภค

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก เป็นไปอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสวนทางกับการดำเนินงานของร้านค้าสหกรณ์ที่มีแนวโน้มลดลงกล่าวคือ ในปี 2555 มูลค่าธุรกิจค้าปลีกไทยคิดเป็น 1.49 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 14 เปอร์เซ็นต์ของ GDP และคาดว่าจะขยายตัว 8-10 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าการขยายตัวของ GDP ประเทศ ในปี 2556 การเติบโตของธุรกิจค้าปลีกมาจากร้านสะดวกซื้อ (convention store) ซึ่งคาดว่าจะขยายตัวถึง 18 เปอร์เซ็นต์และมีมูลค่าธุรกิจ 2.7 ล้านล้านบาท โดยเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย โดยผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญมีอยู่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม CP ALL ในแบรนด์ 7-eleven กลุ่ม CENTRAL RETAIL ในแบรนด์ FAMILY MART และเครือข่ายพัฒนาในแบรนด์ 108 shop (จะปรับเป็น LAWSON 108) ซึ่งกลุ่ม CPALL และ MACRO รวมกันมีส่วนแบ่งการตลาด 48.9 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายค้าปลีกรวม และเมื่อรวมกับ BIC-C จะมียอดขายเกิน 75 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายค้าปลีกโดยรวม (สมาคมผู้ค้าปลีกไทย, 2556)

3.2 แนวคิดสหกรณ์ผู้บริโภค

การก่อเกิดสหกรณ์ ผู้บริโภค ซึ่งเป็นสหกรณ์แห่งแรกของโลกนั้น เป็นไปโดยเจตนารมณ์สำคัญในการแก้ปัญหา ความเดือดร้อนของประชาชน ที่มีรายได้ต่ำ และได้รับความเดือดร้อนจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้า ที่กำหนดราคาจำหน่ายสินค้าสูง จึงได้คิดหาทางแก้ปัญหา ภายใต้แนวคิด "การรวมซื้อ" และ "การจำหน่ายสินค้าที่มีความจำเป็นในการครองชีพ" แนวคิดดังกล่าวได้ทำมาซึ่งการกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่จะนำมาสู่การให้บริการแก่สมาชิก บนหลักการพึ่งพาและร่วมมือกันในการจับจ่ายใช้สอยเพื่อสอดคล้องกับสถานะการครองชีพ ซึ่งแนวปฏิบัติของสหกรณ์ รอคเคิลได้พัฒนามาเป็นหลักการสหกรณ์สากลอยู่จนถึงทุกวันนี้ โดยสหกรณ์ผู้บริโภคหลายแห่ง ในหลายประเทศยังคงยึดมั่นในแนวทางการดำเนินงานของสหกรณ์รอคเคิลอย่างเคร่งครัด เพราะเชื่อว่าจะช่วยปลูกจิตสำนึกแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี อาทิ "การจำหน่ายสินค้าเป็นเงินสด" "การสำรวจความต้องการสินค้าของสมาชิก" การมีความเที่ยงตรงในการชั่ง ตวง วัด การคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมาจำหน่ายแก่สมาชิก

อย่างไรก็ตาม ร้านสหกรณ์ผู้บริโภคในหลายประเทศได้ปรับตัวไปเป็น food cooperatives หรืออาจเรียกว่าสหกรณ์สรรพอาหาร หลายแห่งยกระดับไปเป็นห้างสรรพสินค้า เช่น กรณีของห้างจอห์นเลวิส ในประเทศอังกฤษ



The co-operative food ประเทศอังกฤษ



Whole foods ประเทศอังกฤษ



NH Food Store ประเทศเกาหลีใต้



iCoop ประเทศเกาหลีใต้



ประเทศนอร์เวย์

3.3 ความหมายของ Consumer Co-op และบริบทของสหกรณ์ผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจ-สังคม

Consumer cooperatives are organizations that are actually owned by the consumers who choose to be members of the cooperative venture. Known as cooperative retail societies or retail co-ops in some countries, these cooperative enterprises often appear to function just like any other type of business, operating stores and sometimes even factories. The difference is that the organization structure of the consumer cooperative is different from that of a corporation, and the members have greater involvement in what goods and services are offered and in general how the organization is ran.

- ความหมายสหกรณ์ร้านค้า ตามพรบ.สหกรณ์ 2542 (กรมส่งเสริมสหกรณ์)

สหกรณ์ร้านค้า คือ สหกรณ์ที่ผู้บริโภคร่วมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อจัดหาเครื่องอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป โดยจดทะเบียนตามกฎหมายสหกรณ์ในประเภทสหกรณ์ร้านค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคล ซึ่งสมาชิกผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นเจ้าของ สมาชิกลงทุนร่วมกันในสหกรณ์ด้วยความสมัครใจ เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการซื้อเครื่องอุปโภค บริโภค และเพื่อผดุงฐานะทางเศรษฐกิจ

- วัตถุประสงค์

- 1) จัดหาสิ่งของและบริการที่สมาชิกมีความต้องการมาจำหน่าย
- 2) รวบรวมผลิตผล ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกมาจำหน่าย
- 3) ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางสหกรณ์แก่สมาชิก
- 4) ส่งเสริมสมาชิกให้สมาชิกรู้จักการประหยัด การช่วยเหลือซึ่งกันและกันและการช่วยตัวเอง
- 5) ร่วมมือกับสหกรณ์และสถาบันอื่นทั้งภายในและภายนอกประเทศ ในอันที่จะเกื้อกูลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- 6) ดำเนินธุรกิจอย่างอื่นเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้างต้น

3.4 กรณีศึกษาร้านสหกรณ์

- 1) ร้านสหกรณ์มียากิ (Miyagi consumer' s cooperative society)

- ประวัติความเป็นมา

วันก่อตั้ง 3 มีนาคม ค.ศ.1982
จำนวนสมาชิก 532,477 คน เปอร์เซนต์ของสมาชิก
ในเขตมียากิ ประมาณ 61.3% ของครัวเรือนในเขต
มียากิที่เป็นสมาชิกสหกรณ์มียากิ เป็นประเภทธุรกิจ
supermarket,รวมซื้อ,บริการและประกัน ธุรกิจร่วม
: Japan Co-operative Consumer Union



(JCCU) ,Miyagi Prefecture Consumer Co-operative Federation ,Co-op Sunnet Federation

- **วิสัยทัศน์ (Vision)**

สหกรณ์มีภารกิจจะช่วยสร้างวิถีการดำเนินชีวิต ความสงบสุขที่ยั่งยืนให้กับสังคม และสมาชิก สร้างสหกรณ์ให้เข้มแข็ง

- **ภารกิจ (Mission)**

- สร้างสหกรณ์ให้เป็นประชาธิปไตยตามเสียงและการเรียกร้องของสมาชิกในกิจกรรมการดำเนินงาน

- สร้างการมีบทบาทร่วมของสมาชิกให้เกิดขึ้นเองและสมัครใจในส่วนของการทำงานกิจกรรมและการเพิ่มความรู้ในการทำงานให้กับคนงาน

- สร้างคู่แข่งในการแข่งขันกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งจะสามารถสร้างชีวิตที่ดีกว่าให้กับสมาชิกและเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

2) Co-operative Food UK

Co-operative Food UK พัฒนามาจากร้านสหกรณ์แห่งแรก ที่รู้จักกันในนามของร้านสหกรณ์ร็อคเคิล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการจัดหาสินค้าและบริการมาจำหน่ายให้สมาชิก ซึ่งเป็นผู้บริโภค โดยได้มีการพัฒนาระบบธุรกิจในรูปแบบของกลุ่มธุรกิจ UK ประกอบด้วย สหกรณ์ประเภทต่าง ๆ ในกลุ่มธุรกิจ Co-op. UK ได้แก่ Co-operative Bank, Co-operative Food, Co-operative Insurance, Co-operative Pharmacy, Co-operative Travel, Co-operative Funeral, Electrical Co-operative and Estates Co-operative

ร้านสหกรณ์สรรพอาหาร เป็นร้านค้าปลีกที่ใหญ่ที่เป็นอันดับ 5 ของประเทศอังกฤษ โดยมีจุดมุ่งหมายการดำเนินงานในการบริการลูกค้าด้วยสินค้าที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ ควบคู่ไปกับการให้การสนับสนุนเกษตรกรอังกฤษ สหกรณ์มีแนวนโยบายที่จะให้ความช่วยเหลือผู้ผลิตในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาผ่านกลไกการค้าในธุรกิจนี้ในแนวทางการค้าที่เป็นธรรม

ปัจจุบัน Co-operative Food มีร้านค้ากระจายอยู่ทั่วประเทศ 2,800 แห่ง มีพนักงาน 62,000 คน มีลูกค้ามาใช้บริการ 14.5 ล้านคนต่อสัปดาห์



3) iCoop Korea

จัดตั้งในปี พ.ศ. 2541 ในรูปแบบของพันธมิตรธุรกิจที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค จดทะเบียนภายใต้กฎหมายสหกรณ์ผู้บริโภค ในปี พ.ศ. 2545 ได้จัดตั้งสมาคม iCoop สำหรับสหกรณ์ผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนกิจกรรมแก่ผู้บริโภค เข้าเป็นสมาชิก ICA ในปี พ.ศ. 2551

แนวทางการดำเนินธุรกิจของ iCoop ให้

ความสำคัญกับ 3 เรื่องใหญ่ ๆ

1. ให้บริการแก่ประชาชนและผู้ใช้งาน
2. ให้ความสำคัญกับอาหารปลอดภัย
3. ให้ความสำคัญกับเรื่องการเกษตรและสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันมี Outlet 111 แห่ง (ปี 2555) มีกลุ่มผู้ประกอบการอาหารอินทรีย์เป็นภาคี มีศูนย์กระจายสินค้า 10 แห่ง รับคำสั่งซื้อออนไลน์



4) Nonghyup Korea

เป็น supermarket อยู่ภายใต้ระบบธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรประเทศเกาหลี ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ Nonghyup Hanaro Club และ Nonghyup Hanaro Mart



5) ร้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด

• ประวัติความเป็นมา

ร้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด ได้ถือกำเนิดขึ้นมาด้วยความริเริ่มของอาจารย์ในคณะเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์ (ปัจจุบันชื่อว่าคณะเศรษฐศาสตร์-บริหารธุรกิจ) สมควรที่จะมีกิจกรรมบางอย่างเกี่ยวกับการซื้อสินค้าประจำวัน จึงได้มีการปรึกษาหารือกันระหว่างอาจารย์กับนิสิตเพื่อจัดตั้งสหกรณ์ขึ้นมาทดลองในปี พ.ศ. 2499 โดยเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งได้มาจากเงินเบี้ยเลี้ยงของนิสิตปีที่สาม ได้ไปฝึกงานที่ลพบุรี อยุธยา ราชบุรี เป็นเวลา 1 เดือน ซึ่งได้เงินทุนประมาณ 1,000 บาท และได้จัดตั้งเป็นร้านสหกรณ์ขึ้นในชั้นนิสิต โดยขอห้องว่างใต้เรือนเขียว (สถานีวิทยุ ม.ก. ในปัจจุบัน) เป็นที่ดำเนินการ ในชั้นแรกก็ได้จัดหาซื้อของใช้เล็ก ๆ น้อย ๆ เกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียน และของใช้ที่สำคัญ ต่อมากิจการเจริญ ร้านค้าเริ่มมีกำไรและมิได้จัดการแบ่งเงินปันผล จึงมีทุนมากขึ้นพอที่จะขยายกิจการเพิ่มขึ้นและได้ย้ายมาที่บาร์ (โรงอาหาร) ข้าง ๆ โรงแรมไก่ (สนามวอลเลย์บอล) การดำเนินงานระยะแรก ๆ พวกนิสิตคณะเศรษฐศาสตร์-สหกรณ์ได้ช่วยกันซื้อและขายโดยใครมีเวลาก็กมาช่วยกันขายของโดยมิได้หวังผลตอบแทนในรูปค่าจ้างแต่ประการใด ผู้ที่เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในระยะแรก ๆ จัดตั้งก็มีอาจารย์มานิตย์ กิจไพบุลย์และอาจารย์สรวง บุญยาคม ทางด้านนิสิตก็มีนายประทวน ศรีคชา, นายสมคิด เณลิมวรรณ และนายทองรวย ชังเทศ



• วิสัยทัศน์

สินค้าหลากหลาย โยงใยแหล่งผลิต มุ่งสร้างพันธมิตร เพื่อสมาชิกและประชาคม

• การกิจ

1. การพัฒนา/เพิ่มจำนวนสมาชิก
2. การพัฒนา/ขยายเครือข่ายให้บริการ
3. การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน
4. การพัฒนาเป็นจุดจำหน่ายสินค้ามก.

6) ร้านสหกรณ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด

เมื่อกว่า 50 ปีก่อน คือ ในปี พ.ศ.2502 ร้านสหกรณ์ตั้งอยู่ที่ตึกอธิการบดี กองคลัง เป็นร้านค้าเล็กๆ เพียงห้องเดียว มีสินค้าเพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะสินค้าที่จำเป็นของสมาชิกและนิสิตทั่วไป ได้แก่ หนังสือ ตำราเรียน สมุด กระดาษและเครื่องเขียน มีจำนวนน้อยมาก บางอย่างก็ขาดแคลน ไม่พอกับความต้องการ ส่วนสินค้าจำพวกเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องสำอาง และสินค้าฟุ่มเฟือยอื่นๆ กลับมีมาก แต่ไม่ได้ขอยกทะเบียนและดำเนินการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการโดยสมาชิกอย่างถูกต้องตามกฎหมายและตามหลักสหกรณ์



ได้รับอนุมัติให้จดทะเบียนเป็น “ร้านสหกรณ์นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัดสินใช้” เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2503 ทะเบียนเลขที่ 268/10953 โดยมีสมาชิกจำนวน 843 คน ถือหุ้น 1,473 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 20 บาท รวมเป็นเงิน 29,460 บาท ที่ประชุมได้เลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินงานชั่วคราว 10 คน ดังมีรายชื่อต่อไปนี้ 1. ม.ล.ปริยา นวรัตน์ 2. นายสมโภชน์ อินทรานุกูล 3. นายอดิเรก เสงี่ยมเนตร 4. น.ส.ลักขณา อุซุโคมล 5. นายภักดี ชูติชูเดช 6. นายต่อพงษ์ ยมนาค 7. นายธำรง พวงดอกไม้ 8. น.ส.สมพร สระวาสี 9. น.ส.จงจิต วิมุกตายน 10. น.ส.พนิดา พัฒนวงศ์ โดยแต่งตั้ง น.ส.พนิดา พัฒนวงศ์ เป็นประธานกรรมการและผู้จัดการ น.ส.จงจิต วิมุกตายน เป็นเลขานุการ น.ส.ลักขณา อุซุโคมล เป็นเหรัญญิก ส่วนที่เหลือเป็นกรรมการ

7) ร้านสหกรณ์กรุงเทพ จำกัด

• ประวัติการจัดตั้งร้านสหกรณ์ร้านแรก

เป็นที่รับรองกันว่าร้านสหกรณ์ร้านแรกของโลก คือ ร้านสหกรณ์ของผู้นำชาวเมืองรอกเดล ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1844 ประวัติการจัดตั้งร้านสหกรณ์นี้ เป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก เพราะเป็นบทเรียนอันแสดงให้เห็นว่า ความพร้อมเพรียง ความพยายาม และความซื่อสัตย์ อาจนำมาซึ่งความสำเร็จอันใหญ่หลวงได้ในปี ค.ศ. 1843 ที่เมืองรอกเดล ประเทศอังกฤษ มีกรรมกรพวกหนึ่ง ซึ่งส่วนมากเป็นช่างทอผ้า ได้รับความเดือดร้อนอย่างสาหัส



เนื่องจากได้รับค่าจ้างต่ำมาก จนกระทั่งไม่เพียงพอแก่การยังชีพ ได้เคยขอร้องให้นายจ้างเพิ่มค่าจ้างให้ แต่ก็ไม่สมประสงค์ กรรมกรเหล่านี้ได้เคยคิดจะปลื้งตัวออกจากโรงงานของนายจ้าง และจะจัดตั้งโรงงานของตนเองขึ้นในทำนองสหกรณ์ผู้ประดิษฐ์ แต่ในไม่ช้าก็ต้องเลิกล้มความตั้งใจนี้ เพราะเห็นว่าไม่มีวัน

สำเร็จได้ เขาเป็นผู้ยากจน จะพยายามสะสมเงินกันเป็นเวลานานสักเท่าใด ก็คงไม่สามารถรวบรวมเงินทุนไว้อย่างเพียงพอได้ เพราะการประกอบงานประดิษฐ์กรรม เป็นงานที่ต้องการเงินทุนมาก

ร้านสหกรณ์ของผู้นำชาวเมืองรอชเดล 28 คนนี้ ได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม ค.ศ.1544 ภายในนามว่า “สมาคมของผู้นำอันเที่ยงธรรมแห่งเมืองรอชเดล” (The Rochdale Society of Equitable Pioneers)

8) ร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด

• ประวัติความเป็นมา

ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2491 ซึ่งเป็นระยะเวลาภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ล้มสุดลง และเป็นเวลาที่เศรษฐกิจของประเทศไทยกำลังประสบภาวะวิกฤติ สินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคหายาก และมีราคาแพง รัฐบาลในขณะนั้นได้เล็งเห็นความจำเป็นที่จะต้องช่วยเหลือประชาชนที่มีรายได้น้อยโดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรดาข้าราชการให้ได้ซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในราคาถูก ร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด จึงได้ก่อกำเนิดขึ้นโดยการริเริ่มของบรรดาข้าราชการในกรมสหกรณ์(เดิม) และข้าราชการอื่น ๆ ในหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงเกษตรราธิการ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม และกระทรวงการต่างประเทศ อันเป็นหน่วยงานที่มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกรมสหกรณ์ (เดิม)ซึ่งตั้งอยู่ที่วังกรมหมื่นพิชัยมหินทโรดมตรังข้ามวัดพระเชตุพน ท่าเตียน พระนคร ในขณะนั้น (ปัจจุบันเป็นย่านการค้าท่าเตียน)



• จดทะเบียน

เป็นสหกรณ์เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2491 มีสมาชิกจำนวน 302 คน มีทุนเรือนหุ้นที่เรียกเก็บจากสมาชิกได้ 15,100.00 บาท ร้านสหกรณ์ในระยะเริ่มแรกได้รับความอนุเคราะห์จากกรมสหกรณ์ให้ใช้สถานที่ภายในกรมเป็นร้านค้าเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2496 ทางราชการได้จัดซื้อที่ดินและก่อสร้างอาคารสำหรับสหกรณ์ขายส่งแห่งประเทศไทย จำกัด ชั้นที่ เลขที่ 97 ถนนราชดำริ ราชประสงค์ พระนคร ซึ่งในการนี้ทางราชการยังได้ให้ความอนุเคราะห์จัดสร้างอาคารสำหรับร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด ขึ้นด้วยหน้าริมถนนราชดำริ ร้านสหกรณ์พระนครจึงได้ย้ายจากกรมสหกรณ์ (เดิม) เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2496 และต่อมาสหกรณ์ขายส่ง (ซึ่งได้เปลี่ยนชื่อเป็นชุมนุมสหกรณ์การขายและการซื้อแห่งประเทศไทย) ซึ่งเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินแปลงนี้ ก็ได้ดำเนินการปรับปรุงอาคารใหม่ให้เป็นอาคารทันสมัย และได้กรุณาให้ร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด ได้เข้าสถานที่บางส่วนของอาคารตามที่สมารถจะแบ่งให้ได้คือ ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด จึงได้จัดให้เป็นร้านค้าแบบสรรพสินค้า และเปิดเป็นแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตที่ทันสมัย และได้ย้ายเข้า

มาอยู่อาคารใหม่ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2514 ต่อมาในปี 2515 คณะกรรมการได้พิจารณาเห็นว่า การดำเนินงานของสหกรณ์ ได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนทั่วไปมาก เพื่อให้บริการสมาชิกอย่างทั่วถึง จึงได้กำหนดนโยบายขยายสาขาตามแหล่งชุมชนที่เหมาะสมตามกำลังสามารถ ในปีนี้ได้จัดซื้อที่ดินและก่อสร้างอาคาร ขึ้นที่ถนนพหลโยธิน ใกล้ซอยอารี กรุงเทพฯ เป็นสำนักงานใหญ่ เปิดดำเนินงานเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2516 และต่อมาก็ได้จัดซื้อที่ดินด้านหลังร้านสหกรณ์ที่พหลโยธินเพิ่มอีก 1 ไร่ 34 ตารางวา เป็นลานจอดรถยนต์ของสมาชิก นับว่าเป็นที่พอใจของบรรดาสมาชิกทั่วไป

• การดำเนินงาน

ร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด ได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่รับจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ ทั้ง ๆ ที่มีทุนดำเนินงานในระยะเริ่มแรกเพียงเล็กน้อย การดำเนินงานส่วนใหญ่จึงเป็นการจัดหาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นมาจำหน่ายให้แก่สมาชิกในจำนวนเพียงจำกัดตามกำลังทุนที่มีอยู่ ถึงกระนั้นก็ตามในปีแรกซึ่งดำเนินงานเพียงไม่กี่เดือน สหกรณ์สามารถขายสินค้าได้เป็นจำนวนเงินถึง 256,320.00 และมีกำไรสุทธิประจำปีเป็นเงิน 12,299.00 บาท และคงดำเนินการมีกำไรสุทธิประจำปีตลอดจนมาถึงปี 2496 ซึ่งหลังจากนั้นตั้งแต่ปี 2497-2501 ปรากฏว่าสหกรณ์ประสบอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ ในการดำเนินงาน คณะกรรมการดำเนินงาน ได้พยายามแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พื้นตัวขึ้นเป็นลำดับกล่าวคือ สามารถดำเนินงานมีผลกำไรสุทธิประจำปีตั้งแต่ปี 2502 เป็นต้นมา ในระหว่างปี พ.ศ. 2517 - 2527 เป็นระยะที่กิจการของร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด รุ่งเรืองเฟื่องฟู สหกรณ์ได้รับโล่พระราชทานสหกรณ์ที่มีผลงานดีเด่นประเภทสหกรณ์ร้านค้า ประจำปี 2518 ความสำเร็จของสหกรณ์ได้ขยายไปไกลจนเป็นที่เชื่อถือว่าการสหกรณ์ระหว่างประเทศ ถึงกับมีผู้เชี่ยวชาญสหกรณ์จากต่างประเทศเดินทางมาดูงานสหกรณ์แห่งนี้ ในจำนวนนี้มีผู้เชี่ยวชาญสหกรณ์ผู้บริโภครจากสวีเดน เยอรมัน ตะวันตก และแคนาดา รวมอยู่ด้วย ซึ่งได้สร้างความประทับใจให้แก่บุคคลเหล่านี้มากนับว่าเป็นเกียรติอย่างยิ่งของคนไทยที่สามารถนำระบบสหกรณ์เข้ามาปรับใช้ในประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้ถึงเพียงนี้ นำที่ทางการจะได้ให้การสนับสนุนทั้งทางด้านนโยบายและการเงิน เพื่อให้สหกรณ์สามารถสร้างตัวให้เป็นปึกแผ่นและขยายกิจการได้รวดเร็วทันกับความต้องการของประชาชนและของหน่วยราชการ ซึ่งหากทำได้ก็จะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐและของเอกชน ในการแก้ปัญหาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคขาดตลาดและราคาแพงได้อย่างดีด้วย เพราะสหกรณ์มุ่งที่จะทำประโยชน์เพื่อสมาชิกและเพื่อชุมชน ซึ่งจะเป็นทางหนึ่งที่จะตรึงราคาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคร้านสหกรณ์พระนคร จำกัด

3.3 นวัตกรรมตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop

ตัวแบบธุรกิจ ใช้ชื่อว่า “Farmer Shop” ถูกออกแบบมาเพื่อลดข้อจำกัดแก่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการรายย่อยที่เผชิญปัญหาในเรื่องต้นทุนการจำหน่ายสินค้าสูงและไม่มีตลาดรองรับ อีกทั้งเพื่อเปิดโอกาสทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภคในการเข้าถึงสินค้ามีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาใช้ออกแบบโครงสร้าง และระบบธุรกิจที่เชื่อมโยงความเป็นหุ้นส่วนกัน

ระหว่างภาคีผู้ประกอบการรายย่อยกับเครือข่ายผู้บริโภคในระบบร้านค้าชุมชน โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจของร้าน farmer shop ว่า “ร้านค้าที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นเจ้าของร่วมกัน”

ในช่วงเวลา 2 ปีของการดำเนินการโครงการนำร่อง มีข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลไกของระบบธุรกิจ Farmer Shop สามารถสร้างอำนาจการต่อรองและ ลดต้นทุนการตลาดได้ 10-15 % อีกทั้งเปิดโอกาสการเรียนรู้ในการยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่เข้ามาเป็นภาคี ในส่วนของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก Farmer shop ได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติหันมาอุดหนุนสินค้าที่ผลิตในชุมชนและสินค้าจากเกษตรกรผู้ผลิต/ผู้ประกอบการรายย่อย อีกทั้งให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารปลอดภัย และสนับสนุนแนวทางการรวมซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภคที่ใช้เป็นประจำด้วยการสมัครเป็นสมาชิก Farmer shop

ปัจจุบันสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)ให้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินการศึกษาแนวทางการขยายผลตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop ไปสู่ชุมชน เพื่อใช้เป็นกลไกในการปลูกจิตสำนึกคนในชุมชนอุดหนุนสินค้าที่ผลิตในชุมชนและรณรงค์การผลิตและการบริโภคอาหารปลอดภัย และพบว่ามีความสนใจมาเป็นผู้ประกอบการ ร้าน Farmer Shop ด้วยใจรักและอยากเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์

เศรษฐกิจฐานสังคมให้เข้มแข็งโดยการดำเนินการจะมีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำในการจัดตั้งและดำเนินงานแก่ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการ อีกทั้งมีร้านค้าต้นแบบอยู่ที่คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อการฝึกทักษะ ส่วนการเตรียมการในการขยายผลไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านตามแผนธุรกิจในอนาคตเพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียนนั้น เมื่อสองสัปดาห์ที่ผ่านมา ทีมวิจัยได้รับเชิญจาก องค์การสัมพันธภาพระหว่างประเทศ(ICA)สาขาภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกให้ไปนำเสนอแนวคิดตัวแบบธุรกิจ Farmer shop ในที่ประชุมระหว่างประเทศภายใต้หัวข้อเรื่อง “การค้าระหว่างสหกรณ์:C2C Trade” โดยที่ประชุมเห็นด้วย ว่ากลไกการดำเนินธุรกิจ



ของFamer shop ที่เน้นการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง โดยให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนรู้เพื่อสร้างสมรรถนะด้านธุรกิจอย่างมืออาชีพนั้น จะช่วยยกระดับสมรรถนะในเชิงธุรกิจแก่สหกรณ์และสถาบันเกษตรกรที่เข้ามาเป็นภาคี อีกทั้งกระบวนการปลูกจิตสำนึกด้านผู้บริโภคไปพร้อมกันจะสร้างความเป็นปึกแผ่นเข้มแข็งของธุรกิจสหกรณ์และชุมชน และเชื่อมั่นว่า กลไกดังกล่าวจะช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจและสังคม ช่วยเป็นตัวเร่งในการพัฒนาการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชน และการนำประโยชน์คืนสู่ประชาชนที่เป็นฐานใหญ่ของประเทศและภูมิภาคอย่างที่ยาคาดหวัง โดยได้มีข้อสรุปที่ประชุมสำหรับแนวทางความร่วมมือในการค้าระหว่างสหกรณ์ในระดับภูมิภาคต่อไป



นำเสนอตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop ในเวทีประชุม Building up the Co-operative System in Laos ประเทศสปป.ลาว