

บทที่ 3

ขบวนการสหกรณ์ผู้บริโภค

- บริบทของสหกรณ์ผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจ สังคม
- บริบทของสหกรณ์ผู้บริโภคในประเด็นการค้าที่เป็นธรรม
- ตัวอย่างสหกรณ์ผู้บริโภคที่น่าสนใจ และนวัตกรรม

Consumer cooperatives

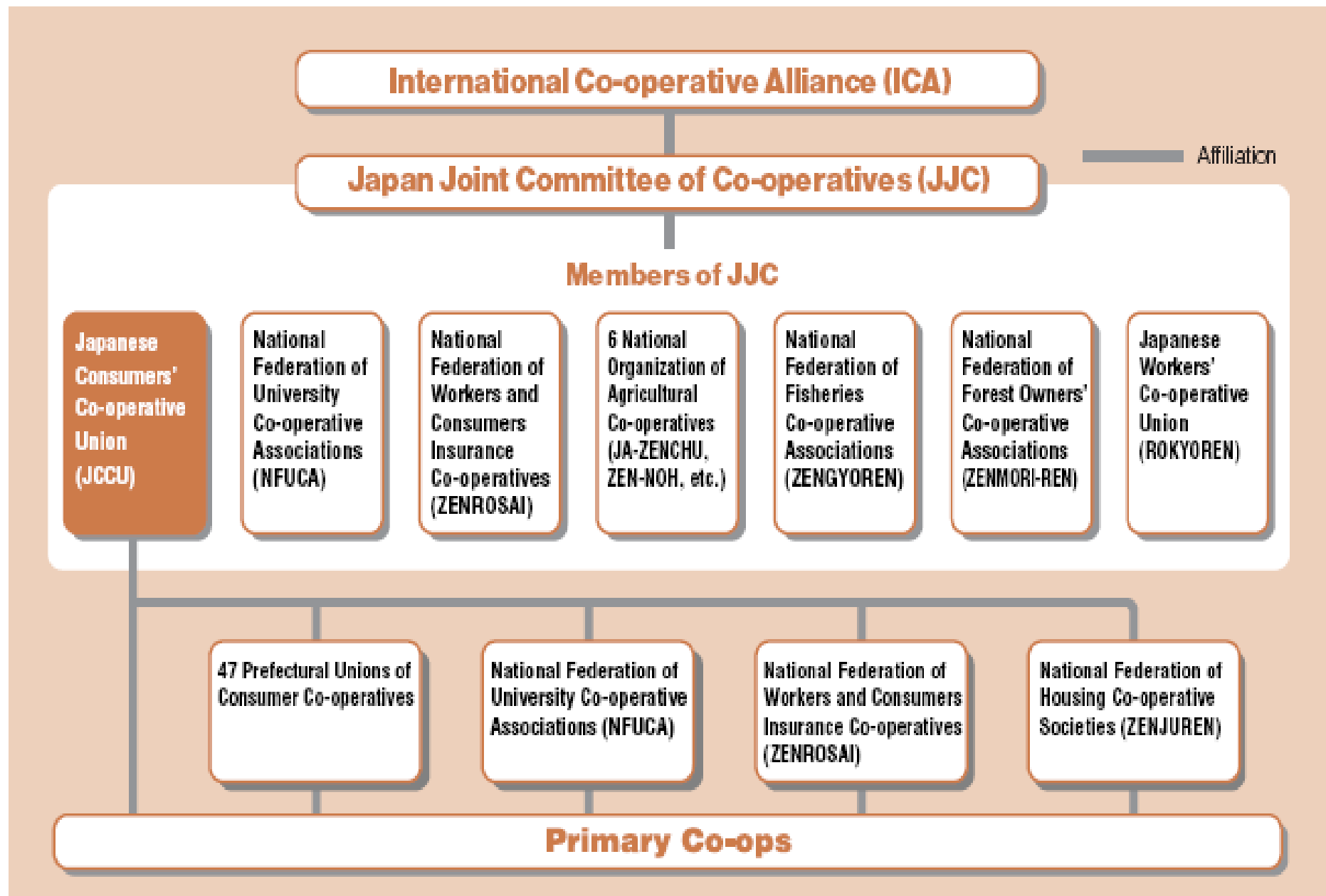
Consumer cooperatives are organizations that are actually owned by the consumers who choose to be members of the cooperative venture. Known as cooperative retail societies or retail co-ops in some countries, these cooperative enterprises often appear to function just like any other type of business, 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.

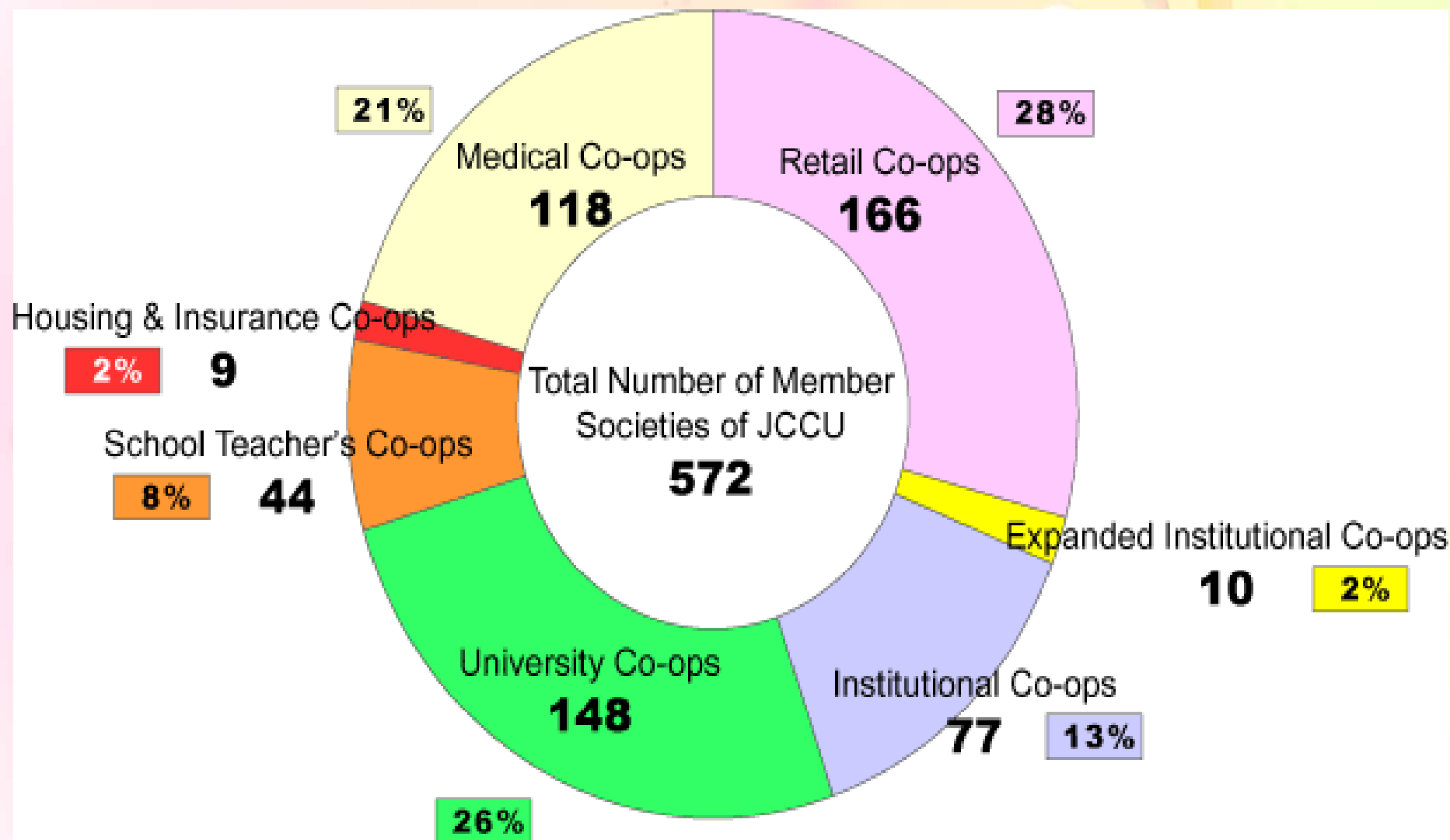


**Japanese Consumers' Co-operative Union
(JCCU)**



JCCU Members and Related Organization





1 JCCU Supports Joint Purchasing/Store Operations of Member Co-ops

The JCCU develops Co-op products (foodstuff, household products and clothing), and supplies them to member co-ops through the Field Staff (JCCU salespeople) located in JCCU regional offices.



It's time for the Field Staff — recommending Co-op products.

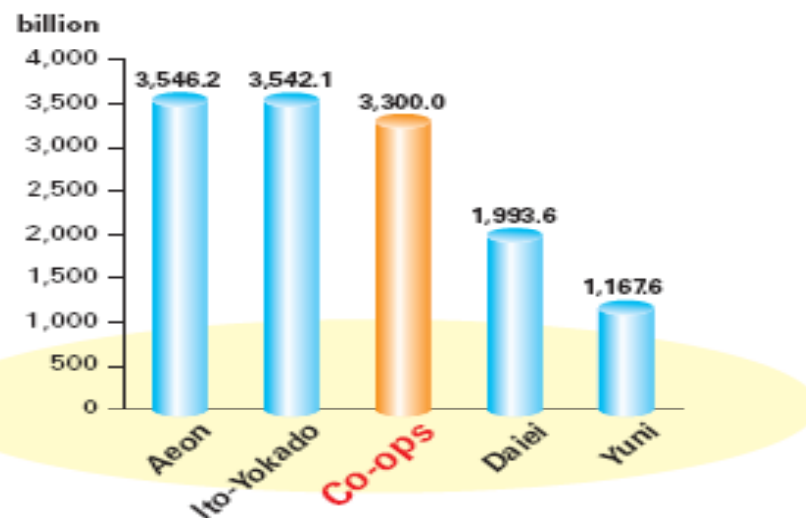
Outline of JCCU (Fiscal year 2004 from March 21, 2004 to March 20, 2005)

Profit and Loss Statement

Balance Sheet (as of March 20, 2005)

| | ¥ thousand | ASSETS | ¥ thousand |
|--|-------------------|--------------------------------------|--------------------|
| Sales | | 313,286,640 | 138,941,884 |
| Cost of sales | 279,680,599 | | |
| Gross Profit | 33,606,041 | Tangible assets | 32,923,482 |
| Membership dues | 825,016 | Intangible assets | 3,497,935 |
| Contractual commission | | | 30,643,060 |
| Revenue from management | | | 67,064,478 |
| Other revenue | | | 206,006,363 |
| Mutual insurance surplus | | | |
| Total Revenues and Surplus | | | |
| Trading expenses | | | ¥ thousand |
| Trading surplus | | | 114,746,278 |
| Non-trading revenue | | | 8,876,450 |
| Non-trading expenses | | | 123,622,729 |
| Current Surplus | | | 9,090,430 |
| Extraordinary profits | | | 9,026,000 |
| Extraordinary losses | | | 47,335,400 |
| Surplus for the Fiscal Year | | | 16,931,803 |
| Taxes | | | 73,293,203 |
| Net Surplus for the Fiscal Year | 14,519,616 | Total Liabilities and Capital | 206,006,363 |

Top 5 Retailers in Japan 2003
Rank/Retailer/Turnover (¥)





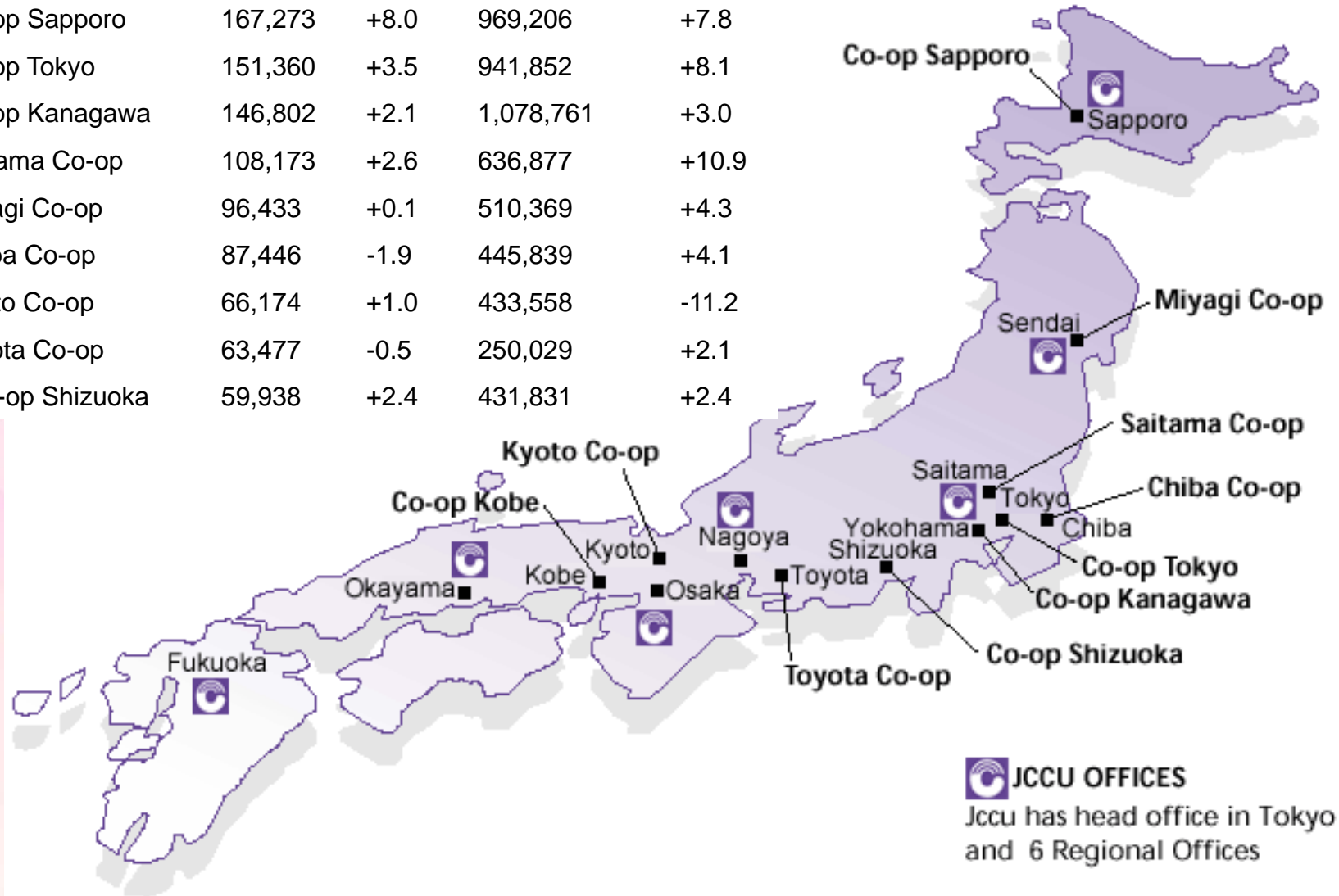
Distribution Centers equipped with up-to-date technology have been established in Hokkaido, Tohoku, Kanto, Tokai, Kansai and Kyushu.



Location of Top 10 Retail Co-ops and JCCU Offices

Top 10 Retail Co-ops in Japan

| | million) | 03/02 (%) | Membership | 03/02 (%) |
|-------------------|----------|--------------|------------|--------------|
| 1 Co-op Kobe | 292,084 | -1.8 | 1,215,997 | -16.2 |
| 2 Co-op Sapporo | 167,273 | +8.0 | 969,206 | +7.8 |
| 3 Co-op Tokyo | 151,360 | +3.5 | 941,852 | +8.1 |
| 4 Co-op Kanagawa | 146,802 | +2.1 | 1,078,761 | +3.0 |
| 5 Saitama Co-op | 108,173 | +2.6 | 636,877 | +10.9 |
| 6 Miyagi Co-op | 96,433 | +0.1 | 510,369 | +4.3 |
| 7 Chiba Co-op | 87,446 | -1.9 | 445,839 | +4.1 |
| 8 Kyoto Co-op | 66,174 | +1.0 | 433,558 | -11.2 |
| 9 Toyota Co-op | 63,477 | -0.5 | 250,029 | +2.1 |
| 10 Co-op Shizuoka | 59,938 | +2.4 | 431,831 | +2.4 |





Fair Price

iCOOP



Alfa ออسترเลีย



WOOLWORTHS





© The Local Data Company



TheFairTradersCooperative

www.thefairtraderscooperative.co.uk

Tel: 01484880815




สโลแกน : **ไม่ได้หวังที่กำไร แต่อยากให้เป็นลูกค้าประจำ**
วิสัยทัศน์ : **ร้านค้าปลีกที่ผลิตและผู้บริโภคเป็นเจ้าของร่วมกัน**




โครงการร้าน Farmer Shop ณ คณะเศรษฐศาสตร์



 Farmer Shop

ไม่ได้หวังที่กำไร
แต่อยากให้เป็น
ลูกค้าประจำ

 2012
Cooperatives

มุนอาหารสุขภาพ

Farmer Shop

สนับสนุนกาแฟไทย

มูลนิธิ



โซ่อุปทานร้าน Farmer Shop

โครงการซื้อข้าวจากชาวนา



ปัญหา



- ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้สังคมมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ทำให้ชาวนาผู้ผลิตข้าวต้องถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง
- ชาวนายังต้องเผชิญปัญหาจากความไม่แน่นอนของปัจจัยสภาพแวดล้อมจากภัยธรรมชาติ

จุดเริ่มต้นของโครงการ



ร้าน Farmer Shop ได้เล็งเห็นคุณค่าในการอุดหนุนชาวนาจึงริเริ่ม “โครงการซื้อข้าวจากชาวนา” โดยใช้ “หลักการรวมซื้อ” มาพัฒนาระบบบริหารจัดการ โดยการรวบรวมคำสั่งซื้อจากประชาคม มก. ที่เป็นลูกค้าประจำ เพื่อสร้างระบบธุรกิจที่เชื่อมโยงการจัดหา และคัดสรรข้าวคุณภาพจากผู้ผลิต สู่มือบริโภคในราคาที่เป็นธรรม

จุดมุ่งหมาย



- เปิดช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคแก่ชาวนา ด้วยการเป็นลูกค้าประจำโครงการซื้อข้าวจากชาวนา
- เพื่อสร้างทางเลือกและโอกาสแก่ประชาคม มก. ที่ได้บริโภคข้าวคุณภาพดี ราคาเป็นธรรม
- พัฒนาไปสู่ระบบค้าข้าวที่เป็นธรรม ที่เชื่อมโยงผู้ซื้อและผู้ขายผ่านกลไกร้าน Farmer Shop

ชาวนา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้บริโภค/ประชาคม มก.

- เพิ่มช่องทางการเข้าถึงตลาด
- มีรายได้จากการขายข้าวอย่างสม่ำเสมอในราคาที่เป็นธรรม
- ลดข้อจำกัดในการถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง



- ได้บริโภคข้าวคุณภาพดี มีคุณประโยชน์ในราคาที่เป็นธรรม
- มีโอกาสในการสนับสนุนชาวนาไทยให้มีวิถีชีวิตที่ดีขึ้น
- มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบการค้าที่เป็นธรรมร่วมกับ Farmer Shop

The Fair Traders Cooperative

www.thefairtraderscooperative.co.uk

Tel: 01484880815







responsibility
members a stay
scen
much money
there account,
business in a way
interests and
with our members
lives.







อภิปราย



- สหกรณ์ผู้บริโภคร่วมกับ Food safety, การค้าที่เป็นธรรม
- สหกรณ์ผู้บริโภคร่วมกับ การเชื่อมโยงในการนำผลผลิตจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค/นวัตกรรมการจัดการโซ่อุปทาน
- บริบทที่แตกต่างระหว่างสหกรณ์ผู้บริโภคร่วมกับร้านค้าปลีกอื่น