

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งและการดำเนินงาน
ของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด


A Study on the Determinants of Successful Establishment and Operations of Nernsy Community
Shop, Changwat Trat

ของ

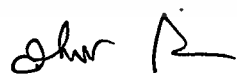
นางสาววัชรินทร์ สังขาระ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)
เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2545

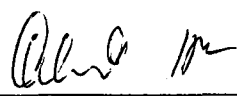
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ


..... 5/3/45
(ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร)

กรรมการปัญหาพิเศษ


..... 5/3/45
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งสรรค์ โนชัย)

หัวหน้าภาควิชาฯ


..... 20/3/45
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งและการดำเนินงาน
ของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด

A Study on the Determinants of Successful Establishment and Operations of Nernsy Community

Shop, Changwat Trat



T098189

โดย

นางสาว วชิรินทร์ สังขาระ

ร.พ.
๖๖๘๖๓
๒๕๔๕

เลขหมู่..... เสนอ

เลขทะเบียน.....๑๘๑๘๙

วันเดือนปี.....๑๐ JUN ๑๙๙๖

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๔๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งและการดำเนินงาน

ของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด

โดย: นางสาววัชรินทร์ สังขาระ

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:

(วิรัช กระแสร์ฉัตร)

ศูนย์สาธิตการตลาด เป็นกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาคนในชนบทให้เกิดการเรียนรู้และช่วยเหลือกัน ในชุมชน ให้มีตลาดซื้อขายของตนเอง ได้เรียนรู้การตลาดค้าปลีกและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน เพื่อพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น สามารถมีอำนาจต่อรองแก้ปัญหาาราคาพืชผลเกษตรตกต่ำ และการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง ทำให้ประหยัดและลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราดเป็นศูนย์สาธิตการตลาดที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากมีความสามารถในการระดมทุน ความสามารถในการขยายกิจกรรม รายได้และประโยชน์ที่สมาชิกได้รับเพิ่มขึ้น ชุมชนมีการพึ่งตนเองได้มากขึ้น ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายประสบความสำเร็จ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานประสบความสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด โดยสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูลจากประธานศูนย์สาธิตการตลาด คณะกรรมการ สมาชิก และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับข้อมูลจากเอกสารบันทึกการประชุมและจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่น ๆ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งประสบความสำเร็จ คือ การให้ความสำคัญกับ 6 ปัจจัยดังนี้ คือ การเลือกสินค้าที่สมาชิกมีความต้องการคือสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่ใช้ในการเกษตรของชุมชน การมีกลุ่มผู้ก่อการและคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนจากแต่ละหมู่บ้านมีความเข้มแข็ง เสียสละและเป็นที่ยอมรับของชุมชนนั้น ๆ เพราะจะทำให้สมาชิกเต็มใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของศูนย์ฯ ทั้งในด้านเงินทุนและการเข้าร่วมประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อม การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการดำเนินงาน นอกจากนั้นแล้วกระบวนการในการจัดตั้งที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำคัญคือกระบวนการกลุ่ม ซึ่งเป็นกระบวนการที่พัฒนาจิตสำนึกของสมาชิกให้เห็นความสำคัญ
ของศูนย์สาธิตการตลาด และส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดประสบผล
สำเร็จพบว่า ปัจจัยที่สำคัญมากมีด้วยกัน 5 ปัจจัยดังนี้ คือผู้นำที่มีความเป็นผู้นำทั้งในทางความคิด
และการปฏิบัติ สามารถทำให้สมาชิกเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ตัวสมาชิกที่มีความเชื่อมั่นและความ
ร่วมมือในกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาด อีกทั้งการบริหารจัดการโดยมีโครงสร้างที่เหมาะสม
ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกตั้งแต่การระดมทุน การเข้าร่วมในกิจกรรม และการแสดงความคิดเห็น
ในการดำเนินงาน ด้านการเงินต้องสามารถระดมทุนจากภายในหรือจากสมาชิกให้มากที่สุดเพื่อ
การพึ่งพาตนเองและสร้างความรู้สึกรับเป็นเจ้าของให้กับสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก
ให้เป็นที่ไปในทางที่ดีแต่ต้องไม่ทำให้สมาชิกลดการพึ่งพาตนเองลง ส่วนปัจจัยสนับสนุนให้การ
ดำเนินงานประสบผลสำเร็จอีก 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ ด้านแรงงาน ด้านการผลิต
และด้านการตลาด

จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย ทำให้ทราบถึงแนวทางการจัดตั้งศูนย์
สาธิตการตลาดอื่น ๆ ที่จะประสบความสำเร็จเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้คือ การคำนึงถึงปัจจัย
ในการจัดตั้งซึ่งพิจารณาถึงความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิกในแต่ละชุมชน ทำเลสถานที่ตั้ง
เหมาะสม การประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อม กลุ่มผู้ก่อการมีความเข้มแข็ง ความซื่อสัตย์ ความเสีย
สละ ความมุ่งมั่นตั้งใจและความน่าศรัทธา เงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและแหล่งเงินทุนอื่น ๆ รวม
ทั้งกระบวนการในการรวมกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาจิตสำนึกของสมาชิกให้เห็น
ความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาด และส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด เพราะ
เป็นกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกให้สมาชิกมีความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการมีศูนย์สาธิต
การตลาดในชุมชน และปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จได้ด้วยดีเรียงลำดับตาม
ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ด้านที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก ด้านการบริหารจัดการ
ด้านการเงิน และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก การนำแนวทางนี้ไปประยุกต์ใช้ต้องดัดแปลงให้
สอดคล้องกับเงื่อนไขแต่ละชุมชน โดยเสนอว่าชุมชนที่มีกลุ่มออมทรัพย์อยู่จะง่ายต่อจัดตั้งศูนย์
สาธิตการตลาดของชุมชน ด้วยการอาศัยเวทีการฝากเงินออมทรัพย์ดังเช่นที่ชุมชนเนินทรายทำได้

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำและคำปรึกษาตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ได้มีความถูกต้องจาก ดร. วิรัช กระแสร์ฉัตร ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงและขอขอบคุณอาจารย์รังสรรค์ โนชัย กรรมการปัญหาพิเศษที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนปรับปรุง พร้อมช่วยตรวจทานเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น และขอขอบคุณอาจารย์อภิจิตตรา อภิราชจิตร์ กรรมการตรวจการพิมพ์ที่ได้ช่วยตรวจความถูกต้องในการพิมพ์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ได้อบรม ให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องคอมพิวเตอร์ที่ให้ความช่วยเหลือในการใช้ห้องคอมพิวเตอร์ และคำแนะนำในการพิมพ์ และนายวิโรจน์ สุวะนะที่ให้ข้อมูลและที่พักตลอดการเก็บข้อมูลภาคสนาม

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว และเพื่อน ๆ ทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือให้คำปรึกษาและคอยเป็นกำลังใจในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ตลอดมา

วัชรินทร์ สังขาระ

มีนาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
วิธีการศึกษา	4
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	6
การตรวจเอกสาร	6
สมมติฐานการศึกษา	8
แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรชุมชน	8
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน	9
แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด	10
เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจชุมชน	11
ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จ	14
ปัจจัยที่มีผลให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนประสบผลสำเร็จ	15
บทที่ 3 ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย	19
ประวัติความเป็นมาของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย	19
ลักษณะการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย	21
เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งประสบผลสำเร็จ	30
ปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ	33
การทดสอบสมมติฐานของการศึกษา	36
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	38
สรุป	38
ข้อเสนอแนะ	40
เอกสารอ้างอิง	42
ภาคผนวก	45
ภาคผนวก ก.	46
ภาคผนวก ข.	48
ภาคผนวก ค.	55



สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1 ผลการดำเนินงานระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 – พฤศจิกายน พ.ศ. 2544

24



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจชุมชน	13
2	ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จ	14
3	ปัจจัยที่มีผลให้การดำเนินงานธุรกิจชุมชนประสบผลสำเร็จ	18



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจชุมชนกำลังได้รับความสนใจจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยตระหนักดีว่าภายใต้สภาวะการณ์เศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน การส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้มีการระบุแนวทางการทำงานพัฒนาทุกด้านเข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือการพัฒนาคน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนเป็นศูนย์กลางของงานพัฒนา เพื่อให้นโยบายดังกล่าวบังเกิดผลเป็นรูปธรรมจึงจำเป็นต้องมีโครงการปฏิบัติการรองรับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เป็นแนวทางหนึ่งที่มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น หมายถึงการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชน เน้นให้ชุมชนเข้ามาจับบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนพร้อมกับการพัฒนาด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง โดยกล่าวได้ว่า “ธุรกิจชุมชน” คือกุญแจสำคัญอีกอันหนึ่ง ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องอาศัยการผนึกกำลังของทุกฝ่ายทุกระดับ ทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน ภาคธุรกิจ นักวิชาการ องค์กรประชาชน และสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีดังกล่าว ให้เกิดการร่วมมือร่วมปฏิบัติงานด้วยกัน ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ และร่วมกันทำงานภายใต้ความรัก ความเอื้ออาทร ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน (ศิริก, 2540)

ศูนย์สาธิตการตลาด เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มุ่งพัฒนาคนในชนบทให้เกิดการเรียนรู้และช่วยเหลือกัน ในชุมชน เป็นศูนย์รวมผลประโยชน์และประสบการณ์ของชุมชน ให้สามารถมีตลาดซื้อขายเป็นของตนเองและยังได้เรียนรู้การตลาดค้าปลีกและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน เพื่อพัฒนาอาชีพ และคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ในการรวมตัวกันนี้เองชุมชนจะสามารถมีอำนาจต่อรองแก้ปัญหาราคาพืชผลเกษตรตกต่ำและการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง ทำให้ประหยัดและลดต้นทุนค่าใช้จ่าย (จิรศักดิ์, 2542) นอกจากนี้การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดยังเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เข้ากับแนวทางการดำเนินงานเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งกระทรวงมหาดไทยได้นำมาเป็นแนวทางที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจด้อย (กระทรวงมหาดไทย, 2541) ซึ่งมีเป้าหมาย 3 ระดับ คือ

1. ระดับพื้นฐาน คือ การพัฒนาให้ชุมชน “พออยู่พอกิน” หมายถึงมีการผลิตให้เพียงพอต่อ

การบริโภคในครอบครัว ส่วนที่เหลือก็นำไปขายมีรายได้พอจุนเจือครอบครัว ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ระดับปานกลาง คือ การพัฒนาให้ชุมชน “อยู่ดีกินดี” หมายถึง มีการผลิตให้เกินพอ เพื่อนำผลผลิตส่วนเกินไปขายเป็นการเพิ่มรายได้ให้ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐานและมีเงินออม

3. ระดับก้าวหน้า คือ การพัฒนาชุมชนให้ “มั่งมีศรีสุข” หมายถึงการดำเนินธุรกิจโดยผู้ประกอบการในครอบครัว กลุ่ม ชุมชน มีความสามารถในการบริหารจัดการ ทำให้มีผลกำไรสูง ตอบแทนเฉลี่ยคืนสมาชิกในชุมชนและเป็นสวัสดิการแก่ชุมชน ครั้วเรือนผ่านเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐานทุกข้อ มีทรัพย์สินมากกว่าหนี้สิน

แต่กระนั้นจากการติดตามผลการดำเนินงานของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ก็ยังคงพบข้อบกพร่องในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดอยู่หลายประการ อาทิ สมาชิกไม่มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการและวิธีการดำเนินงาน ขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เป็นต้น ทำให้ศูนย์สาธิตการตลาดบางแห่งดำเนินการได้เพียงระยะสั้นก็ต้องเลิกกิจการไป แต่ก็มีศูนย์สาธิตการตลาดจำนวนมากที่สามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี (บำเพ็ญ, 2541) ดังเช่น ศูนย์สาธิตการตลาดของชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด เป็นศูนย์สาธิตที่นับได้ว่าประสบความสำเร็จโดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ตั้งแต่ความสามารถในการรวบรวมสมาชิกจำนวนมากถึง 431 คน แม้จะเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 อีกทั้งผลการดำเนินงานทั้งในด้านยอดขายโดยเฉลี่ย 7,000 บาท/วัน สมาชิกเกิดการรวมตัวและตระหนักในภัยเศรษฐกิจ มีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มย่อย ๆ ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือน การแปรรูปอาหาร การจักสาน งานฝีมือต่าง ๆ เพื่อนำมาจำหน่ายที่ศูนย์สาธิตการตลาดกว่า 10 ชนิดและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ที่ไม่มีอาชีพประจำ คนชรา สตรี สามารถมีรายได้เลี้ยงชีพ นอกจากนั้นทางศูนย์ฯ ยังเป็นที่ศึกษาดูงานให้กับชุมชนอื่นอย่างต่อเนื่อง และได้รับความสนใจจากสื่อต่าง ๆ ทั้งทางโทรทัศน์ และรายการวิทยุท้องถิ่นและจังหวัด รวมทั้งมีสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนจากส่วนกลางมาศึกษาดูงาน ดังนั้น การศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานประสบผลสำเร็จ ก็จะเป็นแนวทางที่สำคัญสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการก่อตั้งศูนย์สาธิตการตลาดกับชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ประสบผลสำเร็จ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราดประสบผลสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เพื่อเสนอแนวทางในการจัดตั้งและการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จของศูนย์สาริการตลาด สำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ประสบผลสำเร็จ
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราดประสบความสำเร็จ
3. เป็นแนวทางในการจัดตั้งและการดำเนินงานศูนย์สาริการตลาดให้ชุมชนอื่น ๆ ในการนำไปประยุกต์ใช้

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้ง และปัจจัยในการดำเนินงานของศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราดที่สามารถจัดตั้งและดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จโดยรวบรวมข้อมูลจากประธานโครงการ คณะกรรมการ พนักงานขาย สมาชิก และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วยวิธีการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ถึงประวัติความเป็นมา ลักษณะการดำเนินงาน และความสำเร็จของศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย ร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากบันทึกการประชุมของศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายและจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ระหว่างตุลาคม พ.ศ. 2544 ถึงกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จ

นิยามศัพท์

องค์กรธุรกิจชุมชน หมายถึง ชุมชนหรือสหกรณ์ หรือใช้ชื่ออื่นใดโดยจะมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งเพื่อทำธุรกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์และอุดมคติร่วมกัน และดำเนินการโดยชุมชน กล่าวคือสมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในกระบวนการทำงานเพื่อแก้ปัญหาต่างๆขององค์กร ทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม มีผู้นำตามธรรมชาติทั้งหญิงและชายเกิดขึ้น โดยผ่านกระบวนการทำงานร่วมกันดังกล่าว (ศิริก, 2540)

ศูนย์สาธิตการตลาด คือ สหกรณ์ร้านค้าประเภทหนึ่งที่ไม่ได้จดทะเบียนจึงไม่นำหน้าด้วยคำว่า “สหกรณ์” มีชื่อเรียกต่างๆกันไป เช่น ศูนย์สาธิตการตลาด ร้านค้าชุมชน ศูนย์สาธิตเศรษฐกิจชุมชน เป็นต้น ในที่นี้จะใช้คำว่าศูนย์สาธิตการตลาดแทนชื่ออื่นๆ เพราะเป็นชื่อทางการ ที่กรมพัฒนาชุมชน ใช้อ้างอิง (โสภภาพร, 2544)

กระบวนการกลุ่ม คือ กระบวนการพัฒนาจิตสำนึกให้คนในชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและร่วมกันแก้ปัญหาด้วยตนเอง พึ่งพาอาศัยกันเอง ตลอดจนการกำหนดประเด็นที่จำเป็นต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ขั้นตอนการทำงานเพื่อพัฒนาจิตสำนึกและดำเนินงานโดยกลุ่มมีหลายขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม (group preparation stage) ขั้นกลุ่มเรียนรู้ (group learning stage) ขั้นดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรม (action group) (ศิริก, 2540)

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเข้าไปสังเกตการณ์และสัมภาษณ์ประธานโครงการ คณะกรรมการ พนักงานขาย สมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อทราบความเป็นมาของเงื่อนไขและปัจจัยตัดสินใจในการจัดตั้ง การดำเนินงานรวมถึงปัจจัยที่จะทำให้ศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เก็บรวบรวมจากหนังสือเอกสารเผยแพร่ของหน่วยงานรัฐบาลและเอกชน บทความที่เกี่ยวข้อง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ห้องสมุดกรมการพัฒนาชุมชน สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา คณะกรรมการส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลงานพัฒนา (ผสพ.) สถาบันวิจัยสังคม ห้องสมุดตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และจากเอกสารรายงานการประชุมของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนนันทราช เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้จะเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยได้กำหนดประเด็นในการวิเคราะห์ดังนี้ สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ประสบผลสำเร็จ ว่าปัจจุบันมีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้การจัดตั้งประสบผลสำเร็จ เพราะเหตุใด และสมบูรณ์ตามที่ควรจะเป็นหรือไม่ ปัจจัยหรือเกณฑ์พิจารณาการจัดตั้งที่จะวิเคราะห์คือ ความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก กลุ่มผู้ก่อการมีความเข้มแข็ง ความซื่อสัตย์ ความน่าศรัทธา เงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและแหล่งเงินทุนอื่น ๆ ความมุ่งมั่นตั้งใจ ความเสียสละและการมีส่วนร่วมของสมาชิก คณะกรรมการบริหารศูนย์สาธิตการตลาด ทำเลสถานที่ตั้งเหมาะสม การประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อม นอกจากนี้ยังศึกษาถึงกระบวนการในการจัดตั้งว่ามีขั้นตอนอย่างไรด้วย โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการกลุ่มของยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน ซึ่งแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ คือ ขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม (group preparation stage) ขั้นกลุ่มเรียนรู้ (group learning stage) ขั้นดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรม (action group) (ศิริก, 2540)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดตราดประสบผลสำเร็จ ว่าปัจจุบันมีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ เพราะเหตุใด และสมบูรณ์ตามที่ควรจะเป็นหรือไม่ ปัจจัยหรือเกณฑ์พิจารณาความสำเร็จและความล้มเหลวที่จะวิเคราะห์คือ ปัจจัยด้านการผลิต การตลาด แรงงาน การเงิน การบริหารจัดการ ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก การมีส่วนร่วมของสมาชิก ความเป็นผู้นำ ระเบียบข้อบังคับขององค์กร เป็นต้น

3. การวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางในการจัดตั้งและการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาด สำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่น ๆ นั้น ยึดหลักเกณฑ์ตามผลจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อข้างต้น

บทที่ 2

โครงร่างทางทฤษฎี

ในบทนี้เป็น การนำเสนอผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาด ตลอดจนแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์การจัดตั้งและการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด ตำบลเนินทราย จังหวัดตราด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจสอบเอกสาร

นางนารณ วิทัญญูญาติ และคณะ (2527) ได้ทำการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาด กองทุนพัฒนาหมู่บ้าน จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการสอบถามผู้บริหารงานระดับอำเภอและสมาชิก พบว่าการจัดตั้งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนาขึ้น สำหรับปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานคือคณะกรรมการ สมาชิก และประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์และแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนความไม่รับผิดชอบของกรรมการบางคน จึงต้องการรับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ และทักษะในการดำเนินงาน

เสกสิทธิ์ แสงเรือง (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษากระบวนการและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานสหกรณ์ร้านค้า: ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ร้านค้าชุมชนมัธยมวัดธาตุทอง เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร พบว่าปัญหาในการดำเนินงานของสหกรณ์มีดังนี้ (1) ปัญหาเกี่ยวกับฝ่ายบริหาร ได้แก่ สมาชิกมีความรู้เรื่องหลักการสหกรณ์และแสดงบทบาทหน้าที่ที่ย่อย คณะกรรมการฝ่ายบริหาร มีความรู้ในเรื่องประโยชน์ หลักการให้การศึกษาแก่สมาชิก และการจ่ายเงินเฉลี่ยคืนน้อย แสดงบทบาทหน้าที่ในการบริหารงานสหกรณ์ค่อนข้างน้อย (2) ปัญหาเกี่ยวกับฝ่ายจัดการ ได้แก่ ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายขายสินค้า มีคุณสมบัติในบทบาทหน้าที่เหมาะสมปานกลาง (3) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ ได้แก่ โครงสร้างบริหารขององค์กรและระบบการคัดเลือกกรรมการไม่เหมาะสม ขาดส่วนของสมาชิกหรือที่ประชุมใหญ่ การจัดการ การซื้อ คือ การจัดซื้อสินค้า การบัญชีและการเงิน การขายสินค้าไม่เหมาะสมและไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการควบคุมทางบัญชี ขาดการรายงานผลการปฏิบัติงาน การจัดการเงินทุน ขาดการวางแผนและการจัดการเงินที่ดี ขาดการรักษาและควบคุมการใช้เงินที่รัดกุม (4) ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกสหกรณ์ ได้แก่ นักพัฒนาแสดงบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสหกรณ์เหมาะสมปานกลาง

โงมานัส พลอยดี (2540) ทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชนในระดับภาพรวมและปัจจัยพิเศษที่มีผลต่อระดับจุลภาคจากการนำแนวทางเลือกธุรกิจชุมชนไปปรับใช้ ซึ่งเลือกทำการศึกษาที่อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร จำนวน 20 รายและที่บ้านศิรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 43 ราย รวมทั้งสิ้น 63 ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวจากการนำแนวทางดังกล่าวไปปรับใช้ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก และปัจจัยด้านการเงิน ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดของแนวคิดธุรกิจชุมชนนั้นก็คือ หลักแห่งการพึ่งตนเองของชาวบ้าน นอกจากนี้ในการเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมยังต้องได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นสำคัญอีกด้วย จากการศึกษากรณีที่ประสบความสำเร็จพบว่า ปัจจัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนต้องประสบกับปัญหา การไม่สามารถระดมเงินออมได้ด้วยชาวบ้าน ทำให้ธุรกิจต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากภายนอก ขณะที่กรณีที่ประสบความสำเร็จนั้นมีการระดมทุนจากชาวบ้านได้เป็นส่วนใหญ่ และมีแนวโน้มที่ชาวบ้านจะเข้าร่วมมากขึ้น ทำให้การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็งทางการเงิน

บำเพ็ญ เมืองมูล (2541) ได้ทำการศึกษาคำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดบ้านแจ้ซ้อน จังหวัดลำพูน โดยการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย พบว่า การดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดมีความก้าวหน้าและเป็นไปด้วยความสุจริต ระบบบัญชีถึงแม้จะเป็นบัญชีตามภูมิปัญญาชาวบ้าน แต่ก็เข้าใจง่ายและสามารถตรวจสอบได้ ระบบการซื้อขาย การปันผล ก็เป็นไปตามระบบ ปัจจัยที่ทำให้ศูนย์สาธิตการตลาดประสบความสำเร็จมี 5 ประการ ดังนี้คือ การมีส่วนร่วมของกรรมการศูนย์สาธิตการตลาด ความศรัทธาและความเชื่อถือในตัวประธานศูนย์ สมาชิกให้ความสนใจในการดำเนินงานและให้ความร่วมมือในการซื้อสินค้า กรรมการหมู่บ้านสนใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนและเป็นที่ปรึกษาแก่ศูนย์สาธิตการตลาด ข้อเสนอแนะต่อศูนย์สาธิตการตลาดคือควรจะมีการปรับระบบบัญชีให้เป็นไปตามที่หน่วยงานของทางราชการแนะนำเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าใจและการตรวจสอบ และควรมีการสับเปลี่ยนตัวกรรมการดำเนินบ้าง เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นที่มีความสามารถและมีความพร้อมเข้ามาบริหารงานบ้าง ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานคือควรจะมีจัดการให้มีการฝึกอบรมด้านการทำบัญชีให้กับกลุ่มมีความรู้และทักษะในการทำบัญชีมากขึ้น

สมมติฐานการศึกษา

1. ความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก กลุ่มผู้ก่อการที่มีความเข้มแข็ง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของสมาชิกไม่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
2. ความเป็นผู้นำ สมาชิก รวมทั้งการบริหารจัดการไม่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรชุมชน

องค์กรชุมชน หมายถึง ชมรมหรือสหกรณ์ หรือใช้ชื่ออื่นใดโดยจะมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์และอุดมคติร่วมกัน มีมิตรภาพ และความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในกระบวนการทำงานเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ขององค์กร ทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีผู้นำตามธรรมชาติทั้งหญิงและชายเกิดขึ้น โดยผ่านกระบวนการทำงานร่วมกันดังกล่าว (ประเวศ, 2538: 23)

จากความหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงลักษณะขององค์กรชุมชนว่าเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นจากคนในชุมชนเองและจัดการกันเอง ไม่ใช่องค์กรที่คนอื่นสร้างให้ เกิดขึ้นโดยกระบวนการที่คนในชุมชนมาประชุมปรึกษาหารือแล้วเข้าเล่าอีกจนปรากฏตัวผู้นำตามธรรมชาติขึ้นมีการจัดองค์กร มีการวิเคราะห์ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและตัดสินใจเลือกทาง ได้ถูกต้อง

องค์กรชุมชน นับว่ามีความสำคัญในการแก้ปัญหาของชุมชน ในฐานะเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาชุมชน โดยมีเป้าหมายอยู่ที่การพึ่งตนเองได้ นอกจากนั้นองค์กรชุมชนยังถือว่าเป็นกลไกในการบริหารและจัดการกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดตั้งขึ้นซึ่งตรงกับแนวคิดที่สำคัญของการพัฒนาชุมชนที่ว่า “การพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้นั้น จะต้องมาจากการมีองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง” (สัมพันธ์ และคณะ, 2537: 6)

การที่องค์กรชุมชนจะเข้มแข็งจนสามารถพึ่งตนเองได้นั้นเกิดจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง แต่ปัจจัยที่สำคัญและขาดเสียมิได้ ได้แก่

1. มีการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมนับเป็นปัจจัยสำคัญขององค์กรชุมชนและเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จของกลุ่ม เพราะการมีส่วนร่วมจะเป็นหลักประกันได้ว่าความต้องการที่แท้จริงของคนจะได้รับการสนองตอบและที่สำคัญสามารถมั่นใจได้ว่าผู้เข้าร่วมทุกคนจะได้รับผลประโยชน์จากกลุ่มอย่างยุติธรรมและเสมอภาคกัน การมีส่วนร่วมในที่นี้หมายถึง การเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผน ร่วมปฏิบัติการ ร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวนี้จะก่อให้เกิดการเรียนรู้การแก้ปัญหาาร่วมกัน (กาญจนา และกนกศักดิ์, 2540: 154-157)

2. มีการดำเนินกิจกรรมผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่าย คำว่า “กิจกรรม” หมายถึงกิจกรรมที่เป็นธุรกิจ และกิจกรรมที่มิใช่ธุรกิจ ในกรณีองค์กรชุมชนที่ดำเนินธุรกิจผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่ายแทนการดำเนินธุรกิจเป็นรายบุคคล ย่อมเป็นหลักประกันการพึ่งตนเองได้ประการหนึ่ง เพราะองค์กร คือ ที่มาของอำนาจ เช่น อำนาจทางความรู้ ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในทุก ๆ ด้าน อำนาจทางเศรษฐกิจและการเมือง เกิดจากการที่องค์กรสนับสนุนให้มีการระดมทุนภายในให้มีการรวมกันซึ่งรวมกันขยายย่อมมีอำนาจต่อรองกับภายนอกได้มากขึ้น เมื่อองค์กรได้มีการร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ในเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายผู้นำ เครือข่ายกิจกรรมหรือเครือข่ายการเรียนรู้ ก็จะทำให้องค์กรมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ในที่สุด (ชอบ, 2539: 8)

3. องค์กรมีการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจแบบครบวงจร อดีตนั้นองค์กรชุมชนหลายองค์กรที่ประกอบธุรกิจไม่สามารถพึ่งตนเองได้ เพราะดำเนินธุรกิจไม่ครบวงจร เช่น ขายแคลนเงินทุนต้องอาศัยดอกเบี้ยสูงอีกด้วย การผลิตก็เช่นกันบุคคลภายนอกเข้าไปส่งเสริมให้ผลิตแต่ไม่มีตลาดจำหน่ายผลผลิตบางอย่างควรมีการแปรรูปก็ไม่สามารถแปรรูปได้ เพราะขาดอุปกรณ์ เช่น โรงงานเครื่องมือเครื่องจักร เป็นต้น ซึ่งจะเห็นว่าการประกอบกิจกรรมหรือธุรกิจไม่ครบวงจรไม่สามารถพึ่งตนเองได้

ส่วนรูปแบบขององค์กรชุมชน มีหลาย ๆ รูปแบบ มีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการ ซึ่งหมายถึงกลุ่มหรือองค์กรที่จดทะเบียนกับทางราชการ เช่น กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ เป็นต้น และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ หมายถึง กลุ่มหรือองค์กรที่ไม่ได้จดทะเบียนกับทางราชการ เช่น ธนาคารข้าว ธนาคารควาย กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ กลุ่มแม่บ้าน ศูนย์สาธิตการตลาด เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวกันของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบท เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งนี้จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานคิดและวิถีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจร ทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด (ขวัญสรวง และอนุชาติ, 2538: 44) ซึ่งการอธิบายความหมายดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับการอธิบายลักษณะของธุรกิจชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเหล่านี้ คือ

1. การผลิต การแปรรูปทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยไม่ทำลาย

สภาวภาวะแวดล้อม ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การซื้อขาย แลกเปลี่ยน บริการ โดยกลุ่มชาวบ้านทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม

3. การทำธุรกิจ โดยกลุ่มชาวบ้านเป็นเจ้าของและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

นอกจากนั้น ลักษณะของธุรกิจชุมชน จะเป็นการถือหุ้นของมหาชน โดยเจ้าของทุนและคนทำงานเป็นคนคนเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจสูงต่อธุรกิจและมีผลกับการควบคุมคุณภาพสินค้าอีกด้วย

จากความหมายและลักษณะของธุรกิจชุมชน ดังกล่าวนี จะเห็นว่า ธุรกิจชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว ที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชน และธุรกิจโดยทั่วไป กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่น จะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน มักจะเป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การติดตามข่าวสารข้อมูลจากภายนอก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทั่วไป จะเห็นข้อแตกต่างในเรื่องของการทำกำไร แม้ว่าการทำธุรกิจชุมชนจะต้องมีเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นเดียวกัน แต่กำไรก็มีไม่เป้าหมายเพียงอย่างเดียว เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้ว ธุรกิจชุมชนยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (สัมพันธ์ และคณะ, 2537: 46)

สรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชนเป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจของชุมชน เช่น เกษตรกร สหกรณ์ เป็นต้น เพื่อดำเนินการทางธุรกิจ ที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและร่วมบริหารจัดการกันเอง

ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานประสบผลสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดตำบลเนินทราย จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานประสบผลสำเร็จ

แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด

ศูนย์สาธิตการตลาด นับเป็นองค์กรชุมชนและเป็นองค์การธุรกิจแบบหนึ่ง ที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านที่มีความต้องการอย่างเดียวกันในการที่จะแก้ไขปัญหาของตน โดยเฉพาะปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ อันเป็นปัญหาที่ใกล้ตัวที่สุด โดยยึดหลักความสมัครใจ หลักประชาธิปไตย หลักความยุติธรรม หลักการศึกษา หลักการช่วยเหลือตัวเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดำเนินงานโดยคณะกรรมการศูนย์มีกระแสมุ่งหน้าจากสมาชิก และทำการรับซื้อผลิตภัณฑ์ผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปและอื่น ๆ ของสมาชิก รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่จำเป็นทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตร เพื่อทำการจำหน่ายในราคาถูกให้แก่สมาชิก นอกจากนั้นสินค้าของสมาชิกที่มีคุณภาพดียังสามารถจำหน่ายออกสู่ตลาดนอกชุมชนได้

สาเหตุที่ชาวบ้านคิดรวมตัวกันจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดเนื่องมาจากการขายผลผลิตได้ราคาต่ำและต้องซื้อสินค้าที่มีราคาแพง การมีตลาดซื้อขายของตนเอง เป็นศูนย์รวมผลประโยชน์ของชุมชน สมาชิกได้เป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน ช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ได้เรียนรู้การตลาดค้าปลีกและช่วยเหลือกันในชุมชน (จิรศักดิ์, 2542: 1-2)

เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

ในส่วนของเกณฑ์ที่จะใช้ในการประกอบการพิจารณาว่าการนำแนวทางธุรกิจชุมชนมาใช้ นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจชุมชนแต่ละชุมชน อย่างไรก็ตามในงานศึกษานี้จะยึดหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 6 เกณฑ์เป็นหลักในการวัดการจัดตั้งและผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ (ใจมานัส, 2540: 45 - 48) ดังนี้

1. ความสามารถในการระดมทุน ในการวัดหรือพิจารณาว่าการนำแนวทางเลือกธุรกิจชุมชนมาปรับใช้ประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นสามารถพิจารณาได้จากความสามารถในการระดมทุนของธุรกิจนับจากที่มีการริเริ่มดำเนินกิจการ การที่จะกล่าวว่าธุรกิจชุมชนนั้นประสบความสำเร็จมิได้หมายความว่าธุรกิจนั้นต้องระดมทุนให้ได้เป็นจำนวนเท่าใด หากแต่การที่จะกล่าวว่าธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จจะพิจารณาที่ธุรกิจชุมชนนั้นต้องมีพัฒนาการของกระบวนการระดมทุนที่ดีหรือไม่ ในทางตรงข้ามกรณีศึกษาใดก็ตามที่มีความสามารถในการระดมทุนต่ำโอกาสของการเกิดกระบวนการระดมทุนก็จะมีน้อยไปด้วย ทุนที่จะเกิดขึ้นนี้มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กล่าวคือ ชุมชนใดมีความสามารถในการระดมทุนที่ดี โอกาสที่ชุมชนนั้นจะหันไปพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากภายนอกก็มีน้อย ขณะที่ชุมชนใดมีความสามารถในการระดมทุนต่ำ โอกาสที่ชุมชนนั้นจะต้องหันไปพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินภายนอกก็มีมากขึ้น การพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากสถาบันภายนอกนั้นแม้จะแสดงให้เห็นถึงความมีเครดิตของชุมชน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่ชุมชนต้องสูญเสีย อาทิเช่น ดอกเบี้ย ความไม่เชื่อมั่นของสมาชิก เป็นต้น แล้วจะเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมใด ๆ โดยใช้แหล่งเงินทุนที่ชุมชนสามารถระดมทุนได้เองนั้นจะก่อให้เกิดผลดีมากกว่าการต้องพึ่งพิงแหล่งเงินทุนจากภายนอก ในส่วนของเกณฑ์ความสามารถในการระดมทุนนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาถึงกระบวนการระดมทุนของการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนด้วยว่ารูปแบบการระดมทุนนั้นเป็นอย่างไร มีกระบวนการในการเริ่มต้นอย่างไร และใครมีส่วนร่วมในกระบวนการดังกล่าวมากที่สุดด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความสามารถในการขยายกิจกรรม หลังจากที่มีการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจชุมชนได้ดำเนินไปแล้ว ธุรกิจชุมชนใดที่ประสบความสำเร็จจากกิจกรรมย่อมมีความพร้อมที่จะขยายกิจกรรมออกไป ดังเช่นการเริ่มต้นที่กิจกรรม “การออมทรัพย์” เมื่อชุมชนสามารถระดมทุนได้ในระดับหนึ่งแล้ว ชุมชนจะขยายกิจกรรมออกไป มีการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการต่าง ๆ หรือในกรณีที่เป็นการผลิตสมาชิกจะขยายกิจกรรมการผลิตออกไป ความสามารถในการขยายกิจกรรมนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามีส่วนร่วมของสมาชิกที่มีความเชื่อมั่นในการดำเนินกิจกรรมที่ดำเนินงานอยู่ก่อน ซึ่งความสามารถในการขยายกิจกรรมนี้มีได้หมายความว่าเฉพาะการขยายกิจกรรมที่เป็นการผลิตแบบครบวงจรเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการผลิตที่เป็นการขยายออกไปทำกิจกรรมการผลิตอื่นด้วย ชุมชนใดที่ไม่มีความสามารถในการขยายกิจกรรมออกไปเลยนับตั้งแต่มีการดำเนินกิจกรรมแรก หรือขยายออกไปแล้วพบกับความล้มเหลว ชุมชนนั้นก็ถือเป็นชุมชนที่ประสบกับความล้มเหลวจากการดำเนินธุรกิจชุมชน ในทางตรงข้ามชุมชนใดสามารถขยายกิจกรรมออกไปและได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างดี มีผลการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดี ชุมชนนั้นก็ถือได้ว่าประสบความสำเร็จ

3. รายได้ของสมาชิก ในการพิจารณาว่าธุรกิจชุมชนใดประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น รายได้ของสมาชิกถือเป็นเกณฑ์ที่สำคัญในการใช้ประกอบการพิจารณา เนื่องจากหากการเข้าร่วมในกิจกรรมธุรกิจชุมชนสามารถช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับเดิมก่อนที่ชาวบ้านจะเข้าร่วมในกิจกรรมธุรกิจชุมชนนั้น ถือได้ว่าธุรกิจชุมชนนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้น ไม่เพียงแต่จะเป็นการเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาของการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการเพิ่มขึ้นตามปริมาณกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นด้วย การนำเกณฑ์ในเรื่องของรายได้มาใช้ประกอบการพิจารณาต้องการชี้ให้เห็นแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการเข้าร่วมในกิจกรรมธุรกิจชุมชนเท่านั้น มิได้เป็นการกำหนดตัวเลขของรายได้ว่าควรเป็นเท่าใด

4. ประโยชน์ที่สมาชิกได้รับ เกณฑ์ในข้อนี้แตกต่างจากเกณฑ์ในเรื่องรายได้ของสมาชิกด้วยเหตุที่ในความหมายของคำว่า “ประโยชน์” ในที่นี้ได้ครอบคลุมไปในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นไปในทางที่จะเอื้อประโยชน์ให้แก่สมาชิก เป็นสิ่งที่ดีที่สมาชิกจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในธุรกิจชุมชนนอกเหนือไปจากรายได้ ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับนี้ได้แก่ สวัสดิการต่าง ๆ จากกองทุนสวัสดิการ การได้รับดอกเบี้ยจากการฝากเงิน การกู้เงินจากกองทุนหรือกลุ่มออมทรัพย์ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การซื้อสินค้าราคาถูกจากสหกรณ์ร้านค้า รวมถึงโอกาสในการได้รับประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดประสบการณ์กับเพื่อนสมาชิกทั้งที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกันและต่างท้องถิ่น ตลอดจนการจัดฝึกอบรม การทัศนศึกษา เป็นต้น

5. ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เกณฑ์ในการพิจารณาข้อนี้เป็นการพิจารณาถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ผลกำไร ยอดขาย ทุนสะสม ความสามารถในการ

การให้กู้เงิน สิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับจากสวัสดิการต่าง ๆ จำนวนสมาชิก เป็นต้น ซึ่งในการพิจารณาผลการดำเนินงานนี้เป็นการพิจารณาที่ใช้ข้อมูลโดยเริ่มต้นตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจกรรมจนถึงปัจจุบัน เพื่อหาแนวโน้มของผลการดำเนินงาน หากผลการดำเนินงานมีแนวโน้มที่ดี การดำเนินธุรกิจชุมชนนั้นถือว่าประสบความสำเร็จขณะที่หากการดำเนินธุรกิจนั้นมีแนวโน้มที่แย่ลง กล่าวคือผลกำไรลดลง สิทธิประโยชน์ที่เคยได้ลดลง นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจชุมชนนั้นประสบความสำเร็จล้มเหลว

6. การพึ่งตนเองได้ เนื่องจากในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนนั้นมีหัวใจสำคัญอยู่ที่ การพึ่งตนเอง ซึ่งการพึ่งพาตนเองนี้มีได้หมายความว่าเฉพาะเพียงการใช้แรงงานที่มีอยู่ในท้องถิ่นหรือการใช้ปัจจัยการผลิตที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นเท่านั้น แต่การพึ่งพาตนเองแท้ที่จริงแล้วเป็นการพึ่งพาตนเองในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเงินทุน การบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งในการพัฒนากิจกรรมต่อไป อย่างไรก็ตามการที่จะให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ในทุกด้านนั้นอาจเป็นเรื่องที่กระทำได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจาก โดยธรรมชาติของการนำแนวทางเลือกธุรกิจชุมชนไปปรับใช้นั้นมักเป็นไปด้วยเหตุที่ชุมชนนั้นประสบกับปัญหาต่าง ๆ อาทิเช่น ปัญหาความยากจน ปัญหาการไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินในระบบได้ เป็นต้น ประเด็นปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นอุปสรรคในการที่จะทำให้ชาวบ้านพึ่งพาตนเองได้ในทุกด้าน แต่กระนั้นหากชาวบ้านมีจิตสำนึกแห่งการพึ่งพาตนเองแล้ว โอกาสที่ชาวบ้านจะพัฒนาชุมชนของตนให้มีความพร้อมในการพึ่งตนเองได้นั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ แต่อาจต้องใช้ระยะเวลา ความพยายามและความอดทน ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับจิตใจที่มั่นคงของชาวบ้านและผู้นำชุมชนที่จะช่วยกันสร้างแรงกระตุ้นเตือนให้เกิดขึ้นกับชาวบ้านทุกคนอยู่ตลอดเวลา ยิ่งชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้มากเท่าใดความเป็นไปได้ที่ชุมชนนั้นจะประสบความสำเร็จจากการนำแนวทางเลือกธุรกิจไปปรับใช้ก็มีมากขึ้นเท่านั้น



ภาพที่ 1 เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

ที่มา: (ใจมานัส, 2540)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดประสบความสำเร็จ

หากชุมชนใดต้องการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดให้ประสบความสำเร็จควรต้องพิจารณาถึงความพร้อมของปัจจัยที่จำเป็นต่อการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ปัจจัยแรกคือความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิกตามความเหมาะสมของชุมชนนั้น ๆ ปัจจัยต่อมาได้แก่กลุ่มผู้ก่อการและคณะกรรมการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดที่เข้มแข็ง มีความซื่อสัตย์ ความน่าศรัทธา ความมุ่งมั่นตั้งใจ ความเสียสละ อีกทั้งการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนในด้านเงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและการหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ การร่วมพิจารณาสรรหาทำเลสถานที่ที่เหมาะสม และการเข้าร่วมการประชุมเพื่อชี้แจงเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของชุมชน (จรัสศักดิ์, 2542: 3)



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดประสบความสำเร็จ
ที่มา: (จรัสศักดิ์, 2542)

กระบวนการในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน

กระบวนการกลุ่ม คือกระบวนการในการจัดตั้งธุรกิจชุมชนที่พัฒนาจิตสำนึกให้คนในชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและร่วมกันแก้ปัญหาด้วยตนเอง พึ่งพาอาศัยกันเอง ตลอดจนการกำหนดประเด็นที่จำเป็นต้องหาความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ขั้นตอนการทำงานเพื่อพัฒนาจิตสำนึกและดำเนินงาน โดยกลุ่มมีหลายขั้นตอน (ดิรก, 2540: 136-139) กล่าวคือ

1. ขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม (group preparation stage) เป็นการนำเอาข้อมูลของชุมชน ศักยภาพและปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผลการวิเคราะห์เบื้องต้นโดยนักวิจัยหรือคณะทำงานมานำเสนอและวิเคราะห์ร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน/นักพัฒนา และชาวบ้าน

เพื่อแสวงหาวิธีแก้ไขปัญหานั้นที่เหมาะสม และสอดคล้องกับเงื่อนไขความสามารถของชุมชนอีกครั้ง การดำเนินการนี้ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยวิธีการนี้จะเป็นการร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ สร้างความคุ้นเคย ความไว้วางใจ และความร่วมมือระหว่างชาวบ้านเป้าหมายจนสามารถรวมกลุ่มริเริ่มทำกิจกรรมร่วมกันได้

2. ขั้นกลุ่มเรียนรู้ (group learning stage) เป็นการนำเสนอแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ กับกลุ่มทั้งการจัดศึกษาฐานแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มอื่น ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือการศึกษาแก่ชาวบ้าน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยบุคคลหรือวิทยากรที่มีความรู้และเป็นนักปฏิบัติ ทำหน้าที่แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและให้ข้อคิดแก่ชาวบ้านเป็นการเปิดโลกทัศน์และสร้างแนวคิดทางเลือกใหม่แก่ชาวบ้าน รวมทั้งการปรับปรุงเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมในที่สุด วิธีการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านด้วยกันและการเรียนรู้จากวิทยากรท้องถิ่นที่ผ่านมาพบว่า น่าสนใจกว่า และชาวบ้านสามารถเรียนรู้ได้มากกว่าการเรียนรู้จากนักวิชาการ

3. ขั้นดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรม (action group) จะต้องมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเหมาะสม สมาชิกและกรรมการจะต้องได้รับประโยชน์อย่างยุติธรรม กลุ่มกิจกรรมหลายกลุ่มมีโครงสร้างการทำงานเกี่ยวข้องกัน ตัวอย่างเช่น กลุ่มตั้งจะออมทรัพย์ ที่ให้เงินกู้ยืมสำหรับสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ลงทุนกิจกรรมที่แตกต่างกัน อาจจะต้องใช้กลุ่มออมทรัพย์เป็นแม่ข่ายในการรวมความเป็นชุมชนของทุกกิจกรรมเข้าด้วยกัน เพื่อให้การทำงานสอดคล้องประสานกัน และหากแต่ละชุมชนมีองค์ประกอบของตนเองและสร้างเป็นเครือข่ายกับหลายชุมชนแล้ว ก็จะเกิดการร่วมมือและอำนาจต่อรองเชิงเศรษฐกิจได้ โดยในแต่ละกลุ่มกิจกรรมจะเริ่มกระบวนการกลุ่มพัฒนาตนเองจนเป็นกลุ่มที่ได้ดำเนินกิจกรรมที่ประสบกับความสำเร็จ และมีการรวมทุนจากสมาชิกในกลุ่มย่อย เพื่อเป็นทุนสำรองฉุกเฉินในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งมีความคล่องตัวสูงและตัดสินใจได้เองภายในกลุ่มกิจกรรม

ปัจจัยที่มีผลให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนประสบผลสำเร็จ

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนประสบผลสำเร็จ งานศึกษาฉบับนี้จะยึดปัจจัยหลักที่สำคัญ ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ (leadership factor) ถือได้ว่ามีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจชุมชนเนื่องจากในการทำธุรกิจชุมชนนั้นผู้นำชุมชนถือได้ว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดทิศทาง การดำเนินงาน หากชุมชนใดมีผู้นำชุมชนที่มีความคิดคับแคบ ไม่สามารถมองปัญหาได้อย่างถ่องแท้รอบด้าน ก็อาจทำให้การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนประสบความล้มเหลวได้ นอกจากนี้ผู้นำที่ดีควรเป็นผู้ที่มีความคิดในเชิงสร้างสรรค์ มีความสามารถในการประสานงาน ประสานความคิดได้ดีสามารถทำให้ชาวบ้านหรือสมาชิกร่วมมือกันฝ่าฟันอุปสรรคไปได้ พร้อมกันนี้ผู้นำควรเป็นผู้ที่มีจิตใจมั่นคงเข้มแข็งและมีความอดทนต่อความยากลำบากในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชน ทั้งนี้เพื่อแสดงความมั่นใจให้เกิดขึ้นในหมู่สมาชิกอันจะเป็นผลทำให้เกิดความมั่นคงในกิจกรรมการดำเนินงาน

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก (membership factor) สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิกนี้ สมาชิกต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบที่ตนพึงมีต่อกิจกรรมนั้นด้วย ความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากสมาชิกถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญที่สุดของการดำเนินงาน แม้สมาชิกบุคคลนั้น ๆ จะไม่มีหน้าที่ในสายการบังคับบัญชาแต่อย่างน้อยที่สุดสมาชิกทุกคนต่าง ๆ ก็มีส่วนในการเสนอความเห็นในอันที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนที่จะนำไปปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ สมาชิกทุกคนจำเป็นต้องเข้าใจในเป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ และปฏิบัติตนให้เป็นไปในทางที่จะทำให้เป้าหมายนั้นบรรลุผล และที่สำคัญก็คือ การที่สมาชิกมีจิตใจที่เข้มแข็งมุ่งมั่นที่จะต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการประสบความสำเร็จจากการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนทั้งสิ้น

3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (external interactive factor) สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการให้ความร่วมมือจากสถาบันภายนอกในประเด็นนี้ได้ครอบคลุมทั้งการให้ความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันวิชาการ และที่สำคัญที่สุดคือสมาชิกในชุมชน เนื่องจากในการร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนนี้ การได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชนเป็นหลัก จะทำให้การดำเนินธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็ง และชาวบ้านจะรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของในธุรกิจชุมชนนั้น สำหรับการเข้ามาของสถาบันจากภายนอกนั้นชาวบ้านจำเป็นต้องพิจารณาให้ดีว่าเป็นการเข้ามาในลักษณะใด กล่าวคือเป็นการเข้ามาให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด การผลิต หรือการให้ความรู้ตลอดจนเทคนิควิธีการต่าง ๆ ในการบริหารงาน หรือเป็นการเข้ามาโดยต้องการใช้ชุมชนเป็นฐานการผลิตเนื่องจากแรงงานมีราคาถูกหรือเป็นการเข้ามาเพราะเห็นว่าชุมชนนั้นมีแหล่งวัตถุดิบที่สามารถใช้ในการผลิตได้มาก ซึ่งสาเหตุของการเข้ามาตลอดจนวิธีการในการเข้ามานั้นมีส่วนสำคัญต่อการประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวของชุมชน

4. ปัจจัยด้านการเงิน (financial factor) สำหรับปัจจัยนี้จะพิจารณาจากการระดมทุนของชุมชนว่าเป็นอย่างไร ชุมชนมีปัญหาในเรื่องของเงินทุนในการดำเนินงานหรือไม่ นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงระบบบัญชีและการตรวจสอบควบคุมว่าเป็นอย่างไร มีการจัดทำไว้อย่างเป็นระบบหรือไม่ ซึ่งปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนต้องพบกับความล้มเหลวนั้นก็คือ ปัญหาด้านการเงิน ในบางชุมชนการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนเป็นไปด้วยการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนภายนอกมากกว่าแหล่งเงินทุนภายใน ซึ่งได้จากการระดมทุนและการสะสมทุนของสมาชิก อันอาจก่อให้เกิดภาวะการณ์ที่สมาชิกไม่สามารถคืนเงินให้แก่แหล่งเงินทุนจากภายนอกได้ ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนต้องล้มเลิกไปในที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ปัจจัยด้านการผลิต (production factor) ปัจจัยด้านการผลิตนี้มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจชุมชนกล่าวคือ ชุมชนใดทำการผลิตที่อาศัยปัจจัยการผลิตที่ชุมชนมีอยู่ในท้องถิ่นเป็นหลักตลอดจนมีเทคนิควิธีการในการผลิต รวมถึงความรับผิดชอบในคุณภาพของสินค้าที่ผลิตได้ การผลิตที่เกิดขึ้นก็จะเป็นการผลิตที่ส่งผลให้ธุรกิจชุมชนนั้นประสบความสำเร็จ แต่หากชุมชนใดทำการผลิตสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตที่ไม่มีคุณภาพแล้ว โอกาสที่การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนนั้นจะประสบความสำเร็จก็เป็นไปได้ยาก ดังนั้นในการพิจารณาถึงปัจจัยด้านการผลิตนี้จึงต้องพิจารณาว่า แหล่งวัตถุดิบเป็นอย่างไร มีเพียงพอที่จะใช้ในการผลิตมากน้อยแค่ไหน นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาด้วยว่าสินค้าที่ผลิตได้นั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ เนื่องจากระดับการผลิตของธุรกิจชุมชนนั้นมักเป็นเทคโนโลยีอย่างง่ายไม่สลับซับซ้อนมากนัก จึงเป็นเหตุให้ประสิทธิภาพอันเกิดจากการผลิตอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าดังเช่นกรณี ร้านค้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งแต่เดิมชาวบ้านสามารถดำเนินการร้านค้าไปได้ ต่อมาเมื่อบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด(มหาชน) นำห้างสรรพสินค้าเข้าไปตั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นก็คือ บรรดาร้านค้าขนาดเล็กต่างไม่สามารถแข่งขันกับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ได้ ทั้งในแง่ของความทันสมัยและต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่า

6. ปัจจัยด้านการตลาด (marketing factor) เนื่องจากหากปริมาณสินค้าที่ผลิตได้นั้นมีปริมาณไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดก็อาจทำให้ธุรกิจประสบปัญหาได้ นอกจากนี้การไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน หรือแหล่งที่ตั้งของตลาดอยู่ไกลเกินไป รวมทั้งหากการจำหน่ายสินค้าถูกจำกัดอยู่เพียงภายในท้องถิ่น เหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวจากการนำแนวทางเลือกดังกล่าวไปปรับใช้ทั้งสิ้น

7. ปัจจัยด้านแรงงาน (labour factor) ต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดของแรงงานว่า แรงงานที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นแรงงานที่มีฝีมือหรือไม่ และจำนวนแรงงานมีเพียงพอหรือไม่ เนื่องจากในการผลิตสินค้าชนิดใด ๆ ก็ตามต้นทุนอันเกิดจากแรงงานถือเป็นต้นทุนที่สำคัญประการหนึ่ง ดังนั้นหากชุมชนใดมีแรงงานที่มีทักษะเพียงพอแล้ว โอกาสที่ชุมชนนั้นจะประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลวอันเกิดจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานก็น้อยมาก แต่ทั้งนี้ในการวางแผนการดำเนินงานนั้น สมาชิกที่อยู่ในธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องคำนึงถึงกรณีที่เป็นฤดูกาลเพาะปลูกของสมาชิก เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวอาจเกิดการขาดแคลนแรงงานชั่วคราวได้ ดังนั้นชุมชนจึงต้องเตรียมหาวิธีการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น แนวทางหนึ่งที่น่านำมาใช้ได้ก็คือ การหมุนเวียนแรงงานกันเข้ามาทำงานในธุรกิจชุมชนเป็นกลุ่ม เพื่อให้แรงงานสามารถทำงานที่ถือเป็นอาชีพหลักได้นอกเหนือไปจากการเข้าร่วมในกิจกรรมธุรกิจชุมชน

8. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (management factor) ในประเด็นนี้การพิจารณาจะครอบคลุมในส่วนของการบริหารงานทั้งหมด นับตั้งแต่ขั้นตอนตลอดจนข้อกำหนดในการรับสมัคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับงานวิจัยที่อาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อใช้ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาชิก การกำหนดสายงานการบังคับบัญชาว่ามีการแบ่งสายงานกันชัดเจนหรือไม่อย่างไร แต่ละคน แต่ละฝ่ายมีอำนาจหน้าที่ บทบาทความรับผิดชอบอย่างไร รวมทั้งมีการร่วมกันกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ อาทิเช่น ขนาดการถือหุ้น ราคาหุ้น การนำเงินทุน ไปใช้ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างความเป็นระเบียบให้กับการดำเนินงาน โดยสมาชิกทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ การลงความเห็นในเรื่องใด ๆ จะเป็นไปได้โดยอาศัยเสียงข้างมากเป็นหลัก ดังนั้นปัจจัยด้านการบริหารจัดการนี้จึงมีความสำคัญในการพิจารณาว่าชุมชนที่มีการนำแนวทางเลือกธุรกิจชุมชนไปปรับใช้นั้นมีการจัดการด้านการบริหารไว้อย่างไร เป็นระบบระเบียบและเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกมากน้อยเพียงใด

9. ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ (rules factor) เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องอย่างขึงที่จะต้องติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ เพื่อให้การดำเนินกิจการถูกต้องตามกฎหมาย หรือไม่ผิดข้อบังคับของทางราชการ อันอาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานได้ (ใจมานัส, 2540: 104-107)



ภาพที่ 3 ปัจจัยที่มีผลให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ

ที่มา: (ใจมานัส, 2540)

บทที่ 3

ศูนย์สาริตการตลาดชุมชนเนินทราย

ในบทนี้จะกล่าวถึงประวัติความเป็นมา ลักษณะการดำเนินงาน และเกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของศูนย์สาริตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาถึงปัจจัยในการจัดตั้งและการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จ ในบทต่อไป

ประวัติความเป็นมาของศูนย์สาริตการตลาดตำบลเนินทราย

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ทางสังคมและเศรษฐกิจของตำบลเนินทรายเป็นดังนี้ อาณาเขตติดต่อของตำบลเนินทราย ทิศเหนือติดต่อกับตำบลห้วยแร้ง ทิศใต้ติดทะเล ทิศตะวันออกติดต่อกับตำบลท่าพริกและตำบลท่ากุ่ม ทิศตะวันตกติดแม่น้ำตราด มีพื้นที่ทั้งหมด 33,750 ไร่ เป็นพื้นที่การเกษตร 20,250 ไร่ แบ่งเป็น 9 หมู่บ้าน จำนวนครัวเรือนและประชากรมีทั้งสิ้น 1,342 ครัวเรือน ประชากร 4,133 คน เป็นชาย 2,048 คน หญิง 2,048 คน รายได้เฉลี่ย 30,000 – 45,000 ต่อคนต่อปี สาธารณูปโภคมีไฟฟ้าและน้ำประปาใช้ทุกหมู่บ้าน การประกอบอาชีพเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยดังนี้คือ การทำนาข้าว การทำสวนผลไม้ การทำสวนยางพารา การรับราชการ การค้าขายและรับจ้าง และมีการจัดตั้งกลุ่มประชาชน (ชุมชน) ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านสตรีอาสาพัฒนา สมาชิก 348 คน กลุ่มผู้ใช้น้ำ กลุ่มผู้เลี้ยงสุกร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาทำดอกไม้จันทร์ กลุ่มทำขมเงินของหมู่บ้าน ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของตำบล 1 แห่ง นางข้าวสำหรับเกษตรกรนำข้าวมาเก็บเพื่อรอราคา 1 แห่ง กลุ่มสังจะสะสมทรัพย์ 9 กลุ่ม และศูนย์สาริตเศรษฐกิจชุมชน 1 แห่ง

เนื่องจากตำบลเนินทรายจังหวัดตราดได้จัดตั้งกลุ่มสังจะสะสมทรัพย์ จากแนวคิดของพระสุบิน ปณีโต ครบทั้ง 9 หมู่บ้าน มีสมาชิกจำนวน 2,643 คน เงินออมเดือนละ 177,690 บาท เงินหมุนเวียนถึง พ.ศ. 2544 เป็นจำนวนเงิน 9,101,776 บาท และในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2543 ทางเครือข่ายสังจะสะสมทรัพย์ได้ทุนจาก พลโทปรีชา วัฒนรัตน์ ให้ไปศึกษาดูงานที่ชุมชนพึ่งตนเองชื่อชุมชน

ปี พ.ศ. 2533 พระสุบิน ปณีโตได้สนับสนุนให้ชาวบ้านรวมกลุ่มกันจัดตั้งศูนย์กลางทางการเงินของชุมชนหรือกลุ่มสังจะสะสมทรัพย์อาศัยหลักบริหารจัดการคล้ายธนาคารพาณิชย์ทั่วไป แต่สร้างเงื่อนไขให้ตัวเงินเป็นเครื่องมือในการสร้างความรักความสามัคคีกันของผู้คนในชุมชน จาก 2 กลุ่มในปี 2533 ปัจจุบัน พ.ศ. 2544 ได้ขยายออกไปถึง 106 กลุ่ม ทั่วจังหวัดตราด มีจำนวนสมาชิก 21,400 คน มีเงินหมุนเวียนไม่ต่ำกว่า 36 ล้านบาท (พระสุบิน, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่โดยมูลนิธิเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและมูลนิธิเพื่อสังคมเพื่อความก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศไทยให้มีความเจริญก้าวหน้าไปข้างหน้าภายใต้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศรีษะอโศก² จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีนายวิโรจน์ สุชะ จากตำบลเนินทรายไปด้วย จากการดูงานในครั้งนี้ได้เห็นการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดและเห็นว่าชุมชนได้ประโยชน์ จึงกลับมาเผยแพร่ความคิดเรื่องศูนย์สาธิตการตลาด กับกรรมการหมู่บ้านในตำบล แต่ผลการประชุมครั้งแรกยังไม่ตัดสินใจดำเนินการเนื่องจากกรรมการส่วนใหญ่ในเนินทรายยังไม่เห็นถึงข้อดีและความเป็นไปได้ของศูนย์ จนกระทั่งในเดือนสิงหาคมปีเดียวกัน สถานีวิทยุพีชสวนจังหวัดตราดมีทุนให้กลุ่มแม่บ้านและกรรมการหมู่บ้านในตำบลไปดูงานนายวิโรจน์ จึงแนะนำให้ไปดูงานที่ชุมชนศรีษะอโศก เมื่อกลับจากการศึกษาดูงานจึงมีการประชุมกันและตัดสินใจตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของตำบลขึ้น โดยใช้ชื่อว่า “ศูนย์สาธิตเศรษฐกิจชุมชน”

ในช่วงเตรียมการมีการประชุมรวมแล้ว 6 ครั้ง โดยสรุปคั้งนี้คือในช่วงแรกร่วมกันร่างระเบียบข้อบังคับศูนย์โดยอาศัยแนวทางจากสำนักงานปกครองจังหวัด และหาทำเลที่ตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้า ความต้องการของคณะประชุมอยากได้ใกล้วัด เพราะเป็นแหล่งที่มีคนผ่านไปมา มาก แต่ประสบปัญหากับผู้ให้เช่าที่ จึงไปเช่าที่จากนายสมศักดิ์ นองเมือง พื้นที่ 45 ตารางวา สัญญาเช่า 15 ปี อัตราค่าเช่า คือ ปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 เดือนละ 1,000 บาท ปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 เดือนละ 1,250 บาท ปีที่ 7 ถึงปีที่ 9 เดือนละ 1,500 บาท ปีที่ 10 ถึงปีที่ 12 เดือนละ 1,750 บาท ปีที่ 13 ถึงปีที่ 15 เดือนละ 2,000 บาท และเสียค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างทั้งสิ้น 247,089 บาท ระหว่างการก่อสร้างศูนย์สาธิตการตลาด กลุ่มผู้ก่อการเริ่มทำการเปิดรับสมาชิก โดยจัดประชุมตัวแทนแต่ละหมู่บ้านเพื่อชี้แจงและประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินงานและวัตถุประสงค์ของศูนย์ จากนั้นตัวแทนแต่ละหมู่บ้านจึงนำไปสมัครไปประชุมหุ้่นจากสมาชิกในหมู่บ้านของตนเอง ที่หุ้่นละ 10 บาท สามารถลงได้ไม่น้อยกว่า 5 หุ้่นและไม่เกิน 3000 หุ้่น สำหรับกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ เป็นสมาชิกโดยการถือหุ้่น ไม่เกิน 10,000 หุ้่น ด้วยวิธีการเชิญชวนส่วนตัว เสียงตามสายประจำหมู่บ้านและเวทีฝากสัจจะสะสมทรัพย์ประจำเดือน เมื่อเริ่มเปิดดำเนินการในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 สามารถหาสมาชิกได้ 431 คน รวมมีทุนดำเนินการ 380,000 บาท และได้ยืมเงินปลอดดอกเบี้ยจากกรมการค้าภายในมาอีก 50,000 บาท เพื่อเป็นทุนดำเนินการ รวมเป็นเงินทุนดำเนินการทั้งสิ้น 430,000 บาท และได้ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งในตัวเมืองจังหวัดตราด ห้างแมคโคร จังหวัดระยอง และซื้อผ่านเครือข่ายสัจจะสะสมทรัพย์ ได้แก่ แก้ว แก้วและข้าวสาร ซึ่งได้ราคาที่ถูกกว่าร้านค้าทั่วไป และยังมีผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกผลิตขึ้นเอง ได้แก่ แก้วกล้วยฉาบ ทอฟฟี่ มะขามกวน ทองม้วน ดอกไม้จันทร์ แซมพูสมุนไพรร ยาสมุนไพรร ข้าวกล็อง

² ชุมชนศรีษะอโศก ตั้งอยู่ที่อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นชุมชนที่เกิดจากผู้เลื่อมในแนวทางของชาวอโศกที่มาอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนมีกิจกรรมกิจการต่างๆมากมาย ได้ผลผลิตเท่าไรก็มารวมกันไว้เป็นส่วนกลางที่สมาชิกมากินใช้ร่วมกันเท่าที่จำเป็น พยายามจัดสรรแบ่งปันดูแลสวัสดิ-การกันเอง เปรียบเหมือนครอบครัวใหญ่ครอบครัวหนึ่ง ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เน้นที่คุณภาพดีและปลอดภัย ปัจจุบันนอกจากศูนย์ฯจะซื้อจากร้านค้าส่งในจังหวัดและห้างแมคโคร จังหวัดระยองเป็นหลักแล้ว ทางศูนย์ฯยังมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าเข้ามาส่งสินค้าให้ศูนย์ฯ โดยตรงด้วย ส่วนระบบการขายสินค้านั้นทางศูนย์ฯ จะขายสินค้าโดยรับชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดเท่านั้น และบันทึกยอดซื้อของสมาชิกในรายการยอดซื้อของสมาชิก เพื่อนำมาคิดยอดเงินเฉลี่ยคืนตอนสิ้นปี ในกรณีที่ผู้ซื้อสินค้าไม่มีหมายเลขสมาชิกสามารถใช้หมายเลขของญาติหรือคนรู้จักที่เป็นสมาชิกอยู่ได้ และขายโดยพนักงานขาย ในอัตราข้างเดือนละ 3,000 บาท คือ นางดวงนภา ประุงผล มาจากการประกาศรับสมัคร เป็นคนตำบลใกล้เคียงคือตำบลท่ากุ่ม แต่ก็รู้จักคุ้นเคยเป็นอย่างดีกับชาวตำบลเนินทราย และยังมีผู้จัดการร้านคือนางแสง นองเนื่อง ในอัตราข้างเดือนละ 1,500 บาท โดยการแต่งตั้งจากคณะกรรมการให้เป็นผู้ควบคุม เนื่องจากเห็นว่าพักอยู่ใกล้กับศูนย์ฯ (จรัส, 2544)

ระบบบัญชีและการปันผลกำไร

ในด้านระบบการทำบัญชีของศูนย์ฯ ดำเนินการโดยเหรียญก คือ นายจรัส สنجิตร แต่ทำได้เพียง 2 เดือนแรก ก็ไม่สามารถทำได้เนื่องจากนายจรัสเป็นคณะกรรมการของเครือข่ายสัจจะสะสมทรัพย์ประจำจังหวัดตราดอยู่ด้วย ดังนั้น นายวิโรจน์ สุขะ³ ประธานศูนย์ จึงรับหน้าที่ในการทำบัญชีแทนมาตลอด แต่ได้วางแผนไว้ว่าปีหน้าจะมีการเพิ่มตำแหน่งนี้ให้มีคนรับผิดชอบอย่างน้อย 2 คน โดยจะมีการตรวจสอบบัญชีทุกสิ้นเดือน (จรัส, 2544) แบบบัญชีของศูนย์ฯมีอยู่ด้วยกันเป็นจำนวน 7 เล่ม คือ บัญชีเงินสดรายวัน จำนวน 1 เล่ม บัญชีรายเดือน จำนวน 1 เล่ม บัญชีสิ้นปี จำนวน 1 เล่ม ทะเบียนคุมยอดซื้อของสมาชิกรายวัน จำนวน 1 เล่ม บัญชีรับจ่ายการก่อสร้างร้านค้า จำนวน 1 เล่ม รายการและรหัสสินค้า จำนวน 1 เล่ม บันทึกสินค้าคงคลัง จำนวน 1 เล่ม ส่วนการจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีเมื่อสิ้นปีทางบัญชีและได้งบบัญชีโดยหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แล้ว รายได้ที่เหลือจะเป็นกำไรสุทธิจะจัดสรร ดังต่อไปนี้

1. เป็นทุนดำเนินการของศูนย์ ร้อยละ 20 หรือตามมติคณะกรรมการ
2. เป็นเงินปันผลตามหุ้นแก่สมาชิกในอัตรา ร้อยละ 50 หรือตามมติคณะกรรมการ
3. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ร้อยละ 10 หรือตามมติคณะกรรมการ

³ นายวิโรจน์ สุขะ เป็นข้าราชการระดับ 7 สอนประจำอยู่โรงเรียนอนุบาลจังหวัดตราด นอกจากนั้นยังเป็นคณะกรรมการกองทุนเพื่อสังคม คณะกรรมการกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์หมู่ 6 ประธานศูนย์สาริตจตุณทรีย์ และประธานศูนย์สาริตการตลาดชุมชนเนินทรายอีกด้วย ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้ ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เงินปันผลเฉลี่ยคืนตามการซื้อ ไม่เกินร้อยละ 10
5. ค่าเสื่อมราคาของอาคาร วัสดุครุภัณฑ์ ร้อยละ 10

โครงสร้างองค์กร

ประธานกรรมการบริหารศูนย์	นายวิโรจน์	สุขะ
รองประธานคนที่ 1	นายสมหวัง	จันทอน
รองประธานคนที่ 2	นายสมพงษ์	หรีจันดา
เหรัญญิก	นายจรัส	สนจิตร์
เลขานุการ	นางจรัส	สุขะ
ฝ่ายขาย การบัญชี การเงิน	นางมิ่งกุด	วิจิตรสมบัติ
	นางสำเนียง	กสิพร้อม
ฝ่ายตรวจสอบ	นายจรัส	สนจิตร์
	นางสุภัทร	เจริญฤทธิ์
	นางรจนา	โกศสมบัติ
	นายสาคร	อภิวาทะ
	นายณรงค์	จันทำเนิด
	นางวรรณิ	กาญจนกิจ
ฝ่ายการตลาด	นายพิพัฒน์	สุขะ
ผู้จัดการร้าน	นางแสง	นองเนื่อง
พนักงานขาย	นางดวงนภา	ปรงผล
คณะที่ปรึกษา	นายกเทศบาลตำบลท่าพรึก	
	นายวิจิตร	นองเนื่อง
	นายอุทิศ	พิริยะศาสตร์
	ผู้ใหญ่เหล็ก	สงวนหงษ์

ผลการดำเนินงาน

ในด้านผลการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายนี้แม่เพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 แต่มีสมาชิกมากถึง 431 คน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นที่น่าพอใจ ด้วยยอดขายโดยเฉลี่ย 7,000 บาท/วัน ดังแสดงในตารางที่ 1 สมาชิกเกิดการรวมตัวและตระหนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นใบโฆษณาบนการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในภัยเศรษฐกิจ มีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มย่อย ๆ ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในครัวเรือน การแปรรูปอาหาร การจักสาน งานฝีมือต่าง ๆ เพื่อนำมาจำหน่ายที่ศูนย์สาธิตการตลาดกว่า 10 ชนิดและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ที่ไม่มีอาชีพประจำ คนชรา สตรี สามารถมีรายได้เลี้ยงชีพ นอกจากนั้นทางศูนย์ฯยังเป็นที่ยกย่องให้กับชุมชนอื่น ได้รับความสนใจจากสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนจากส่วนกลางมาศึกษาดูงานและได้บันทึกเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2544 อีกทั้งมีการเผยแพร่ผ่านรายการวิทยุชุมชนทางสถานีกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดตราด

ตารางที่ 1 ผลการดำเนินงานระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 – พฤศจิกายน พ.ศ. 2544

เดือน	ยอดขาย	ค่าใช้จ่าย	กำไรสุทธิ
ธ.ค. 43	140,422	180,657	-*
ม.ค. 44	246,501	253,968	4,518
ก.พ. 44	289,334	378,228	5,120
มี.ค. 44	336,481	351,551	11,996
เม.ย. 44	255,940	243,671	9,775
พ.ค. 44	206,125	279,586	6,366
มิ.ย. 44	220,073	212,643	7,034
ก.ค. 44	227,966	181,721	5,448
ส.ค. 44	231,749	226,160	6,517
ก.ย. 44	219,240	202,114	5,897
ต.ค. 44	206,903	209,126	4,621
พ.ย. 44	193,500	157,332	6,327

หมายเหตุ * กำไรสุทธิของเดือนธันวาคมคิดรวมกับเดือนมกราคม

ที่มา: (ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย, 2544)

การศึกษาและการวิเคราะห์ปัจจัยในการจัดตั้งและการดำเนินงาน จากบันทึกการประชุมทั้ง 6 ครั้งก่อนเปิดศูนย์ในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2543 และหลังเปิดดำเนินงานจนถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2544 อีก 4 ครั้ง ได้ข้อมูลดังนี้

ครั้งที่ 1 วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจำนวน 31 คน จากการไปดูงานที่ชุมชนพึ่งตนเองศรีระอโศกและการทำเศรษฐกิจพืชสวนด้วยจุลินทรีย์ที่วังน้ำเขียว จังหวัดโคราช ที่ประชุมมีมติให้ทุกบ้านทำจุลินทรีย์ ให้ตั้งลานค้ำที่ทางกลุ่มมีวัตถุประสงค์ในการทำเพื่อประกอบการพึ่งตนเอง ชุมชนเข้มแข็ง มีแนวทางการดำเนินงานโดยเสนอให้คณะที่มาศึกษาดูงานในหมู่บ้านมาที่ลานค้ำชุมชนแล้วซื้อของเป็นที่ระลิก และร่วมกำหนดค่าน้ำ ๑ ละ 50 บาท

ครั้งที่ 2 วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจำนวน 64 คน รวบรวมสมาชิกได้ประมาณ 137 คน พุดคุยถึงการหาทำเลที่ตั้งทำร้านค้ำชุมชนที่เหมาะสม และมีการกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยมีผู้เสนอหลักเป็นคนที่ชาวบ้านนับถือ คือ นายวิโรจน์ สุชะ และนายสมหวัง จันทอน

1. นายวิโรจน์ สุชะ เสนอวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. อยากจะเห็นการรวมพลังกันต่อสู้กับปัญหาเศรษฐกิจของชุมชน
2. อยากให้ชุมชนมีที่ขายสินค้า มีที่รวมสินค้า โดยจะหาตลาดให้
3. ทำเพื่อให้ได้ผลกำไร เน้นสมาชิกได้ใช้สินค้าราคาถูกและมีคุณภาพ

2. นายสมหวัง จันทอน เสนอแนวคิด ดังนี้

1. การค้าเป็นธรรมชาติของมนุษย์ ยกตัวอย่าง เรื่องข้าวสาร โดยรวมกันว่าใน 1 บ้านกินเท่าไร ทั้งหมู่บ้านกินเท่าไร ทั้งตำบลกินเท่าไร ถ้าเราซื้อคนละ 1 ถึง ๑ ละ 180 บาท ถ้ารวมกันซื้อได้ 160 บาท เหลือ 20 บาท ทั้งตำบลเหลือเท่าไร

2. ร้านค้าจะมีเครื่องขาย โดยรวมคนช่วยกันคิดหาวิธีการ เรามีการเรียนรู้ เราต้องมีการพัฒนาปัจจุบันนี้เศรษฐกิจของเราถูกนายทุนต่างชาติมาซื้อกันมาก โดยเฉพาะพวกกลุ่มคนรวยเริ่มที่จะจนขอให้พวกเรายึดกระแสพระราชดำรัส เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ร้านค้ำชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งเท่านั้นที่พวกเราจะสร้างเพื่อต่อรองกับสภาวะการเงิน ซึ่งในปัจจุบันนี้ต้องประหยัด โดยเน้นอาชีพหลัก อาชีพรองและอาชีพเสริม ในการทำของพวกเราหลายองค์ที่จะช่วย แต่เราต้องไม่ลืมว่าเราต้องช่วยตัวเองก่อน พึ่งตัวเองให้มากที่สุด

ครั้งที่ 3 วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจากแต่ละหมู่บ้าน จำนวน 60 คน ตั้งชื่อร้าน โดยใช้ "ศูนย์" นำหน้าเพื่อเกียรติยศ และได้สถานที่ตั้งร้านโดยเช่าจากนายสมศักดิ์ นองเนื่อง

ครั้งที่ 4 วันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจำนวน 79 คน ทบทวนโครงการในหมู่บ้าน และแนวคิดว่าการรวมกลุ่มเป็นทุนทางสังคมชนิดหนึ่ง ศูนย์สาริตการตลาดนี้ก็เป็นกรรวมกลุ่มเป็นทุนทางสังคมอย่างหนึ่งเช่นกัน และการทำร้านค้ำชุมชนจะต้องยึดหลักเสียส่วนใหญ่ โดยฟังความคิดเห็นของกันและกันเป็นหลักและเห็นประโยชน์ของกลุ่มเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังมีมติเลือก

กรรมการดำเนินงาน จากตัวแทนแต่ละหมู่บ้านเพื่อหาสมาชิกเข้าสู่ศูนย์สาธิตการตลาดและหาสินค้าที่เป็นที่ต้องการเข้าสู่ศูนย์

นาง โสภกาอาจารย์จากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวมาดูงานในหมู่บ้าน และมีความสนใจโครงการศูนย์สาธิตการตลาดจึงชี้แจงให้ทราบถึงการเลือกศูนย์สาธิตการตลาดเป็นศูนย์การเรียนรู้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยดูจากองค์ประกอบ 3 ส่วนใหญ่ (ให้ผู้เข้าร่วมประชุมช่วยกันเสนอ) ดังนี้

1. องค์ความรู้ในท้องถิ่น คือ การทำปุ๋ยจุลินทรีย์ การจักสานไม้ไผ่ การใช้ยาสมุนไพร การแปรรูปอาหาร การเลี้ยงปลาสวยงาม

2. จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของชุมชน

2.1 จุดอ่อน คือ คนที่มีความรู้ความสามารถในชุมชนคิดแต่ผลประโยชน์ของตนเอง ไม่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่ม

2.2 จุดแข็ง คือ ชุมชนมีจิตใจเข้มแข็ง มั่นคง ขยัน รู้จักออมทรัพย์ มีความรู้ด้านอาชีพหลากหลาย คนรวยมากกว่าคนจน

2.3 โอกาส คือ เป็นเมืองท่องเที่ยว หน่วยงานราชการและเอกชนให้การสนับสนุน นโยบายส่งเสริมให้คนรวมกลุ่มกันหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน

2.4 อุปสรรค คือ ความขัดข้องขององค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาล การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีน้อย ขาดการวางแผนที่ชัดเจน

ครั้งที่ 5 วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 มีมติที่ประชุมแต่งตั้งฝ่ายต่าง ๆ คือคณะกรรมการบริหารงาน 15 คนจากตัวแทนแต่ละหมู่บ้านที่เป็นสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด ดังรายชื่อที่กล่าวแล้วในโครงสร้างองค์กร

ครั้งที่ 6 วันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจำนวน 9 คน มีมติเปิดขายวันแรกวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2543 และจะทำพิธีเปิดเป็นทางการในวันที่ 21 ธันวาคม 2543 มีกำหนดการซื้อสินค้า การจัดการภายในร้าน การตรวจสอบราคาต้นทุนสินค้าจากร้านค้าส่งในตัวจังหวัดตราดและจังหวัดใกล้เคียง หลักการพิจารณาคุณภาพสินค้าจากสมาชิก หลักการรับชำระสินค้าและระบบบัญชี และปันผลคืนสมาชิกสิ้นปี

ครั้งที่ 7 วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจำนวน 10 คน มีมติให้รับสมัครพนักงานขายในอัตราจ้าง วันละ 100 บาท และทำสต็อกเกอร์ติดสินค้า

ครั้งที่ 8 วันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2543 ผู้เข้าร่วมจำนวน 51 คน ชี้แจงการดำเนินงานของศูนย์ฯ กับสมาชิก

ครั้งที่ 9 วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2544 ผู้เข้าร่วมจำนวน 12 คน มีมติให้สรุปบัญชีทุกสิ้นเดือน เพื่อจะได้รู้ยอดกำไร/ขาดทุน และเนื่องจากประสบภาวะขาดทุนหมุนเวียน 70,000 – 100,000 บาท จึงทำการกู้เงินจากคณะกรรมการ โดยไม่คิดดอกเบี้ย ได้จำนวน 80,000 บาทนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตกลงทำสัญญาจ้างพนักงานขายเป็นเวลา 6 เดือน และจ้างผู้จัดการศูนย์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้ช่วยการตลาด ทำการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดตราดและในวันตรุษจีนจะทำการลดราคาสินค้า ให้นำของไปขายที่วัดไผ่ล้อม วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2544 เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ

ครั้งที่ 10 วันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 ผู้เข้าร่วมจำนวน 11 คน มีมติให้เช็คสต็อกประจำปีในวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 และปันผลคืนสมาชิกในวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2544

เกณฑ์การพิจารณาความสำเร็จของศูนย์สวัสดิการตลาดชุมชนเนินทราย

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งและการดำเนินงานของศูนย์สวัสดิการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด จะประเมินผลการจัดตั้งและการดำเนินงานของศูนย์สวัสดิการตลาด โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาตามที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 2 ดังนี้

1. ความสามารถในการระดมทุน จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในกรณีของศูนย์สวัสดิการตลาดชุมชนเนินทรายนั้น มีการระดมทุนจากสมาชิกซึ่งเป็นชาวบ้านในตำบลเป็นหลักถึง 380,000 บาท แม้ว่าจะตัดเงินกู้เงินจากกรมการค้าภายในจำนวน 50,000 บาท ซึ่งเป็นสถาบันการเงินจากภายนอกแต่ก็เป็นหนี้ที่ไม่มีดอกเบี้ย แต่โดยหลักแล้วทุนในการดำเนินงานมาจากในคนในชุมชนเอง ทำให้ทุนที่เกิดขึ้นนั้นมีความเข้มแข็ง ซึ่งการระดมทุนนั้นนอกจากจะได้จากค่าหุ้นของสมาชิกแล้ว การที่มีการจำหน่ายสินค้าให้แก่สมาชิก ทำให้กลุ่มสามารถสะสมทุนอันเกิดจากการขายได้ส่วนหนึ่งด้วย แต่กระนั้นก็จะมีการปันผลส่วนหนึ่งคืนให้กับสมาชิกตอนสิ้นปี และในเดือนมกราคมปี พ.ศ. 2544 หลังเปิดดำเนินการได้ 1 เดือน พบว่าศูนย์ฯขาดทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน จำนวน 70,000 – 100,000 บาท แต่ก็สามารถระดมยืมได้จากคณะกรรมการทันทีในที่ประชุมโดยไม่มีการคิดดอกเบี้ย เป็นจำนวนเงิน 80,000 บาท (สุภัทร, 2544) นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าสมาชิกมีความเชื่อมั่นในผู้นำกลุ่มและกิจกรรมที่กลุ่มดำเนินการส่งผลให้การระดมทุนของศูนย์สวัสดิการตลาดตำบลเนินทรายมีความเข้มแข็ง

2. ความสามารถในการขยายกิจกรรม เนื่องจากศูนย์สวัสดิการตลาดชุมชนเนินทราย เพิ่งเปิดดำเนินการในปีแรกจึงยังไม่มีความสามารถในการขยายกิจกรรมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากการรับซื้อและจำหน่ายสินค้าที่สมาชิกต้องการเป็นหลัก แต่จะกล่าวว่าไม่มีการขยายกิจกรรมใด ๆ เลยคงไม่ถูกต้องนัก เพราะจากวัตถุประสงค์หนึ่งของศูนย์ฯในเรื่องการสร้างอาชีพให้แก่กลุ่มแม่บ้าน โดยผลิตสินค้ามาจำหน่ายแล้วศูนย์ฯจะเป็นแหล่งตลาดให้การสนับสนุนการขายนั้น พบว่าสามารถขยายไปให้เห็นได้จากสินค้าที่ชุมชนผลิตเองมีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งยาสมุนไพรจากสมาชิก

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของนางศรีผ่อง ที่เพิ่งเริ่มทำการผลิตในเดือนสิงหาคมปี พ.ศ. 2544 เพราะเห็นว่าทางศูนย์ฯ จะเป็นแหล่งตลาดให้ เมื่อผลิตมาแล้วจะมีที่ขายแน่นอน (ศรีผ่อง, 2544) และยังมีการตลาดร่วมกันขายผลไม้ตามฤดูกาลในปีแรกทดลองมังคุดเพียงชนิดเดียว พบว่าประสบความสำเร็จเป็นที่พอใจในแง่สมาชิก จึงมีแผนว่าในปีหน้าจะขยายไปสู่ผลิตผลอื่น ๆ เช่น ทูเรียน ลองกอง เป็นต้น

3. รายได้ของสมาชิก ในกิจกรรมการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นในครัวเรือนและการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเพื่อแก้ปัญหาภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจและบริการสินค้าราคาถูกของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายนั้น สมาชิกจะได้รับเงินปันผลประจำปี ซึ่งเฉลี่ยขึ้นตามจำนวนหุ้นที่สมาชิกถือครองและตามยอดซื้อสินค้า สำหรับในปีแรกของการดำเนินการนั้น สมาชิกได้รับเงินปันผลร้อยละ 1 บาทตามยอดซื้อ และร้อยละ 30 สตางค์ตามจำนวนหุ้น นอกเหนือจากประโยชน์อื่นซึ่งจะได้กล่าวต่อไป

4. ประโยชน์ที่สมาชิกได้รับ สำหรับประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับนอกเหนือจากเงินปันผลประจำปีแล้ว สมาชิกยังได้รับประโยชน์จากการซื้อสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้าทั่วไปเนื่องจากทางร้านตั้งราคาเท่ากับร้านอื่น ๆ แต่จะปันผลกำไรคืนสมาชิกตอนสิ้นปี ทำให้สมาชิกได้สินค้าที่มีราคาถูกกว่าร้านอื่น ๆ นอกจากนั้นการที่สมาชิกมีศูนย์จำหน่ายสินค้าใกล้บ้าน ก็ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและสามารถฝากขายสินค้าของตนได้อีกด้วย และสิ่งที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การที่สมาชิกได้เรียนรู้การทำธุรกิจ การพัฒนาความคิดเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มที่สามารถพึ่งพาอาศัยกัน พร้อมกับการเรียนรู้ที่จะพึ่งตนเองด้วย (วิจิตร, 2544)

5. ผลการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย พบว่าประสบความสำเร็จในการระดมหุ้นจากสมาชิก เพราะมีจำนวนถึง 431 คน รวม 38,000 หุ้น นั้นแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน หากจะพิจารณาในแง่ของกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน พบว่ากิจกรรมการจำหน่ายสินค้าของศูนย์มีกำไรที่เกิดจากการจำหน่ายไม่แน่นอน เห็นได้จากตารางที่ 1 กล่าวคือ ขึ้นลงอยู่ในช่วง 5,120 – 11,996 บาทต่อเดือน ทั้งนี้การดำเนินงานในลักษณะนี้ มีวัตถุประสงค์หนึ่งที่สำคัญคือการบริการสินค้าราคาถูกให้แก่สมาชิก โดยพิจารณาจากราคาร้านค้าปลีกใกล้เคียง ราคาสินค้าจึงขึ้นลงไม่แน่นอน และไม่มีผลกำไรสุทธิมากนัก เพราะกำไรที่แท้จริงของกิจกรรมนี้ อยู่ที่สมาชิกได้ซื้อสินค้าที่มีราคาถูก ดังนั้นถ้าพิจารณาจากยอดขายจะพบว่าประสบความสำเร็จ กล่าวคือในเดือนแรกขายได้เพียง 140,442 บาท เดือนต่อมาเพิ่มขึ้นถึง 289,334 บาท และยอดขายสูงสุดถึงเดือนละ 336,481 บาท เฉลี่ยทั้งปีวันละ 7,000 บาท

6. การพึ่งตนเอง จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายนี้ จะเห็นได้ว่าชาวชุมชนเนินทรายไม่ได้เรียนรู้ที่จะพึ่งตนเองเฉพาะในส่วนการทำธุรกิจการค้าปลีกจากศูนย์สาธิตการตลาดอย่างเดียว แต่ก่อนหน้านี้นชุมชนมีการพึ่งตนเองในส่วนของเงินทุนจากกิจกรรมกลุ่มตั้งจะสมทรัพย์มาก่อน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเรียนรู้การพึ่งตนเอง ทำให้ชาวบ้านไม่ต้องพึ่งพาเงินกู้ยืม การค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภายนอก แม้ว่าจะมีการกีดกันจากกรมการค้าภายใน แต่ทางศูนย์ก็เลือกที่ปลอดดอกเบี้ยและมี
 ความพยายามที่จะชำระคืนเพื่อให้การพึ่งพาเงินทูลนั้นลดลงกระทั่งหมดไปในที่สุด สำหรับความรู้
 ในการบริหารจัดการนั้นผู้นำตลอดจนสมาชิกภายในกลุ่มได้มีประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยน
 ความรู้ตลอดจนปัญหาและแนวทางในการแก้ไขระหว่างกลุ่มผู้นำชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ ทั้งใน
 ระดับภาคและระดับจังหวัด ทำให้การบริหารจัดการกลุ่มมีความเป็นระเบียบ สามารถตรวจสอบ
 ได้สะดวก ความสามารถในการพึ่งพาตนเองของชาวบ้านในตำบลเนินทรายนี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง
 ในการทำให้การดำเนินกิจกรรมศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จได้ (ธีระ, 2544)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานประสบผลสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด จากการวิเคราะห์ตามเกณฑ์ในการพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในบทที่ 3 แล้วพบว่าศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย เป็นศูนย์ที่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากมีความสามารถในการระดมทุน ความสามารถในการขยายกิจกรรม รายได้และประโยชน์ที่สมาชิกได้รับเพิ่มขึ้น มีผลการดำเนินงานเป็นที่น่าพอใจของสมาชิก และชุมชนมีการพึ่งตนเองมากขึ้น ดังนั้นในบทนี้จึงทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งและการดำเนินงานประสบผลสำเร็จ ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งประสบผลสำเร็จ

ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จตามที่จิรัชศักดิ์ สีหามาศย์ได้กล่าวไว้ว่าหากชุมชนใดต้องการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาถึงความพร้อมของปัจจัยเหล่านี้ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก กลุ่มผู้ก่อการและคณะกรรมการที่เข้มแข็ง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของสมาชิก ในด้านเงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและการหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ การหาทำเลสถานที่ตั้งเหมาะสม และการเข้าร่วมการประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อม

จากการสัมภาษณ์ประธานและการศึกษาจากบันทึกการประชุมของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราดพบว่า ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายมีการพิจารณาถึงความพร้อมของปัจจัยดังกล่าวอย่างครบถ้วน (วิโรจน์, 2544) กล่าวคือ

1. ความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก จากการศึกษาพบว่าในช่วงแรกของการก่อตั้งที่ประชุมมีการประชุมพิจารณากันถึงความจำเป็นในการจัดตั้งและเมื่อตัดสินใจจัดตั้งแล้วจึงร่วมกันเลือกสรรสินค้าที่สมาชิกจำเป็นต้องใช้อันได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนและสินค้าที่เป็นทางการเกษตร

2. กลุ่มผู้ก่อการและคณะกรรมการที่เข้มแข็ง จากการศึกษาพบว่าศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายมีกลุ่มผู้ก่อการที่นำโดยนายวิโรจน์ สุขะ ซึ่งเป็นข้าราชการประจำ นอกจากนั้นยังเป็นคณะกรรมการกองทุนเพื่อสังคม คณะกรรมการกลุ่มที่จะสะสมทรัพย์สิน 6 และประธานศูนย์สาธิตชุมชนตรีศ ซึ่งจากการสัมภาษณ์คณะกรรมการและสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนิน

ทราบว่ามีความเลื่อมใสศรัทธาในความเสถียรเพื่อกิจกรรมชุมชนของนายวิโรจน์ สุขะเป็น
อย่างมาก จึงไว้วางใจให้เป็นประธานศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย และจากการสัมภาษณ์
ประธานโครงการเกี่ยวกับการสรรหาคณะกรรมการที่เข้มแข็งให้มาร่วมในการจัดตั้ง พบว่าทำการ
เลือกคณะกรรมการจากความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจที่ชาวชุมชนเนินทรายมีให้ และเลือกจากตัว
แทนแต่ละหมู่บ้านเพื่อให้เกิดการกระจายการบริหารงาน ซึ่งสิ่งนี้ส่งผลอย่างมากต่อการมีส่วนร่วม
ของสมาชิก ดังจะกล่าวในข้อต่อไป

3. การมีส่วนร่วมของสมาชิก จากการศึกษาพบว่า เมื่อสมาชิกเห็นถึงความจำเป็นของการ
จัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดขึ้นในชุมชนและมีกลุ่มผู้ก่อการอันได้แก่ ประธานโครงการกับกลุ่มคณะ-
กรรมการที่เข้มแข็งเป็นที่ยอมรับของชุมชน สมาชิกจึงมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมต่อกิจ-
กรรมของศูนย์ฯ เป็นอย่างดีเห็นได้จากการร่วมลงหุ้นในปีแรกจำนวนถึง 431 คน และการเข้าร่วม
ประชุมพิจารณาขั้นตอนต่าง ๆ ในการจัดตั้งอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งกลุ่มผู้ก่อการก็มีความเสถียรเป็น
อย่างมากเพราะการทำงานเพื่อการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนนี้ไม่มีค่าจ้างตอบแทนที่เป็นตัว
เงินให้แต่อย่างใด

4. เงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและการหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ ในการศึกษาศูนย์สาธิตการ
ตลาดนี้ พบว่าชุมชนเนินทรายยึดหลักการพึ่งพาตนเองเป็นอย่างมาก เห็นได้จากความพยายามใน
การระดมหุ้นจากสมาชิกให้มากที่สุด ซึ่งประสบความสำเร็จเพราะสามารถระดมเงินหุ้นได้ถึง
380,000 บาท และยังสามารถยืมเงินปลอดดอกเบี้ยจากกรมการค้าภายในได้อีก 50,000 บาท ซึ่งเป็น
จำนวนที่เพียงพอต่อการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของชุมชน เห็นได้จากในช่วงการจัดตั้งศูนย์สาธิต
การตลาดไม่มีการประสบภาวะการขาดแคลนเงินทุนในการก่อตั้งเลย และแม้ว่าหลังเปิดดำเนินงาน
แล้วต้องประสบภาวะการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนแต่ก็สามารถระดมจากสมาชิกได้ซึ่งจะกล่าว
ในหัวข้อการดำเนินงานต่อไป

5. ทำเลสถานที่ตั้งที่เหมาะสม จากการศึกษาพบว่าศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายได้
ให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดเช่น
กัน เห็นได้จากในช่วงการประชุมเตรียมความพร้อมนั้นมีการนำเข้ามาเป็นหัวข้อประชุมเพื่อร่วมกัน
พิจารณาถึงทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับการค้าขายสินค้าของศูนย์ด้วย

6. การประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อม จากการศึกษาพบว่าชาวชุมชนเนินทรายให้ความสำคัญ
กับการประชุมมากเพราะจากการสัมภาษณ์ประธานโครงการได้กล่าวว่าแต่ละหมู่บ้านจะส่ง
ตัวแทนเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง และจะแจ้งให้สมาชิกในหมู่บ้านทราบถึงผลการประชุมในเวทีฝาก
เงินสัจจะสะสมทรัพย์ของแต่ละหมู่บ้าน

จากการศึกษาและการสัมภาษณ์ประธานโครงการถึงการให้นำหน้าหลักความสำคัญต่อปัจจัย
ต่าง ๆ ในฐานะผู้ริเริ่มโครงการศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายและผู้ผลักดันในทุกขั้นตอนตั้ง-
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่การจัดตั้งไปจนถึงการดำเนินงานจนครบหนึ่งปีเต็ม ทำให้เห็นภาพรวมของการดำเนินงานพบว่า ทั้ง 6 ปัจจัย มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการกำหนดความพร้อมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ซึ่งเรียงลำดับตามความสำคัญ ได้แก่ ความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก กลุ่มผู้ก่อการและคณะกรรมการที่เข้มแข็ง การมีส่วนร่วมของสมาชิก เงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและการหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ การหาทำเลสถานที่ตั้งที่เหมาะสม การประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อม (วิโรจน์, 2544) แต่นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้วการพิจารณาถึงกระบวนการในการจัดตั้งพบว่า เป็นกระบวนการที่สำคัญในการทำให้ปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นสามารถจัดตั้งเป็นศูนย์สาธิตการตลาดที่ประสบความสำเร็จในได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กระบวนการในการจัดตั้ง

จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย ด้วยการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดตั้งและการดำเนินงาน รวมถึงสมาชิกของศูนย์และการศึกษาจากเอกสารบันทึกการประชุมของศูนย์ฯ นี้ (ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย, 2544) พบว่าเป็นกระบวนการกลุ่มคือมีกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกให้คนในชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและร่วมกันแก้ปัญหาด้วยตนเอง พึ่งพาอาศัยกันเอง ตลอดจนการกำหนดประเด็นที่จำเป็นต้องหาความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก (ศิริก, 2540) ขั้นตอนการทำงานเพื่อพัฒนาจิตสำนึกและดำเนินงาน โดยกลุ่มเป็นดังนี้

ขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม (group preparation stage) จากบันทึกการประชุมจะเห็นว่า มีการสรุปบทเรียนจากการไปดูงานที่ชุมชนศรีษะอโศกและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของชุมชนร่วมกัน ซึ่งเป็นการนำเอาข้อมูลของชุมชน ศักยภาพและปัญหาของชุมชน ตลอดจนผลการวิเคราะห์เบื้องต้นโดยชาวบ้านเพื่อแสวงหาวิธีแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับเงื่อนไขความสามารถของชุมชนอีกครั้ง โดยวิธีการนี้เป็นการร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ สร้างความคุ้นเคย ความไว้วางใจ และความร่วมมือ ระหว่างชาวบ้านเป้าหมายจนสามารถรวมกลุ่มริเริ่มทำกิจกรรมร่วมกันได้

ขั้นกลุ่มเรียนรู้ (group learning stage) จากประวัติความเป็นมาของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายและบันทึกการประชุม จะเห็นได้ว่าการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินงานจนสรุปร่วมกันว่าจะจัดทำร้านค้าของชุมชนขึ้นให้ชื่อว่า “ศูนย์สาธิตเศรษฐกิจชุมชน” และในระหว่างการประชุมยังมีการให้ข้อคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการทำร้านค้าชุมชนแก่ชาวบ้านเป็นการเปิดโลกทัศน์และสร้างแนวคิดทางเลือกใหม่แก่ชาวบ้าน จากนายสมหวัง จันทอนและนายวิโรจน์ สุชะซึ่งเป็นผู้นำของชุมชนที่ชาวบ้านในตำบลเนินทรายให้ความเคารพนับถือ หรืออีกนัย

หนึ่งคือทำให้การศึกษาแก่ชาวบ้าน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมในที่สุด วิธีการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านด้วยกันและจากวิทยากรท้องถิ่น พบว่าน่าสนใจและชาวบ้านสามารถเรียนรู้ได้มากกว่าการเรียนจากนักวิชาการ

ขั้นดำเนินการกิจกรรมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรม (action group) จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าการดำเนินการกระบวนการกลุ่มของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย มีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเหมาะสม เพราะสามารถรวบรวมสมาชิกได้มากถึง 431 คน จำนวน 38,000 ไร่ โดยวิธีการคือ แต่งตั้งตัวแทนจากที่ประชุมซึ่งเป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือจากแต่ละหมู่บ้านและให้กระจายกันไประดมหุ้นจากสมาชิก ซึ่งกลุ่มกิจกรรมหลายกลุ่มในตำบลมีส่วนช่วยหนุนเสริมอย่างมากในการดำเนินการหาสมาชิก อาทิ การใช้เวทีฝากเงินสัจจะสะสมทรัพย์ประจำเดือนของกลุ่มสัจจะฯ แต่ละหมู่บ้าน กลุ่มแม่บ้านสตรีอาสาพัฒนา เป็นต้น และในขั้นนี้จะดำเนินไปจนประสบผลสำเร็จไม่ได้เลยหากไม่ได้รับความเสียสละและความมานะอดทนของผู้นำและคณะกรรมการดำเนินงานเพราะคนเหล่านี้ทำไปโดยไม่ได้รับความตอบแทนแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามศูนย์สาธิตการตลาดตำบลเนินทราย ก็สามารถจัดตั้งและดำเนินงานมาได้อย่างประสบผลสำเร็จ

จากการศึกษาจะเห็นว่ากระบวนการกลุ่มทั้ง 3 ขั้นตอนเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายและเป็นกระบวนการที่ช่วยให้ปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยข้างต้นสามารถเชื่อมร้อยจนเกิดเป็นศูนย์สาธิตการตลาดของชุมชน เพราะเป็นกระบวนการกลุ่มสามารถพัฒนาจิตสำนึกให้สมาชิกเห็นความสำคัญของการมีศูนย์สาธิตการตลาดจนเกิดความร่วมมือกันในการจัดตั้ง การร่วมกันแก้ไขปัญหาด้วยตนเองการพึ่งพาอาศัยกัน จนประสบความสำเร็จในการจัดตั้งได้เป็นอย่างดี ซึ่งกระบวนการกลุ่มนี้ยังส่งผลดีต่อการดำเนินงานในระยะต่อไปด้วย เพราะผลจากการพัฒนาจิตสำนึกทำให้ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทรายนอกจากสามารถจัดตั้งได้ประสบผลสำเร็จมีสมาชิกมากถึง 431 คนแล้ว ศูนย์นี้ยังมีผลการดำเนินงานในรอบปีแรกตามที่กลุ่มตั้งหวังไว้ซึ่งต่อไปจะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ

จากการพิจารณาความสำเร็จในการจัดตั้งและการดำเนินงานที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 และการศึกษาถึงปัจจัยที่ผลทำให้การจัดตั้งประสบผลสำเร็จไปแล้ว ต่อไปคือการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ประสบความสำเร็จซึ่งมีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จดังกล่าวเป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จะเห็นได้ว่าการที่ผู้นำกลุ่มมีลักษณะของความเป็นผู้นำทั้งในทางความคิดและการปฏิบัติ ส่งผลให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาชิกเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในตัวผู้นำ และยินดีเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมในศูนย์ฯ และจากการที่ผู้นำกลุ่มมีความเสียสละเพื่อส่วนรวมดังจะเห็นได้จากในช่วงการก่อตั้งศูนย์สาธิตการตลาดนั้น ผู้นำกลุ่มตลอดจนคณะกรรมการดำเนินงานทุกคนต่างก็พร้อมใจกันไม่รับค่าตอบแทน ทำให้สมาชิกเห็นถึงความตั้งใจจริงของกลุ่มผู้บริหารในการทำงาน นอกจากนี้กลุ่มผู้นำยังมีความกล้าหาญในการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ดังเช่น เมื่อครั้งที่ศูนย์ฯขาดทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน จึงมีการเรียกประชุมกันและมีมติกู้ยืมจากคณะกรรมการตนเองโดยไม่คิดดอกเบี้ย จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำนี้มีส่วนสำคัญมาประกอบประการหนึ่งในการทำให้การดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดตำบลบดินทรายประสบความสำเร็จ

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าจากการที่สมาชิกมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำตลอดจนคณะกรรมการทำให้สมาชิกพร้อมใจที่จะเข้าร่วมลงหุ้น แม้ว่าจะยังไม่รู้แน่ชัดว่าศูนย์สาธิตการตลาดจะดำเนินงานได้อย่างประสบผลสำเร็จหรือไม่ และยังพร้อมใจกันมาซื้อสินค้าจากศูนย์ฯอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากยอดขายรายเดือนในตารางที่ 1 นอกจากนั้นยังนำผลิตภัณฑ์ของตนมาวางขายในศูนย์อย่างสม่ำเสมอ จะเห็นได้ว่าจากความเชื่อมั่นของสมาชิกในการลงหุ้น ตลอดจนความร่วมมือในกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดทั้งสิ้น

3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนบดินทราย จะแบ่งการบริหารจัดการเป็น 2 ช่วง กล่าวคือ ช่วงรวบรวมหุ้นจากสมาชิกก่อนเปิดดำเนินงาน และช่วงเปิดดำเนินการจำหน่ายสินค้าแล้ว จะเห็นได้ว่ากรดำเนินการกลุ่มในระยะก่อตั้งมีการจัดรูปแบบตลอดจนโครงสร้างการบริหารจัดการที่ดี เริ่มจากการจัดตั้งศูนย์ฯมีการเลือกตัวแทนที่น่าเชื่อถือจากแต่ละหมู่บ้านในการรวบรวมหุ้นจากสมาชิก ซึ่งประสบผลสำเร็จมีจำนวนสมาชิกถึง 431 คน ส่งผลให้การดำเนินงานของศูนย์ฯ สามารถเปิดดำเนินงานไปได้ด้วยดี ส่วนโครงสร้างการบริหารงานในช่วงการเปิดดำเนินการจำหน่ายสินค้าแล้วนั้น แบ่งเป็นคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการดำเนินงาน ซึ่งคณะกรรมการดำเนินงานจะดำเนินกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาดภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริหาร ทั้งนี้หากเกิดปัญหาใด ๆ คณะกรรมการบริหารจะจัดประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทันที

4. ปัจจัยด้านการเงิน ในการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดนี้ พบว่าการระดมทุนในระยะแรกนั้นประสบความสำเร็จเพราะสามารถระดมเงินหุ้นได้ถึง 380,000 บาท และยังสามารถยืมเงินปลอดดอกเบี้ยจากกรมการค้าภายในได้อีก 50,000 บาท และแม้ว่าในเดือนที่สองของการดำเนินงานต้องประสบภาวะขาดทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน ก็ยังสามารถระดมกู้ยืมจากสมาชิกได้ทันทีโดยไม่เสียดอกเบี้ยเช่นกัน และ 10 เดือนต่อมาตลอดการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดตำบลบดินทรายก็ไม่พบภาวะปัญหาทางการเงินแต่อย่างใด

5. ปัจจัยเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก จากการศึกษาศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายนี้อาจกล่าวได้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์กับสถาบันจากภายนอกเป็นไปในทางที่ดี ดังจะเห็นได้ว่า กลุ่มได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนให้ไปศึกษาดูงานจากพลโทปริชา วัฒนรัตน์ในเดือนมีนาคมปี พ.ศ. 2543 และจากสถานีวิทยุพิชสวนจังหวัดตราด ในเดือนสิงหาคมปีเดียวกัน ซึ่งเหล่านี้เป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้กระบวนการจัดตั้งศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายสำเร็จลงได้ และได้รับการสนับสนุนด้านเงินกู้ยืมปลอดดอกเบี้ยจากกรมการค้าภายใน อีกทั้งได้อาศัยร่างระเบียบข้อบังคับศูนย์ฯจากสำนักงานปกครองจังหวัด ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดตราด ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จากการสัมภาษณ์ประธานศูนย์อาจารย์วิโรจน์ สุขะ ถึงหลักเกณฑ์ในการปฏิสัมพันธ์กับภายนอกนั้น กล่าวว่าโดยหลักการแล้วต้องการที่จะพึ่งตนเองก่อน ฉะนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ใด ๆ กับภายนอก ต้องไม่ทำให้สมาชิกลดการพึ่งพาตนเองลง เช่น เรื่องเงินทุนเห็นได้ว่าทางศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายจะระดมทุนจากสมาชิกในชุมชนเป็นหลัก

6. ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ จากการศึกษาศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายนี้ พบว่า ศูนย์ฯต้องพบกับกฎหมายที่สมาชิกคิดว่าไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน คือ กฎหมายการเสียภาษีเงินได้ โดยการประเมินของสรรพากร เพราะทางกลุ่มมีความเห็นว่าไม่ยุติธรรมกับพวกตน เพราะรายได้ที่ได้มาไม่ได้เป็นของคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นของชุมชนสุดท้ายก็ปันผลคืนสู่สมาชิก ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจชุมชนจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนจะต้องศึกษาถึงกฎข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อมิให้การดำเนินงานต้องหยุดชะงักลง

7. ปัจจัยด้านการผลิต ในส่วนของการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายนั้น ทางศูนย์ฯมีการพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งในเดือนแรกคือเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2543 ทางศูนย์ฯยังมีสินค้าไม่มากนักเพียง 300 กว่ารายการ เพราะเป็นช่วงทดลองและในระหว่างนั้นมีการสอบถามชนิดของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเป็นระยะ จนปัจจุบันสามารถหาสินค้ามาจำหน่ายได้ตรงตามความต้องการของสมาชิกกว่า 700 รายการ นอกจากนั้นสินค้ารายการที่ซื้อผ่านเครือข่ายจะสะสมทรัพย์ คือ แก้วและข้าวสาร ทางศูนย์ฯจะได้ต้นทุนต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปในตลาด รวมถึงสินค้าที่มาจากสมาชิก เนื่องจากสมาชิกเป็นผู้ผลิตเองจึงตั้งราคาได้ถูกกว่าสินค้าที่ซื้อจากภายนอก เช่น ไข่ไก่ ข้าวเกรียบ ทองม้วน แยมพุดสมุนไพร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ศูนย์สาริการตลาดตำบลเนินทราย ก็ยังนับว่าเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็กหากเทียบกับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และคงไม่สามารถแข่งขันกันได้ ทั้งในแง่ของความทันสมัยและต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่า ซึ่งจากการสัมภาษณ์นายวิโรจน์ สุขะ ประธานศูนย์ฯที่ห่วงเกรงต่อประเด็นนี้เช่นกัน จึงเน้นสร้างความเข้าใจและความสำคัญของศูนย์สาริการตลาดที่ต่างจากร้านค้าปลีกและห้างสรรพสินค้าทั่วไป ในแง่ของการเป็นศูนย์เรียนรู้การทำธุรกิจชุมชนที่ชุมชนต้องช่วยกันรักษาไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ปัจจัยด้านการตลาด จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการศูนย์พบว่า ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายนั้น เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคและมีปริมาณที่พอกับความต้องการอย่างสม่ำเสมอและราคาถูก อีกทั้งสถานที่จำหน่ายยังสะดวกต่อการเดินทางมีรถสองแถวผ่านทุก 10 นาที และใกล้กับผู้บริโภค ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดตราดเป็นระยะอีกด้วย (แสวง, 2544)

9. ปัจจัยด้านแรงงาน จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย พบว่ามี 2 ตำแหน่งที่ทางศูนย์ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้าง คือ พนักงานขายเดือนละ 3,000 บาท และผู้จัดการร้านเดือนละ 1,500 บาท ทั้งนี้มาจากมติที่ประชุมแล้วว่าในปีแรกเริ่มดำเนินการเลือกที่จะจ้างประจำดีกว่าระบบเวียนกันขายหรือเวียนกันดูแล โดย 2 ตำแหน่งนี้มีหน้าที่หลักในการต้องดูแลร้านทุกวันและตรวจสอบกันและกันไปในตัว จากการสอบถามคณะกรรมการพบว่า การดำเนินงานทั้งของพนักงานขายและผู้จัดการร้าน เป็นที่น่าพึงพอใจสามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดี

จากปัจจัยทั้ง 9 ประการที่กล่าวมา ได้ทำการสัมภาษณ์ประธานโครงการถึงการให้น้ำหนักความสำคัญต่อปัจจัยต่าง ๆ ในฐานะผู้ผลักดันในทุกขั้นตอนตั้งแต่การจัดตั้งไปจนถึงการดำเนินงานจนครบหนึ่งปีเต็ม ทำให้เห็นภาพรวมของการดำเนินงาน ได้กล่าวว่าปัจจัยด้านเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ด้านที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกเป็นตัวปัจจัยที่มีความสำคัญในลำดับต้น ๆ ต่อผลสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย ส่วนปัจจัยอื่น ๆ เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ ด้านแรงงาน ด้านการผลิตและการตลาด (จิโรจน์, 2544)

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ในการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ได้แก่

1. ความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก กลุ่มผู้ก่อการที่มีความเข้มแข็ง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของสมาชิกไม่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน กล่าวคือนอกจากความต้องการสินค้าที่จำเป็นของสมาชิก กลุ่มผู้ก่อการที่มีความเข้มแข็ง รวมทั้งการมีส่วนร่วมของสมาชิกจะมีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนแล้วทางกลุ่มยังให้ความสำคัญต่อปัจจัยเหล่านี้อีก ได้แก่ การเลือกทำเลที่เหมาะสมในการตั้งศูนย์สาธิตการตลาด การระดมเงินทุนจากสมาชิกและการหาเงินทุนจากแหล่งอื่น ๆ และปัจจัยสุดท้ายยังให้ความสำคัญกับการประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อมร่วมกันของสมาชิกอีกด้วย

นอกจากนั้นแล้วจากผลการศึกษาเห็นว่า กระบวนการกลุ่มมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย เนื่องจากกระบวนการกลุ่มซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้จัดทำเห็นประโยชน์ในการนำเอกสารนี้ไปใช้ กรุณาแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม ชั้นกลุ่มเรียนรู้ ชั้นดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรม เป็นกระบวนการที่พัฒนาจิตสำนึกของสมาชิกให้เห็นความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาดได้เป็นอย่างดี ให้สมาชิกมีความเข้าใจในหลักการของศูนย์สาธิตการตลาดและเห็นความสำคัญของการมีศูนย์สาธิตการตลาดในชุมชนทำให้สมาชิกเข้าร่วมในทุกกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งส่งผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนิ่นทรายในระยะยาวต่อไป

2. ความเป็นผู้นำและสมาชิก รวมทั้งการบริหารจัดการไม่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด

จากการศึกษาพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานเช่นกัน กล่าวคือ ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำสมาชิก และการบริหารจัดการมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด นอกจากนี้แล้วยังมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานเช่นกัน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับการภายนอก เพราะในช่วงเริ่มจัดตั้งรวมไปถึงการดำเนินงานในรอบปีแรกนั้น ต้องอาศัยประสิทธิภาพของปัจจัยเหล่านี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากสมาชิกในช่วงเวลาดังกล่าวสมาชิกอาจยังไม่แน่ใจ ไม่เข้าใจในหลักการของศูนย์สาธิตการตลาดอย่างเพียงพอ ซึ่งจะส่งผลเสียหายต่อความสำเร็จขององค์กรได้ นอกจากนี้ยังปัจจัยด้านที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ ด้านการผลิตและการตลาด และด้านแรงงาน เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ศูนย์สาธิตการตลาดประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ศูนย์สาธิตการตลาด เป็นกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาคนในชนบทให้เกิดการเรียนรู้และช่วยเหลือกัน ในชุมชน ให้มีตลาดซื้อขายของตนเอง ได้เรียนรู้การตลาดค้าปลีกและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน เพื่อพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น สามารถมีอำนาจต่อรองแก้ปัญหาหาราคาพืชผลเกษตรตกต่ำ และการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง ทำให้ประหยัดและลดต้นทุนค่าใช้จ่าย แต่จากการติดตามผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบก็ยังคงพบข้อบกพร่องในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดอยู่หลายประการ ทำให้ศูนย์สาธิตการตลาดบางแห่งดำเนินการได้เพียงระยะสั้นก็ต้องเลิกกิจการไป แต่ก็มีศูนย์สาธิตการตลาดจำนวนมากที่สามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดให้ประสบผลสำเร็จ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้ง ตลอดจนปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด โดยรวบรวมข้อมูลจากประธานศูนย์สาธิตการตลาด คณะกรรมการ สมาชิก และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับข้อมูลจากเอกสารบันทึกการประชุมและจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่น จากการศึกษาพบว่าศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด เป็นองค์กรที่ประสบผลสำเร็จในการจัดตั้งและการดำเนินงาน ตามเกณฑ์ในการพิจารณาพบว่า ศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย มีความสามารถในการระดมทุนและมีความสามารถขยายกิจกรรม รายได้และประโยชน์ที่สมาชิกได้รับเพิ่มขึ้น อีกทั้งผลการดำเนินงานประสบผลสำเร็จตามที่กลุ่มตั้งไว้และ ชุมชนมีการพึ่งตนเองมากขึ้น

ปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดตั้งประสบความสำเร็จที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญประกอบด้วย 6 ปัจจัย ดังนี้ คือ (1) การเลือกสินค้าที่สมาชิกมีความต้องการคือสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่ใช้ในการเกษตรของชุมชน (2) การมีกลุ่มผู้ก่อการและคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนจากแต่ละหมู่บ้านมีความเข้มแข็ง เสียสละและเป็นที่ยอมรับของชุมชนนั้น ๆ (3) การมีส่วนร่วมของสมาชิกอย่างเต็มที่ ในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์สาธิตการตลาดจัดขึ้น (4) ด้านเงินทุน ทั้งจากสมาชิกและแหล่งเงินทุนอื่น ๆ (5) การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมต่อการดำเนินงาน (6) การเข้าร่วมประชุมเพื่อชี้แจงเตรียมความพร้อม นอกจากนั้นแล้วกระบวนการในการจัดตั้งที่สำคัญ ได้แก่กระบวนการ-การกลุ่ม ซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นกระบวนการที่พัฒนาจิตสำนึกของสมาชิกให้เห็นความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาดได้เป็นอย่างดี และส่งผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย แบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นแรกคือขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม โดยมีการสรุปบทเรียนจากการไปศึกษางานด้านศูนย์สาธิตการตลาดจากชุมชนอื่น มีการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนร่วมกันระหว่างคนในชุมชนจนสามารถรวมกลุ่มริเริ่มทำกิจกรรมร่วมกันได้ ขั้นต่อมาคือขั้นกลุ่มเรียนรู้ มีการประชุมให้ข้อคิดเพื่อให้เห็นความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาดเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้แก่สมาชิก สุดท้ายขั้นดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรม โดยมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเหมาะสม ซึ่งกลุ่มกิจกรรมหลายกลุ่มในตำบลมีส่วนช่วยหนุนเสริมอย่างมากในการดำเนินงาน สาเหตุสำคัญที่ทำให้ขั้นนี้ดำเนินไปจนประสบผลสำเร็จคือ ความเสียสละและความมานะอดทนของกลุ่มผู้ก่อการ

ปัจจัยที่มีผลทำให้การดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จนั้นพบว่า ปัจจัยที่สำคัญมากมีด้วยกัน 5 ปัจจัยเรียงตามความสำคัญดังนี้ (1) ปัจจัยด้านเกี่ยวกับตัวผู้นำที่มีความเป็นผู้นำทั้งในทางความคิดและการปฏิบัติ สามารถทำให้สมาชิกเกิดความเลื่อมใสศรัทธา (2) ด้านที่เกี่ยวกับตัวสมาชิกที่มีความเชื่อมั่นและความร่วมมือในกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาดตั้งแต่การระดมทุน การเข้าร่วมในกิจกรรม และการแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงาน (3) ด้านการบริหารจัดการ โดยมีโครงสร้างที่เหมาะสม (4) ด้านการเงินต้องสามารถระดมทุนจากภายในหรือจากสมาชิกให้มากที่สุดเพื่อการพึ่งพาตนเองและสร้างความรู้สึกรับเป็นเจ้าของให้กับสมาชิก (5) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกให้เป็นไปในทางที่ดีแต่ต้องไม่ทำให้สมาชิกลดการพึ่งพาตนเองลง ส่วนปัจจัยที่สนับสนุนให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จพบว่ามี 4 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ (2) ด้านแรงงาน (3) ด้านการผลิต (4) ด้านการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือทางกลุ่มให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่มีผลทำให้การจัดตั้งประสบผลสำเร็จทั้ง 6 ปัจจัย ได้แก่ สีนค้ำที่สมาชิกต้องการ กลุ่มผู้ก่อการที่เข้มแข็ง เสียสละและเป็นทีน่าเชื่อถือการมีส่วนร่วมของสมาชิก ทั้งในด้านเงินทุนและการเข้าร่วมประชุม อีกทั้งการทำทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด นอกจากนั้นกระบวนการกลุ่มยังมีผลต่อความสำเร็จในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย เพราะเป็นกระบวนการที่พัฒนาจิตสำนึกของสมาชิกให้เห็นความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาด ให้มีความเข้าใจในหลักการของศูนย์สาธิตการตลาดและเห็นความสำคัญของการมีศูนย์สาธิตการตลาดในชุมชน ทำให้สมาชิกเข้าร่วมในทุกกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของศูนย์สาธิตการตลาดและจากสมมติฐานข้อสองพบว่านอกจากปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ สมาชิก และการบริหารจัดการมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด ยังมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เพราะในช่วงเริ่มจัดตั้งรวมไปถึงการดำเนินงานในรอบปีแรกนั้น ต้องอาศัยประสิทธิภาพของปัจจัยเหล่านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นอย่างมาก เนื่องจากสมาชิกในช่วงเวลาดังกล่าวสมาชิกอาจยังไม่แน่ใจ ไม่เข้าใจในหลักการของ ศูนย์สาธิตการตลาดอย่างเพียงพอ ซึ่งจะส่งผลเสียหายต่อความสำเร็จขององค์กรได้ นอกจากนี้ยัง ปัจจัยด้านที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับ ด้านแรงงาน ด้านการผลิตและด้านการตลาด เป็นปัจจัยที่ สนับสนุนให้ศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย จังหวัดตราด ทำให้ได้ข้อเสนอแนะแนว ทางในการจัดตั้งและการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดสำหรับชุมชนอื่น ๆ ที่จะประสบความสำเร็จ ในการนำไปประยุกต์ใช้ดังนี้คือ

1. ต้องคำนึงถึงปัจจัยในการจัดตั้งซึ่งเรียงตามความสำคัญดังนี้ คือ (1) สินค้าที่จำเป็นของ สมาชิกได้แก่สินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนและสินค้าที่ใช้ในการประกอบอาชีพในชุมชน (2) การสรรหากลุ่มผู้ก่อการอันได้แก่ ผู้นำ คณะกรรมการที่มีความเข้มแข็ง ความซื่อสัตย์ ความเสียสละ ความมุ่งมั่นตั้งใจและความน่าศรัทธา (3) จูงใจให้สมาชิกเข้าร่วมในกิจกรรมของโครงการ (4) ด้าน เงินทุนเรือนหุ้นจากสมาชิกและการหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ ต้องคำนึงถึงการพึ่งตนเองของชุมชนด้วย (5) ร่วมกันพิจารณาทำเลสถานที่ตั้งเหมาะสม (6) การประชุมชี้แจงเพื่อเตรียมความพร้อม และรวม ทั้งกระบวนการในการรวมกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาจิตสำนึกของสมาชิกให้เห็น ความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาด และส่งผลต่อการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด เพราะ เป็นกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกให้สมาชิกมีความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการมีศูนย์สาธิต การตลาดในชุมชน

2. ต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดประสบผลสำเร็จ ซึ่ง เรียงตามความสำคัญ ได้แก่ (1) ผู้นำที่มีความเป็นผู้นำทั้งในทางความคิดและการปฏิบัติ ทำให้ สมาชิกเกิดความเลื่อมใสศรัทธา (2) ด้านตัวสมาชิกที่มีความเชื่อมั่นและความร่วมมือในกิจกรรม ของศูนย์สาธิตการตลาด ตั้งแต่การระดมทุน การเข้าร่วมในกิจกรรมและการแสดงความคิดเห็นใน การดำเนินงาน (3) ต้องบริหารจัดการโดยมีโครงสร้างที่เหมาะสมกับชุมชน (4) ด้านการเงินต้อง สามารถระดมหุ้นจากภายในหรือจากสมาชิกให้มากที่สุดเพื่อการพึ่งพาตนเองและสร้างความรู้สึกรัก เป็นเจ้าของให้กับสมาชิก (5) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกให้เป็นไปในทางที่ดีแต่ต้องไม่ทำให้ สมาชิกลดการพึ่งพาตนเองลง นอกจากนี้ทั้งปัจจัยที่สำคัญทั้ง 5 ปัจจัยที่กล่าวมาแล้วยังมีปัจจัย สนับสนุนให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จอีก 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกฎข้อบังคับที่เอื้อ อำนวยต่อการดำเนินงาน ด้านแรงงานที่เชี่ยวชาญการค้าขายและเข้าใจหลักการศูนย์สาธิตการตลาด

อีกทั้งด้านการผลิตและการตลาดที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในชุมชน ซึ่งต้องร่วมกันพิจารณาตั้งแต่ในช่วงการจัดตั้งเพื่อจูงใจให้สมาชิกในชุมชนสนใจในสินค้าของศูนย์

3. อย่างไรก็ตามการนำแนวทางนี้ไปประยุกต์ใช้ต้องดัดแปลงให้สอดคล้องกับเงื่อนไขของแต่ละชุมชนด้วย จากการศึกษาพบว่ากรณีที่ชุมชนเนินทรายมีกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์อยู่ในแต่ละหมู่บ้านจึงเป็นฐานที่ทำให้ชาวชุมชนนี้เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มและยังทำให้มีเงินทุนของชุมชนจากการออมเงินร่วมกัน จึงเสนอว่าหากชุมชนใดมีการกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์อยู่ก็จะเป็นการง่ายที่จะจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของชุมชน โดยการอาศัยเวทีการฝากเงินออมทรัพย์ดังเช่นที่ชุมชนเนินทรายทำไว้ เป็นต้น



เอกสารอ้างอิง

กระทรวงมหาดไทย. 2541. คู่มือการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น.

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. 2540. การพึ่งตนเอง: ศักยภาพในการพัฒนาชนบท.
กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองศาสน์การพิมพ์.

ขวัญสรวย อติโพธิ์ และอนุชาติ พวงสำลี. 2538. รายงานการสัมมนาเรื่องบาจา: ธุรกิจเพื่อสังคม
ทางเลือกหนึ่งของชุมชนนางรอง. เอกสารประกอบการสัมมนาสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 4,
21 - 25 สิงหาคม 2538. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จรัส สنجิตร. 2544. คณะกรรมการศูนย์สาริตการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 1 พฤศจิกายน
2544.

จิรศักดิ์ สีหามาตย์. 2542. คู่มือส่งเสริมศูนย์สาริตการตลาด (ร้านค้าชุมชน). กรุงเทพมหานคร:
บริษัท บพิตรการพิมพ์ จำกัด.

จรัส สุยะ. 2544. คณะกรรมการศูนย์สาริตการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน
2544.

ใจมานัส พลอยดี. 2540. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน:
เปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ชอบ เข้มกั๊ด. 2539. รายงานการประชุมเรื่องธุรกิจชุมชนหนทางสู่การพึ่งตนเองของคนจนใน
 ชนบท: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรทำางแมว จำกัด อ.แมงน้อย จ.ขอนแก่น. ขอนแก่น:
 โรงพิมพ์สมาคมนักสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย.

ดิรก สาระวดี. 2540. ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร: บริษัทแปลน
 พรินต์ติ้ง จำกัด.

ธีระ พึ่งดี. 2544. เจ้าหน้าที่สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2544.

นงนารถ วิทวุฒิปัญญกิจ และคณะ. 2527. การประเมินผลศูนย์สาธิตกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน
 จังหวัดร้อยเอ็ด. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

บำเพ็ญ เมืองมูล. 2541. กรณีศึกษาการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดบ้านแจ้ซ้อนจังหวัด
 ลำพูน. กระทรวงมหาดไทย.

ประเวศ วะสี. 2538. “บัญญัติ 8 ประการ ชุมชีวิตองค์กรชุมชน งานด่วนที่ต้องทำเพื่อพัฒนา
 ชนบท”. มติชนรายวัน. (21 พฤศจิกายน 2538): น. 23.

พระสุบิน ปณีโต. 2541. สัจจะสะสมทรัพย์ สะสมทุนสังคม. กรุงเทพมหานคร:
 สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

วิจิตร นองเนื่อง. 2544. สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน
 2544.

วิโรจน์ สุขะ. 2544. ประธานศูนย์สาธิตการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2544.

ศรีผ่อง บุญเต็ม. 2544. สมาชิกศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2544.

ศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย. 2544. เอกสารรายงานการประชุมศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทรายประจำปี 2544. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สัมพันธ์ เตชะอริก และคณะ. 2537. คู่มือและทิศทางการพัฒนาชาวบ้านเพื่อแก้ปัญหาในชนบทศักยภาพและเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น. ขอนแก่น: เจริญวิทย์การพิมพ์.

สุภัทร เจริญฤทธิ์. 2544. คณะกรรมการศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2544.

โสภาพร วิศิษฐ์พงศ์. 2544. เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน. สัมภาษณ์, 1 พฤศจิกายน 2544.

เสกสิทธิ์ แสงเรือง. 2538. กระบวนการและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานสหกรณ์ร้านค้า: ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ร้านค้าชุมชนมัสยิดนุรุลยาอัน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.

แสวง นองเนื่อง. 2544. คณะกรรมการศูนย์สาริการตลาดชุมชนเนินทราย. สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2544.

อุษณีย์ พันธุ์จันทร์อุไร. 2541. ธุรกิจชุมชนทางเลือกใหม่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมกรณีศึกษาสถานีบริการน้ำมันบางจาก. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

คำถามที่ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์

1. กรุณาเล่าถึงสาเหตุและที่มาของการนำแนวทางศูนย์สาธิตการตลาดมาปรับใช้
ก่อนที่จะนำแนวทางนี้มาปรับใช้นั้น เกิดปัญหาอะไรกับชุมชนบ้าง และการนำแนวทางเลือกนี้มาใช้ขึ้นมาจากตัวผู้นำชุมชนเองหรือเกิดจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับบุคคลใด หรือเกิดจากสาเหตุอื่น
2. วัตถุประสงค์ของการนำแนวทางศูนย์ฯ มาปรับใช้คืออะไร
3. บุคคลแรกที่ริเริ่มแนวทางนี้มีใครบ้าง และแต่ละคนมีพื้นฐานทางครอบครัวรวมถึงการประกอบอาชีพอะไร พร้อมทั้งพัฒนาการของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้ามามีบทบาทในช่วงเวลาต่อมา
4. มีสถาบันจากภายนอกใดให้ความช่วยเหลือในแง่ของแนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์บ้างหรือไม่ (หากมี) เป็นการให้ความช่วยเหลือในลักษณะใด
5. กรุณาเล่าถึงพัฒนาการของกิจกรรมศูนย์ฯ ตั้งแต่กิจกรรมแรกๆ เป็นอย่างไร พร้อมทั้งสอบถามถึงสาเหตุของการดำเนินกิจกรรมว่า ทำไมจึงเลือกทำกิจกรรมนั้น เช่น มีความพร้อมทางด้านปัจจัยการผลิต หรือมีความสามารถในการผลิต เป็นต้น
6. มีการระดมทุนในขั้นแรกหรือไม่ อย่างไร
มีการจำกัดปริมาณหุ้นที่สามารถถือครองต่อคนไว้หรือไม่ อย่างไร ราคาหุ้นครั้งแรกมีราคาเท่าใด สมาชิกแรกเข้ามามีเท่าใด และปัจจุบันมีสมาชิกเท่าใด เป็นสมาชิกในชุมชนทั้งหมดหรือไม่ อย่างไร
7. ชาวบ้านให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมดีหรือไม่ มีวิธีการอย่างไร ในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ชาวบ้านเพื่อให้เกิดการเข้าร่วมนั้น และท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเข้าร่วมดังกล่าว
8. ในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนนั้น มีที่มาของแหล่งเงินทุนจากที่ใดบ้าง
9. ท่านมีการวางแผนเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดอย่างไร ใครเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดบ้าง
10. กรุณาให้รายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานตลอดจน โครงสร้างของศูนย์ฯ
11. โครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนเป็นอย่างไร (กรุณาอธิบายอย่างละเอียด) มีการใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการจ่ายผลตอบแทนนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. มีการจัดการด้านการเงิน รวมถึงระบบบัญชีอย่างไร สามารถเรียกตรวจเช็คได้ทันทีหรือไม่

13. ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นอย่างไร
เป็นการสอบถามถึงรายละเอียดจากการดำเนินงาน ซึ่งประเด็นในการสอบถามนั้นจะเป็นไปโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาว่า การนำแนวทางศูนย์ฯมาใช้นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ เช่น ชาวบ้านให้ความร่วมมือเพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไร หรือการดำเนินกิจกรรมมีผลกำไรเป็นอย่างไร เป็นต้น

เป็นการสอบถามถึงผลการดำเนินงานนับตั้งแต่วันที่เริ่มดำเนินการในด้านต่าง ๆ จนถึงปัจจุบันเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประกอบการพิจารณาว่าธุรกิจชุมชนนั้น ประสบความสำเร็จหรือไม่ และยังช่วยให้สามารถวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของผลการดำเนินงานได้

14. สถานภาพของการดำเนินกิจกรรมในปัจจุบันเป็นอย่างไร มีปัญหาใดเกิดขึ้นหรือไม่ ท่านมีวิธีการจัดการแก้ปัญหาเหล่านั้นอย่างไร สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับรู้และร่วมแก้ปัญหามากน้อยเพียงใด

15. ท่านคิดว่าจะขยายกิจกรรมออกไปหรือไม่ อย่างไร นอกจากนี้ท่านได้วางแผนที่จะเริ่มกิจกรรมใหม่ใดบ้างในอนาคต

16. ท่านคิดว่าการนำแนวทางศูนย์ฯมาปรับใช้กับชุมชนนั้นให้ประสบความสำเร็จหรือไม่ กรณีที่ประสบความสำเร็จ ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จได้ กรณีที่ประสบความล้มเหลว ท่านคิดว่าปัญหาคืออะไร และท่านมีวิธีการแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร

17. กรุณาสรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาว่าเป็นอย่างไร
นอกเหนือจากประเด็นคำถามดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในการสัมภาษณ์จะได้ทำการสอบถามรายละเอียดปลีกย่อยอื่นเพิ่มเติม คำถามข้างต้นเป็นเพียงคำถามพื้นฐานเท่านั้น

ภาคผนวก ข

ระเบียบข้อบังคับของศูนย์สาริตการตลาดชุมชนเนินทราย

ข้อความทั่วไป

1. กลุ่มจัดตั้งนี้มีชื่อว่า ศูนย์สาริตเศรษฐกิจชุมชนตำบลเนินทราย
2. สำนักงานตั้งอยู่ที่ 3/2 ถนนสายตราด คลองใหญ่ หมู่ที่ 6 ตำบลเนินทราย อำเภอเมือง จังหวัดตราด คำว่า “ศูนย์” ในข้อบังคับนี้ให้ หมายถึง ศูนย์สาริตเศรษฐกิจชุมชน ตำบลเนินทราย
3. ศูนย์มีวัตถุประสงค์ให้สมาชิกพัฒนาตนเอง เพื่อส่งเสริมฐานะความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสมาชิกตลอดถึงการให้บริการทางการเงิน เครื่องอุปโภค บริโภค และอื่น ๆ ตามอุดมคติที่ว่า “ช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน” โดยดำเนินการขายสินค้าซึ่งเป็นสินค้าพื้นเมืองชนบท และโดยทั่วไป รวมทั้งสินค้าที่ผลิตได้ในหมู่บ้าน และนำมาจำหน่ายในราคาต้นทุน สนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมงานเศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจพอเพียงในจังหวัด มิใช่มุ่งหมายค้ากำไร และไม่มีวัตถุประสงค์ในทางการเมืองอย่างใด
4. ในการดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์มีนโยบาย คือ
 1. ส่งเสริมให้สมาชิกสะสมเงินรายได้ของตนไว้รวมกันเ็นทางที่มั่นคง และได้ประโยชน์ตามสมควร โดยการสะสมเงินตามใจสมัคร ตามความสามารถของตนไว้กับศูนย์
 2. ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักดำเนินงานของศูนย์ด้วยตนเอง ตามหลักประชาธิปไตย และหลักการเสริมสร้างเศรษฐกิจ
 3. จัดการทางการเงินโดยการช่วยบริการด้านสวัสดิการของสินค้า หรือจากบุคคลอื่นที่สนใจในกิจกรรมของศูนย์ และจัดหาทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์
 4. เป็นแหล่งศึกษาการดำเนินงานตามแผนงานส่งเสริมการสาริตเพื่อการผลิตสินค้าพื้นบ้าน
 5. จัดหาสวัสดิการให้แก่สมาชิก คู่ครองสิทธิและรักษาผลประโยชน์ของสมาชิก
 6. ดำเนินงานธุรกิจเพื่อส่งเสริมประโยชน์ของศูนย์

สมาชิกภาพ

5. สมาชิกของศูนย์ ได้แก่ สมาชิกที่เป็นบุคคลในพื้นบ้านที่ ๆ ตนมีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลตำบลใกล้เคียงและถิ่น ๆ
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การสมัครเข้าเป็นสมาชิก

ผู้ที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกต้องยื่นคำขอตาแบบฟอร์มของศูนย์ต่อคณะกรรมการบริหารศูนย์ เมื่อคณะกรรมการบริหารศูนย์มีมติอนุมัติแล้ว ถือว่าได้สิทธิในฐานะสมาชิก โดยวิธีการลงหุ้น

ส่วนในการบริหารศูนย์ ส่วนสำหรับค่าหุ้นส่วน มีดังนี้ คือให้ถือสิทธิเป็นหุ้น ๆ ละ 10 บาททั้งนี้ สมาชิกคนหนึ่งสามารถลงหุ้นได้ ไม่น้อยกว่า 5 หุ้นและไม่เกิน 3000 หุ้น สำหรับกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ เป็นสมาชิกโดยการถือหุ้น ไม่เกิน 10,000 หุ้น

7. การตั้งผู้รับโอนประโยชน์

เมื่อสมาชิกถึงแก่กรรม ศูนย์จะจ่ายค่าหุ้น เงินสะสมรายเดือน เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืน และดอกเบี้ย หรือเงินพึงได้ใด ๆ บรรดาที่สมาชิกมีอยู่ในศูนย์ ให้ผู้รับประโยชน์ที่สมาชิกระบุไว้ในใบสมัคร

8. การพ้นจากสมาชิกภาพ หรือสมาชิกภาพสิ้นสุดลงเมื่อ ดาย ลาออก และได้รับการอนุมัติแล้ว หรือได้กระทำการใด ๆ เป็นที่เสื่อมเสียแก่ศูนย์และมติคณะกรรมการให้พ้นสภาพ

9. การลาออก

1. สมาชิกผู้ใดประสงค์จะลาออก ให้ทำเป็นหนังสือยื่นต่อคณะกรรมการบริหารกลุ่ม คณะกรรมการมีอำนาจพิจารณาอนุมัติให้ออกภายใน 60 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือ

2. สมาชิกผู้ใดประสงค์จะลาออก โดยฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามในวรรค 2 ให้ถือว่าผู้นั้นยังคงเป็นสมาชิกของศูนย์โดยสมบูรณ์

3. สมาชิกจะลาออกได้ ต่อเมื่อครบ 3 ปี แล้ว หรือตามมติกรรมการ

10. การจ่ายคืนของสมาชิกผู้พ้นจากสมาชิกภาพ ในกรณีที่สมาชิกพ้นจากสมาชิกเพราะเหตุใด ๆ ศูนย์จะจ่ายคืนเงินของสมาชิกที่มีอยู่ในศูนย์ให้แก่ผู้ที่มีสิทธิได้รับ ภายใน 60 วัน นับแต่วันที่พ้นจากสมาชิกภาพ ดังนี้

1. ผู้มีสิทธิได้รับประโยชน์จากศูนย์ หากพ้นจากสมาชิกภาพก่อนสิ้นปีทางบัญชี จะได้รับคืนเฉพาะค่าหุ้นของสมาชิกที่ชำระแล้ว โดยไม่มีเงินปันผล หรือเงินเฉลี่ยคืนสำหรับปีนี้ออกนั้น

2. ผู้มีสิทธิได้รับประโยชน์จากศูนย์ หากพ้นสมาชิกภาพภายหลังสิ้นปี ให้ได้รับเงินค่าหุ้น เงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนของปีที่ล่วงมา ถ้าในปีใดจำนวนเงินค่าหุ้นถอนคืน เนื่องจากสมาชิกภาพออกจากศูนย์เกิน ร้อยละ 10 แห่งทุนเรื่องหุ้นของศูนย์ตามที่มีอยู่ในต้นปีนั้น คณะกรรมการฯมีอำนาจให้หรือการจ่ายคืนเงินค่าหุ้นของสมาชิกที่ออกรายต่อไปของปีนั้น ไว้จนถึงปีทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีใหม่ เฉพาะที่ออกจากศูนย์เนื่องจากตนได้ย้ายไปอยู่ที่อื่น คณะกรรมการฯอาจผ่อนผันให้เป็นกรณีพิเศษ

11. การหักเงินซึ่งสมาชิกต้องรับผิดชอบต่อศูนย์

ในการจ่ายเงินดังกล่าวไว้ในข้อ 8 คณะกรรมการมีอำนาจที่จะหักจำนวนเงินที่สมาชิกต้องรับผิดชอบต่อศูนย์ก่อน

เงินทุน

12. เงินทุนของศูนย์ ศูนย์อาจมีเงินทุน โดยวิธีต่าง ๆ ดังนี้

1. รับเงินจากสมาชิกเป็นค่าหุ้น สะสมที่สมาชิกลำมาสะสมเป็นระยะแรกเริ่ม
2. รับเงินจากรายได้จากการดำเนินธุรกิจอื่นของศูนย์

13. การทำเงินของศูนย์ไปลงทุน ในกรณีที่คณะกรรมการฯจะนำเงินของศูนย์ไปใช้ หรือลงทุนในกิจการใด ๆ จะต้องเสนอรายละเอียด และได้รับอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่สมาชิกเสียก่อน มติของที่ประชุมให้ถือ คະแนน 2 ใน 3 ของที่ประชุม

การประชุมใหญ่สมาชิก

14. การประชุมใหญ่สามัญ

ให้คณะกรรมการฯนัดประชุมสมาชิกอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี ภายใน 60 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นปีทางบัญชีของศูนย์

15. การประชุมใหญ่วิสามัญ อาจมีขึ้นได้ ดังนี้

1. โดยมติของคณะกรรมการ เมื่อเห็นสมควร
2. โดยสมาชิกซึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่า 1 ใน 2 ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดลงลายมือชื่อทำหนังสือขอเพื่อการใดการหนึ่งต่อคณะกรรมการฯ ให้เรียกประชุมใหญ่วิสามัญเมื่อใดก็ได้และคณะกรรมการฯ เรียกประชุมใหญ่วิสามัญภายใน 30 วันนับแต่วันที่รับคำร้องขอ

16. การแจ้งกำหนดการประชุม

เมื่อจะมีการประชุมใหญ่วิสามัญหรือสามัญทุกราว ให้คณะกรรมการฯแจ้งวัน เวลาและสถานที่ เรื่องที่จะประชุมให้สมาชิกทราบล่วงหน้าเป็นเวลาอย่างน้อย 5 วันทำการ และจะต้องติดประกาศการประชุมนี้ไว้ในที่เปิดเผย ภายในสำนักงานฯ ในกรณีที่การประชุมนั้นเป็นการประชุมฉุกเฉิน หากล่าช้าจะเกิดการเสียหายแก่ศูนย์ ก็ให้แจ้งล่วงหน้าได้ตามที่เห็นสมควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. องค์ประชุมใหญ่วิสามัญ อาจมีขึ้นได้ ดังนี้

สมาชิกทุกคนมีสิทธิที่จะเข้าร่วมประชุมใหญ่ได้ทุกครั้ง การประชุมของศูนย์ต้องมีสมาชิมาประชุมกันไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุมได้ ในการนัดประชุมเมื่อพ้นเวลาที่กำหนดประชุมไปหนึ่งชั่วโมงและสมาชิกยังไม่ครบองค์ประชุม ถ้าหากว่าการประชุมนั้นสมาชิกเป็นผู้ร้องขอก็ให้ถือว่า การประชุมนั้นยกเลิกไป แต่ถ้าหากการประชุมนั้นเกิดจากมติของคณะกรรมการให้ดำเนินการประชุมใหม่ภายใน 14 วัน นับตั้งแต่วันที่นัดประชุมครั้งแรกและเลขานุการต้องปิดประกาศให้สมาชิกทราบภายใน 24 ชั่วโมง ณ ที่เปิดเผยภายในสำนักงาน ฯ หากการประชุมที่เลื่อนมานี้พ้นกำหนดเวลาประชุมไปแล้ว 1 ชั่วโมง สมาชิกยังไม่ครบองค์ประชุม ก็ให้ถือว่าสมาชิกที่มาประชุมนั้นเป็นองค์ประชุมได้

18. อำนาจหน้าที่ของที่ประชุมใหญ่สมาชิก ที่ประชุมใหญ่สมาชิกมีอำนาจสูงสุดในศูนย์ในการพิจารณาวินิจฉัยปัญหาทุกอย่างที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับกิจการของกลุ่ม รวมทั้งข้อต่อไปนี้

1. พิจารณารับทราบเรื่องสมาชิกใหม่ สมาชิกลาออก
2. พิจารณารับรองรายงานการประชุมใหญ่และรายงานของคณะกรรมการ รวมทั้งรายงานการเงินประจำปี และรายงานการตรวจสอบบัญชี
3. เลือกตั้งหรือถอดถอนกรรมการต่าง ๆ
4. กำหนดและรับรอง แก้ไขข้อบังคับ
5. พิจารณารับรองรายงานประจำปี ในปีที่ผ่านมา และพิจารณางบประมาณประจำปีต่อไป

19. ประธานของที่ประชุมใหญ่ ประธานและรองประธานของคณะกรรมการบริหารศูนย์ เป็นประธานและรองประธานในการประชุมสามัญประจำปี หรือประชุมวิสามัญ ในกรณีที่ประธานไม่อยู่หรือไม่สามารถทำหน้าที่ได้ ก็ให้ที่ประชุมเลือกสมาชิกคนใดคนหนึ่งทำหน้าที่แทน

20. การบันทึกรายงานการประชุม
รายงานการประชุมต่าง ๆ ทุกครั้ง ให้บันทึกไว้ในสมุดรายงานการประชุม โดยให้ประธานและเลขานุการลงนามรับรองไว้เป็นหลักฐานในการบันทึกการประชุม

21. การวินิจฉัยปัญหาในการประชุมใหญ่สามัญ

การวินิจฉัยปัญหาต่าง ๆ ในที่ประชุมให้ถือว่าคะแนนเสียงข้างมากเป็นมติที่ประชุม ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ก็ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มอีกหนึ่งเสียง ซึ่งขาดการใช้สิทธิออกเสียงคะแนนด้วยตนเอง และสมาชิกคนหนึ่งแม้จะถือหุ้นเป็นจำนวนเงินเท่าใดก็ตาม ให้มีเสียงลงคะแนนได้หนึ่งเสียง อนึ่ง สมาชิกผู้ใดมีส่วนได้ส่วนเสียในข้ออันใดซึ่งที่ประชุมใหญ่ลงมติ สมาชิกผู้นั้นไม่มีสิทธิออกเสียงด้วยในข้อนี้ และเมื่อประธานที่ประชุมเห็นว่าจำเป็น จะแจ้งให้สมาชิกผู้นั้นออกไปจากที่ประชุมเสียชั่วคราวก็ได้

คณะกรรมการบริหารศูนย์

22. ในการดำเนินงาน ให้มีคณะกรรมการดำเนินงานคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการบริหารศูนย์สาริตเศรษฐกิจชุมชน”

คณะกรรมการดำเนินการ ให้มีคณะกรรมการดำเนินการจำนวน 15 คน ซึ่งที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิก ทั้งนี้ให้มีประธานกรรมการคนหนึ่ง รองประธานกรรมการ 2 คน เภรัญญิก 1 คน และเลขานุการ 1 คน นอกนั้นเป็นกรรมการ สำหรับตำแหน่งประธานกรรมการ ให้ที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิกเป็นกรรมการให้ครบตามจำนวน สำหรับตำแหน่งเภรัญญิก และเลขานุการ ให้กรรมการดำเนินการคัดเลือกระหว่างกันเองแล้วแจ้งให้ที่ประชุมใหญ่คราวนั้นทราบดังต่อไปนี้

- | | |
|-----------------------|-----------|
| 1. นายวิโรจน์ สุชะ | ประธาน |
| 2. นายสมหวัง จันทอน | รองประธาน |
| 3. นายสมพงษ์ หรีจันดา | รองประธาน |
| 4. นายจรัส สนจิตร | เภรัญญิก |
| 5. นางจรัส สุชะ | เลขานุการ |

ในกรณีผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งประธาน พ้นจากตำแหน่งไม่ว่าด้วยเหตุใด ก็ให้การดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ หรือรองประธานกรรมการและกรรมการโดยตำแหน่งเป็นอันสิ้นสุดลง และให้เลือกตั้งกันใหม่ ส่วนหน้าที่ของคณะกรรมการมีดังนี้

1. พิจารณารับสมาชิก
2. กำหนดการประชุมใหญ่ ท่างบเสนอต่อที่ประชุม และแสดงผลงานให้ที่ประชุมใหญ่ทราบ
3. จัดสรรเงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนฯ ก่อนการประชุมใหญ่
4. ให้มีอำนาจในการออกระเบียบเกี่ยวกับการดำเนินการของศูนย์

23. กำหนดเวลาอยู่ในตำแหน่งของคณะกรรมการ กรรมการแต่ละคนมีอายุการเป็นกรรมการได้คราวละ 1 ปี

การเงินของศูนย์

24. ให้ประธาน เลขานุการ และเหรัญญิก ลงนามร่วมกันในบัญชีเงินฝากในฐานะตัวแทนของศูนย์ ใช้ชื่อว่า “ศูนย์สาริตเศรษฐกิจชุมชน” ในการฝากถอนเงินจากธนาคารให้ลงนามในเอกสารตามเงื่อนไข 2 ใน 3 คน

25. วันสิ้นปีทางบัญชีของศูนย์ คือวันครบรอบปีทำการ

26. งบประมาณประจำปี ให้คณะกรรมการฯ ตั้งงบประมาณดำเนินการของศูนย์ประจำปีตามเหตุผลและความจำเป็น เมื่อได้รับอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่แล้วจึงใช้จ่ายได้ ดังนี้

1. จ่ายเป็นค่าวัสดุครุภัณฑ์ในการดำเนินงานของศูนย์
2. จ่ายเป็นการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเพื่อหาผลประโยชน์ให้กับศูนย์
3. จ่ายเป็นค่าจัดประชุมใหญ่และอื่น ๆ ตามมติที่ประชุมใหญ่

27. การทำบัญชีเพื่อตรวจสอบ เมื่อสิ้นปีให้ศูนย์โดยเหรัญญิก ทำบัญชีตั้งที่เป็นอยู่ในวันสิ้นปีทางบัญชีตามแบบที่กำหนดไว้เพื่อคณะกรรมการตรวจสอบได้ตรวจสอบ

28. การเสนอขบบัญชีในที่ประชุม ให้คณะกรรมการฯ เสนอขบบัญชีซึ่งผู้ตรวจสอบบัญชีได้รับรองแล้ว ต่อที่ประชุมใหญ่ เพื่อพิจารณาอนุมัติภายใน 10 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นปีทางบัญชี ให้ส่งสำเนางบบัญชีที่จะเสนอต่อที่ประชุมใหญ่นั้น ไปยังสมาชิกทุกคนหรือให้ตีพิมพ์ประกาศไว้ในที่เปิดเผยภายในสำนักงานที่ทำการศูนย์ก่อนวันประชุมไม่น้อยกว่า 15 วัน ให้เก็บรักษารายงานประจำปีแสดงผลการตรวจดำเนินการของศูนย์และบัญชีของศูนย์ไว้ในสำนักงานของศูนย์เพื่อให้สมาชิกตรวจสอบได้ในเวลาทำงานปกติ

29. การจัดสรรกำไรสุทธิประจำปี เมื่อสิ้นปีทางบัญชีและได้ขบบัญชีโดยหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แล้ว รายได้ที่เหลือจะเป็นกำไรสุทธิให้จัดสรร ต่อไปนี้

1. ให้กันไว้เป็นทุนดำเนินการของศูนย์ ร้อยละ 20 หรือตามมติคณะกรรมการ
2. ให้เงินปันผลตามหุ้นแก่สมาชิกในอัตราร้อยละ 50 หรือตามมติคณะกรรมการ
3. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ร้อยละ 10 หรือตามมติคณะกรรมการ
4. เงินปันผลเฉลี่ยคืนตามการซื้อ ไม่เกินร้อยละ 10
5. ค่าเสื่อมราคาของอาคาร วัสดุครุภัณฑ์ ร้อยละ 10

ทะเบียนสมุดบัญชีและเอกสารอื่น ๆ

30. ทะเบียนสมุดบัญชี ให้ศูนย์จัดให้มีทะเบียนสมาชิกและทะเบียนอื่น ๆ เช่น ทะเบียนเงินของกลุ่ม ตลอดจนสมุดบัญชีตามแบบที่คณะกรรมการ เห็นสมควรกำหนดให้มีขึ้นเป็นบัญชีงบรายเดือน บัญชีกระแสรายวันเกี่ยวกับการรับจ่ายของศูนย์ เป็นต้น

31. การตรวจสอบบัญชีและการตรวจราคาควบคุม บัญชีของศูนย์จะต้องได้รับการตรวจสอบอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง โดยคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ตรวจสอบบัญชีของกลุ่ม

เบ็ดเตล็ด

32. การแก้ไขเพิ่มเติม หรือเปลี่ยนแปลงข้อบังคับ กลุ่มอาจแก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับนี้ได้ตามมติที่ประชุมใหญ่ ซึ่งจะต้องมีคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนสมาชิกที่เข้าประชุม ศูนย์ต้องสำเนาเสนอการแก้ไขเพิ่มเติมพร้อมกับหนังสือแจ้งเรียกการประชุมส่งไปยังสมาชิกทุกคน ก่อนการประชุมอย่างน้อย 8 วัน ข้อบังคับนี้โดยมติที่ประชุมใหญ่สามัญ

ภาคผนวก ค

ผลประโยชน์ของการกระทำธุรกิจชุมชน

การทำธุรกิจชุมชนก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งชาวบ้านและบริษัทที่ให้การสนับสนุน ซึ่งผลประโยชน์ที่ได้รับโดยสรุปมีดังนี้ (อุษณีย์, 2541: 40) คือ

1. ชาวบ้านมีโอกาสได้รับความรู้ในด้านอาชีพและฝึกทักษะที่การทางธุรกิจมากขึ้นจากเดิมที่ทำแต่อาชีพเกษตรกรรม อันจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ชาวบ้านในท้องถิ่น
2. ชาวบ้านมีรายได้ที่มากขึ้นนั้นย่อมหมายถึง ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วย
3. ชาวบ้านสามารถได้รับสินเชื่อ เพื่อนำไปลงทุนในด้านการเกษตรของตน ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ
4. การมีงานทำในท้องถิ่นจะเป็นการลดปัญหาการย้ายถิ่นของเกษตรกรเข้าสู่ตัวเมือง ซึ่งการอพยพย้ายถิ่นของเกษตรกรเข้าสู่เมืองนั้น มักก่อให้เกิดปัญหาความแออัดในเมือง ปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ อันเนื่องจากไม่สามารถหางานทำในตัวเมืองได้และปัญหาอื่น ๆ ที่เป็นปัญหาดังกล่าวอีกมากมาย