

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย 1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนรวมทั้งการดำเนินด้วย
วิวัฒนาการของทุนทางสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับกิจกรรมการออมทรัพย์โดยศึกษาบทบาทของผู้นำ
ชุมชน การก่อตั้ง และการปรับตัวขององค์กรออมทรัพย์ชุมชนนากระหว่างให้พัฒนาในจังหวัดลำปาง
และกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านสะแกเครื่อในจังหวัดตาก 2. ศึกษาวิธีการการดำเนินงานของ
องค์กรและกลุ่มออมทรัพย์ฯ ด้านการจัดองค์กร ประเภทของการออม สินเชื่อ และสวัสดิการ
รวมทั้งมูลเหตุจุงใจให้เข้าร่วมและประยุกต์ที่สมาชิกได้รับ ขันได้แก่ การเพิ่มของเงินออม จำนวน
สมาชิก โอกาสการมีส่วนร่วม รายได้ การช่วยเหลือ รวมทั้งการสร้างกฎเกณฑ์ตลอดจนเครือข่าย
และปฏิสัมพันธ์กับภายนอก 3. ศึกษากระบวนการแปลงทุนทางสังคมในชุมชนไปพัฒนาศักยภาพ
ของชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายบทบาทขององค์กรและกลุ่มออมทรัพย์ฯ ต่อการทำกิจกรรม
สาธารณะ อาทิ เช่น การลงแรงเกี่ยวกับข้าว การรักษาป่า การจัดการราย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยภาคสนามโดยการวิจัยเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกรณี
องค์กรออมทรัพย์ 2 ชุมชน คือชุมชนนากระหว่างให้ในจังหวัดลำปางและบ้านสะแกเครื่อในจังหวัดตาก
การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้เทคนิควิจัยเชิงคุณภาพทั้งนี้จะจัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณปีกอบด้วย
การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์รายบุคคลแบบกึ่งโครงสร้าง การสนทนากลุ่ม และการสังเกต
แบบไม่มีส่วนร่วมจากภาคสนาม ผู้ให้ข้อมูลหลักด้านบริบทชุมชนได้แก่ผู้นำชุมชนพื้นที่ละ 2 คน
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์รายบุคคลจากครัวเรือนที่เป็นสมาชิกองค์กรออมทรัพย์ฯ และ
กลุ่มออมทรัพย์ฯ จำนวน 80 และ 68 ครัวเรือนตามลำดับ และผู้มีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่ม
จากองค์กรออมทรัพย์ฯ และกลุ่มออมทรัพย์ฯ พื้นที่ละ 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่

แนวสัมภาษณ์ รายการสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์ และแบบตรวจรายการ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยการเจาะความถี่รวมทั้งการตีความและเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผล

ผลการวิจัย

องค์กรออมทรัพย์ชุมชนนาก่อมได้ ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนเมือง โดยครัวเรือนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างในขณะที่กลุ่มออมทรัพย์บ้านสะแกเครือตั้งอยู่ในพื้นที่กึ่งชุมชนเมืองซึ่งครัวเรือนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม การรวมตัวเป็นทุนทางสังคมของสองกลุ่มในระยะแรกมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ การรวมกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจเนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยจัดกิจกรรมเงินออมและการกู้ยืมเงินเพื่อสนับสนุนการผลิตในหมู่สมาชิกโดยอาศัยผู้นำและคณะกรรมการบริหารของทุนซึ่งได้รับความไว้วางใจจากสมาชิก การทำกิจกรรมกลุ่มของทั้งสองกลุ่มไม่ประสบปัญหานี้เสียเนื่องจากมีกระบวนการควบคุมทางสังคม หรือ “กฎเกณฑ์ของชาวบ้าน” ที่ค่อนข้างเข้มแข็ง ทุนทางสังคมและกิจกรรมของกลุ่มมีวิัฒนาการและการปรับตัวก่อให้เกิดการขยายเครือข่ายระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด ทั้งนี้พบว่ามีข้อแตกต่างกันในระหว่างสองกลุ่มที่ศึกษาถั่วคือ องค์กรออมทรัพย์ฯ มีกิจกรรมเงินออม 2 ประเภท คือ กองทุนหมุนเวียนหนึ่งร้อยบาท และ กองทุนสวัสดิการชุมชนวันละบาท ซึ่งเน้นเรื่อง “การออมเพื่อให้” กิจกรรมด้านสวัสดิการ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะความต้องการของสมาชิกโดยจัดกิจกรรมด้านสวัสดิการร้อยละ 50 ของกองทุนสวัสดิการชุมชนและผลกำไรจากการเบี้ยของกองทุนหมุนเวียนโดยมีเงินหมุนเวียนภายจากสมาชิกภายในกลุ่มประมาณ 1.1 ล้านบาท สำหรับ กลุ่มออมทรัพย์ฯ เน้นกิจกรรมการออมเงินสินเชื่อ โดย มีกิจกรรมออมทรัพย์ 2 ประเภท คือ สัจจะะสม สามัญและสัจจะะสมพิเศษโดยนำเงินผลกำไรมาจัดกิจกรรมสวัสดิการเพียงร้อยละ 5 มีเงินหมุนเวียนจากสมาชิกภายในกลุ่มประมาณ 8.4 ล้านบาท

การสร้างเครือข่ายปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในและนอกกลุ่ม พบว่าองค์กรออมทรัพย์ฯ ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกค่อนข้างมาก เนื่องจากมีผู้นำที่ทำงานประสานกับหน่วยงานภายนอกสามารถระดมทรัพยากรเงินทุนและเงินสนับสนุนโครงการพัฒนาได้เป็นจำนวนเงินประมาณ 9.4 ล้านบาท ในทางตรงกันข้ามเครือข่ายปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในมีน้อยมีผลให้ความเป็นปึกแผ่นและการพึ่งตนเองน้อยลง ในขณะที่เครือข่ายปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มออมทรัพย์ฯ มีสูงทำให้ชุมชนมีความเป็นปึกแผ่นและพึ่งตนเองแม้ว่าจะระดมทรัพยากรเงินทุนจากภายนอกให้เข้มแข็งสามารถสร้างนวัตกรรมขององค์กรออมทรัพย์ฯ คือการขยายผลสูกิจกรรมสาธารณูปโภคด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะโดยการรับซื้อขยะไป

ขยายต่อรวมทั้งรับซื้อขยะแทนการนำร่องเงินกู้ซึ่งช่วยส่งเสริมกิจกรรมของคนจนให้มีงานทำ (Workfare) และการทำน้ำดื่มของชุมชน ในขณะที่กู้สูมออมทรัพย์ฯ ขยายผลสู่กิจกรรมสาธารณะ ด้านการพัฒนาชุมชนโดยการจัดสรรงบประมาณสร้างหอระฆัง และ ร่วมกิจกรรมดำเนินการเกี่ยวข้องของโรงเรียนรวมทั้งการซ้อมเชมดันน

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเกิดจากการผสานและสร้างความสมดุลระหว่างแนวทางในการเพิ่มทุนทางสังคมสมាជิกรากลุ่มโดยสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและสมาชิกผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มเพื่อสร้างความรู้ที่เกี่ยวกับการเป็นสมาชิกและแรงยืดเหยียวย้ายในรวมทั้งความเป็นปึกแผ่นของชุมชนพร้อมกับการสร้างเครือข่ายปฏิสัมพันธ์กับองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรชุมชนโดยอาศัยกิจกรรมของชุมชนเพื่อการระดมทรัพยากรจากภายนอกแล้วควบคุมและบริหารจัดการทรัพยากรสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มโอกาสในการทำงาน และโอกาสทางการศึกษา รวมทั้งการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนการจัดสวัสดิการชุมชนและกิจกรรมสาธารณะจะสามารถสร้างความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือเกื้อกูลกันและพัฒนาศักยภาพของชุมชน

องค์กรแลกกลุ่มออมทรัพย์รวมทั้งสวัสดิชุมชน เป็นวิวัฒนาการที่กำลังขยายตัวอย่างกว้างขวางในทุกภูมิภาคของไทยโดยรวมกันเป็นเครือข่ายระดับจังหวัดและในอนาคตอาจจะเป็นเครือข่ายระดับประเทศ โดยมีผู้แสดงหลักฝ่ายร่วมกัน เช่น ผู้นำชุมชน ร่วมกับองค์กรต่าง ๆ เช่น สถาบันพัฒนาองค์กรเอกชนและหน่วยงานพัฒนาชุมชนที่ได้สนับสนุนการประชุมสัมมนา “สวัสดิการชุมชนคนไม่ทิ้งกัน ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะระดับชาติ โดยมีเป้าประสงค์ให้รัฐประนองนักถึงระบบสวัสดิการภาคประชาชน พร้อมกับเสนอให้รัฐและหน่วยงานภายนอกอย่างภาคเอกชน องค์กรเอกชน สถาบันการศึกษาเข้ามาร่วมเป็นหุ้นส่วนและให้สนับสนุนในหลายรูปแบบ เช่น เงินสมทบ การช่วยเหลือด้านวิชาการ และการยอมรับองค์กรภาคประชาชน การขับเคลื่อนนโยบายนี้สอดคล้องกับการที่สังคมไทยมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น แต่ประชาชนในภาคเกษตรกร แรงงานรับจ้าง และผู้ประกอบการขนาดเล็กยังขาดหลักประกันทางสังคม นอกจานนี้ยังพบว่าการทำงานของกองทุนฯมีจุดเน้นที่แตกต่างกัน และข้อสังเกตเกี่ยวกับ “ผลวัด” ขององค์กรและกลุ่มออมทรัพย์ฯ นอกจากการประสานภายในกลุ่มมีการทำงานประสานกับหน่วยงานภายนอก การปรับตัว เช่น การทำงานด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นรวมทั้งมีวิสัยทัศน์ที่ต้องการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ “นโยบายทางสังคม” กล่าวคือเสนอให้รัฐเห็นความสำคัญของสวัสดิการชุมชน

202833

This research study investigated the importance of social capital for building community capacity in two Thai communities. The research was carried out within two microcredit organizations (CMOs), one in Na Guam Tai Pattana in Lampang (upper northern Thailand), and the other in Sa Ga Kreua Village in Tak (lower Northern Thailand). The social capital approach was seen as an important addition for advancing understanding of organizational and community life in Thailand. It is the subject of much academic as well as institutional (for example, World Bank and government) interest internationally but it is a relatively new approach in Thailand.

The research objectives, within the two communities, were:

1. To identify the community context and household characteristics, and to study the evolution of social capital and the development of the CMOs, within the two communities
2. To study the activities and outputs of the CMOs
3. To study how the social capital approach contributes to the development of community capacity

The researcher used mainly qualitative research methods, but with some quantitative features. The field research was preceded by extensive literature reviews on

community profile, house characteristics, social capital, formal and informal organization, community capacity, and in a more limited way, poverty.

Using the literature, the researcher was able to develop a number of operational definitions for the research. For example, two types of social capital were identified: 'bonding'; (that is, the links or connections among CMO members) and 'bridging' (the links between the CMOs and outside resources). The research included the development of community profiles in each community, providing a community context for the research. The CMOs were also profiled in terms of a number of organizational elements such as their history, mission, goals, program activities and outputs, and the researcher observed a number of CMO meetings. The researcher also reviewed CMOs documents and individually interviewed CMOs members, using a 20% systematic sample (68 interviews in Tak and 80 in Lampang) using a structured interview schedule. Two interviews with key informants were held in each community. Following these interviews, the researcher held a focus group in each community to follow up on a number of issues that emerged from the individual interviews and discussions with the CMOs leaders and key informants.

The major findings showed that there were some similarities in the CMOs. In Tak, There were 2 saving (the general and specific savings) the members were required to save between 10-2,000 baht per month to deposit in the CMO, while in Lampang, there were 2 savings options (the first required members to save 1 baht per day to deposit and the second option required savings of 100 baht per month. The researcher found that The CMO in Tak included all households in the village as members (so that the membership includes the 'total community') while in Lampang, the membership included 800 households out of a total of 1,080 households (approximately 80 % of the household population in the community).

There were also considerable differences. The CMO in Tak showed a higher level of 'bonding' social capital, while the CMO in Lampang had a high level of 'bridging' social capital. While in both CMOs there were limited opportunities provided for member participation, there was more involvement in Tak as there were regular monthly meetings

open to all the community, and members were involved directly in CMO sponsored activities such as construction of a belfry at the local temple, rice farming for the local community school and road repair work; in Lampang, there was only one meeting per year and member participation seemed to be limited to involvement of some members at seminars and training sessions. Also, in Tak the total revenue came from the membership, except for monies held in a bank account that were used to pay welfare costs such as for members, staffing and office expenses; in the Lampang CMO there was a higher diversity of income sources, as most of the capital came from government sources. In Tak, approximately 80% of the operational budget was spent providing loans to members, with some monies spent on supporting community projects such as building a belfry at the local temple and repairing a road; in Lampang, approximately half of the operational budget was spent on 'projects (including 'networking', for education about the CMO, training and seminars; supporting its own business venture in producing clean drinking water for sale; and garbage management), while about 40% was spent on loans and 10% on workfare payments to poor individuals in need. Some of the examples above (e.g. building a belfry, workfare payments and providing safe drinking water may be seen as supporting public ventures that benefit the whole community; some may see them as 'spillover' effects of the public-minded goals of the CMO as development organizations for all the community.

The picture arises of two distinct models of CMO organization and functioning. The CMO in Tak is an inclusive organization, comprising all households in the community, with regular reporting to the members, and providing a number of opportunities for member participation through monthly meetings and in direct participation in community projects (e.g. involvement in repairing a road and in rice farming for the local community school). The direction of the CMO is dedicated to community integration and building community capacity through self-reliance. The CMO requires regular payments from members based on a capacity to pay and spends most of its operational funds on loans to members. The emphasis of the organization is on increasing bonding social capital, characterized by high levels of trust, reciprocity and

networking among members. There is relatively little interest in building 'bridging' social capital.

The CMO in Lampang is a somewhat less inclusive organization, comprising about 85% of households in the community, with less reporting to the membership and fewer opportunities for member participation, except through attendance by some members at seminars and training sessions. One of the main directions of the CMO is toward activities (projects) that are characterized as 'networking' but seem to be aimed at either providing information about the CMO, encouraging higher membership or conducting various types of training activities. The CMO activities are oriented to building more 'bridging' social capital, geared to attract more government funding to the organization. However, it has initiated a CMO business venture to bottle safe water for sale, with any profits going to the CMO. Volunteers work in the business and are paid a wage (130bt per day). It is less oriented to increase community integration, building community capacity or self-reliance.

The researcher suggests a third model for increasing social capital and building community capacity in CMOs. This model proposes some mixture of the two approaches taken in Tak and Lampang. It calls for full ownership of the CMO by the membership; providing full public and regular reporting to the membership; increased ways for members to participate more effectively (such as by increasing leadership roles; involvement in functions such as collecting information for the CMO; involvement in fund raising; making contacts with government, business and community officials; evaluating performance); providing a greater focus on loans that support the capacity of poor households through start up or maintaining businesses and/or to increase employment opportunities through training; supporting community efforts at all levels – for households, for the CMO to strengthen itself as a democratic organization that can adapt to change in conditions outside the community; and to support community efforts that benefit the whole community. The model also calls for attention to developing a balance of both 'bonding' and 'bridging' social capital so that the CMO becomes internally strong, develops cohesion among its members and allows it to take collective action

(such as building bridges that can bring needed resources from outside the communities that can be controlled and managed by the CMOs itself).

There are a number of important implications for social policy arising from the research. First, in communities such as the ones studied, there are many poor and low income people who can generally maintain themselves and participate in the life of the community, but who become vulnerable to a number of risks, such as disease and illness, accidents and disability, loss of employment and old age. At these times, and maybe for long periods of time, they need income assistance and support. CMOs can provide only minimal assistance to people in such financial need and should not be expected to assume the important role of income protection and income security that is, more properly the role of government. Second, the CMOs in this research have been found to provide money and other resources to improve community infrastructure (such as garbage management and repairing roads). These kinds of expenditures by the CMOs should also be expected to come from government that has more resources and that already obtain taxes from all the people to provide such public services. Third, the CMOs should continue to play an important and expanded role of supporting economic and social development of people in the community. The CMOs can focus their efforts and funding to support people who cannot obtain credit from conventional banks with small but important loans to help them increase their incomes and create jobs for themselves and others in the community. The roles of the CMOs can include being brokers to lever the savings of their members to obtain other private and public funding that increases economic opportunities through training and job creation. They can also be partners in development as well as advocates for the CMO movement. This does not mean that the CMOs should not keep up their charitable activities in their communities, when they have some available funds, as they are important vehicles for improving the lives and the economic and social life of the communities where they operate. Government, as well as business, should support the efforts of local people who, through their own efforts, help their members and the general community. It is in the interest of government to provide tangible support, including paying administration costs of the

CMOs, providing a fund to match community savings (matching fund); assisting CMOs with training in business management, entrepreneurship, marketing, member participation and organizational development; and access to specific project funding to CMOs to assist in their employment training, business and job creation ventures.

In addition, this research should be useful to existing CMOs as well as to other local communities who want to develop similar kinds of organizations to enable them to help themselves through their own resources and with the input of resources from outside. Therefore, this research is useful both to local communities and to policy makers in government, business and the community/NGO sectors to understand how local people are working to reduce poverty and inequality in their own communities. It also shows how the ideas behind social capital can inform new community economic development directions that empower local people and lead to higher productivity and quality of life for Thai people.

The research has a number of limitations. First, studies of social capital in the context of Thai communities are just beginning, and it was necessary to begin to identify the concepts, variables and indicators for research in this field. Second, the research was carried out at only one point in time in two CMOs in the north and lower north of Thailand. Third, it also was mainly qualitative in that it focused mainly on the perceptions of members of the CMOs.

This research points to a number of directions for further research. First, further research is indicated that will focus on more of these kinds of organizations, in both small and large communities, and across all regions of Thailand. Second, additional research is needed that should focus on using quantitative data, where it is available, that can help to determine the outputs and outcomes of CMOs activity, such as providing more reliable data on income, employment, and socio-economic development of the communities. Third, more research can help to provide stronger recommendations to define the respective roles of government and CMOs in providing social protection for vulnerable people and for building partnerships in the community that leads to improved their social and economic development. This should involve how government can better

support the important role of CMOs in encouraging savings and making loans that can improve the life chances of the poor and the communities to be more self-reliant but also be more interdependent with other parts of Thai society as new challenges arise through globalization.

The research conducted for this thesis provides a useful beginning to building more knowledge about the nature of social capital and how it is developed and used to increase the capacity of local communities. More research needs to be undertaken over longer periods of time to assess the usefulness of the social capital approach to promote community capacity in Thai communities.