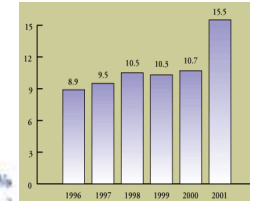
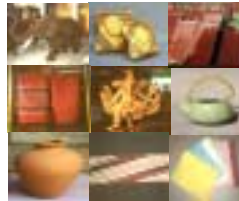
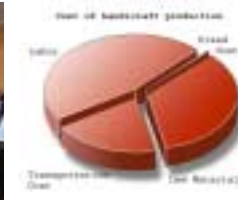


แผนธุรกิจ

วิสาหกิจหัตถกรรม
พื้นบ้าน

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบงหลง



โครงการวิจัย การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน
สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2546

แผนธุรกิจ

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบงหลง

โครงการวิจัย การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน
สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2546

คณะวิจัย

หัวหน้าโครงการ

อาจารย์ ดร. ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ ^{(1), (3)}

หัวหน้าโครงการร่วม

รศ. ดร. อารี วิบูลย์พงศ์ ^{(2), (3)}

นักวิจัย

อาจารย์วรลักษณ์ หิมะกลัด ⁽¹⁾

ประทานทิพย์ กระมล ⁽³⁾

อาจารย์นัทธมน ชีระกุล ^{(1), (3)}

ผู้ช่วยนักวิจัย

ทินรัตน์ พิทักษ์พงศ์เจริญ ⁽³⁾

พีรพงษ์ ปราบริปู ⁽³⁾

(1) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

(2) ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

(3) ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำนำ

โครงการวิจัย “การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน” มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ชีตความสามารถในการแข่งขัน และความเข้มแข็งทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของผู้ประกอบการหัตถกรรมพื้นบ้าน อันจะส่งผลต่อการยกระดับรายได้ของหน่วยประกอบการและการจ้างงานในท้องถิ่น โดยดำเนินการวิจัยแบบเจาะลึกถึงโครงสร้างทางธุรกิจรอบด้าน และการจัดองค์กรของหน่วยประกอบการ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลรายละเอียดอันเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะให้หน่วยประกอบการสามารถนำไปพิจารณาปรับปรุงกิจการของตนได้เป็นอย่างดี

แผนธุรกิจฉบับนี้ เป็น แผนธุรกิจของ กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านปางหลวง ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการวิจัยกรณีศึกษาเจาะลึกดังกล่าวแล้วข้างต้น อย่างไรก็ตามแผนธุรกิจ จะเป็นอย่างไรนั้นย่อมต้องเป็นไปตามความประสงค์ของเจ้าของกิจการเป็นสำคัญ ดังนั้นการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้ จึงเกิดจากการระดมความคิดของกลุ่มประกอบการโดยมีคณะวิจัยทำหน้าที่ด้านวิชาการในการคำนวณ วิเคราะห์ผล และเขียนแผน โดยปรับปรุงและเพิ่มเติมให้เกิดความสมบูรณ์และมีความเป็นไปได้มากที่สุด ภายใต้ข้อจำกัดของเวลา และเป้าหมายของหน่วยประกอบการ ทั้งนี้เพื่อให้ได้แผนการปรับปรุงโครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรที่เหมาะสมสำหรับหน่วยประกอบการ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณท่าน และสมาชิกในองค์กร ที่ให้การต้อนรับเป็นอย่างดี รายงานฉบับนี้ไม่อาจเกิดขึ้นได้โดยปราศจากความร่วมมือของท่าน ตลอดจนการอนุญาตให้เสนอรายงานได้ตามความเป็นจริง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะนำแผนธุรกิจที่ร่วมกันจัดทำขึ้นนี้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สืบไป

คณะวิจัย

มีนาคม 2546

	หน้า
คณะวิจัย	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	1
1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ	3
2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ	5
3. วัตถุประสงค์ เป้าหมายและแผนทางธุรกิจ	7
4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ	38
5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ	39
6. ภาคผนวก	41

แผนธุรกิจกลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจ

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี 2542 มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม โดยการดำเนินงานด้านการจักสาน รักษาและพัฒนางานจักสานของท้องถิ่นและให้สมาชิกทุกคนมีความสามัคคีกัน กลุ่ม มีสมาชิกจำนวน 25 คน เป็นลักษณะการแบ่งชิ้นงานให้สมาชิกไปทำ และนำมาขายให้กับทางกลุ่ม ฯ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกภายในชุมชน กลุ่มได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานประเภทโคมไฟ และจักสานประเภทอื่น ๆ เช่น ตะกร้า กระบุง ฯลฯ โดยนำวัสดุจากธรรมชาติต่าง ๆ มาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีความโดดเด่นแตกต่างจากเครื่องจักสานทั่วไป และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัย เป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ มีเป้าหมายการผลิตประมาณ 1,400 ชิ้นต่อปี หรือมูลค่าการผลิตประมาณ 230,000 บาทต่อปี

การจำหน่าย กลุ่มมีช่องทางหลัก 2 ช่องทาง คือ พ่อค้าคนกลาง และลูกค้ารายย่อย เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ นิยมการจัดและตกแต่งบ้าน สำหรับการส่งเสริมการขาย กลุ่มเน้นวิธีการให้เครดิต การแสดงสินค้า การให้ส่วนลด และการบริการส่งถึงที่ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสะดวกให้กับลูกค้า

โอกาสธุรกิจและปัจจัยความสำเร็จ

โอกาสทางธุรกิจของกลุ่ม เริ่มมีเมื่อก่อนปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์การจักสาน จากผลิตภัณฑ์จักสานรูปแบบดั้งเดิมมาเป็นประเภทโคมไฟ ซึ่งมีรูปแบบหลากหลายตามสมัยนิยม ประกอบกับรัฐบาลได้ดำเนินนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก ที่ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่ ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในประเทศและทั่วโลก ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวด 1 ผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล ประเภทเครื่องจักสานของภาคเหนือตอนบน รวมถึงกลุ่มมีผู้นำที่มีแนวคิดก้าวหน้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ช่องทางการตลาดของกลุ่มสามารถขยายเพิ่มขึ้นได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบหลากหลาย แตกต่างจากผลิตภัณฑ์จักสานทั่วไป และตลาดของกลุ่ม ฯ ยังจำกัดอยู่เฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ถึงร้อยละ 80 ในขณะที่ตลาดกรุงเทพฯ ฯ มีเพียงร้อยละ 20

นอกจากนี้ ผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศส่วนมากหันมาให้ความสนใจสินค้าที่สามารถเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ตนและครอบครัว โดยอาจเป็นผลกระทบมาจากเหตุการณ์ก่อวินาศภัย World Trade Center ซึ่งทำให้คนคำนึงถึงการสร้างความสุขความสบายให้แก่ตนและบุคคลในครอบครัวมากขึ้นสินค้า เห็นได้จาก ในปี 2545 สหรัฐนำเข้าเครื่องจักสานจากทั่วโลกมูลค่าถึง 323.94 ล้านดอลลาร์ โดยนำเข้าจากไทยมีมูลค่า 1.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นอันดับ 9 รองลงมาจาก จีน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไต้หวัน อินเดีย ฮองกง เกาหลี

และแคนาดา และประมาณการส่งออกปี 2545 มูลค่า 318.56 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.07 เมื่อเทียบกับ ปี 2544 (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2545)

สภาพการแข่งขัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มลูกค้า โดยกลุ่มเน้นการผลิตให้มีความแตกต่าง และให้ความสำคัญด้านคุณภาพ รูปแบบ และการใช้สีที่กลมกลืน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่ม คือ ด้านการควบคุมคุณภาพ การจัดซื้อวัตถุดิบที่ต่อเนื่อง กับพ่อค้า และความเที่ยงตรงในการกำหนดปริมาณผลิต กำลังการผลิตให้สอดคล้องกับปริมาณการสั่งซื้อของพ่อค้า นอกจากนี้ นายสิงห์แก้ว เป็นบุคลากรของกลุ่ม ฯ ที่มีแนวความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าที่มีอายุ ตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ ที่นิยมการจัดและตกแต่งบ้าน ซึ่งกลุ่มคาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาด ในระดับหมู่บ้าน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 40 และระดับจังหวัดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15 สำหรับเป้าหมายยอดขายในปีแรก ๆ ประมาณ 366,000 บาท หรือที่ปริมาณยอดขาย 1,400 ชิ้น

ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (รูปแบบและต้นทุนต่ำ)

- 1.เป็นโคมไฟที่มีลักษณะโดดเด่น มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและแปลกใหม่อยู่เสมอ
- 2.ในการดำเนินการตลาดของกลุ่ม ฯ จะเน้นที่คุณภาพและความเป็นเอกลักษณ์มากกว่าของ คู่แข่งภายในพื้นที่เดียวกัน
- 3.ใช้วัตถุดิบที่มีความหลากหลาย คุณภาพมาตรฐานและราคาถูก

ความคุ้มค่าในเชิงธุรกิจ

จากการประเมินผลการประกอบการในปี 2545

ยอดขายมูลค่า	418,640	บาท
กำไรขั้นต้น	130,593	บาท
อัตรากำไรขั้นต้น	31.19	%
อัตรากำไรสุทธิ	20.97	%
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	49.35	%

จากตัวเลข อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย และผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุนของกลุ่ม ฯ สะท้อนว่ากลุ่มมีความสามารถในการทำกำไรค่อนข้างดี และได้รับผลตอบแทน เป็นที่น่าพอใจ

ตารางที่ 1 แนวโน้มกำไรและระยะเวลาในการทำกำไร

	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
ปริมาณขาย (ชิ้น)	1,400	2,500	3,500	4,100	4,700
ยอดขาย (บาท)	366,847	651,600	928,200	1,109,052	1,254,078
กำไรขั้นต้น (บาท)	138,623	254,073	355,848	460,833	524,620
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	37.79	38.99	38.34	41.55	41.83
อัตรากำไรสุทธิ (%)	29.94	34.54	35.19	38.90	39.46
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	39.25	44.58	39.28	34.16	28.15
จุดคุ้มทุนกำไร (บาท)	18,881.49	16,166.92	15,908.74	14,327.13	14,144.33

ตารางที่ 2 ประมาณการระยะเวลาคืนทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ(จริง)	115,436.84	340,505.05	667,148.06	1,098,576.28	1,593,491.99
เงินสดรับ(สะสม)	115,436.84	455,941.89	1,123,089.95	2,221,666.22	3,815,158.21

เงินลงทุนทั้งโครงการ 246,940.00 บาท

ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 5 เดือน

1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มฯ

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบงหลวง ตั้งเมื่อปี 2541 ภายใต้การบริหารงานของนายสิงห์แก้ว จันทน์น้อย มีสมาชิก จำนวน 25 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อ สร้างรายได้ให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม โดยการดำเนินงานด้านการจักสาน รักษาและพัฒนางานจักสานของท้องถิ่นและให้สมาชิกทุกคนมีความสามัคคีกัน การทำงานภายในกลุ่มจะเป็นลักษณะการแบ่งชิ้นงานให้สมาชิกไปทำและนำมาขายให้กับกลุ่มฯ ช่วงแรกทางกลุ่มได้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภท กระเป๋า ตะกร้า กระบุง ฯลฯ โดยส่งจำหน่ายตามร้านค้าภายในท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลางที่เคยรับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มจักสานของตำบล ต่อมาปี 2543 กลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทโคมไฟรูปทรงต่าง ๆ ออกมาจำหน่ายจนเป็นที่นิยมของลูกค้าและเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้

กลุ่มฯ ได้กู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้านและธนาคารออมสิน เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มจำนวนทั้งหมด 50,000 บาท โดยได้นำไปซื้อเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต และใช้เป็นเงินหมุนเวียนภายในกลุ่มเพื่อรับซื้อชิ้นงานและวัตถุดิบ

ปี 2544 เป็นปีที่กลุ่มฯ ได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวด 1 ผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล ประเภทเครื่องจักสานของภาคเหนือตอนบน อันเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จของกลุ่มฯ ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.2 ลักษณะและรายละเอียดของสินค้า

ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิต แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นโคมไฟชนิดต่างๆ ที่ผลิตจากไม้ไผ่ และหวาย ใช้สำหรับประดับตกแต่งภายในบ้าน ส่วนประเภทที่ 2 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป รายละเอียดของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

ลำดับ	ประเภทโคมไฟ	ลำดับ	ประเภทโคมไฟ
1	ทรงพุ่ม 2 ชั้นธรรมดา	12	ทรงหม้อปั้น
2	ทรงพุ่ม 2 ชั้นไป	13	ดอกบัว 2 ชั้นมีกลีบ
3	ทรงพุ่ม 2 ชั้นสาน	14	ดอกบัว 2 ชั้นไม่มีกลีบ
4	ทรงกลมฝาปิด	15	กระบอกไม้ซี่ ชั้นเดียว
5	ทรงปรีะมิด(เล็ก)	16	กระบอกไม้ซี่ 2 ชั้น
6	ทรงปรีะมิด(ใหญ่)	17	กระบอกไม้ซี่ 3 ชั้น
7	ทรงกระบอกต่ำสี่เกล็ดงู	18	พุ่มไม้ลายดอก
8	ทรงกระบอกสูงสี่เกล็ดงู	19	ทรงหางปลา
9	ทรงกลมลายดอก	20	ทรงช้าง
10	พุ่มสานหวาย	21	ทรงไซ
11	พุ่มสานหวายทรงแจกัน	22	กระบอกสานลายพิกุล
ลำดับ	ประเภทอื่นๆ		
1	แฟมใส่กระดาด		
2	กระบอก		
3	กระบุงใส่ขยະ		

ที่มา : จากการสำรวจ

ประวัติสินค้า

ในระยะแรกช่วงปี 2542 กลุ่ม ฯ มีผลิตภัณฑ์จักสานยังไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นประเภท ตะกร้า กระเป๋า และกระบุง ต่อมาในปี 2543 นายสิงห์แก้ว จันทน์น้อย ได้พบเห็นผลิตภัณฑ์ประเภทโคมไฟที่ทำจากเครื่องปั้นดินเผา (ตัวโคมไฟ) และกระดาษสา (ผ้าชีโคมไฟ) ที่บ้านถวาย ตำบลหางดง ทำให้นายสิงห์แก้วเกิดแนวความคิดที่จะพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยดัดแปลงโคมไฟจากบ้านถวายมาใช้วัตถุดิบที่เกิดจากการสาน ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นไปในลักษณะปรับปรุงใหม่ (Modified Product) ผลิตภัณฑ์โคมไฟที่ผลิตในช่วงนี้ ได้แก่ โคมไฟทรงหางปลา โคมไฟทรงพุ่มไม้ลายดอก และโคมไฟทรงหม้อปั้น

ในปี 2544 นายสิงห์แก้ว ได้มีแนวคิดในการนำผลิตภัณฑ์จักสานที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เช่น ไชและข้องดักปลา โดยนำมาเป็นแม่แบบในการทำโคมไฟทรงไชและทรงข้อง ในการผลิตโคมไฟทั้ง 2 แบบ นับว่าเป็นชิ้นงานที่คุณสิงห์แก้วมีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นครั้งแรก จนในปัจจุบันนายสิงห์แก้วเป็นผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่ม และมีการพัฒนาโคมไฟรูปแบบต่าง ๆ ออกมาจำหน่าย จากผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่ม ฯ ได้รับรางวัลในการประกวด 1 ผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล ประเภทเครื่องจักสานของภาคเหนือตอนบน ประจำปี 2544 ซึ่งจัด ณ บริเวณลานประตูท่าแพ และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลชมเชยคือ โคมไฟทรงปิระมิดใหญ่ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของลูกค้าในปัจจุบัน

จุดแข็งของสินค้า

1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบความหลากหลายและ ค่อนข้างเป็นเอกลักษณ์
2. มีการผสมผสานการใช้วัตถุดิบค่อนข้างลงตัว

2. SWOT Analysis

จากการศึกษากลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง ทั้งในด้านองค์กร การผลิต การตลาดและการบริหารการเงินของกลุ่ม ฯ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของกลุ่มได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. ด้านการจัดการองค์กร

- 1) ผู้นำของกลุ่ม ฯ เป็นบุคคลที่มีแนวความคิดก้าวหน้าในการบริหารและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สมาชิกของกลุ่ม ฯ ได้ผลิตชิ้นงานที่มีรูปแบบหลากหลาย ซึ่งเป็นการฝึกฝีมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2) สมาชิกทุกคนยอมรับและไว้วางใจในตัวผู้นำกลุ่ม ฯ เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหาตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ฯ ส่งผลให้สมาชิกมีงานทำและรายได้เพิ่มขึ้น

2. ด้านการผลิต

- 1) โคมไฟเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นของกลุ่ม ฯ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายและแปลกใหม่อยู่เสมอ
- 2) กลุ่ม ฯ ใช้แรงงานในท้องถิ่น และวัตถุดิบสามารถจัดหาได้ง่ายมีเพียงพอต่อการผลิต บางชนิดสามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น ใช้ไฟข้าวหลามแทนไฟหวาน ทำให้กลุ่มสามารถพึ่งตนเองได้ในระยะยาว
- 3) กลุ่ม ฯ มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ และมีการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

3. ด้านการตลาด

- 1) ในการดำเนินการตลาดของกลุ่ม ฯ จะเน้นที่คุณภาพและความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ คู่แข่งจะเน้นผลิผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้จำนวนมากเป็นหลัก
- 2) มีการประสานงานกับหน่วยงานราชการ เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 ในการนำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดงในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายทางหนึ่ง
- 3) มีการรักษาลูกค้าเดิม โดยการลดราคาผลิตภัณฑ์ลงร้อยละ 5-10 ของราคาขายตามปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง และลูกค้าไม่ต้องมีเงินมัดจำร้อยละ 30 จากการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความพึงพอใจและรักษาลูกค้าไว้ได้

4. ด้านการเงิน

- 1) กลุ่ม ฯ มีการวางแผนการเงินอย่างชัดเจน โดยแบ่งรายได้ออกเป็น 2 ส่วน เท่า ๆ กัน เพื่อใช้ในการซื้อวัตถุดิบ ซื้อชิ้นงานจากสมาชิก และเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของผู้นำกลุ่ม ฯ ซึ่งทำให้การควบคุมทางการเงินเพื่อใช้ในการผลิตมีความต่อเนื่อง
- 2) กลุ่ม ฯ มีการเก็บเงินมัดจำจากลูกค้ารายใหม่ร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง ทำให้สามารถนำเงินมัดจำไปจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตได้บางส่วน

จุดอ่อน

1. ด้านการจัดการองค์กร

กลุ่ม ฯ ยังไม่มีการกระจายอำนาจความรับผิดชอบในการทำงาน เนื่องจากจากกลุ่ม ฯ ยังไม่ได้จัดตั้งอย่างเป็นทางการ การตัดสินใจจึงอยู่ที่ผู้นำเพียงคนเดียว ทำให้หน้าที่ความรับผิดชอบบางอย่างทำไม่ได้ทั่วถึง ซึ่งในระยะยาวจะส่งผลถึงความยั่งยืนของกลุ่ม ฯ หากผู้นำกลุ่มไม่สามารถดำเนินงานได้

2. ด้านการผลิต

- 1) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ฯ ยังไม่เหมาะสมต่อการวางจำหน่ายและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

2) กลุ่ม ฯ ยังขาดความรู้ในเรื่องการป้องกันเชื้อราและมอดที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเสี่ยงต่อการเกิดเชื้อราและมอด

3. ด้านการตลาด

ช่องทางการไหล (Market flow) ของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสั้น เนื่องจากกลุ่ม ฯ ยังมีขนาดเล็ก และปริมาณการผลิตของกลุ่ม ฯ ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับการสั่งซื้อของลูกค้าและพึงพาพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก ทำให้การขยายตลาดของกลุ่ม ฯ ยังอยู่ในวงจำกัด

4. ด้านการเงิน

- 1) กลุ่ม ฯ ยังขาดความรู้ในเรื่องระบบบัญชี ซึ่งจำเป็นต่อการวางแผนดำเนินงานในอนาคต
- 2) กลุ่ม ฯ ยังขาดเงินทุนจำนวน 30,000 – 40,000 บาท เพื่อใช้ในการซื้อเครื่องตัดไม้ ปรับปรุงสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการรับซื้อชิ้นงานและวัตถุดิบ ซึ่งในบางช่วงที่มีคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ กลุ่ม ฯ ไม่สามารถรับได้ทั้งหมด เนื่องจากทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ

ข้อจำกัด

1. บางช่วงฤดูกาลสภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิตและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
2. เชื้อรา มอดและ แมลง บางชนิด

โอกาส

1. ช่องทางการตลาดของกลุ่มสามารถขยายเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบหลากหลาย แตกต่างจากผลิตภัณฑ์จักสานทั่วไป และตลาดของกลุ่ม ฯ ยังจำกัดอยู่เฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ ถึงร้อยละ 80 ในขณะที่ตลาดกรุงเทพ ฯ มีเพียงร้อยละ 20
2. เนื่องจากกลุ่ม ฯ ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวด 1 ผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล ประเภทเครื่องจักสานของภาคเหนือตอนบน ทำให้กลุ่มมีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

3. วัตถุประสงค์เป้าหมายและแผนทางธุรกิจ

3.1 เป้าหมายโดยรวมของกลุ่ม

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง มีเป้าหมายที่จะพัฒนาบุคลากรภายในกลุ่มและชุมชน ที่มีอายุ 20-40 ปี จำนวน 50 คน ทั้งในด้านการบริหาร และทักษะฝีมือด้านการผลิต ภายในระยะเวลา 5 ปี และตั้งเป้าหมายการทำกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 ภายใน 5 ปี นอกจากนี้ กลุ่ม ฯ จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนารูปแบบให้หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3.2 เป้าหมายเฉพาะด้านและแผนทางธุรกิจ

3.2.1 เป้าหมายและแผนทางการตลาด

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง ตั้งเป้าด้านยอดขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 25 ภายใน 5 ปี นอกจากนี้ กลุ่ม ฯ จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนารูปแบบให้หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

ภาพรวมของการตลาด

1.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป้าหมายหลักของการจำหน่าย

เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ ที่นิยมการจัดและตกแต่งบ้าน

เป้าหมายรองของการจำหน่าย

เป็นกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น

2. ส่วนแบ่งการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ฯ มีส่วนแบ่งการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับจังหวัด ร้อยละ 55 และต่างจังหวัดมีร้อยละ 30 ซึ่งกลุ่ม ฯ สามารถขยายตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อีก

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม ฯ มีลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพ จำนวน 3 ราย ซึ่งมีดังนี้

1. พ่อค้าคนกลางบ้านถวาย อ.หางดง จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 25
2. พ่อค้าคนกลางสันกำแพง อ. สันกำแพง จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 15
3. พ่อค้าคนกลางสวนจตุจักร ร้อยละ 15

กลุ่ม ฯ ลูกค้าใหม่ ส่วนแบ่งดังนี้

1. พ่อค้าคนกลางจากประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 25
2. พ่อค้าคนกลางสวนจตุจักร ร้อยละ 15
3. ลูกค้ารายย่อย ร้อยละ 15

ส่วนแบ่งการตลาดที่คาดหวัง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ฯ มีส่วนแบ่งการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับจังหวัด ร้อยละ 45 และระดับต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม ฯ มีลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพ จำนวน 3 ราย ซึ่งมีดังนี้

1. พ่อค้าคนกลางบ้านถวาย อ.หางดง จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 25
2. พ่อค้าคนกลางสันกำแพง อ. สันกำแพง จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 5

3. พ่อค้าคนกลางสวนจตุจักร ร้อยละ 30

กลุ่ม ฯ ลูกค้าใหม่ ส่วนแบ่งดังนี้

1. พ่อค้าคนกลางจากประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 25

2. พ่อค้าคนกลางสวนจตุจักร ร้อยละ 10

3. ลูกค้ารายย่อย ร้อยละ 15

ตารางที่ 4 เป้าหมายและแผนทางการตลาด

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งทางการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะยาว (5 ปี) โคมไพทรวงศ์ เพิ่ม 7 % โคมไพทรวงศ์ปริมาตร เพิ่ม 3 % ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ เพิ่ม 15 %	ลูกค้าเก่า 70 % ขายส่ง 70 % ลูกค้าใหม่ 30 % ขายส่ง 25 % ขายปลีก 5 %	เพิ่มขึ้น 10 % ลดลง 10 %	สร้างมูลค่าเพิ่มให้ตัวผลิตภัณฑ์และพัฒนารูปแบบให้หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ	กำหนดราคาตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และตั้งราคาตามคุณภาพ	ขยายตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ	สร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงแหล่งจำหน่าย ลักษณะผลิตภัณฑ์ และกระตุ้นให้มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และปรับปรุงสถานที่จำหน่าย
ระยะปานกลาง (3 ปี) โคมไพทรวงศ์ เพิ่ม 5 % โคมไพทรวงศ์ปริมาตร เพิ่ม 3 % ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ เพิ่ม 20 %	ลูกค้าเก่า 60 % ขายส่ง 60 % ลูกค้าใหม่ 40 % ขายส่ง 35 % ขายปลีก 5 %	เพิ่มขึ้น 5 % -	1. พัฒนารูปแบบให้หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ 2. พัฒนารูปร่าง	กำหนดราคาตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และตั้งราคาตามคุณภาพ	ขยายตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ	สร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงแหล่งจำหน่าย ลักษณะผลิตภัณฑ์ และกระตุ้นให้มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และปรับปรุงสถานที่จำหน่าย

ตารางที่ 4 (ต่อ)

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งทางการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะสั้น (1 ปี) โคมไฟทรงช่อง เพิ่ม 20 % โคมไฟทรงปิรามิด เพิ่ม 60 % ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ เพิ่ม 5 %	ลูกค้าเก่า 55 % ขายส่ง 55 % ลูกค้าใหม่ 40 % ขายส่ง 40 % ขายปลีก 5 %	เพิ่มขึ้น 5 % เพิ่มขึ้น 10 %	1. พัฒนาคุณภาพ โดยเน้นการควบคุมคุณภาพ 2. การพัฒนารูปแบบและออกแบบ โดยนำรูปแบบเรขาคณิต และลดลายจักสานต่าง ๆ เช่น ลายพิกุลมาใช้ 3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และออกแบบ เป็นลักษณะกล่องกระดาษ ที่มีช่องแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ มีสีสันทัดตาดึงดูดใจลูกค้า มีความแข็งแรง และสะดวกในการขนส่ง 4. การพัฒนาการรับประกันและรับคืนสินค้า โดยกำหนดระยะเวลาประกันประมาณ 1 ปี 5. ออกแบบตราสินค้า งบประมาณด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 100,000 บาท คิดถัวเฉลี่ย 5 ปี	การตั้งราคาตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิต รูปแบบและความยากง่ายของผลิตภัณฑ์ บวกกำไรเพิ่มประมาณ 20 – 40 %	1. เพิ่มพ่อค้าคนกลางในระดับจังหวัด 2. ฝากขายกับทางหน่วยงานราชการ ได้แก่ - ที่ว่าการอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ - ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 3. การออกร้าน ทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด งบประมาณ 10,000 บาท/ปี 4. จำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต	<u>วิธีการส่งเสริมการตลาด</u> 1. จัดทำแคตตาล็อก และจัดทำนามบัตรกลุ่ม 2. การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ ภายในจังหวัด โดยประสานงานกับ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ 3. จัดทำแผ่นพับหรือโปสเตอร์ โฆษณา เมื่อมีการออกร้านและฝากขาย 4. จัดแสดงสินค้าหน้าร้าน <u>วิธีการส่งเสริมการขาย</u> 1. การลดราคาประมาณ 5 % เมื่อซื้อสินค้าตั้งแต่ 10 ชิ้นขึ้นไป 2. การบริการส่งถึงที่ 3. การให้เครดิต ประมาณ 1 เดือน 4. การแสดงสินค้า 5. การรับประกันคุณภาพสินค้า <u>งบประมาณการส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการขาย 90,000 บาท คิดถัวเฉลี่ย 5 ปี</u>

3.2.2 เป้าหมายและแผนทางการผลิต

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง ตั้งเป้าด้านยอดขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 25 ภายใน 5 ปี และจะพัฒนาทักษะฝีมือของแรงงานให้ดีขึ้น ภายใน 2 ปี

ภาพรวมของแผนการผลิต

ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นโคมไฟชนิดต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์จักสานอื่น ๆ ในการบริหารการผลิต นายสิงห์แก้ว จันทน์น้อย เป็นผู้ดูแล โดยการผลิตจะมีทั้งที่เป็นสินค้าตัวอย่างที่ทดลองทำขึ้นตั้งแสดงหน้าร้าน และสินค้าที่ผลิตตามการสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อมีการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า นายสิงห์แก้วจะกระจายชิ้นงานไปยังสมาชิกที่มีความถนัดในการทำชิ้นงานนั้นๆ และเมื่อสมาชิกทำชิ้นงานเสร็จ ก็จะนำมาขายให้กับกลุ่มฯ และนายสิงห์แก้วจะเป็นผู้นำมาลงสี ประกอบเป็นโคมไฟต่อไป ในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ นายสิงห์แก้วจะเป็นผู้ที่คิดค้นโคมไฟรูปแบบใหม่ขึ้นมาเสมอ

ข้อได้เปรียบด้านการผลิต

กลุ่มฯ มีจุดเด่นด้านการผลิตที่สำคัญ คือ การควบคุมคุณภาพ การจัดซื้อวัตถุดิบที่ต่อเนื่องกับพ่อค้า และความเที่ยงตรงในการกำหนดปริมาณผลิต กำลังการผลิตให้สอดคล้องกับปริมาณการสั่งซื้อของพ่อค้า นอกจากนี้ นายสิงห์แก้ว เป็นบุคลากรของกลุ่มฯ ที่มีแนวความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

ยุทธศาสตร์ที่กลุ่มฯ นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต คือ

1. ปริมาณการผลิตที่แน่นอนเพื่อสร้างความไว้วางใจกับลูกค้าในการสั่งซื้อ
2. การตรงเวลา
3. คุณภาพสม่ำเสมอ รวมถึงการประกันคุณภาพสินค้า

การวางแผนการผลิต

การผลิตสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตตามการสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก ส่วนสินค้าที่จัดแสดงหน้าร้าน มีการคิดค้นและพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาเรื่อย ๆ เพื่อประโยชน์ในการขยายตลาด และหลีกเลี่ยงการเลียนแบบของผู้ผลิตรายอื่น กลุ่มฯ มีเพียงแผนรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า โดยประเมินจากกำลังการผลิตของกลุ่มฯ และจำนวนชิ้นงานที่ลูกค้าสั่ง หากมีคำสั่งซื้อเข้ามาใหม่มากกว่านี้กลุ่มฯ ก็จะขอเลื่อนระยะเวลาการส่งมอบสินค้าออกไป

ตารางที่ 6 เป้าหมายและแผนการผลิต

เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	เครื่องจักรและอุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะยาว (5 ปี) โคมไฟทรงช่อง เพิ่ม 7 % โคมไฟทรงปิรามิด เพิ่ม 3 % ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่ม 15 %	พัฒนาทักษะฝีมือ แรงงานในการ พัฒนารูปแบบและ การออกแบบ ผลิตภัณฑ์	มีการใช้วัตถุดิบ หลากหลาย สอดคล้องกับ รูปแบบ ผลิตภัณฑ์และ ปลอดภัยจากเชื้อ รา	นำเครื่องจักรมา ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับการ ขยายตัวด้าน ยอดขายและช่วย ลดต้นทุนการผลิต	พัฒนากระบวนการ ผลิตให้ต่อเนื่องและ สอดคล้องกับการ ขยายกำลังการผลิต	ควบคุมคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ให้ สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้า และรักษาระดับ มาตรฐานให้ สม่ำเสมอ	ปรับปรุงสถานที่ผลิต ให้มีสภาพเหมาะสม ในการปฏิบัติงาน และการเก็บรักษา วัตถุดิบและ ผลิตภัณฑ์
ระยะปานกลาง (3 ปี) โคมไฟทรงช่อง เพิ่ม 5 % โคมไฟทรงปิรามิด เพิ่ม 3 % ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่ม 20 %	พัฒนาทักษะฝีมือ แรงงานในการ พัฒนารูปแบบและ การออกแบบ ผลิตภัณฑ์	มีการใช้วัตถุดิบ หลากหลาย สอดคล้องกับ รูปแบบ ผลิตภัณฑ์และ ปลอดภัยจากเชื้อ รา	นำเครื่องจักรมา ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับการ ขยายตัวด้าน ยอดขายและช่วย ลดต้นทุนการผลิต	พัฒนากระบวนการ ผลิตให้ต่อเนื่องและ สอดคล้องกับการ ขยายกำลังการผลิต	ควบคุมคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ให้ สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้า และรักษาระดับ มาตรฐานให้ สม่ำเสมอ	ปรับปรุงสถานที่ผลิต ให้มีสภาพเหมาะสม ในการปฏิบัติงาน และการเก็บรักษา วัตถุดิบและ ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 6 (ต่อ)

เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	เครื่องจักรและอุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะสั้น(1 ปี) โคมไฟทรงช่อง เพิ่ม 20 % โคมไฟทรงปิรามิด เพิ่ม 60 % ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ เพิ่ม 5 %	1.ฝึกอบรมทักษะฝีมือด้านการประกอบโคมไฟให้สมาชิก โดยนายสิงห์แก้ว เป็นผู้สอน 2.ฝึกอบรมด้านเทคนิคการผลิต เช่น ลวดลายใหม่ การขึ้นรูป และการควบคุมผลิตภัณฑ์ให้ปลอดจากเชื้อรา 3.เพิ่มค่ารับซื้อรายชิ้นตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์ <u>งบประมาณ 5,000</u>	1.ใช้ไม้ผสมผสานกับวัตถุดิบอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น เชือกกล้วย 2.ปรับการใช้สี เพื่อป้องกันเชื้อราและมอด 3.สำรวจวัตถุดิบไว้ในช่วงฤดูแล้งและช่วงเทศกาล <u>งบประมาณ 5,000 บาท</u>	1. จัดซื้อเครื่องขัดไม้ 1 เครื่อง 2. เครื่องตัดไม้ 1 เครื่อง 3.เครื่องเชื่อมเหล็ก 1 เครื่อง 4. สร้างเตาอบให้มี ความแข็งแรงและสามารถอบไม้ได้ในปริมาณมาก <u>งบประมาณ 50,000 บาท</u>	1.เพิ่มกำลังการผลิตในขั้นตอนการประกอบโคมไฟประมาณ 5-6 คน 2.ปรับปรุงขั้นตอนในการเตรียมวัตถุดิบและการทำสี ให้สอดคล้องกับขั้นตอนอื่นๆ	1.ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน 2.เก็บรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้ห่างจากบริเวณที่มีความชื้น อากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อป้องกันเชื้อราและมอดแมลง	ต่อเติมสถานที่ผลผลิต โดยปรับปรุงพื้นที่เป็นปูนซีเมนต์ และเปลี่ยนหลังคา <u>งบประมาณ 80,000 บาท</u>

2.3 เป้าหมายและแผนการจัดองค์กรและกำลังคน

1. สถานที่ตั้ง



แผนภาพที่ 1 สถานที่ตั้งกลุ่ม

2. โครงสร้างองค์กร

คณะกรรมการกลุ่ม มีจำนวน 11 คน ได้แก่

1. นางสงวน แก้วเรือน ตำแหน่ง ประธานกลุ่ม

อายุ 50 ปี

การศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

บทบาทหน้าที่ ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับนายสิงห์แก้ว และคอยรับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์

จากลูกค้า

2. นายชัชวาลย์ ชัยพรหม ตำแหน่ง รองประธานกลุ่ม
 อายุ 47 ปี
 บทบาทหน้าที่ เป็นผู้ติดต่อประสานงาน และประชาสัมพันธ์ทั้งภายในกลุ่มและติดต่อกับ
 หน่วยงานภายนอก

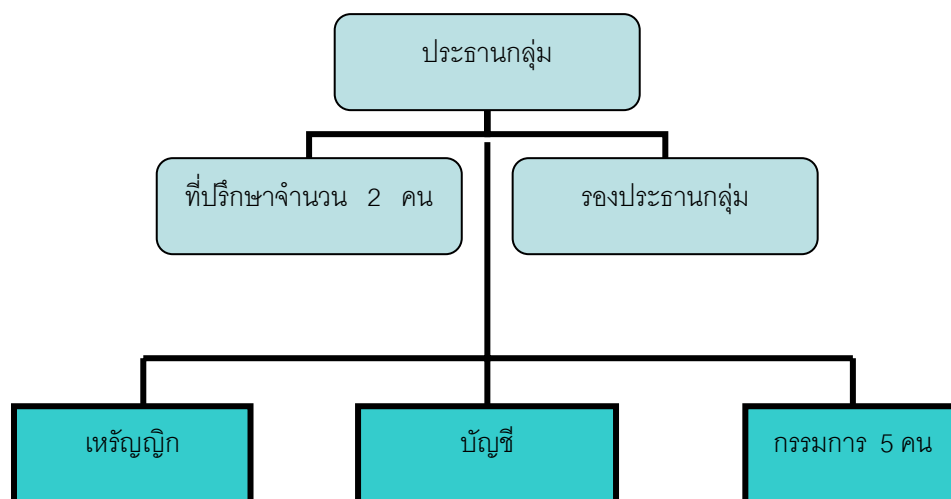
3. นายถาวร จันทรน้อย ตำแหน่ง เภรัญญิก
 อายุ 47 ปี
 บทบาทหน้าที่ การมาช่วยงานนายสิงห์แก้วในการทำชิ้นงาน

4. นางจำเนียร ควงยา ตำแหน่ง บัญชี
 อายุ 37 ปี
 บทบาทหน้าที่ การมาช่วยงานภายในกลุ่มในการทำชิ้นงาน

5. นายสิงห์แก้ว จันทรน้อย ตำแหน่ง กรรมการ
 อายุ 49 ปี
 บทบาทหน้าที่ เป็นผู้ที่มีบทบาทภายในกลุ่มมากที่สุดโดยเป็นหลักในการคิด
 รูปแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด และการบริหารงานในด้าน
 อื่น ๆ

ส่วนกรรมการที่เหลืออีก 4 คน จะรับชิ้นงานไปทำที่บ้าน

ที่ปรึกษา นายพรหม ยานะเปื่อง และกำนันมานิต ศรีดี มีหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องการติดต่อกับหน่วยงานราชการ



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างองค์กร

เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กร

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบางหลวง จะมีการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้มีความสามารถในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ ภายใน 2 ปี

ตารางที่ 7 เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กรและกำลังคน

เป้าหมายการจัดองค์กรและกำลังคน	กลยุทธ์
ระยะยาว 5 ปี 1. โครงสร้างองค์กร <u>เป้าหมาย</u> พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ	- แบ่งงานรับผิดชอบให้คณะกรรมการตามตำแหน่งหน้าที่ - ส่งตัวแทนเข้าร่วมอบรมและศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ
2. สมาชิก <u>เป้าหมาย</u> เพิ่มจำนวนสมาชิก 50 คน	- โดยใช้วิธีการชักชวนคนว่างงาน เยาวชน ภายในชุมชน เข้าร่วมกลุ่ม ฯ - เพิ่มค่าตอบแทนในการรับซื้อรายขึ้น โดยสอดคล้องกับคุณภาพชิ้นงานและทักษะฝีมือ
3. สวัสดิการ	-
ระยะปานกลาง 3 ปี 1. โครงสร้างองค์กร <u>เป้าหมาย</u> พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ	พัฒนาศักยภาพของบุคลากร

2. สมาชิก <u>เป้าหมาย</u> เพิ่มจำนวนสมาชิก 30 คน	- โดยใช้วิธีการชักชวนคนว่างงาน เยาวชน ภายในชุมชน เข้าร่วมกลุ่ม ฯ - เพิ่มค่าตอบแทนในการรับซื้อรายขึ้น โดยสอดคล้องกับคุณภาพชิ้นงานและทักษะฝีมือ
3. สวัสดิการ	-
ระยะสั้น 1 ปี 1. โครงสร้างองค์กร <u>เป้าหมาย</u> พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ 2. สมาชิก <u>เป้าหมาย</u> เพิ่มจำนวนสมาชิก 10 คน 3. สวัสดิการ	- มีการจัดฝึกอบรม ด้านทักษะฝีมือแรงงานและศึกษาดูงานกลุ่ม ฯ จักสานอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ และการบริหารงาน โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมเชียงใหม่ อบต. ป่าบง และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสารภี เป็นต้น - โดยใช้วิธีการชักชวนคนว่างงาน เยาวชน ภายในชุมชน เข้าร่วมกลุ่ม ฯ - เพิ่มค่าตอบแทนในการรับซื้อรายขึ้น โดยสอดคล้องกับคุณภาพชิ้นงานและทักษะฝีมือ -

3.2.4 เป้าหมายและแผนการเงิน

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบงหลวง ตั้งเป้าหมายการทำกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 และพัฒนาการจัดทำบัญชีให้มีระบบมากขึ้น ภายใน 5 ปี

1. สรุปข้อมูลทางการเงิน

ตารางที่ 8 พยากรณ์ยอดผลิต

หน่วย : ชิ้น

ผลิตภัณฑ์	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549		ปี 2550	
	ปริมาณ ผลิต	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นธรรมดา	220	240	9	250	4	300	20	324	8	360	11
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นใบ	12	20	67	30	50	48	60	60	25	65	8
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นสาน	12	20	67	30	50	48	60	60	25	65	8
โคมไฟทรงกลมฝาปิด	1	4	300	7	75	15	114	24	60	30	25
โคมไฟทรงปิระมิด (ใหญ่)	29	36	24	60	67	96	60	108	13	144	33
โคมไฟทรงปิระมิด (เล็ก)	20	24	20	30	25	40	33	60	50	72	20
โคมไฟทรงกระบอกสูงเกล็ดดู	38	60	58	72	20	100	39	120	20	144	20
โคมไฟทรงกระบอกต่ำเกล็ดดู	2	7	250	12	71	15	25	24	60	33	38
โคมไฟทรงกลมลายดอก	50	60	20	72	20	120	67	144	20	180	25
โคมไฟทรงพุ่มสานหวาย	120	144	20	180	25	216	20	240	11	264	10
โคมไฟพุ่มสานหวายทรงแจกัน	120	144	20	180	25	216	20	240	11	264	10
โคมไฟทรงดอกบัว 2 ชั้นมีกลีบ	4	12	200	18	50	24	33	32	33	40	25
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ชั้นเดียว	120	144	20	180	25	216	20	240	11	264	10
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ 2 ชั้น	70	72	3	120	67	180	50	216	20	240	11
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ 3 ชั้น	10	12	20	20	67	30	50	36	20	40	11
โคมไฟทรงพุ่มไม้ลายดอก	30	36	20	60	67	75	25	80	7	84	5
โคมไฟทรงข้อ	360	420	17	540	29	600	11	720	20	780	8
โคมไฟทรงไซ	7	12	71	20	67	36	80	40	11	48	20

ตารางที่ 8 (ต่อ)

หน่วย : ขึ้น

ผลิตภัณฑ์	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549		ปี 2550	
	ปริมาณ ผลิต	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วนเพิ่ม %	ปริมาณ ผลิต	อัตราส่วน เพิ่ม %
กระบุงใส่ขยะ	70	72	3	96	33	144	50	180	25	240	33
รวม	1,303	1,551	19	1,997	29	2,555	28	2,988	17	3,405	14

ตารางที่ 9 พยากรณ์ยอดขาย

หน่วย : ชิ้น

ผลิตภัณฑ์	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549		ปี 2550	
	ปริมาณ ขาย	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นธรรมดา	220	240	9	250	4	300	20	324	8	360	11
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นไป	12	20	67	30	50	48	60	60	25	65	8
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นสาน	12	20	67	30	50	48	60	60	25	65	8
โคมไฟทรงกลมฝาปิด	1	4	300	7	75	15	114	24	60	30	25
โคมไฟทรงปิระมิด (ใหญ่)	29	36	24	60	67	96	60	108	13	144	33
โคมไฟทรงปิระมิด (เล็ก)	20	24	20	30	25	40	33	60	50	72	20
โคมไฟทรงกระบอกสูงเกล็ดดู	38	60	58	72	20	100	39	120	20	144	20
โคมไฟทรงกระบอกต่ำเกล็ดดู	2	7	250	12	71	15	25	24	60	33	38
โคมไฟทรงกลมลายดอก	50	60	20	72	20	120	67	144	20	180	25
โคมไฟทรงพุ่มสานหวาย	120	144	20	180	25	216	20	240	11	264	10
โคมไฟพุ่มสานหวายทรงแจกัน	120	144	20	180	25	216	20	240	11	264	10
โคมไฟทรงดอกบัว 2 ชั้นมีกลีบ	4	12	200	18	50	24	33	32	33	40	25
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ชั้นเดียว	120	144	20	180	25	216	20	240	11	264	10
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ 2 ชั้น	70	72	3	120	67	180	50	216	20	240	11
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ 3 ชั้น	10	12	20	20	67	30	50	36	20	40	11
โคมไฟทรงพุ่มไม้ลายดอก	30	36	20	60	67	75	25	80	7	84	5
โคมไฟทรงข้อ	360	420	17	540	29	600	11	720	20	780	8
โคมไฟทรงไซ	7	12	71	20	67	36	80	40	11	48	20

ตารางที่ 9 (ต่อ)

หน่วย : ขึ้น

ผลิตภัณฑ์	ปี 2545	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549		ปี 2550	
	ปริมาณ ขาย	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วน เพิ่ม %	ปริมาณ ขาย	อัตราส่วนเพิ่ม %
กระบุงใส่ขยะ	70	72	3	96	33	144	50	180	25	240	33
รวม	1,303	1,551	19	1,997	29	2,555	28	2,988	17	3,405	14

ตารางที่ 10 ต้นทุนสินค้าขาย

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
สินค้าคงเหลือต้นปี	0	1,000.95	1,117.88	1,105.43	1,102.30
บวก : วัตถุดิบทางตรง	39,406.29	71,145.02	108,827.20	126,983.38	147,543.59
วัตถุดิบทางอ้อม	21,959.09	38,306.17	52,959.41	60,065.98	67,880.04
วัสดุสิ้นเปลือง	2,069.76	3,645.42	5,185.37	5,895.10	6,656.11
ค่าแรงงานทางตรง	151,248.98	269,534.10	389,914.56	439,378.20	491,061.84
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	9,120.00	9,600.00	10,040.00	10,480.00	10,900.00
ค่าเสื่อมราคา (ผลิต)	5,413.00	5,413.00	5,413.00	5,413.00	5,413.00
สินค้าที่มีเพื่อขาย	229,217.11	398,644.66	573,457.42	649,321.09	730,556.89
หัก : สินค้าคงเหลือปลายปี	1,000.95	1,117.88	1,105.43	1,102.30	1,099.60
ต้นทุนสินค้าขาย	228,216.16	397,526.78	572,351.99	648,218.78	729,457.29

ตารางที่ 11 ประมาณการค่าใช้จ่าย

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
ค่าใช้จ่ายโรงงาน					
ค่าแรงทางอ้อม เงินเดือนและค่าจ้าง(ต้นทุนการผลิต)	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายโรงงาน(สุทธิการผลิต)	9,120	9,600	10,040	10,480	10,900
ค่าใช้จ่ายการขาย					
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ค่าน้ำมันรถ (ส่วนของการขาย)	-	-	-	-	-
ค่าบรรจุภัณฑ์	2,600	2,800	3,000	3,200	3,500
ค่าใช้จ่ายบริหาร					
ค่าโทรศัพท์	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	37,720	38,400	39,040	39,680	40,400

ตารางที่ 12 การจ้างงาน

หน่วย : บาท

ผลิตภัณฑ์	ค่าแรงต่อ หน่วย	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นธรรมดา	97.50	21,157.50	23,497.50	29,250.00	31,590.00	35,100.00
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นใบ	117.50	1,410.00	7,050.00	9,870.00	11,280.00	14,100.00
โคมไฟทรงพุ่ม 2 ชั้นสาน	117.50	1,410.00	7,050.00	9,870.00	11,280.00	14,100.00
โคมไฟทรงกลมฝาปิด	62.50	750.00	3,750.00	5,250.00	6,000.00	7,500.00
โคมไฟทรงปิระมิด (ใหญ่)	85.00	3,060.00	5,100.00	8,160.00	10,200.00	12,240.00
โคมไฟทรงปิระมิด (เล็ก)	46.43	1,114.32	2,785.80	4,457.28	5,571.60	6,685.92
โคมไฟทรงกระบอกสูงเกลี้ยง	155.00	5,580.00	9,300.00	14,880.00	18,600.00	22,320.00
โคมไฟทรงกระบอกต่ำเกลี้ยง	125.00	1,500.00	7,500.00	12,000.00	15,000.00	18,000.00
โคมไฟทรงกลมลายดอก	38.75	1,898.75	2,790.00	4,650.00	5,580.00	6,975.00
โคมไฟทรงพุ่มสานหวาย	45.00	5,445.00	8,100.00	9,720.00	10,800.00	11,880.00
โคมไฟพุ่มสานหวายทรง แจกัน	45.00	5,445.00	8,100.00	9,720.00	10,800.00	11,880.00
โคมไฟทรงดอกบัว 2 ชั้นมี กลีบ	175.00	2,100.00	10,500.00	37,800.00	42,000.00	46,200.00
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ เดียว	78.75	9,528.75	14,175.00	17,010.00	18,900.00	20,790.00
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ 2 ชั้น	98.75	7,208.75	11,850.00	17,775.00	21,330.00	23,700.00
โคมไฟทรงกระบอกไม้ซี่ 3 ชั้น	118.75	1,425.00	7,125.00	14,250.00	18,525.00	21,375.00
โคมไฟทรงพุ่มไม้ลายดอก	50.00	1,800.00	4,800.00	7,200.00	9,000.00	10,200.00
โคมไฟทรงซ้อ	220.00	79,420.00	132,000.00	171,600.00	184,800.00	198,000.00
โคมไฟทรงไซ	41.43	497.16	2,485.80	3,977.28	4,971.60	5,965.92
โคมไฟทรงกระบอกสานลาย พิกุล	18.75	225.00	1,125.00	1,800.00	2,250.00	2,700.00
กระบุงใส่ขยะ	3.75	273.75	450.00	675.00	900.00	1,350.00
รวม		151,248.98	269,534.10	389,914.56	439,378.20	491,061.84

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนโครงการ

รายการ	แหล่งที่มาของเงินทุน			จำนวนเงิน ทั้งสิ้น (บาท)
	หนี้สิน		ส่วนของผู้เจ้าของ	
	เจ้าหนี้	เงินกู้		
เงินทุนหมุนเวียน				
เงินสด		100,000.00	28,000.00	128,000.00
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย				-
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง				-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง				-
วัสดุคงคลัง				-
				128,000.00
สินทรัพย์ถาวร				
ที่ดิน			25,000.00	25,000.00
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน			48,200.00	48,200.00
เครื่องจักร			43,600.00	43,600.00
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่าย สินค้า			140.00	140.00
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย			-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน			-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน			-	-
ยานพาหนะ			-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ			2,000.00	2,000.00
				118,940.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ				
ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ				-
สิทธิในการใช้สินทรัพย์				-
			รวม	246,940.00

งบกำไรขาดทุน งบดุลและอัตราส่วนทางการเงิน ปี 2544

กลุ่มจักสานเพื่อการผลิตบ้านป่าบงหลวง

งบกำไรขาดทุน

สิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2544

	หน่วย : บาท	อัตราร้อยละของยอดขาย
ยอดขายสุทธิ	418,640.00	100.00
<u>หัก</u> ต้นทุนขายสุทธิ ^{1/}	288,049.08	68.80
กำไรขั้นต้น	130,590.92	31.20
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายการขาย		
บรรจุภัณฑ์	2,614.35	0.62
<u>หัก</u> ค่าใช้จ่ายการบริหาร		
ค่าโทรศัพท์	24,000.00	5.73
กำไรสุทธิจากการดำเนินการ	103,976.57	24.84
รายได้และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ		
<u>หัก</u> ดอกเบี้ยจ่าย	16,200.00	3.87
กำไรสุทธิ	87,777	20.97

หมายเหตุ : ^{1/} การคำนวณในภาคผนวก ข

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

ตารางที่ 14 อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วน	กลุ่ม ฯ
อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)	
1. อัตราส่วนทุนหมุนเวียน	3.02
2. อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น	2.84
3. อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด	0.56
4. ทุนหมุนเวียนสุทธิ	100,823
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity /efficiency Ratio)	
5. อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า	2.67
6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้	137
7. อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง	64
8. อายุสินค้า	6
9. รอบธุรกิจ	142
10. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด	1.84
11. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร	5.57
12. หนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ	0.28
13. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม	0.00
14. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	6.42
15. Degree of Financial Leverage	1.18
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)	
16. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย	0.21
17. อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย	0.31
อัตราส่วนที่แสดงถึงผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)	
18. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน	0.39
19. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	0.46
20. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.97

ตารางที่ 15 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

(หน่วย : บาท)

	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
รายได้					
ขาย	366,840.00	651,600.00	928,200.00	1,109,052.00	1,254,078.00
รายได้อื่น					
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	228,216.16	397,526.78	572,351.99	648,218.78	729,457.29
กำไรเบื้องต้น	138,623.84	254,073.22	355,848.01	460,833.22	524,620.71
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายในการขาย	4,600.00	4,800.00	5,000.00	5,200.00	5,500.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
ค่าเสื่อมราคา (จากส่วนของการขายและการบริหาร)	205.00	205.00	205.00	205.00	205.00
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	109,818.84	225,068.22	326,643.01	431,428.22	494,915.71
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	109,818.84	225,068.22	326,643.01	431,428.22	494,915.71
หัก ภาษี (อัตรา %)					

ตารางที่ 15 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

(หน่วย : บาท)

	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
หัก เงินปันผลหุ้นบุริมสิทธิ					
กำไรสุทธิเพื่อจัดสรรให้หุ้นสามัญ	109,818.84	225,068.22	326,643.01	431,428.22	494,915.71
หัก เงินปันผลหุ้นสามัญ					
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	109,818.84	225,068.22	326,643.01	431,428.22	494,915.71
กำไร (ขาดทุน) สะสม	109,818.84	334,887.05	661,530.06	1,092,958.28	1,587,873.99

ตารางที่ 16 งบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีก่อนการ ดำเนินการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		366,840.00	651,600.00	928,200.00	1,109,052.00	1,254,078.00
รับชำระหนี้ (ลูกหนี้)		-	-	-	-	-
รายได้อื่น						
รวมเงินสดรับ	-	366,840.00	651,600.00	928,200.00	1,109,052.00	1,254,078.00
เงินสดจ่าย						
<u>การดำเนินการ</u>						
ซื้อวัตถุดิบทางตรง		42,690.15	73,789.92	111,967.38	128,496.39	149,256.94
ซื้อวัตถุดิบทางอ้อม		23,789.01	39,668.43	54,180.52	60,658.20	68,531.21
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง		2,242.24	3,776.73	5,313.70	5,954.24	6,719.53
ค่าแรงงานทางตรง		151,248.98	269,534.10	389,914.56	439,378.20	491,061.84
ค่าใช้จ่ายโรงงาน		9,120.00	9,600.00	10,040.00	10,480.00	10,900.00
ค่าใช้จ่ายในการขาย		4,600.00	4,800.00	5,000.00	5,200.00	5,500.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00

ตารางที่ 16 (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีก่อนการ ดำเนินการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
การลงทุน						
เงินทุนหมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	118,940.00					
รวมเงินสดจ่าย	118,940.00	257,690.37	425,169.17	600,416.16	674,167.03	755,969.52
เงินสดสุทธิ						
บวก เงินสดยอดยกมา		51,060.00	160,209.63	386,640.46	714,424.30	1,149,309.27
รวมเงิน	- 18,940.00	109,149.63	226,430.83	327,783.84	434,884.97	498,108.48
บวก ทุนส่วนของเจ้าของ	170,000.00					
เงินกู้ระยะสั้น	-	-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว		-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	20,000.00	20,000.00	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินสดคงเหลือยกไป	51,060.00	160,209.63	386,640.46	714,424.30	1,149,309.27	1,647,417.75

ตารางที่ 17 ประมาณการงบดุล

(หน่วย : บาท)

	ปีเริ่มโครงการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	51,060.00	160,209.63	386,640.46	714,424.30	1,149,309.27	1,647,417.75
ลูกหนี้		-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย		1,000.95	1,117.88	1,105.43	1,102.30	1,099.60
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง		3,283.86	5,928.75	9,068.93	10,581.95	12,295.30
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง		1,829.92	3,192.18	4,413.28	5,005.50	5,656.67
วัสดุคงคลัง		172.48	303.79	432.11	491.26	554.68
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	51,060.00	166,496.84	397,183.05	729,444.06	1,166,490.28	1,667,023.99
ที่ดิน	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน	48,200.00	48,200.00	48,200.00	48,200.00	48,200.00	48,200.00
เครื่องจักร	43,600.00	43,600.00	43,600.00	43,600.00	43,600.00	43,600.00
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00	140.00
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 17 (ต่อ)

(หน่วย : บาท)

	ปีเริ่มโครงการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-	-	-	-
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
รวมสินทรัพย์ถาวร	118,940.00	118,940.00	118,940.00	118,940.00	118,940.00	118,940.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม		5,618.00	11,236.00	16,854.00	22,472.00	28,090.00
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	118,940.00	113,322.00	107,704.00	102,086.00	96,468.00	90,850.00
รวมสินทรัพย์	170,000.00	279,818.84	504,887.05	831,530.06	1,262,958.28	1,757,873.99
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้		-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะยาว						
รวมหนี้สินระยะยาว						

ตารางที่ 17 (ต่อ)

(หน่วย : บาท)

	ปีเริ่มโครงการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
ทุนจดทะเบียน (ออกเอง)	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00
หุ้นบุริมสิทธิ	-	-	-	-	-	-
หุ้นสามัญ	-	-	-	-	-	-
กำไรสะสม	-	109,818.84	334,887.05	661,530.06	1,092,958.28	1,587,873.99
รวมส่วนของเจ้าของ	170,000.00	279,818.84	504,887.05	831,530.06	1,262,958.28	1,757,873.99
	170,000.00	279,818.84	504,887.05	831,530.06	1,262,958.28	1,757,873.99

ตารางที่ 18 ประมาณการจุดคุ้มทุนกำไร

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
มูลค่าขาย	366,840.00	651,600.00	928,200.00	1,109,052.00	1,254,078.00
ต้นทุนคงที่	5,618.00	5,618.00	5,618.00	5,618.00	5,618.00
ต้นทุนผันแปร	257,690.37	425,169.17	600,416.16	674,167.03	755,969.52
จุดคุ้มทุนกำไร	18,881.49	16,166.92	15,908.74	14,327.13	14,144.33

4. การจัดการความเสี่ยงขององค์กร

ตารางที่ 19 การจัดการความเสี่ยงขององค์กร

ความเสี่ยง	วิธีการแก้ไข
<u>ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน</u> 1..แรงงานมีแนวโน้มลดลง	1. ชักชวนคนว่างงานในพื้นที่ โดยมีการเพิ่มค่าจ้างรับซื้อ 2. การสอนงานให้เด็กนักเรียนภายในพื้นที่
2. เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ	1. กำหนดให้มีการวางมัดจำจากลูกค้าใหม่ ร้อยละ 30 ของคำสั่งซื้อ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน 2. พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น
<u>ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก</u> 1. การเสียหายจาก เชื้อรา มอดและแมลง	1. นำเทคนิคดั้งเดิม การรมควันและการใช้สีมาใช้ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน 2. ผลิตสินค้าไว้ให้มากในช่วงฤดูแล้ง
2. ยอดขายไม่ตรงตามเป้า	ออกร้านต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น

5. สรุปแผนการดำเนินงานขององค์กร

ตารางที่ 20 สรุปแผนการดำเนินงานขององค์กร

กลยุทธ์และแผน	มาตรการ/วิธีการ	งบประมาณ (บาท/ปี)				
		ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
แผนการตลาด <u>1.ส่งเสริมการขายและการตลาด</u>	1. จัดทำแค็ตตาล็อก 2. นามบัตร 3. แผ่นพับ/ใบปลิว 4. ตราสินค้า 5. ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	ออกร้านแสดงสินค้า	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<u>2. ผลิตภัณฑ์</u>	1.พัฒนาคุณภาพและรูปแบบ 2.ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
แผนการผลิต	1. ฝึกอบรม	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	2.สำรวจซื้อวัตถุดิบ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	3.ซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	50,000	-	-	-	-
	5.ต่อเติมโรงเรือนและปรับพื้นที่	80,000	-	-	-	-
แผนการจัดองค์กร	1.อบรมและศึกษาดูงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
แผนการเงิน	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 20 (ต่อ)

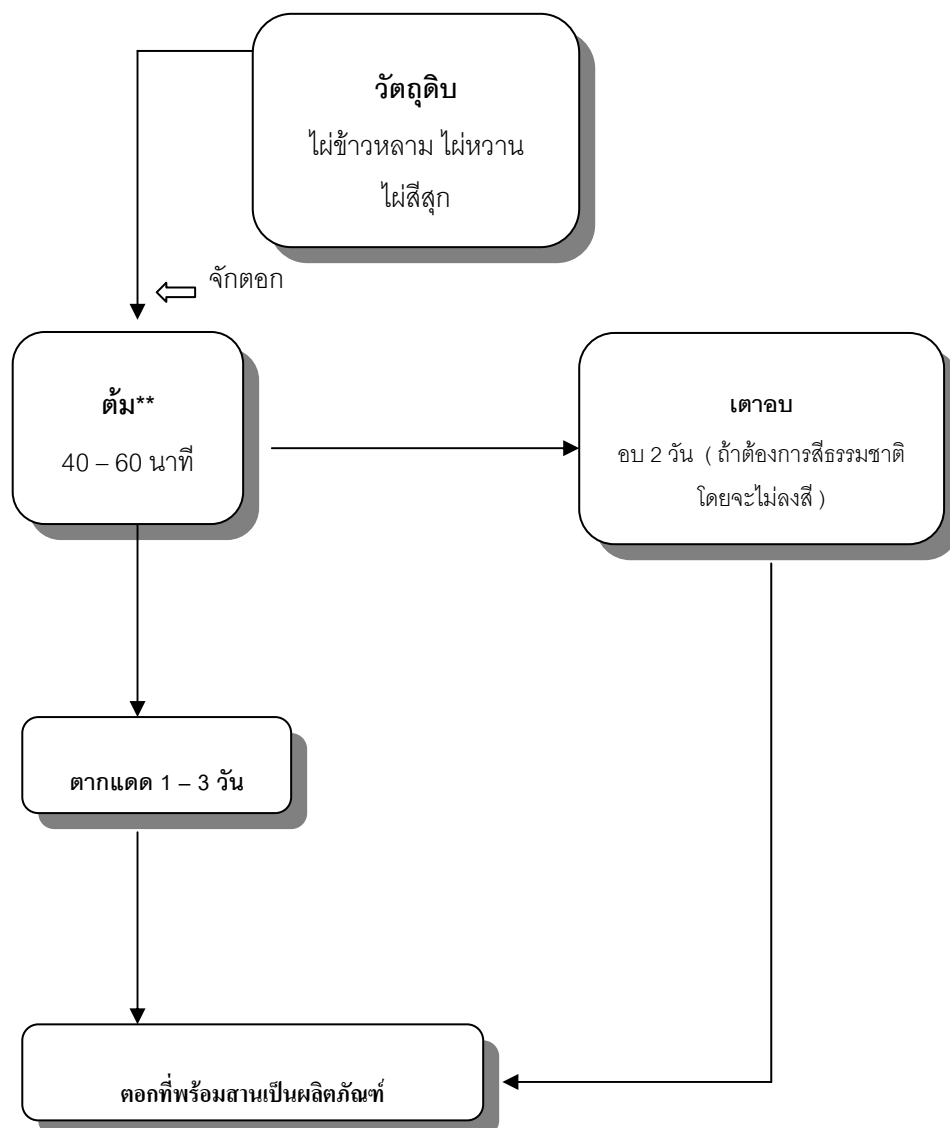
กลยุทธ์และ แผน	มาตรการ/วิธีการ	งบประมาณ (บาท/ปี)				
		ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550
แผนจัดการ ความเสี่ยง	1.สำรวจซื้อ วัตถุดิบ	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
	2.แก้ปัญหาเชื้อรา และมอด	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
	3. ออกร้าน	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
รวม		218,000	78,000	78,000	78,000	78,000

6. ภาคผนวก

1. กระบวนการผลิต

ในการผลิตโคมไฟและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่โคมไฟของกลุ่มฯ จะมีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบหลัก การผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละรูปทรง ไปจนถึงการประกอบเป็นรูปทรงโคมไฟ การลงสี และการติดตั้งชุดไฟจนสำเร็จเป็นโคมไฟแต่ละชิ้น

การเตรียมวัตถุดิบ เริ่มตั้งแต่การนำไม้ที่ได้ไปจักตอกด้วยเครื่องจักตอกให้ได้ขนาดตามต้องการ จากนั้นจึงนำไปต้มในน้ำที่มีส่วนผสมของกำมะถัน ใบขี้เหล็ก และสารส้ม (ในอัตราส่วน น้ำ 1 ปีบ : สารส้ม 2 ชีด : ใบขี้เหล็กดิบ 1 กำมือ (1 ชีด) : กำมะถัน 2 ชีด) ซึ่งการใส่วัตถุดิบดังกล่าวข้างต้นจะช่วยลดปัญหาผอมได้ในบางส่วน จากนั้นจึงนำตอกที่ได้ไปตากแดด 1-3 วัน จึงนำไปจักสานเป็นผลิตภัณฑ์และลงสี ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าหากลูกค้าต้องการผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องลงสี เพราะต้องการที่จะให้เห็นลายตอกที่เป็นธรรมชาติ ก็จะนำตอกหลังจากขั้นตอนการต้มเสร็จ หลังจากนั้นนำไปอบรมควันเพื่อป้องกันมอดและเชื้อรา และนำไปสานเป็นผลิตภัณฑ์ รายละเอียดแสดงในแผนภาพที่ 3



หมายเหตุ : ** การต้มจะผสมน้ำ สารส้ม ใบขี้เหล็ก(ดิบ) และกำมะถัน ในอัตราส่วน 1 ปืบ : 2 ชีด : 1 กำมือ (1ชีด) : 2 ชีด ตามลำดับ

แผนภาพที่ 3 ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ

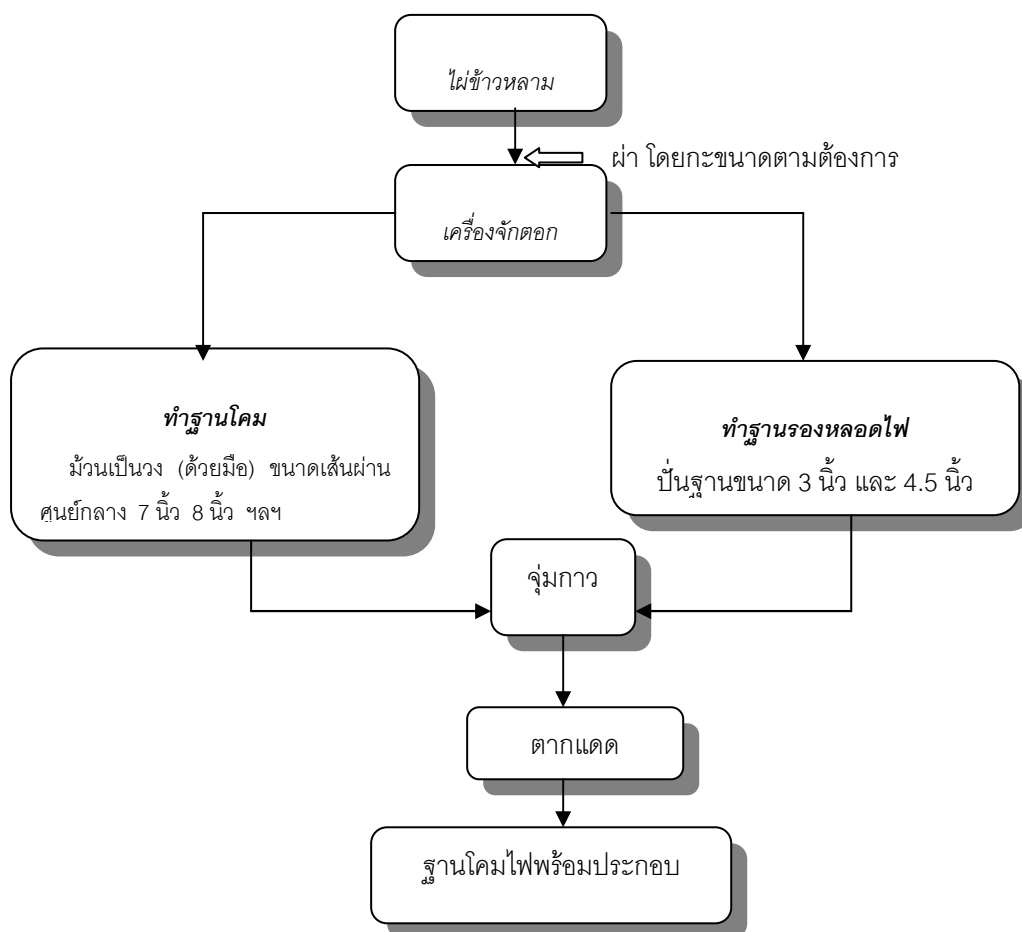
ฐานของโคมไฟแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ฐานโคมไฟที่ทำจากไผ่ข้าวหลาม และ ฐานโคมไฟที่เป็นฐานไม้มะม่วง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ฐานโคมไฟที่ทำจากไผ่ข้าวหลาม (ฐานปิ่น) ซึ่งได้จากการม้วนตอกของไผ่ข้าวหลามเป็นวง โดยการม้วน ซึ่งจะม้วนจากด้านนอกเข้าหาด้านใน โดยจะเว้นช่องว่างตรงกลางขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 1 นิ้ว และเส้นผ่านศูนย์กลางโดยรวมก็จะขึ้นกับขนาดของโคมไฟแต่ละชนิด และจะนำไปจุ่มกาวที่ผสมน้ำในอัตราส่วน 1 : 1 แล้วตากแดดให้แห้งก่อนนำไปประกอบเป็นโคมไฟต่อไป สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิดย่อยๆ อีก คือ

ฐานบน มีลักษณะเป็นฐานทรงแบน ใช้สำหรับเป็นครอบผาด้านบนของโคมไฟ ฐานล่าง ซึ่งแบ่งออกได้อีก 2 ชนิด คือ ชนิดที่เป็นฐานแบน และชนิดที่เป็นฐานทรงเจดีย์ ซึ่งฐานทรงเจดีย์นี้ จะมีขั้นตอนการทำเหมือนกับฐานแบน แต่จะมีการคลี่ฐานแบนที่ได้ให้เป็นรูปทรงเจดีย์ ก่อนที่จะนำไปจุ่มกาวเพื่อให้ฐานที่ได้แข็งแรงขึ้น

2. ฐานไม้มะม่วง เป็นฐานที่ใช้กับโคมไฟทรงดอกบัว 2 ชั้นมีกลีบและไม่มีกลีบ เท่านั้น ซึ่งได้ซื้อจากชาวบ้านในหมู่บ้าน ในราคาฐานละ 40 บาท นอกจากนี้ยังมีการปั่นฐานสำหรับทำเป็นฐานรองหลอดไฟ ซึ่งมีอยู่ 2 ขนาดด้วยกัน คือ ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 3 นิ้ว และ เส้นผ่านศูนย์กลาง 4.5 นิ้ว

ขั้นตอนของการทำฐานโคมไฟ และฐานรองหลอดไฟ จะเตรียมดอกที่พร้อมจะสานแล้ว วัดตามขนาดที่ต้องการ แล้วนำมาฉนวนเป็นวงขนาดตามต้องการ โดยจะฉนวนจากด้านนอกเข้าหาด้านใน หลังจากนั้นจะนำไปจุ่มกาวสลับกับนำไปตากแดด ประมาณ 3 - 4 ครั้ง เพื่อให้ได้ฐานแข็งแรง ก่อนจะนำไปประกอบเป็นโคมไฟที่สมบูรณ์ต่อไป ซึ่งกระบวนการผลิตฐานโคมไฟและฐานรองหลอดไฟ แสดงได้ดังแผนภาพที่ 4



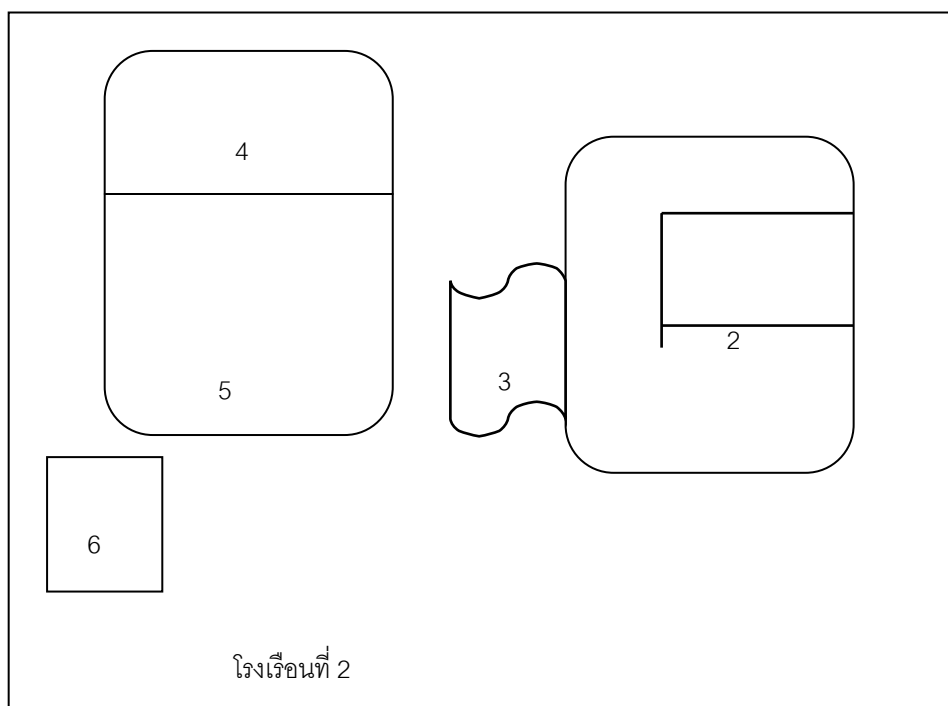
แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการทำฐานโคมไฟ

สภาพและผังสถานที่ผลิต

พื้นที่ประกอบการผลิตของกลุ่ม ตั้งอยู่บนพื้นที่ขนาด 1 งาน ของนางสงวน จันทรน้อย ประธานกลุ่มฯ โดยช่วงแรกได้เข้ามาถมดินและก่อสร้างโรงเรือนของกลุ่มรวมทั้งที่อยู่อาศัยด้วย ซึ่งสภาพโรงเรือนของกลุ่มฯ จะแบ่งออกได้เป็น 2 โรงเรือนติดกัน โดยมีการแบ่งการใช้งาน ดังนี้

โรงเรือนที่ 1 จัดสร้างขึ้นในปี 2542 โดยใช้งบประมาณทั้งหมด 40,000 บาท มีพื้นที่ใช้สอยขนาด 5x8 เมตร เป็นลักษณะหลังคาโครงเหล็ก ไม่ลาดพื้น จะเป็นส่วนที่ใช้ในการวางตู้สำหรับจัดแสดงสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ โดยแบ่งพื้นที่ด้านหลังเป็นห้องเก็บของ ซึ่งใช้สำหรับจัดเก็บอุปกรณ์และส่วนประกอบของคอมพิวเตอร์ ส่วนด้านข้างได้ทำกันสาด เพื่อใช้เป็นพื้นที่ทำการประกอบชิ้นส่วนของคอมพิวเตอร์ รวมถึงการลงสี

โรงเรือนที่ 2 จัดสร้างขึ้นในปี 2543 โดยใช้งบประมาณเพียง 8,200 บาท เพราะเป็นการก่อสร้างต่อเติมจากโรงเรือนที่มีอยู่เดิม มีขนาดพื้นที่ 5x10 เมตร พื้นที่โรงเรือนเคลือบด้วยปูนซีเมนต์ โดยแบ่งพื้นที่การใช้สอยเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก ใช้เป็นพื้นที่สำหรับจัดวางเครื่องตัดไม้ เครื่องจักตอก ตู้เชื่อมเหล็ก และใช้เก็บกล่องที่ใช้สำหรับเป็นบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนเป็นพื้นที่สำหรับใช้เป็นที่จักสานชิ้นงาน ส่วนที่ 2 มีการก่อบล็อกปูนซีเมนต์เพื่อแบ่งใช้เป็นที่พักอาศัยและจัดเก็บอุปกรณ์ชิ้นเล็ก ๆ เช่น สว่าน เป็นต้น ส่วนพื้นที่ด้านหน้าของโรงเรือนที่ 2 จะเป็นที่จัดตั้งเตาอบไม้



หมายเหตุ : 1. พื้นที่สำหรับวางตู้โชว์สินค้าของกลุ่ม

2. ห้องเก็บวัสดุ และส่วนประกอบของคอมพิวเตอร์

3. กันสาดสำหรับกันแดด สำหรับเป็นที่ประกอบชิ้นส่วนของคอมพิวเตอร์, ลงสี เป็นต้น

4. ห้องพักอาศัย

5. พื้นที่จัดวางเครื่องตัดไม้ เครื่องจักตอก เก็บบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

6. เตาอบ

แผนภาพที่ 5 ผังของสถานที่ผลิตของกลุ่มฯ

ตารางที่ 21 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือของกลุ่มฯ

รายการ	ปีที่จัดซื้อ(พ.ศ.)	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่าทั้งหมด (บาท)
1. โรงเรือนหลังที่ 1	2542	1	40,000	40,000
2. โรงเรือนหลังที่ 2	2543	1	8,200	8,200
3. เครื่องจักตอก	2543	1	12,000	12,000
4. ตู้เชื่อมเหล็ก	2544	1	2,600	2,600
5. เครื่องเจียเหล็กใหญ่	2541	1	2,300	2,300
6. เครื่องเจียเหล็กเล็ก				
- เครื่องที่ 1	2543	1	700	700
- เครื่องที่ 2	2544	1	1,200	1,200
7. เครื่องตัดไม้	2542	1	2,800	2,800
8. เตาอบ	2543	1	1,300	1,300
9. สว่าน				
- ตัวที่ 1	2544	1	800	800
- ตัวที่ 2	2544	1	1,600	1,600
- ตัวที่ 3	2544	1	2,700	2,700
10. เลื่อยกึ่งใหญ่	2542	1	160	160
11. เลื่อยกึ่งเล็ก	2542	1	80	80
12. มีดอีโต้				
- ขนาดเล็ก	2542	1	60	60
- ขนาดกลาง	2542	1	80	80
- ขนาดใหญ่	2542	1	100	100
13. มีดเหลาไม้	2542	4	60	240
14. ค้อน				
- ขนาดเล็ก	2542	2	30	60
- ขนาดใหญ่	2542	1	80	80
15. กรรไกร	2542	3	25	75
16. กรรไกรตัดเหล็ก	2542	1	400	400
17. คีมตัดลวด				
- คีมเหลือง	2543	1	40	40
- คีมแดง	2543	1	20	20
- คีมใหญ่	2543	1	30	30
18. เขียงเหล็ก	2542	1	100	100
20. ถังแก๊สพร้อมหัว ^{1/}	2542	1	2,000	-
รวม				77,825

