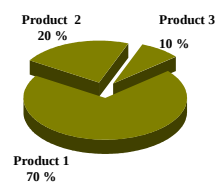


แผนธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชน



กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด

โครงการ “การพัฒนานักวิจัยและการวิจัยเชิงปฏิบัติการไตรภาคีเพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนระยะที่ 1: ภาคเหนือตอนบน”

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มิถุนายน 2548

ปรึกษาโครงการ

ดร. กฤษณพงศ์ กีรติกร

คณะวิจัย

หัวหน้าโครงการ

รศ. ดร. อารี วิบูลย์พงศ์^{1/ 2/}

หัวหน้าโครงการร่วม

อาจารย์ ดร. ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์^{2/ 3/}

นักวิจัยส่วนกลาง

พุทธวรรณ ชันตันธง^{3/}

นักวิจัยวิสาทกิจชุมชน

อุดมศักดิ์ สาครสินธุ์^{4/}

ผู้ช่วยนักวิจัย

รัตนา แก้วเสน^{2/}

^{1/} ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{2/} ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{3/} คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{4/} กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

คำนำ

โครงการวิจัย “การพัฒนานักวิจัยและการวิจัยเชิงปฏิบัติการไตรภาคีเพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชน ระยะที่ 1: ภาคเหนือตอนบน” ดำเนินการโดยศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตรและศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คณะเศรษฐศาสตร์ โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โครงการนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง เพื่อสร้างนักวิจัยวิสาหกิจชุมชนรุ่นใหม่โดยผ่านกระบวนการวิจัย ประการที่สอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับผลผลิตภาพ เพิ่มประสิทธิภาพ และความเข้มแข็งอย่างเป็นรูปธรรม ทางด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการหัตถกรรม และอาหารแปรรูปพื้นบ้าน อันจะส่งผลต่อการยกระดับรายได้ของหน่วยประกอบการ รวมทั้งการจ้างงานในท้องถิ่น และประการที่สาม เพื่อนำข้อมูลจากผลการศึกษาไปประกอบการวางแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและขยายผลไปสู่ภาคอื่น ๆ

โครงการนี้ได้ทำการวิเคราะห์เชิงลึกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 63 ราย และเพื่อให้การศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนให้มากที่สุด โครงการจึงได้จัดให้มีการถ่ายทอดด้านวิชาการให้แก่กลุ่มฯ และผู้ประกอบการหลายครั้ง เป็นลำดับไปแล้ว สำหรับงานชิ้นนี้โครงการร่วมกับกลุ่มฯ จัดทำแผนธุรกิจขึ้นโดยให้เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มฯ เป็นสำคัญ คณะวิจัยทำหน้าที่ด้านวิชาการในการคำนวณ วิเคราะห์ผล และเขียนแผน โดยปรับปรุงและเพิ่มเติมให้เกิดความสมบูรณ์และมีความเป็นไปได้มากที่สุด ภายใต้ข้อจำกัดของเวลา และเป้าหมายของกลุ่มฯ ทั้งนี้เพื่อให้ได้แผนธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มฯ

กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด มีผลิตภัณฑ์รวม 34 ชนิด สำหรับแผนธุรกิจใน 5 ปีนี้ กลุ่มฯ ประสงค์ที่จะขยายการผลิตและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ 8 ชนิด คณะวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะให้แนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มฯ ซึ่งกลุ่มฯ จำเป็นจะต้องปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน และขอขอบคุณคณะกรรมการและสมาชิกในกลุ่ม ที่ให้การต้อนรับและร่วมงานกับคณะวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาเกือบ 2 ปี

คณะวิจัย

มิถุนายน 2548

สารบัญ

	หน้า
คณะวิจัย	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	1
แผนธุรกิจ	4
1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ	4
2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ	6
3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ	9
4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ	32
5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ	33

แผนธุรกิจกลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด

บทสรุปผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจ

กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาดก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2539 ด้วยวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้เสริมนอกภาคเกษตรแก่กลุ่มแม่บ้านในหมู่บ้านด้วยการส่งเสริมการทอผ้าด้วยกี่เอวเพื่อจำหน่าย เริ่มแรกมีสมาชิกเพียง 15 คน ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 47 คน สมาชิกกลุ่มฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น 1,500 - 2,000 บาทต่อเดือน จากการทอผ้าส่งขายให้กับกลุ่มฯ ประธานกลุ่มเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ในด้านการจัดการผลิต และการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด ร่วมกับการรักษาเอกลักษณ์ลายผ้าแบบชาวกะเหรี่ยงขาวซึ่งเป็นวัฒนธรรมสืบทอดต่อกันมา

โอกาสของธุรกิจ

จากนโยบาย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ของรัฐบาลที่สนับสนุนให้แต่ละตำบลมีผลิตภัณฑ์หลัก โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกจำหน่าย รวมทั้งรัฐได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีการจัดทำเว็บไซต์ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และผู้ผลิตมีโอกาสไปออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่างๆ มากขึ้น จากนโยบายดังกล่าวทำให้กลุ่มมีโอกาสได้รับเลือกเป็นตัวแทนตำบล และส่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม คือ ผ้าคลุมไหล่เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ 4 ดาวระดับภาคและ ในปี 2548 ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ 24 นิ้วได้รับรางวัลสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ระดับประเทศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น และการไปออกร้านแสดงสินค้าตามหน่วยงานต่างๆ ทำให้มียอดขาย และลูกค้ารายใหม่สั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ประกอบกับปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจ และบริโภคสินค้าหัตถกรรมกันมากขึ้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการคะเนลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะตลาดของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกร้อยละ 60 และอีกร้อยละ 40 เป็นการขายส่งลูกค้าเป็นผู้บริโภคในประเทศ ซึ่งกลุ่มฯ คาดว่าจะมีการขายส่งเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50 ของยอดขายจำหน่ายทั้งหมด และส่วนแบ่งการตลาดในระดับหมู่บ้าน ระดับตำบล และระดับอำเภอจะเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 10 และส่วนแบ่งการตลาดในระดับจังหวัดเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 20

ความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจ

1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีหลากหลายรูปแบบ และมีปริมาณสินค้ามากพอเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตามที่
2. มีปริมาณ กำลังการผลิตแน่นอน ส่งมอบสินค้าตรงตามกำหนด

3. ผลิตภัณฑ์มีผลผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชนพื้นเมืองชาวกะเหรี่ยงขาว

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร

จากการประเมินผลการประกอบธุรกิจในปี 2546 ซึ่งคำนวณจากยอดผลิตและจำหน่ายทุกผลิตภัณฑ์จำนวน 34 ผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 3) พบว่า มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 21.12 อัตรากำไรสุทธิ ร้อยละ 9.26 และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าร้อยละ 17.35

ขาย	640,370 บาท
กำไรขั้นต้น	105,757.30 บาท
อัตรากำไรขั้นต้น	21.12%
อัตรากำไรสุทธิ	9.26%
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	17.35%

การทำแผนธุรกิจเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์หลักที่มียอดผลิตและยอดจำหน่ายสูง จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ขนาด 30 นิ้ว ผ้าคลุมไหล่ขนาด 25 นิ้ว ผ้าคลุมไหล่ขนาด 24 นิ้ว เสื้อคาเซ เสื้อเม็ดเดือย ผ้าถุงกระเหรี่ยง ผ้าพันคอและถุงย่าม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.02 ของมูลค่าขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด พบว่า แนวโน้มในการทำกำไรและระยะเวลาในการทำกำไรของกลุ่มฯ พบว่า แนวโน้มในการทำกำไรมีค่อนข้างสูง และมีระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างเร็วในการลงทุนปรับปรุงสร้างโรงงานผลิตของกลุ่มฯ แสดงดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 แนวโน้มกำไรและระยะเวลาในการทำกำไร

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ปริมาณขาย(ผืน)	2,568	2,696	2,831	2,973	3,121
ยอดขายมูลค่า(บาท)	642,480	674,604	708,334	743,751	780,938
กำไรขั้นต้น(บาท)	252,997.11	242,435.21	254,658.30	267,501.98	280,987.51
อัตรากำไรขั้นต้น(%)	39.38	35.94	35.95	35.97	35.98
กำไรสุทธิ(บาท)	164,860.73	161,660.80	181,245.87	104,825.63	203,894.09
อัตรากำไรสุทธิ(%)	25.66	23.96	25.59	14.09	26.11
ส่วนของผู้ถือหุ้น(บาท)	355,192.16	387,524.32	423,773.49	444,738.62	485,517.44
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น(%)	46.41	41.72	42.77	23.57	42.00
จุดคุ้มทุน(บาท)	39,422.21	45,765.60	43,211.27	75,460.45	42,632.48

ตารางที่ 2 ประมาณการระยะเวลาคืนทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ(จริง)	176,561.42	173,361.50	192,946.56	116,526.32	215,594.78
เงินสดรับ(สะสม)	176,561.42	349,922.92	542,869.48	659,395.79	874,990.58

เงินลงทุนของโครงการ 46,012.33

ระยะเวลาคืนทุน 4 เดือน

หมายเหตุ: เงินสดรับ = กำไรสุทธิ + ต้นทุนคงที่

แผนธุรกิจ

1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มฯ

กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด (กลุ่มฯ) ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ ตลอดจนการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าด้วยกี่เอวของชาวกระเหรี่ยงขาว เริ่มแรก มีสมาชิกจำนวน 15 คน และมีการระดมทุนจากสมาชิกรายละ 100 บาท เพื่อซื้อวัตถุดิบ และ เป็นเงินทุนหมุนเวียน ในปี 2543 มีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 40 คน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลทากาศ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทา สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ทา ศูนย์การศึกษาชนบทโรงเรียนอำเภอแม่ทา สำนักงานปฎิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรจังหวัดลำพูน ทั้งด้านทุนของกลุ่ม การฝึกอบรมด้านการบริหารกลุ่ม และการพัฒนาฝีมือ ปี 2545 ได้รับคัดเลือกเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตำบลทากาศ ปี 2546 ส่งผ้าคลุมไหล่เก็บลายร่วมการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ได้รับคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาวของภาคเหนือ

1.2 ลักษณะและรายละเอียดของสินค้า

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มฯ ผลิตมีจำนวน 10 ประเภท (34 ผลิตภัณฑ์) และผลิตภัณฑ์ที่จ้างบุคคลนอกกลุ่มฯ ทำ แต่ใช้วัตถุดิบจากกลุ่มฯ

การทำแผนธุรกิจเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์หลักที่มียอดผลิตและยอดจำหน่ายสูง จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.02 ของมูลค่าขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ขนาด 30 นิ้ว ผ้าคลุมไหล่ขนาด 25 นิ้ว ผ้าคลุมไหล่ขนาด 24 นิ้ว เสื้อคาเซ เสื้อเม็ดเดือย ผ้าถุงกระเหรี่ยง ผ้าพันคอและถุงย่าม

ตารางที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ขนาด
ผ้าคลุมไหล่		
1. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายเต็มผืน 30 นิ้ว	ผืน	กว้าง 30 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
2. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายไม่เต็มผืน 30 นิ้ว (ทึบ)	ผืน	กว้าง 30 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
3. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายไม่เต็มผืน 30 นิ้ว (โปร่ง)	ผืน	กว้าง 30 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
4. ผ้าคลุมไหล่ไม่เก็บลาย 30 นิ้ว (ผ้าพื้น)	ผืน	กว้าง 30 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
5. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายเต็มผืน 25 นิ้ว	ผืน	กว้าง 25 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
6. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายหัว-ท้าย 25 นิ้ว	ผืน	กว้าง 25 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
7. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายไม่เต็มผืน 25 นิ้ว (ทึบ)	ผืน	กว้าง 25 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
8. ผ้าคลุมไหล่เก็บลายไม่เต็มผืน 25 นิ้ว (โปร่ง)	ผืน	กว้าง 25 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
9. ผ้าคลุมไหล่ไม่เก็บลาย 25 นิ้ว (ผ้าพื้น)	ผืน	กว้าง 25 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ขนาด
10. ผ้าคลุมไหล่ลายโปรง 24 นิ้ว	ผืน	กว้าง 24 นิ้ว ยาว 1.8 เมตร
11. ผ้าคลุมไหล่ทึบสลับโปรง 24 นิ้ว	ผืน	กว้าง 24 นิ้ว ยาว 1.8 เมตร
เสื้อคาเซ		
12. เสื้อคาเซ 25 นิ้ว	ตัว	
13. เสื้อคาเซ 23 นิ้ว	ตัว	
14. เสื้อคาเซ 20 นิ้ว	ตัว	
ผ้าพันคอ 12 นิ้ว		
15. ผ้าพันคอ 12 นิ้ว (โปรง)	ผืน	
เสื้อเม็ดเดือย		
16. เสื้อเม็ดเดือย 25-26 นิ้ว (ใหญ่)	ตัว	
17. เสื้อเม็ดเดือย 22-24 นิ้ว (กลาง)	ตัว	
18. เสื้อเม็ดเดือย 18-20 นิ้ว (เล็ก)	ตัว	
ผ้าถุงกระเหรียง		
19. ผ้าถุงกระเหรียง	ผืน	
ผ้าแตงลาย		
20. ผ้าแตงลาย 25 นิ้ว	ผืน	กว้าง 25 นิ้ว ยาว 2.2 เมตร
ผ้าปูโต๊ะ		
21. ผ้าปูโต๊ะ	ผืน	กว้าง 50 นิ้ว ยาว 4.4 เมตร
ผ้าคลุมเตียง		
22. ผ้าคลุมเตียง 6 ฟุต	ผืน	กว้าง 150 นิ้ว ยาว 6.6 เมตร
23. ผ้าคลุมเตียง 3 ฟุต	ผืน	กว้าง 66 นิ้ว ยาว 6.6 เมตร
กระเป๋		
24. กระเป๋ขนาดเล็ก	ใบ	3.5 นิ้ว
25. กระเป๋ขนาดกลาง	ใบ	6 นิ้ว
26. กระเป๋ขนาดใหญ่	ใบ	12 นิ้ว
ถุงย่าม		
27. ถุงย่ามมีฝาขนาดใหญ่	ใบ	
28. ถุงย่ามไม่มีฝาขนาดใหญ่	ใบ	
29. ถุงย่ามมีฝาขนาดเล็ก	ใบ	
30. ถุงย่ามไม่มีฝาขนาดเล็ก	ใบ	

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ขนาด
อื่น ๆ		
31. กางเกงธรรมดา	ตัว	
32. กางเกงสะดอ	ตัว	
33. เสื้อผู้ชาย	ตัว	
34. เสื้อเม็ดเดือย	ตัว	

2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ

2.1 จุดแข็ง (Straight)

1. ด้านการจัดการองค์กร

- ประธานกลุ่มฯ มีความเป็นผู้นำสูง มีความสามารถในการแสวงหาโอกาสการพัฒนาองค์กรจากหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สมาชิกกลุ่มฯ มีความสามัคคีและให้ความร่วมมือกับองค์กรเป็นอย่างดี
- ประธานกลุ่มฯ สามารถตัดสินใจทุกอย่างทำให้การบริหารจัดการกลุ่มเป็นอย่างรวดเร็ว และสมาชิกยอมรับการตัดสินใจของประธาน

2. ด้านการผลิต

- สมาชิกภายในกลุ่มฯ ทุกคนมีความชำนาญในทอผ้าด้วยกี่เอว และประธานกลุ่มฯ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการคิดค้นลวดลายชนิดต่างๆ ตลอดเวลา
- สมาชิกมีอุปกรณ์ในการผลิตเป็นของตัวเอง โดยที่กลุ่มฯ ไม่ต้องลงทุนและเก็บรักษาอุปกรณ์ในการผลิต
- กลุ่มฯ มีปัจจัยการผลิตสามารถจัดหาได้ง่ายและมีปริมาณเพียงพอต่อการผลิต สามารถทำการผลิตได้ตลอดทั้งปี
- ส่งเสริมการใช้แรงงานในท้องถิ่นและสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเนื่องจากการสร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้คนอยู่ในถิ่นที่อยู่ของตนเอง
- กลุ่มฯ มีเครือข่ายในการผลิตจำนวน 4 หมู่บ้าน ซึ่งช่วยเสริมให้กลุ่มฯ มีศักยภาพในการขยายการผลิตได้มากขึ้น

3. ด้านการตลาด

- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้รับการคัดสรรให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ระดับประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงมากขึ้น

- กลุ่มฯ มีการส่งเสริมการขาย โดยการออกร้านในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ และโฆษณาทางสถานีวิทยุ อสมท. ลำพูน สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 9 และ เว็บไซต์ OTOP ทำให้สินค้าของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจมากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเฉพาะท้องถิ่น มีจุดขายที่แตกต่างจากการผลิตผ้าฝ้ายทั่วไป คือ การทอผ้าด้วยกี่เอว ซึ่งอาจเป็นที่สนใจของผู้บริโภค
- กลุ่มฯ สามารถให้บริการด้านการตลาดด้วยการให้เครดิตแก่ลูกค้าและมีตัวแทนจำหน่ายในต่างท้องถิ่นและต่างจังหวัด

4. ด้านการเงิน

มีแหล่งเงินทุนภายนอกให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มฯ

2.2 จุดอ่อน (weakness)

1. ด้านการจัดการองค์กร

- มีการบริหารจัดการโดยบุคคลคนเดียว คือ ประธานกลุ่มฯ นอกจากนี้สมาชิกไม่ยอมรับการสืบทอดผู้นำ ถ้าประธานไม่สามารถทำหน้าที่ได้กลุ่มฯ อาจส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการในลักษณะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไปได้
- คณะกรรมการไม่ปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่เนื่องจากไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง
- พื้นฐานการศึกษาของคณะกรรมการและสมาชิกมีน้อย ทำให้ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นและความสามารถในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มฯ น้อย
- กลุ่มฯ ขาดความรู้ในด้านการวางแผนการผลิต การตลาดและการเงิน
- สมาชิกเป็นเพียงผู้ผลิตตามการจัดสรรของประธาน ไม่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจผลิต

2. ด้านการผลิต

- การวางแผนการผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้กลุ่มฯ มีสินค้าคงเหลือจำนวนมาก
- สมาชิกแต่ละรายมีความชำนาญในการผลิตแตกต่างกัน ทำให้คุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ไม่คงที่ คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากฝีมือและความละเอียดในการผลิตของสมาชิกไม่เท่ากัน
- การทอผ้าด้วยกี่เอว ต้องใช้เวลานานในการผลิต ทำให้ปริมาณการผลิตมีน้อย

3. ด้านการตลาด

- กลุ่มฯ ขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผนการตลาด ทำให้มีของสินค้าคงเหลือเนื่องจากผลิตภัณฑ์หรือการผลิตบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของตลาด

- ช่องทางการตลาดมีน้อย ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายย่อย และไม่สม่ำเสมอ มีลูกค้ารายใหญ่และประจำเพียง 4 ราย

- สินค้าจำหน่ายได้ดีในบางช่วง เช่น ช่วงปีใหม่ งานฤดูหนาว หรือช่วงเทศกาลต่าง ๆ
- กลุ่มฯ ขาดความรู้ในการให้เครดิต ที่ผ่านมากลุ่มฯ ขายสินค้าส่งโดยไม่มีเงื่อนไขที่รอบคอบทำให้มีลูกหนี้ค้างชำระจำนวนมาก

4. ด้านการเงิน

- กลุ่มฯ ขาดการบริหารการเงินที่ดี ทำให้เงินสดในมือมีน้อย เงินทุนหมุนเวียนต้องรอลูกหนี้ค้างชำระมาชำระเงิน
- กลุ่มฯ ขาดความรู้ความเข้าใจในเงื่อนไขการให้เครดิตและการติดตามหนี้
- กลุ่มฯ ขาดความรู้ด้านระบบบัญชี การทำบัญชียังไม่เป็นระบบและไม่ครอบคลุม

2.3 โอกาส (Opportunity)

- หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความรู้และทักษะในการผลิตการตลาด รวมทั้งด้านเงินทุน
- กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ฝ้ายจากโครงการฝ้ายแถมใหม่ เพื่อกลุ่มฯ จะทำการปลูกฝ้ายเอง ลดการซื้อวัตถุดิบจากภายนอก

2.4 ข้อจำกัด (Threat)

- ราคาปัจจัยเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผลกำไรของกลุ่มฯ ลดลง
- ปัจจัยการผลิตไม่มีในท้องถิ่นต้องซื้อจากที่อื่น
- มีการแข่งขันในการขายค่อนข้างสูง เนื่องจาก ฝ้ายฝ้ายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตโดยกลุ่มต่างๆ ค่อนข้างมาก รวมถึงต้องแข่งขันกับฝ้ายที่มีการนำเข้าในราคาถูกมากขึ้นจากประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อสมมติฐานทางเศรษฐกิจ

1. เป็นที่คาดว่าในครึ่งปีหลังของปี 2548 การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่แท้จริง (real GDP) ประมาณ 4.5 และอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 3 และภาวะเศรษฐกิจอาจทรงตัวเช่นนี้นานประมาณ 3 ปี
2. ราคาน้ำมันจะยังคงสูงอยู่ในระดับ 50 ดอลลาร์/บาเรล ดังนั้นราคาแก๊สและราคาน้ำมันปาล์มที่ใช้ภายในกลุ่มคาดว่าจะสูงไปด้วย

3. การเจริญเติบโตทางการตลาดของกลุ่มประมาณร้อยละ 5 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เป็นสินค้าที่มีสินค้าอื่นที่ทดแทนได้ คือ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตจากใยสังเคราะห์ จากโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งมีราคาถูกกว่า มีให้เลือกหลากหลาย และผลิตภัณฑ์ผ้าทอเป็นงานฝีมือและผลิตจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ มีราคาค่อนข้างสูง มีผู้บริโภคเพียงบางกลุ่ม ในภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวข้างต้น อาจทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภค หรือในอัตราที่ลดลง ดังนั้น อัตราการเติบโตของกลุ่ม ประมาณร้อยละ 5 ต่อปี

3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

3.1 เป้าหมายโดยรวมของกลุ่มฯ

กลุ่มฯ มีการผลิตที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยการสร้างโรงเรือนผลิตและให้สมาชิกมาทำการผลิตรวมกัน ภายในปี 2548 และกลุ่มฯ ทำการปลูกฝ้ายเองและใช้วัตถุดิบ (ฝ้าย) ที่กลุ่มฯ ผลิตเองภายใน 3 ปี

3.2 เป้าหมายเฉพาะด้าน และแผนการทางการธุรกิจ

3.2.1 เป้าหมาย และแผนทางการตลาด

เป้าหมายทางการตลาดของกลุ่มฯ คือ การเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มฯ ที่ยอดจำหน่ายสูง จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ฝ้ายคลุมไหล่ขนาด 30 นิ้ว ขนาด 25 นิ้ว และ ขนาด 24 นิ้ว เสื้อเม็ดเดียว เสื้อคอเช ผ่าพันคอ ผ่าถุงกระเหรี่ยงและย้อมให้เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันอีกร้อยละ 25 ภายในระยะเวลา 5 ปี และการขยายตลาดสู่ตลาดชุมชนของทุกจังหวัดในอีก 5 ปีข้างหน้า

ภาพรวมการตลาด

ลูกค้าของกลุ่มฯ ที่มีศักยภาพได้แก่

1. พ่อค้าและร้านค้าที่มารับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของมูลค่าขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มฯ
2. ลูกค้าประจำในจังหวัดที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มฯ
3. ลูกค้าประจำต่างจังหวัด ที่สั่งซื้อและมารับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5 ของมูลค่าขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มฯ
4. ลูกค้าประจำจากกรุงเทพฯ ที่สั่งซื้อและมารับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5 ของมูลค่าขายของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มฯ

อีกร้อยละ 30 จากการออกร้าน ในปี 2552 สัดส่วนการรับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มของลูกค้าแต่ละรายจะยังคงเดิมอยู่และจะเพิ่มสัดส่วนลูกค้าใหม่ร้อยละ 50 โดยจะเพิ่มในส่วนของลูกค้าที่มารับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ อีกร้อยละ 10 ลูกค้าประจำในจังหวัด ร้อยละ 10 ลูกค้าประจำต่างจังหวัดอีกร้อยละ 10 และมีการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศร้อยละ 20 ของมูลค่าขายทั้งหมด

ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีส่วนแบ่งตลาดในระดับหมู่บ้านประมาณร้อยละ 90 ของทั้งตลาด และมีส่วนแบ่งการตลาดระดับตำบลและ ระดับอำเภอ ร้อยละ 80 และระดับจังหวัดร้อยละ 50 ของทั้งตลาด ทั้งนี้กลุ่มฯ ไม่มีส่วนแบ่งการตลาดในต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะตลาดหลักยังเป็นตลาดในประเทศ

ส่วนแบ่งการตลาดที่คาดหวัง

ในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า กลุ่มฯ คาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นทุกระดับ คือในระดับหมู่บ้านเพิ่มเป็นร้อยละ 100 ส่วนแบ่งการตลาดระดับตำบลและอำเภอเพิ่มเป็นร้อยละ 90 และส่วนแบ่งการตลาดระดับจังหวัดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70

ตารางที่ 4 เป้าหมายและแผนการตลาดของกลุ่มผ้าบ้านแม่ขนาด

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะยาว 5 ปี และระยะปานกลาง 3 ปี						
1.ผ้าคลุมไหล่ ขนาด 30 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี 2.ผ้าคลุมไหล่ ขนาด 25 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี 3.ผ้าคลุมไหล่ลายโปรง ขนาด 24 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี 4.ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี	ลูกค้าเก่า 50% - ขายส่ง20% - ปลีก 30% ลูกค้าใหม่50% - ขายส่ง40% - ปลีก 10%	เพิ่มขึ้น 10%	- พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายใหม่ๆ มีรูปแบบที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค -ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานเดียวกัน -ทำบรรจุภัณฑ์ติดฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ	-ตั้งราคาสูงกว่าราคาตลาด และเพิ่มราคาตามต้นทุนการผลิต โดยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี	-ขยายตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องร้อยละ 10 ต่อปีโดยเพิ่มการฝากกับร้านค้าชุมชนของทุกจังหวัด - ขยายตลาดไปต่างประเทศ ร้อยละ 20 ผ่านหน่วยงานราชการ	-จัดทำแผนพับประวัติ และสินค้าขายฝากตามหน่วยงานสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่ม - เก็บเงินมัดจำร้อยละ30ของยอดการสั่งซื้อสินค้า -บริการส่งถึงที่โดยไม่คิดค่าขนส่ง -ทำบรรจุภัณฑ์สัญลักษณ์และโลโก้ของกลุ่มฯ

ตารางที่ 4 (ต่อ)

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะสั้น 1 ปี						
1.ผ้าคลุมไหล่เก็บลาย ขนาด 30 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % 2.ผ้าคลุมไหล่เก็บลาย ขนาด 25 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % 3.ผ้าคลุมไหล่ลายโปร่ง เพิ่มขึ้น 5 % 4.ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มขึ้น 5 %	ลูกค้าเก่า 50% - ขายส่ง 20% - ปลีก 30% ลูกค้าใหม่ 50% - ขายส่ง 40% - ปลีก 10%	เพิ่มขึ้น 10%	- พัฒนาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น โดยการผลิตให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า - ลดปริมาณสินค้าค้างสต็อกที่ขายไม่ได้ด้วยการผลิตตาม Order และพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ	-ตั้งราคาจากต้นทุนการผลิต โดยพิจารณาจากค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และบวกด้วยกำไร	- จำหน่ายที่ร้านค้ากลุ่มฯ -เพิ่มการออกร้านจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น โดยเฉพาะต่างจังหวัด - ฝากขายกลุ่ม เครือข่ายต่างจังหวัดให้มากขึ้น	-- จัดทำแคตตาล็อกให้ง่ายต่อการสั่งซื้อสินค้า - จัดทำแผนพับประวัติ และสินค้าขายฝากตามหน่วยงานสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นผู้ช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่ม -ให้เครดิตลูกค้าประจำ เป็นเวลา 2 เดือน - บริการส่งถึงที่โดยไม่คิดค่าขนส่ง -จัดทำนามบัตรแจกลูกค้า - การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

3.2.2 เป้าหมายและแผนทางการผลิต

กลุ่มฯ ต้องการให้สมาชิกมารวมกันผลิตที่โรงเรือนผลิตของกลุ่มฯ เพื่อให้สินค้ามีมาตรฐานเดียวกันและตรงกับความต้องการของลูกค้า และต้องการเพิ่มยอดผลิตผลิตภัณฑ์หลักทุกผลิตภัณฑ์ร้อยละ 5 ต่อปี โดยจะเริ่มตั้งแต่ปี 2549

ภาพรวมการผลิตของกลุ่มฯ

การผลิตของกลุ่มฯ สมาชิกกลุ่มฯ จะแยกกันผลิตโดยจะทำการผลิตที่บ้านของสมาชิกเองและจะมารวมกันผลิต ณ บ้านประธานกลุ่มฯ เมื่อมีบุคคลภายนอกมาศึกษาดูงาน วัตถุประสงค์ในการผลิตเป็นของกลุ่มฯ ทั้งหมด สมาชิกมีหน้าที่ในการผลิตอย่างเดียว ส่วนเรื่ององค์กร การตลาดและการเงิน เป็นหน้าที่ของประธานกลุ่มฯ ทั้งหมด เมื่อประธานกลุ่มฯ รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า จะกระจายงานให้สมาชิกเป็นผู้ผลิตตามความรู้ความชำนาญแล้วนำสินค้ามาส่งที่กลุ่มฯ เพื่อตรวจคุณภาพและจ่ายค่าจ้างแรงงาน

ข้อได้เปรียบด้านการผลิต

กลุ่มฯ มีจุดเด่นด้านการผลิต ที่สำคัญคือการทอผ้าฝ้ายด้วยกี่โหว และลวดลายแตกต่างจากผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ อื่น เน้นวัสดุจากธรรมชาติ นอกจากนี้สมาชิกยังมีความชำนาญในการผลิตด้วยกี่โหวเป็นอย่างดี

ยุทธศาสตร์การผลิต

1. กระจายการผลิตตามความชำนาญของสมาชิกเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและรวมกันผลิตที่โรงเรือนของกลุ่มฯ ทำให้การควบคุมคุณภาพการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. รักษาคุณภาพสินค้าให้สม่ำเสมอ ตรงกับความต้องการของลูกค้า
3. สามารถสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มฯ มีการวางแผนการผลิตสินค้าที่ขายได้เร็วให้มากขึ้นและลดปริมาณสินค้าค้างสต็อกลง

การวางแผนการผลิต

กลุ่มฯ มีการวางแผนให้สมาชิกมารวมกันผลิตที่โรงเรือนผลิตของกลุ่มฯ เพื่อง่ายต่อการควบคุมคุณภาพการผลิตให้เป็นมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกันภายในปี 2548 และกลุ่มฯ วางแผนการปลูกฝ้ายเพื่อลดการซื้อวัตถุดิบจากตลาดภายนอก เนื่องจากราคาค่อนข้างสูงและไม่แน่นอน ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกฝ้ายทั้งหมด 5 ไร่ และจะเพิ่มพื้นที่ปลูกฝ้ายปีละ 2-3 ไร่

ตารางที่ 5 เป้าหมายและแผนการผลิตของกลุ่ม

เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	อุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะยาว(5 ปี) และระยะปานกลาง (3 ปี)						
1.ผ้าคลุมไหล่ ขนาด 30 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี 2.ผ้าคลุมไหล่ ขนาด 25 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี 3.ผ้าคลุมไหล่ลายโปรงขนาด 24 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี 4.ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มขึ้น 5 % ต่อปี	-พัฒนาทักษะฝีมือการทอผ้าของสมาชิก -เพิ่มเครือข่าย เพื่อเพิ่มแรงงานผลิตมากขึ้น -ฝึกอบรม และพา สมาชิก ศึกษาดูงานการผลิตจาก กลุ่ม อื่น ที่ ป ร ะ ส บ ความสำเร็จด้านการผลิต	-เพิ่มพื้นที่ปลูกฝ้ายปีละ 2-3 ไร่ -ใช้วัตถุดิบจากกลุ่มฯ โดยไม่ต้องซื้อจากตลาดภายนอก -จ้างโรงงานย้อมสีฝ้ายให้เพื่อลดภาระงานของกลุ่มฯ และรักษาสิ่งแวดล้อม	สมาชิกจัดหาเอง	- กระจายการผลิตตามความรู้ความถนัด และ ความชำนาญ - มีการฝึกอบรมด้านการทอผ้าให้มีคุณภาพ ส ม ่า เ ส ม อ แ ล ะ มี มาตรฐานเดียวกัน	-คุ ณ ภ า พ ข อ ง สິ น ค ้า มี คณะกรรมการฝ่ายตลาดเป็นผู้ตรวจรับงานจากสมาชิก - สมาชิกมารวมกันผลิตที่กลุ่มฯ เพื่อง่ายต่อการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกัน	- สมาชิกกลุ่มฯ มา รวมกันผลิตที่โรงเรียน ผ ล ิ ต ข อ ง ก ลุ่ ม ฯ ทั้งหมด

ตารางที่ 5 (ต่อ)

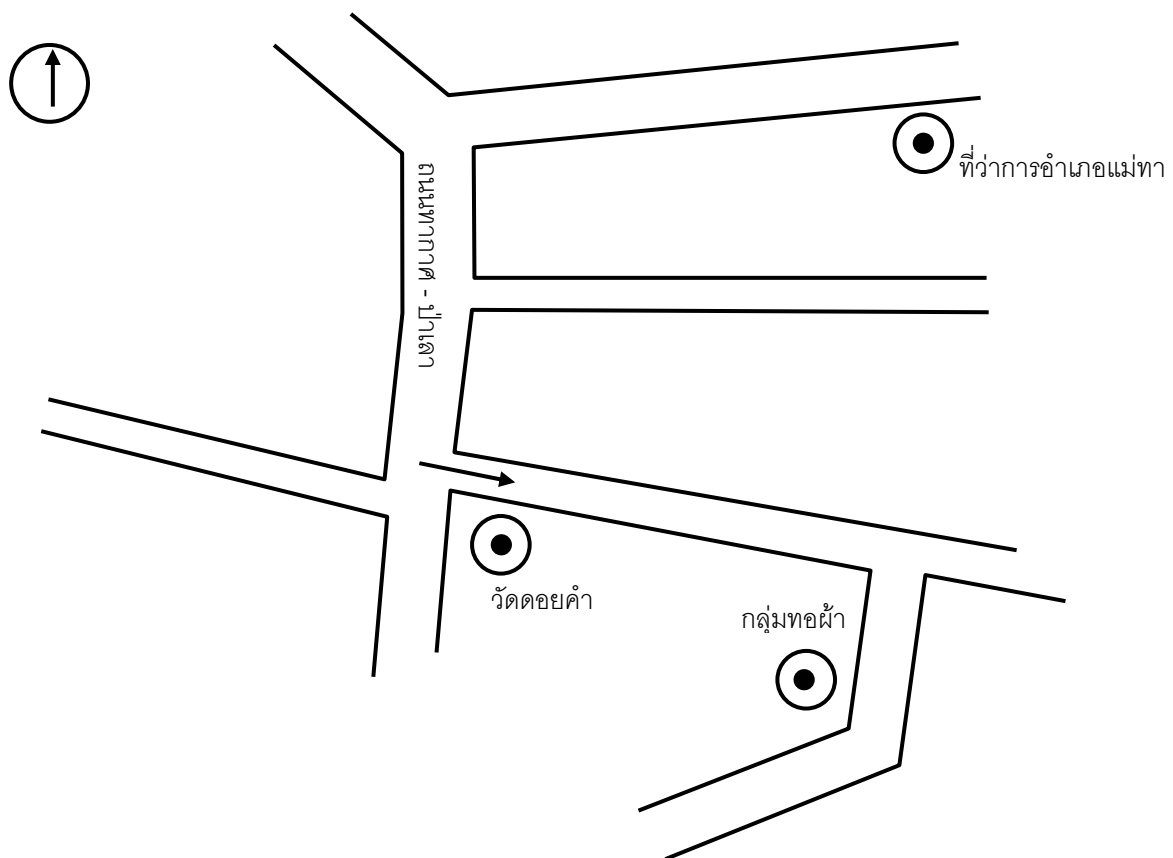
เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	อุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะสั้น (1 ปี)						
1.ผ้าคลุมไหล่เก็บลาย ขนาด 30 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % 2.ผ้าคลุมไหล่เก็บลาย ขนาด 25 นิ้ว เพิ่มขึ้น 5 % 3.ผ้าคลุมไหล่ลายโปรง เพิ่มขึ้น 5 % 4.ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มขึ้น 5 %	-ใช้แรงงานของสมาชิกเดิม ถ้ามีการผลิตมากก็จะให้เครือข่ายทำการผลิตช่วย - เพิ่มค่าจ้างแรงงาน 10-50 ต่อผืน	- กลุ่มฯ จัดหาให้สมาชิกทั้งหมด - กลุ่มฯ ปลูกฝ้ายเองและใช้วัตถุดิบจากกลุ่มฯ - จ้างโรงงานย้อมสีฝ้ายให้เพื่อลดภาระงานของกลุ่มฯ และรักษาสีสิ่งแวดล้อม	สมาชิกจัดหาเอง	- กระจายการผลิตตามความรู้ความถนัด และความชำนาญ - ฝึกอบรมพัฒนาทักษะฝีมือการผลิตแก่สมาชิก	-แต่งตั้งกรรมการฝ่ายตรวจสอบวัตถุดิบและเป็นผู้ตรวจรับงานจากสมาชิก - สมาชิกมารวมกันผลิตที่กลุ่มฯ เพื่อง่ายต่อการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกัน	- สร้างโรงเรือนของกลุ่มฯ เพิ่มเติม 2 แห่งคือ ที่ทำการกลุ่มฯ และท้องค้การบริหารส่วนตำบลทากาศ เพื่อให้สมาชิกมารวมกันผลิตที่กลุ่มฯ

3.2.3 เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กร

กลุ่มฯ จะมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรภายในปี 2548 โดยให้สมาชิกที่มีความพร้อมเสียสละเข้ามาบริหารงานกลุ่มฯ ในด้านเพิ่มจำนวนสมาชิกจะรับสมาชิกที่ตั้งใจจะเข้ามาทำงานกลุ่มอย่างจริงจังประมาณ 10 คนในปี 2548 เพื่อให้การดูแลและควบคุมการผลิตอย่างทั่วถึง นอกจากนี้จะมีการตั้งกฎระเบียบให้เคร่งครัดกว่าเดิม

1. สถานที่ตั้งของธุรกิจ

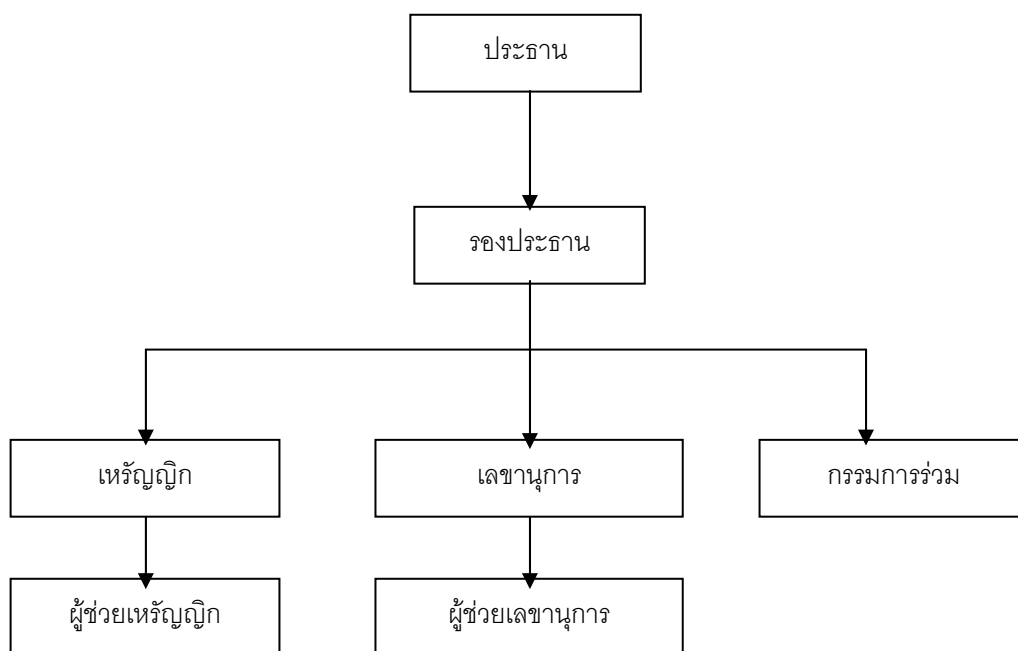
กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด ตั้งอยู่ เลขที่ 78 หมู่ที่ 8 ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน 51170 โทรศัพท์ (06) 1868964 และ (01) 9618741 ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 สถานที่ตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด

2. โครงสร้างขององค์กร

กลุ่มฯ มีคณะกรรมการบริหารงานทั้งหมด 8 คน มีสมาชิกด้วยกันทั้งหมด 47คน มีการคัดเลือกคณะกรรมการบริหารงานออกเป็นตำแหน่งต่าง ๆ ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างองค์กรของกลุ่มฯ

รายละเอียดของประวัติของคณะกรรมการบริหารกลุ่มฯ และการบริหารงานกลุ่มฯ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ประวัติของคณะกรรมการกลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด

ชื่อ	อายุ (ปี)	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ตำแหน่ง	หน้าที่
นางพรทิพา ดอกแก้วนาค	43	มัธยมศึกษาปีที่ 6	ค้าขาย	ประธาน	บริหารจัดการกลุ่มฯ
นางกริยา เกษมศรีมาลัย	33	ประถมศึกษาปีที่ 6	รับจ้าง	รองประธาน	ฝ่ายผลิต
นางศิวพร วรรณศิริกุล	35	ประถมศึกษาปีที่ 6	รับจ้าง	เลขานุการ	ฝ่ายผลิต
นางมุกดา ขนาดจิตรกร	32	ประถมศึกษาปีที่ 6	รับจ้าง	ผู้ช่วยเลขานุการ	ฝ่ายผลิต
นางคำดา ขนาดไพศาลสกุล	36	-	รับจ้าง	ผู้ช่วยเลขานุการ	ฝ่ายผลิต
นางเพชร ขนาดกำจาย	51	ประถมศึกษาปีที่ 4	รับจ้าง	เหรียญญิก	ฝ่ายผลิต
นางแสงทอง กาวिकास	34	-	รับจ้าง	ผู้ช่วยเหรียญญิก	ฝ่ายผลิต
นางโสภา ขนาดกนก	27	ประถมศึกษาปีที่ 6	รับจ้าง	กรรมการร่วม	ฝ่ายผลิต

ตารางที่ 7 เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กรและกำลังคนของกลุ่มฯ

เป้าหมายการจัดการองค์กรและกำลังคน	กลยุทธ์
ระยะยาว (5 ปี) และระยะปานกลาง (3 ปี)	
1. โครงสร้างองค์กร	1. เพิ่มคณะกรรมการ ฝ่ายตรวจสอบและควบคุมการผลิต จำนวน 4 คน จากเดิมมี 6 คน 2. กระตุ้นให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการเข้ารับการอบรมความรู้ด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อการพัฒนากลุ่มฯ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว 3. เพิ่มกฎระเบียบของกลุ่มฯ ให้เคร่งครัดมากขึ้น
2. สมาชิก	1. เปิดรับสมัครใหม่ เพิ่มเป้าหมายให้ได้จำนวน 10 คนในปี 2548 เพื่อเปลี่ยนสมาชิกเดิมที่ชราภาพมากแล้วไม่สามารถทำการผลิตได้ 2. รับสมาชิกที่มีความสนใจในกิจการของกลุ่มฯ มีความพร้อมที่จะเสียสละทำงานให้กลุ่มฯ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ 3. พาสมาชิกศึกษาดูงานตามหน่วยงานต่างๆ หรือกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ
3. สวัสดิการ	1. สมาชิกทุกคนมีสิทธิกู้ยืมเงินกลุ่มดอกเบี้ยยต่ำกรณีฉุกเฉิน จำเป็นต้องใช้เงินเร่งด่วน ชำระเงินภายใน 3 เดือน 2. จัดงานเลี้ยงปีใหม่และสงกรานต์เพื่อสร้างความสนุกสนานและเป็นขวัญกำลังใจให้สมาชิกและคนในชุมชน
ระยะสั้น (1ปี)	
1. โครงสร้างองค์กร	ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้ผู้ที่มีความเสียสละเข้ามาบริหารงานกลุ่มฯ
2. สมาชิก	1. รับสมาชิกเพิ่มจำนวน 10 คน เพื่อทดแทนสมาชิกเดิมที่ชราภาพแล้ว กลุ่มฯ ไม่อยากรับสมาชิกเพิ่มมากนักเนื่องจากการดูแลการผลิตไม่ทั่วถึง มาตรฐานการผลิตจะไม่คงที่ 2. สมาชิกมารวมกันผลิตที่โรงเรือนผลิตของกลุ่มฯ 3. เพิ่มค่าจ้างแรงงานแก่สมาชิก 10-50 บาทต่อวัน
3. สวัสดิการ	1. ฝากเงินออมทรัพย์กลุ่มฯ 2. สมาชิกทุกคนมีสิทธิกู้เงินออมทรัพย์ฯ 3. จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ปีละ 2 ครั้งเพื่อสร้างความสนุกสนานและเป็นขวัญกำลังใจให้สมาชิกและคนในชุมชน

3.2.4 เป้าหมาย และแผนทางการเงิน

กลุ่มฯ ตั้งเป้าหมายทำกำไรสุทธิอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 30 ต่อปี ภายใน 5 ปี และจัดจ้างบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความชำนาญด้านบัญชีจัดทำบัญชีของกลุ่ม ภายใน ปี 2548 ปี รายละเอียดแสดง ดังนี้

ตารางที่ 8 พยากรณ์ยอดการผลิตของกลุ่มฯ 5 ปี

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 3	ส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 4	ส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 5	ส่วนเพิ่ม (%)
ผ้าคลุมไหล่ 24 นิ้ว	1,056	1,112	5.33	1,168	5.00	1,226	5.00	1,288	5.00
ผ้าคลุมไหล่ 30 นิ้ว	252	265	5.01	278	5.20	292	5.00	307	5.00
เสื้อคาเซ	541	569	5.14	597	5.00	627	5.00	658	5.00
เสื้อเม็ดเดือย	276	290	5.21	305	5.00	320	5.00	336	5.00
ผ้าคลุมไหล่ 25 นิ้ว	96	101	5.21	106	5.00	111	5.00	117	5.00
ผ้าพันคอ	264	278	5.33	292	5.00	307	5.00	322	5.00
ผ้าถุงกระเหรียง	36	38	5.21	40	5.00	42	5.00	44	5.00
ถุงย่าม	48	51	5.21	53	5.00	56	5.00	58	5.00

ตารางที่ 9 พยากรณ์ยอดขายของกลุ่มฯ ปี 2548 - 2555

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 3	ส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 4	ส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 5	ส่วนเพิ่ม (%)
ผ้าคลุมไหล่ 24 นิ้ว	1,056	1,112	5.33	1,168	5.00	1,226	5.00	1,288	5.00
ผ้าคลุมไหล่ 30 นิ้ว	252	265	5.01	278	5.20	292	5.00	307	5.00
เสื้อคาเซ	541	569	5.14	597	5.00	627	5.00	658	5.00
เสื้อเม็ดเดือย	276	290	5.21	305	5.00	320	5.00	336	5.00
ผ้าคลุมไหล่ 25 นิ้ว	96	101	5.21	106	5.00	111	5.00	117	5.00
ผ้าพันคอ	264	278	5.33	292	5.00	307	5.00	322	5.00
ผ้าถุงกระเหรียง	36	38	5.21	40	5.00	42	5.00	44	5.00
ถุงย่าม	48	51	5.21	53	5.00	56	5.00	58	5.00

ตารางที่ 10 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย 5 ปี

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือต้นปี	-	22,680.33	23,568.78	24,713.55	25,915.90
บวก : วัตถุดิบทางตรง	113,126.53	119,040.06	125,029.30	131,280.76	137,844.80
วัตถุดิบทางอ้อม	-	-	-	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง	296,460.00	311,808.60	327,582.78	343,961.92	361,160.01
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	2,576.69	2,208.59	2,208.59	2,208.59	2,208.59
สินค้าที่มีเพื่อขาย	412,163.22	455,737.58	478,389.45	502,164.83	527,129.31
หัก : สินค้าคงเหลือปลายปี	22,680.33	23,568.78	24,713.55	25,915.90	27,178.36
ต้นทุนสินค้าขาย	389,482.89	432,168.79	453,675.90	476,248.93	499,950.95

ตารางที่ 11 ประมาณการค่าใช้จ่าย

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายโรงงานต่อปี					
ค่าแรงทางอ้อม เงินเดือนและค่าจ้าง(ต้นทุนการผลิต)					
ค่าใช้จ่ายโรงงาน(ใส่หุ้ยการผลิต)	2,576.69	2,208.59	2,208.59	2,208.59	2,208.59
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	1,840	11,043	1,840	11,043	1,840
ค่าบรรจุภัณฑ์	2,761	4,601	6,442	86,503	10,123
ค่าไฟฟ้า	331	331	331	331	331
ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อปี					
ค่าโทรศัพท์	16,288	16,288	16,288	16,288	16,288
ค่าน้ำมันรถ (ส่วนของการบริหาร)	-	-	-	-	-
ค่าฝึกอบรมและสวัสดิการ	18,405	36,810	36,810	36,810	36,810
รวม	42,203	71,282	63,920	153,184	67,601

ตารางที่ 12 ประมาณการงบประมาณต้นทุนโครงการ

รายการ	แหล่งที่มาของเงินทุน			จำนวนเงินทั้งสิ้น (บาท)
	หนี้สิน		ส่วนของผู้เจ้าของ	
	เจ้าหนี้	เงินกู้		
เงินทุนหมุนเวียน				
เงินสด			2,300.50	2,300.50
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย				-
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง				-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง				-
วัสดุคงคลัง			-	-
				2,300.50
สินทรัพย์ถาวร				
ที่ดิน				
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน			86,503.18	86,503.18
เครื่องจักร			-	-
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า			28,352.80	28,352.80
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย			-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			13,619.65	13,619.65
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน			-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน			2,529.76	2,529.76
ยานพาหนะ			-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ			-	-
				131,005.39
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ				
ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ				
สิทธิในการใช้สินทรัพย์				
			รวม	133,305.89

กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาด
ประมาณการงบกำไรขาดทุน
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

	หน่วย : บาท
ขาย	640,370.00
หัก ต้นทุนขาย	534,612.70
กำไรขั้นต้น	105,757.30
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าใช้จ่ายในการขาย	30,180.41
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	12,974.73
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	43,155.15
กำไรจากการดำเนินงาน	62,602.15
บวก รายได้อื่น ๆ	5,000.00
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	20,000.00
กำไรก่อนหักภาษี	47,602.15
หัก ภาษี	-
กำไรหลังหักภาษี	47,602.15
หัก เงินปันผล	
- ปันผลตามหุ้นร้อยละ 40	19,040.86
- ค่าตอบแทนคณะกรรมการร้อยละ 20	9,520.43
- สวัสดิการและชุมชนร้อยละ 20	9,520.43
รวมเงินปันผล	38,081.72
กำไรสะสม	9,520.43

กลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด

ประมาณการงบดุล
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

หน่วย : บาท

สินทรัพย์		หนี้สินและส่วนของผู้เจ้าของ	
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สินหมุนเวียน	
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	2,500.00	เจ้าหนี้การค้า	-
ลูกหนี้การค้า	88,166.00	หนี้สินที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	-
ลูกหนี้เงินกู้		ค่าให้จ่ายค้างจ่าย	-
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	244,200.00		
วัตถุดิบคงคลัง			
อื่น ๆ			
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	<u>334,866.00</u>	รวมหนี้สินหมุนเวียน	
สินทรัพย์ถาวร		หนี้สินระยะยาว	
ที่ดิน	-	เงินกู้ยืมระยะยาว	120,000.00
อาคาร	94,000.00	รวมหนี้สินระยะยาว	120,000.00
เครื่องจักร/อุปกรณ์	18,980.00	รวมหนี้สิน	120,000.00
ยานพาหนะ		ส่วนของผู้เจ้าของ	-
เครื่องใช้สำนักงาน	2,749.00	ทุนเรือนหุ้น	1,800.00
สินทรัพย์ถาวรที่ได้เปล่า	30,810.00	ได้เปล่า	31,060.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	<u>49,699.80</u>	กำไรสะสม	231,243.05
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	96,839.20	<u>บวก</u> กำไรสุทธิ	47,602.15
สินทรัพย์อื่น ๆ	-	กำไรสะสมปลายงวด	-
รายการจ่ายในการเตรียมการ	-	รวมส่วนของผู้เจ้าของ	311,705.20
รวมสินทรัพย์ทั้งหมด	<u>431,705.20</u>	รวมหนี้สินและส่วนของผู้เจ้าของ	<u>431,705.20</u>

ตารางที่ 13 อัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มหอผ้ากระเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดปี 2546

อัตราส่วน	
I อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)	
1. ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital)	334,866 บาท
II. อัตราส่วนแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	
2. อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้การค้า (Accounts Receivable Turnovers Ratio)	14.53 ครั้ง
3. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเก็บหนี้ (Average Collection Period)	25.13 วัน
4. อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover Ratio)	4.14 ครั้ง
5. อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (Inventory turnover in Days)	88.23 วัน
6. 1 รอบธุรกิจ (Operating Cycle)	113.35 วัน
7. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)	1.39 ครั้ง(เท่า)
8. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets turnover Ratio)	5.05 ครั้ง(เท่า)
III. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม	
9. อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	ร้อยละ 25.99
10. หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)	0.35 เท่า
11. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (Long – Term Debt / Total Capitalization)	-0.54 เท่า
12. Degree of Financial Leverage	1.25 เท่า
IV. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร	
13. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	ร้อยละ 9.26
14. อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	ร้อยละ 11.60
V. ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)	
15. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment): ROI	ร้อยละ 12.84
16. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets: ROA)	ร้อยละ 16.09
17. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE)	ร้อยละ 17.35

ตารางที่ 14 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย: บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
ขาย	642,480.00	674,604.00	708,334.20	743,750.91	780,938.46
รายได้อื่น					
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	389,482.89	432,168.79	453,675.90	476,248.93	499,950.95
กำไรเบื้องต้น	252,997.11	242,435.21	254,658.30	267,501.98	280,987.51
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายในการขาย	4,932.52	15,975.48	8,613.51	97,877.43	12,294.49
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	34,693.30	53,098.23	53,098.23	53,098.23	53,098.23
ค่าเสื่อมราคา (จากส่วนของการผลิต การขายและการบริหาร)	11,700.69	11,700.69	11,700.69	11,700.69	11,700.69
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	201,670.59	161,660.80	181,245.87	104,825.63	203,894.09
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	36,809.87	-	-	-	-
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	164,860.73	161,660.80	181,245.87	104,825.63	203,894.09
หัก ภาษี (อัตรา %)					
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	164,860.73	161,660.80	181,245.87	104,825.63	203,894.09
หัก เงินปันผล	131,888.58	129,328.64	144,996.70	83,860.50	163,115.27
กำไร (ขาดทุน) สะสม	32,972.15	65,304.31	101,553.48	122,518.61	163,297.43

ตารางที่ 15 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		642,480	674,604.00	708,334.20	743,750.91	780,938.46
รับชำระหนี้ (ลูกหนี้)		-	-	-	-	-
รายได้อื่น						
รวมเงินสดรับ	-	642,480	674,604.00	708,334.20	743,750.91	780,938.46
เงินสดจ่าย						
การดำเนินการ						
ซื้อวัตถุดิบทางตรง		113,126.53	119,040.06	125,029.30	131,280.76	137,844.80
ซื้อวัตถุดิบทางอ้อม		-	-	-	-	-
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง		-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง		296,460	311,808.60	327,582.78	343,961.92	361,160.01
ค่าใช้จ่ายโรงงาน		2,443	2,208.59	2,208.59	2,208.59	2,208.59
ค่าใช้จ่ายในการขาย		4,932.52	15,975.48	8,613.51	97,877.43	12,294.49
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		34,693.30	53,098.23	53,098.23	53,098.23	53,098.23
การลงทุน						
เงินทุนหมุนเวียน						

ตารางที่ 15 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์ถาวร	131,005.39					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ						
รวมเงินสดจ่าย	131,005.39	451,655.36	502,130.96	516,532.41	628,426.94	566,606.13
เงินสดสุทธิ						
บวก เงินสดยกตกมา		145,068.60	167,194.79	210,339.19	257,144.29	288,607.76
รวมเงิน	- 131,005.39	190,824.64	172,473.04	191,801.79	115,323.97	214,332.32
บวก ทุนส่วนของเจ้าของ	276,073.99					
เงินกู้ระยะสั้น	-	-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว		-				
ชำระคืนเงินต้น		36,809.87	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
หักเงินปันผล (ร้อยละ 80)		131,888.58	129,328.64	144,996.70	83,860.50	163,115.27
เงินสดคงเหลือยกไป	145,068.60	167,194.79	210,339.19	257,144.29	288,607.76	339,824.80

ตารางที่ 16 ประมาณการงบดุล

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	145,068.60	167,194.79	210,339.19	257,144.29	288,607.76	339,824.80
ลูกหนี้		-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย		22,680.33	23,568.78	24,713.55	25,915.90	27,178.36
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง		-	-	-	-	-
วัสดุคงคลัง		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	145,068.60	189,875.12	233,907.97	281,857.84	314,523.66	367,003.16
สินทรัพย์ถาวร						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน	86,503.18	132,515.51	132,515.51	132,515.51	132,515.51	132,515.51
เครื่องจักร	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า	28,352.80	28,352.80	28,352.80	28,352.80	28,352.80	28,352.80
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 16 (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย	13,619.65	13,619.65	13,619.65	13,619.65	13,619.65	13,619.65
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	2,529.76	2,529.76	2,529.76	2,529.76	2,529.76	2,529.76
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	131,005.39	177,017.72	177,017.72	177,017.72	177,017.72	177,017.72
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		11,700.69	23,401.38	35,102.07	46,802.76	58,503.45
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	131,005.39	165,317.03	153,616.34	141,915.65	130,214.96	118,514.27
สินทรัพย์อื่น ๆ						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ รอการตัดจ่าย						
สิทธิการใช้สินทรัพย์						
รวมสินทรัพย์อื่นๆ						
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	276,073.99	355,192.15	387,524.31	423,773.49	444,738.61	485,517.43

ตารางที่ 16 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้		-	-	-	-	-
ตัวเงินจ่ายและเงินกู้ระยะยาวเมื่อทวงถาม						
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว						
เงินกู้ยืมระยะยาว						
รวมหนี้สินระยะยาว						
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนจดทะเบียน (ออกเอง)	276,073.99	322,220.01	322,220.01	322,220.01	322,220.01	322,220.01
หุ้นบุริมสิทธิ						
หุ้นสามัญ						
กำไรสะสม		32,972.15	65,304.31	101,553.48	122,518.61	163,297.43
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	276,073.99	355,192.16	387,524.32	423,773.49	444,738.62	485,517.44
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น	276,073.99	355,192.16	387,524.32	423,773.49	444,738.62	485,517.44

ตารางที่ 17 ประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน

	อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
I	อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio): แสดงถึงสภาพคล่องระยะสั้น						
1	ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital)	บาท	189,875.12	233,907.97	281,857.84	314,523.66	367,003.16
II	อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity / Efficiency Ratio)						
2	อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)	ครั้ง/เท่า	1.81	1.74	1.67	1.67	1.61
3	อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover Ratio)	ครั้ง/เท่า	3.89	4.39	4.99	5.71	6.59
III	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม						
4	Degree of Financial Leverage	เท่า	1.22	1.00	1.00	1.00	1.00
IV	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)						
5	อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	ร้อยละ	25.66	23.96	25.59	14.09	26.11
6	อัตราส่วนกำไรเบ็ดเสร็จต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	ร้อยละ	39.38	35.94	35.95	35.97	35.98
7	อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on investment: ROI)	ร้อยละ	46.41	41.72	42.77	23.57	42.00
V	ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)						
8	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA)	ร้อยละ	56.78	41.72	42.77	23.57	42.00
9	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)	ร้อยละ	46.41	41.72	42.77	23.57	42.00

4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

การประกอบธุรกิจมักจะมีความเสี่ยงเกิดขึ้นเสมอ ทั้งปัจจัยภายใน และภายนอก กลุ่มทอผ้าบ้านแม่ขนาดก็ประสบปัญหาในเรื่องความเสี่ยง ซึ่งกลุ่มฯ มีแผนการป้องกัน และจัดการความเสี่ยงดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

ความเสี่ยง	วิธีการแก้ไข
ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน 1. คุณภาพผลิตภัณฑ์ 1. การทอไม่ได้คุณภาพ 2. การย้อมสีไม่ได้มาตรฐาน	- ให้สมาชิกมารวมผลิตกันที่โรงเรือนผลิตของกลุ่มฯ เพื่อควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานเดียวกัน - ให้ลูกค้าเข้ามาอบรมเรื่องคุณภาพสินค้าที่ต้องการเพื่อให้ได้สินค้าตรงกับความต้องการ - จ้างโรงงานย้อมสีฝ้าย ซึ่งสามารถย้อมได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มฯ
ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก 1. ตลาดรองรับผลิตภัณฑ์มีน้อย 2. ราคาวัตถุดิบหลักผันผวนมีแนวโน้มราคาสูงขึ้น	- พยายามหาตลาดให้มากขึ้น - ขอความช่วยเหลือจากภาครัฐในการหาตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ - สนับสนุนให้สมาชิก และเครือข่ายปลูกฝ้ายเอง เพื่อลดการซื้อวัตถุดิบจากภายนอกและขอสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ฝ้ายจากโครงการฝ้ายแก้วใหม่

5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

ในแผนการดำเนินงานขยายกิจการของกลุ่มฯ มีรายละเอียดของงบประมาณค่าใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ
แต่ละปี ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

กลยุทธ์ / แผน	มาตรการ / วิธีการ	งบประมาณ (บาท / ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<u>การตลาด</u>	1. จัดทำแผ่นพับ	920	920	920	920	920
	2. จัดทำแคตตาล็อกสินค้า		9,202	-	9,202	-
	3. จัดทำนามบัตรแจกลูกค้า	920	920	920	920	920
	4. บรรจุภัณฑ์	2,541	4,234	5,928	79,604	9,315
<u>การผลิต</u>	1. จัดฝึกอบรม		9,202	9,202	9,202	9,202
<u>การบริหารจัดการ</u>	1. พาสมาชิกไปศึกษาดูงาน		9,202	9,202	9,202	9,202
	2. จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี	18,405	18,405	18,405	18,405	18,405
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด		22,786	52,087	44,578	127,457	47,966