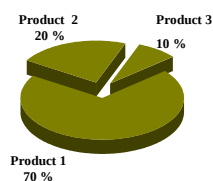


แผนธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชน



กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เชมพูสมุนไพรบ้านแม่จ้องใต้

โครงการ “การพัฒนานักวิจัยและการวิจัยเชิงปฏิบัติการไตรภาคีเพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนระยะที่ 1: ภาคเหนือตอนบน”

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มิถุนายน 2548

ที่ปรึกษาโครงการ

ดร. กฤษณพงศ์ กีรติกร

คณะวิจัย

หัวหน้าโครงการ

รศ. ดร. อารี วิบูลย์พงศ์^{1/ 2/}

หัวหน้าโครงการร่วม

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

นักวิจัยส่วนกลาง

ผศ. ดร. พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์^{1/}

ผู้ช่วยนักวิจัย

รัตนา แก้วเสน^{2/}

^{1/} ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{2/} ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{3/} คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

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

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชมพูสุมนไพรบ้านแม่จ๋องใต้ มีผลิตภัณฑ์รวม 12 ชนิด สำหรับแผนธุรกิจใน 5 ปีนี้ กลุ่มฯ ประสงค์ที่จะขยายการผลิตและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ 9 ชนิด คณะวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะให้แนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มฯ ซึ่งกลุ่มฯ จำเป็นจะต้องปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน และขอขอบคุณคณะกรรมการและสมาชิกในกลุ่ม ที่ให้การต้อนรับและร่วมงานกับคณะวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาเกือบ 2 ปี

คณะวิจัย

มิถุนายน 2548

สารบัญ

	หน้า
คณะวิจัย	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	1
แผนธุรกิจ	3
1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ	3
2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ	4
3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ	7
4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ	34
5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ	34
6. ภาคผนวก	35

แผนธุรกิจกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์แฮมพุดสมุนไพรบ้านแม่จ้องใต้

บทสรุปผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจ

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์แฮมพุดสมุนไพร ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2536 เริ่มต้นจากการเป็นกลุ่มออมทรัพย์มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้ให้สมาชิกกลุ่ม เป็นแหล่งเงินออมและแหล่งเงินกู้ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในระดับหนึ่ง การตลาดมีความเป็นไปได้ อาจเป็นเพราะจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพร และราคาที่ถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในท้องตลาด และมีการเติบโตเรื่อยมาจนในปัจจุบัน โดยได้รับการสนับสนุนจากองค์การแคร์นานาชาติและหน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยนำสมุนไพรพื้นบ้านต่าง ๆ มาเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

โอกาสของธุรกิจ

การส่งเสริมของภาครัฐ หน่วยงานเอกชน และการประชาสัมพันธ์ของสื่อต่าง ๆ ส่งผลให้กระแสความนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและจากการที่กลุ่มฯ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีสมุนไพรพื้นบ้านอย่างเพียงพอในการผลิตและราคาค่อนข้างถูก สมุนไพรบางชนิดสามารถปลูกเองได้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อ นอกจากนี้องค์การแคร์นานาชาติได้ส่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ไปขายยังประเทศญี่ปุ่น ทำให้ลูกค้าต่างประเทศรู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มากยิ่งขึ้น หน่วยงานของรัฐให้การช่วยเหลือในด้านการตลาด เช่น การออกร้านแสดงสินค้าต่าง ๆ และด้านเงินทุนของกลุ่มฯ ทำให้กลุ่มฯ มีทุนสำหรับดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะแนลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่เป็นชายส่งทั้งหมด โดยมีสมาชิก เป็นผู้นำสินค้าออกจำหน่าย ซึ่งสมาชิกแต่ละคนจะมีลูกค้าประจำของตนเอง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำทั่วไป ร้านเสริมสวย และร้านสปา ซึ่งเป็นลูกค้าประจำในพื้นที่อำเภอคอยสะเกิดและอำเภอใกล้เคียง ลูกค้าต่างจังหวัดและองค์การแคร์นานาชาติที่มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องทุกเดือน กลุ่มฯ ต้องการรับสมัครเพิ่มในทุกหมู่บ้านเพื่อกระจายสินค้า ขยายตลาดเป็นเครือข่ายการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้นภายใน 2 ปี และกลุ่มฯ คาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดระดับตำบลเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 90 และระดับอำเภอเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50

ความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจ

กลุ่มฯ นำเอาสมุนไพรพื้นบ้านมาเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในพื้นที่อำเภอคอยสะเกิด นอกจากนี้วัตถุดิบจัดหาง่าย มีในท้องถิ่นและราคาถูก

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

ผลประกอบการของกลุ่มฯ ในปี พ.ศ. 2546 แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการลงทุนของกลุ่มฯ ที่สามารถให้ผลตอบแทนได้เป็นอย่างดี มีรายละเอียดดังนี้

ขาย	369,780.00 บาท
กำไรขั้นต้น	262,280.47 บาท
อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	70.93%
อัตรากำไรสุทธิ	30.21%
อัตรากำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	64%

ตารางที่ 1 แนวโน้มกำไรและระยะเวลาในการทำกำไร

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ปริมาณขาย(ชิ้น)	23,208	28,164	34,428	42,324	52,344
ยอดขายมูลค่า(บาท)	464,160	704,100	1,032,840	1,481,340	2,093,760
กำไรขั้นต้น(บาท)	335,406.77	552,580.94	853,432.23	1,267,297.28	1,836,478.39
อัตรากำไรขั้นต้น(%)	72.26	78.48	82.63	85.55	87.71
กำไรสุทธิ(บาท)	147,854.62	224,228.78	475,880.07	809,745.12	1,278,926.24
อัตรากำไรสุทธิ(%)	31.85	31.85	46.07	54.66	61.08
ส่วนของผู้ถือหุ้น(บาท)	348,254.62	572,483.40	1,048,363.47	1,858,108.59	3,137,034.82
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	42.46	39.17	45.39	43.58	40.77
จุดคุ้มทุน(บาท)	23,498.03	23,897.79	17,599.00	14,932.87	13,410.19

ตารางที่ 2 ประมาณการระยะเวลาคืนทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ(จริง)	67,379.00	97,928.67	198,589.19	332,135.20	519,807.65
เงินสดรับ(สะสม)	67,379.00	165,307.67	363,896.86	696,032.06	1,215,839.71

เงินลงทุนเริ่มแรก 31,000.00 บาท

ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 3 เดือน

หมายเหตุ: เงินสดรับ หมายถึงกำไรสุทธิรวมกับต้นทุนคงที่

แผนธุรกิจ

1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มฯ

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมพุดมุนไพร ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2536 เริ่มต้นจากการเป็นกลุ่มออมทรัพย์แม่จ้องใต้ ขณะนั้นมีสมาชิกจำนวน 30 ราย โดยได้รับการสนับสนุนด้านการอบรมให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่เคหกิจเกษตรอำเภออดอยสะเก็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้ให้สมาชิกกลุ่ม เป็นแหล่งออมเงินและแหล่งเงินกู้ โดยมีกลุ่มออมทรัพย์ของกลุ่มด้วย ต่อมาเมื่อปี 2538 กลุ่มฯ ได้รับความช่วยเหลือด้านงบประมาณจากองค์การเคหะนานาชาติจำนวน 19,600 บาท เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของกลุ่มฯ การบริหารงานของกลุ่มฯ มีการกำหนดตำแหน่งและกำหนดหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน โดยมีนางวราภรณ์ อริยจักร์ เป็นประธานกลุ่มฯ ซึ่งดำรงตำแหน่งตั้งแต่ปี 2536 มาจนถึงปัจจุบันเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญกับกลุ่มฯ มาก ในด้านการบริหารจัดการองค์กร ด้านการผลิต การตลาดและการเงินของกลุ่มฯ

1.2 ลักษณะและรายละเอียดของสินค้า

1. รายละเอียดสินค้า

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่จ้องใต้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมพุด คุกกี้ นวด และคุกกี้ อบน้ำสมุนไพรชนิดต่างๆ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ขนาดบรรจุ
ขนมพุดมะกรูด	ขวด	220 ซีซี
คุกกี้ นวดมะกรูด	ขวด	220 ซีซี
ขนมพุดดอกอัญชัน	ขวด	220 ซีซี
คุกกี้ นวดดอกอัญชัน	ขวด	220 ซีซี
ขนมพุดประจำดีควาย	ขวด	220 ซีซี
คุกกี้ นวดประจำดีควาย	ขวด	220 ซีซี
ขนมพุดน้อยหน้า	ขวด	220 ซีซี
ขนมพุดมั่งคุด	ขวด	220 ซีซี
ขนมพุดตะไคร้	ขวด	220 ซีซี
ขนมพุดสำหรับสุนัข	ขวด	220 ซีซี
คุกกี้ อบน้ำกลินชัลลิล	ขวด	220 ซีซี
คุกกี้ อบน้ำกลินยูคาลิปตัส	ขวด	220 ซีซี

2. ประวัติของสินค้า

สืบเนื่องจากประธานกลุ่มฯ เป็นบุคคลที่มีความสามารถมีเทคนิค และทักษะความชำนาญในการผลิต ทั้งนี้กระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยาก และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2536 จนถึงปัจจุบัน มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ประมาณ 12 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกิดจากการนำสมุนไพรพื้นบ้านชนิดต่างๆ ที่มีคุณสมบัติในการบำรุงเส้นผมและผิวพรรณ มาใช้เป็นส่วนผสมเพื่อเป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์

3. จุดแข็งของสินค้า

1. สินค้ามีส่วนผสมของสมุนไพร ซึ่งเป็นเด่นของผลิตภัณฑ์
2. วัตถุดิบจัดหาได้ง่ายในท้องถิ่น
3. กระบวนการผลิตไม่ยุ่งยาก ประหยัดแรงงาน

2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ

จากการศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่จ้องใต้ ทั้งในด้านองค์กร การผลิต การตลาดและการบริหารการเงินของกลุ่มฯ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของกลุ่มฯ ได้ดังนี้

2.1 จุดแข็ง

1. การจัดการองค์กร

- ผู้นำกลุ่มฯ มีความเข้มแข็ง มีความเป็นผู้นำสูงเป็นผู้นำชุมชน และเป็นคนกว้างขวางเป็นที่นับถือของสมาชิกและคนในชุมชน มีบทบาทสำคัญในการหาตลาดและทำการตลาดของกลุ่มฯ
- ข้อตกลงในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มฯ และคำตอบแทนในการทำงานของสมาชิก ทำให้สมาชิกมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น เช่น สมาชิกจะได้คำตอบแทนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 บาทต่อขวด หรือสมาชิกกลุ่มฯ ต้องมียอดขายจำหน่ายหรือผลงาน

2. การผลิต

- ประธานเป็นผู้มีความสามารถในการผลิต มีเทคนิคในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาด จนทำให้กลุ่มฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในอำเภอดอยสะเก็ด
- กลุ่มฯ มีเทคนิคในการผลิตที่แตกต่างจากผู้ผลิตกลุ่มอื่น ทำให้ผลิตรายของกลุ่มฯ มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่และเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหญ่ในพื้นที่อำเภอดอยสะเก็ด
- ปัจจัยการผลิตสามารถจัดหาจัดซื้อได้ในท้องถิ่น และมีร้านค้าประจำ เช่น สมุนไพรต่างๆ และหัวเชื้อต่างๆ ส่วนปัจจัยการผลิตอื่นก็สามารถหาซื้อได้ในตลาดทั่วไป
- กลุ่มฯ มีการสอนวิธีการผลิตแบบหมู่ แก่กลุ่มฯ อื่นๆ ที่มีความสนใจในการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ซึ่งเป็นสร้างเครือข่ายในการผลิตอีกทางหนึ่ง

3. การตลาด

- ประธานกลุ่มฯ เป็นบุคคลที่กว้างขวาง เป็นผู้นำชุมชนมีคนรู้จักมาก ทำให้การนำสินค้าไปเสนอขายมักได้รับการสนับสนุน
- กลุ่มฯ มีลูกค้าประจำในพื้นที่และสามารถรักษาลูกค้าในพื้นที่ได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมีส่วนผสมของสมุนไพรเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- กลุ่มฯ มีการรับสั่งซื้อทางโทรศัพท์และบริการส่งถึงที่ โดยไม่เสียค่าขนส่ง ซึ่งมีส่วนอย่างมากในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า
- กลุ่มฯ มีการให้เครดิตกับลูกค้าทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ สำหรับลูกค้าในพื้นที่
- สมาชิกช่วยในการหาลูกค้าและจำหน่ายสินค้า สามารถขยายการตลาดได้มาก เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มฯ มีมาก
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในพื้นที่และเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในพื้นที่ทำให้มีโอกาสขยายตลาดได้มากกว่าผู้ผลิตรายอื่น ๆ

4. การเงิน

- กลุ่มฯ มีการจัดสรรเงินเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตมาสำรองไว้ ทำให้กลุ่มฯ ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนปัจจัยการผลิต เมื่อมีสั่งซื้อเร่งด่วน
- กลุ่มฯ สามารถหาเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้นได้จากประธานกลุ่มฯ ในการเป็นแหล่งเงินทุนสำรองของกลุ่มฯ
- กลุ่มฯ สามารถหาแหล่งเงินกู้ระยะยาวได้ง่าย จากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือกลุ่มฯ เป็นอย่างดี มาตลอด เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลตลาดใหญ่ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภออดอยสะเกิด เป็นต้น

2.2 จุดอ่อน

1. การจัดการองค์กร

- กลุ่มฯ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ในด้านการจัดการองค์กรเพื่อบริหารองค์กรให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น
- กลุ่มฯ ยังขาดผู้นำรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งประธานและฝ่ายการตลาด อาจทำให้การดำเนินการของกลุ่มฯ ชะงักหรือไม่ต่อเนื่อง
- ด้านการบริหารจัดการในองค์กรยังขึ้นอยู่กับผู้นำเป็นหลัก สมาชิกและกรรมการฝ่ายอื่นๆ ไม่ค่อยมีบทบาทและหน้าที่ในการบริหารองค์กร
- กลุ่มฯ ไม่มีคำตอบตอบแทนให้กับคณะกรรมการในการบริหารเงิน ทำให้คณะกรรมการขาดแรงจูงใจในการทำงาน

2. การผลิต

- ขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และไม่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะในขั้นตอนการบรรจุ ใช้แรงงานคนในการบรรจุซึ่งง่ายต่อการปนเปื้อนและเป็นขั้นตอนที่ใช้เวลานานกว่าขั้นตอนอื่น
- โรงเรือนผลิตและกระบวนการผลิตของกลุ่มฯ ยังไม่ได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข

3. การตลาด

- ช่องทางการจำหน่ายยังแคบอยู่เพราะส่วนใหญ่ช่องทางการจำหน่ายจะอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนต่างจังหวัดยังมีน้อย
- กลุ่มฯ ยังขาดความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและดึงดูดใจลูกค้า
- วิธีการส่งเสริมการขายของกลุ่มฯ ยังไม่ทันสมัยและโดดเด่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ได้แก่ลูกค้าต่างพื้นที่
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำให้การขยายตลาดเป็นไปได้ยาก

4. การเงิน

- กลุ่มฯ ขาดความรู้ในด้านบัญชีที่เป็นระบบ การทำบัญชีเป็นบัญชี อย่างไม่ค่อยได้แสดงรายละเอียดที่ชัดเจน ครอบคลุมและถูกต้อง
- การจัดการการเงินไม่มีประสิทธิภาพ ในการจัดการเงินกู้ยืมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ โดยนำไปสร้างโรงเรือนและซื้อวัสดุอุปกรณ์เป็นส่วนใหญ่ ทำให้กลุ่มฯ มีทุนหมุนเวียนน้อย

2.3 โอกาส

- กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการฝึกอบรม ด้านการเงิน รวมถึงอุปกรณ์การผลิต ทำให้กลุ่มฯ มีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และขยายการผลิตและการตลาดได้มากขึ้น
- กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนจากองค์การแคร์นานาชาติในการเป็นตัวกลางในการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น กลุ่มฯ จึงสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดต่างประเทศได้

2.4 ข้อจำกัด

- การแข่งขันทางการตลาดสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีคู่แข่งมากมาย เห็นได้จากการนำผลิตภัณฑ์ไปออกร้านจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางหน่วยงานราชการจัดขึ้น

ข้อสมมติฐานทางเศรษฐกิจ

1. เป็นที่คาดว่าในครึ่งปีหลังของปี 2548 การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่แท้จริง (real GDP) ประมาณ 4.5 และอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 3 และภาวะเศรษฐกิจอาจทรงตัวเช่นนี้นานประมาณ 3 ปี
- 2.ราคาน้ำมันจะยังคงสูงอยู่ในระดับ 50 ดอลลาร์/บาร์เรล ดังนั้นราคาแก๊สและราคาน้ำมันปาล์มที่ใช้ภายในกลุ่มคาดว่าจะสูงไปด้วย
3. การเจริญเติบโตทางการตลาดของกลุ่มประมาณร้อยละ 10 ต่อปี
ผลิตภัณฑ์แชมพูและครีมอาบน้ำสมุนไพรของกลุ่มฯ เป็นสินค้าทดแทนแชมพูและครีมอาบน้ำโดยทั่วไปซึ่งมีราคาถูกกว่า แม้ว่าราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ จะเพิ่มขึ้นแต่ราคายังคงถูกกว่าผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป นอกจากนี้ผู้บริโภคให้ความสนใจผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากขึ้น ทำให้อัตราการเพิ่มยอดผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ประมาณร้อยละ 10 ต่อปี และผลิตภัณฑ์ที่มียอดจำหน่ายสูงประมาณร้อยละ 30 ต่อปี

3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

3.1 เป้าหมายโดยรวมของกลุ่มฯ

กลุ่มฯ ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ดึงดูดใจลูกค้า โดยนำสมุนไพรพื้นบ้านมาเป็นส่วนผสมในการผลิตให้มากขึ้นขึ้นจากเดิม ภายใน 2 ปี พัฒนารรจกัณฑ์ภายในปี 2548 และในปี 2549 กลุ่มฯ จะปรับปรุงฉลากผลิตภัณฑ์และแยกฉลากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดให้สวยงาม ดึงดูดใจลูกค้ามากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันฉลากผลิตภัณฑ์จะเหมือนกันทุกชนิด

3.2 เป้าหมายเฉพาะด้านและแผนธุรกิจ

3.2.1 เป้าหมายและแผนการตลาด

เป้าหมายทางการตลาดของกลุ่มฯ คือ การเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ทุกผลิตภัณฑ์ ยกเว้นแชมพูน้อยหน้า แชมพูมั่งคุดและแชมพูตะไคร้ (ปัจจุบันเลิกผลิตแล้ว) ให้มากกว่าปัจจุบันอีกร้อยละ 10 ต่อปี ส่วนแชมพูสุนัข ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลลิลและครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ต่อปี และภายใน 2 ปี กลุ่มฯ ยอยากมีเครือข่ายที่เป็นสมาชิกของกลุ่มฯ ในทุกหมู่บ้าน เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายและกระจายสินค้าของกลุ่มฯ ให้มากขึ้น

ภาพรวมของการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ลูกค้าในจังหวัด ได้แก่ ร้านขายของชำ ร้านเสริมสวย ร้านสปา และร้านค้าทั่วไปในพื้นที่อำเภอคอยสะเกิดและอำเภอใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 70 ของลูกค้าทั้งหมด
2. ลูกค้าต่างจังหวัดที่สมาชิกหรือญาติสมาชิกนำไปจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 20
3. อีกร้อยละ 10 เป็นองค์การแคร์นานาชาติที่รับสินค้าจากกลุ่มฯ เพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2552 สัดส่วนการรับซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ ของลูกค้าแต่ละกลุ่มคาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้ ลูกค้าต่างจังหวัดจะมีมากขึ้นเป็นร้อยละ 50 ลูกค้าในจังหวัดจะมีสัดส่วนร้อยละ 45 และองค์การแคร์นานาชาติจะลดลงเหลือร้อยละ 5

ส่วนแบ่งการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน

ปัจจุบันกลุ่มฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในระดับหมู่บ้านประมาณร้อยละ 100 ของทั้งตลาดและมีส่วนแบ่งการตลาดในระดับตำบลและระดับอำเภอ ร้อยละ 80 และร้อยละ 30 ตามลำดับ

ส่วนแบ่งการตลาดที่คาดหวัง

ในอนาคต 5 ปี ข้างหน้า กลุ่มฯ คาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดในระดับตำบลเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 90 และในระดับอำเภอเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 4 เป้าหมายและแผนการตลาด

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งทางการ	กลยุทธ์			
		ตลาด	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะยาว 5 ปี						
- แชมพูสุนัข เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลซิด เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่ม 30% - ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ยกเว้นแชมพูมั่งคุด ตะไคร้และนํอยหน่าเพิ่ม 10%	ลูกค้าเก่า 50% - ขายส่ง 100% ลูกค้าใหม่ 50% - ขายส่ง 100%	-ระดับต่ำบล เพิ่มขึ้นเป็น 90% - ระดับอำเภ เพิ่มขึ้นเป็น 50%	- รักษาคุณภาพให้คงที่ - พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายโดยนำสมุนไพรพื้นบ้านที่มีสรรพคุณในการบำรุงผมและผิวมาใช้มากขึ้น - ฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	- เพิ่มราคาขึ้นตามต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยร้อยละ 25 ต่อปี	- รับสมัครสมาชิกต่างหมู่บ้านต่างตำบลเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างเครือข่ายในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น - เพิ่มแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ ให้มากขึ้น โดยเพิ่ม ร้านค้าการฝากขายตามร้านค้าทั่วไป ปิมน้ำมัน และหน่วยงานราชการ	- บริการส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงที่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย - ให้เครดิตกับลูกค้าเป็น ระยะเวลา 1 เดือน
ระยะปานกลาง 3 ปี						
- แชมพูสุนัข เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลซิด เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่ม 30% - ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ยกเว้นแชมพูมั่งคุด ตะไคร้และนํอยหน่าเพิ่ม 10%	ลูกค้าเก่า 70% - ขายส่ง 100% ลูกค้าใหม่ 30% - ขายส่ง 100%	-ระดับต่ำบล เพิ่มขึ้นเป็น 90% - ระดับอำเภ เพิ่มขึ้นเป็น 50%	- พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายโดยนำสมุนไพรพื้นบ้านที่มีสรรพคุณในการบำรุงผมและผิวมาใช้มากขึ้น - ฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	- เพิ่มราคาขึ้นตามต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยร้อยละ 25 ต่อปี	- รับสมัครสมาชิกต่างหมู่บ้านต่างตำบลเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างเครือข่ายในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น - เพิ่มแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ ให้มากขึ้น โดยเพิ่ม ร้านค้าฝากขายตามร้านค้าทั่วไป ปิมน้ำมัน และหน่วยงานราชการ	- พัฒนาหลากหลายผลิตภัณฑ์ให้สวยงามดึงดูดใจลูกค้าและมีหลากหลายแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์ - บริการส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงที่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย - ให้เครดิตกับลูกค้าเป็น ระยะเวลา 1 เดือน

ตารางที่ 4 (ต่อ)

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งทางการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะสั้น 1 ปี						
แชมพูสุนัข เพิ่ม 30% ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลซิล เพิ่ม 30% ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่ม 30% ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ยกเว้นแชมพูมังคุด ตะไคร้และนํอยหน้าเพิ่ม 10%	ลูกค้าเก่า 70% - ขายส่ง 100% ลูกค้าใหม่ 30% - ขายส่ง 100%	-ระดับต่ำบด 80% - ระดับอำเภอ 30%	- รักษาคุณภาพให้คงที่ - พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายโดยเพิ่มชนิดของสมุนไพรมากขึ้น - พัฒนাবรรจุภัณฑ์ไม่ให้มีการรั่วซึมของสินค้าโดยใช้พลาสติกหุ้มตรงฝาปิด	- ตั้งราคาจากต้นทุน	- เพิ่มแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่มให้มากขึ้น โดยเพิ่ม ร้านค้าฝากขายตามร้านค้าทั่วไป ปิมน้ำมัน และหน่วยงานราชการ - สมาชิกช่วยกันหาตลาดให้มากขึ้น	-เน้นการโฆษณาด้วยการบอกต่อ โดยให้ลูกค้าเป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์ - บริการส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงที่โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย - ให้เครดิตกับลูกค้าเป็น ระยะเวลา 1 เดือน - รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้ากรณีขายไม่ได้หรือสินค้าไม่ได้คุณภาพ - มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าทดลองใช้

3.2.2 เป้าหมายด้านการผลิต

ผลิตผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นทุกผลิตภัณฑ์ยกเว้นแชมพูน้อยหน่า แชมพูมังคุดและแชมพูตะไคร้ ร้อยละ 10 ต่อปี ส่วนผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำและแชมพูสำหรับสุนัขเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ต่อปี และกำหนดให้มีสินค้าคงเหลือทุกชนิดผลิตภัณฑ์ร้อยละ 30 ต่อครั้งการผลิต นอกจากนี้กลุ่มฯ มีเป้าหมายที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ภายใน 2 ปี และรักษาคุณภาพให้คงที่

ภาพรวมของแผนการผลิต

การผลิตของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่จะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าประจำ โดยประธานเป็นผู้วางแผนและควบคุมการผลิตเกือบทุกขั้นตอน โดยเริ่มตั้งแต่ การรับคำสั่งซื้อสินค้า กำหนดปริมาณการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ การจัดสรรแรงงานในการผลิต โดยสมาชิกจะได้ค่าจ้างแรงงาน 120 บาทต่อวัน

ข้อได้เปรียบด้านการผลิต

1. กำลังการผลิตค่อนข้างสูงสอดคล้องกับปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า เนื่องจากมีแรงงานในการผลิตอย่างเพียงพอ
2. มีเทคนิคในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้าแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น
3. การผลิตมีการควบคุมคุณภาพตลอดเวลาและมีความเที่ยงตรงในการกำหนดส่วนผสมในการผลิต
4. วัตถุดิบมีในท้องถิ่นและมีร้านค้าประจำที่สะดวกในการสั่งซื้อและการขนส่ง

ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

ยุทธศาสตร์ที่กลุ่มฯ นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต คือ

1. ปริมาณการผลิตแน่นอน สามารถส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตามความต้องการและตรงเวลาที่กำหนด
2. คุณภาพสม่ำเสมอและมีการรับประกันคุณภาพสินค้า
- 3.สนองความต้องการของตลาดของตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากใช้เวลาในการผลิตแค่ 1 วันและมีสินค้าคงคลังร้อยละ 30 ของปริมาณผลิตแต่ละครั้ง

การวางแผนการผลิต

กลุ่มฯ วางแผนปรับปรุงโรงงานผลิตเพื่อให้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขด้วยในปี 2548 และมีการฝึกอบรมด้านการผลิตและเทคนิคการผลิตแก่สมาชิกเดิมและสมาชิกใหม่

ตารางที่ 5 กำลังการผลิตปี 2546

หน่วย: ขวด

[illegible]

ตารางที่ 6 เป้าหมายและแผนการผลิต

เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	เครื่องจักรและอุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะยาว 5 ปี						
- แคมพูสุนัข เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นซัลซิด เพิ่ม 30% ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่ม 30% - ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ยกเว้นแชมพูมั่งคุด ตะไคร้และนอยหน้าเพิ่ม 10%	- ประธานกลุ่มฯ สอนวิธีการผลิตและเทคนิคการผลิตให้สมาชิก - เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ให้มากขึ้น	- เปลี่ยนแหล่งซื้อวัตถุดิบถ้าราคาต่ำกว่าร้านประจำ - เพิ่มชนิดวัตถุดิบ(สมุนไพร)ให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากขึ้น	- ใช้วัสดุอุปกรณ์การผลิตที่มีอยู่เดิมให้เกิดประโยชน์สูงสุด	- ควบคุมการตวงวัดส่วนผสมในการผลิตทุกขั้นตอน	- ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและรักษาคุณภาพให้คงที่	-
ระยะปานกลาง 3 ปี						
แคมพูสุนัข เพิ่ม 30% ครีมอาบน้ำกลิ่นซัลซิด เพิ่ม 30% ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่ม 30% ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ยกเว้นแชมพูมั่งคุด ตะไคร้และนอยหน้าเพิ่ม 10%	- ประธานกลุ่มฯ สอนวิธีการผลิตและเทคนิคการผลิตให้สมาชิก - เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ให้มากขึ้น	- เปลี่ยนแหล่งซื้อวัตถุดิบถ้าราคาต่ำกว่าร้านประจำ - เพิ่มชนิดวัตถุดิบ(สมุนไพร)ให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากขึ้น	- ใช้วัสดุอุปกรณ์การผลิตที่มีอยู่เดิมให้เกิดประโยชน์สูงสุด	- ควบคุมการตวงวัดส่วนผสมในการผลิตทุกขั้นตอน	- ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและรักษาคุณภาพให้คงที่	-

ตารางที่ 6 (ต่อ)

เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	เครื่องจักรและอุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะสั้น 1 ปี						
- แชมพูสุนัข เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลซิล เพิ่ม 30% - ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส เพิ่ม 30% - ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ยกเว้นแชมพูมังคุด ตะไคร้และนอยหน้าเพิ่ม 10%	- ประธานกลุ่มฯ สอนวิธีการผลิตและเทคนิคการผลิตให้สมาชิก - เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการผลิตให้มากขึ้น	- เปลี่ยนการซื้อดอกอัญชันแห้งแทนดอกอัญชันสดซึ่งมีอยู่เดิมให้เกิดราคาถูกลงกว่าและผลิตได้มากกว่า	- ใช้วัสดุอุปกรณ์การผลิตที่มีอยู่เดิมให้เกิดประโยชน์สูงสุด	- ควบคุมการตวงวัตถุดิบผสมในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้คุณภาพสินค้ามีมาตรฐานคงที่	- ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและรักษาคุณภาพให้คงที่	- ปรับปรุงโรงเรือน เพิ่มมุ้งลวดและเพดาน เพื่อให้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขขงบประมาณ 16,000 บาท - สร้างห้องน้ำชาย – หญิง ใช้บประมาณ 15,000 บาท

3.2.2 เป้าหมายและแผนการจัดองค์กรและกำลังคน

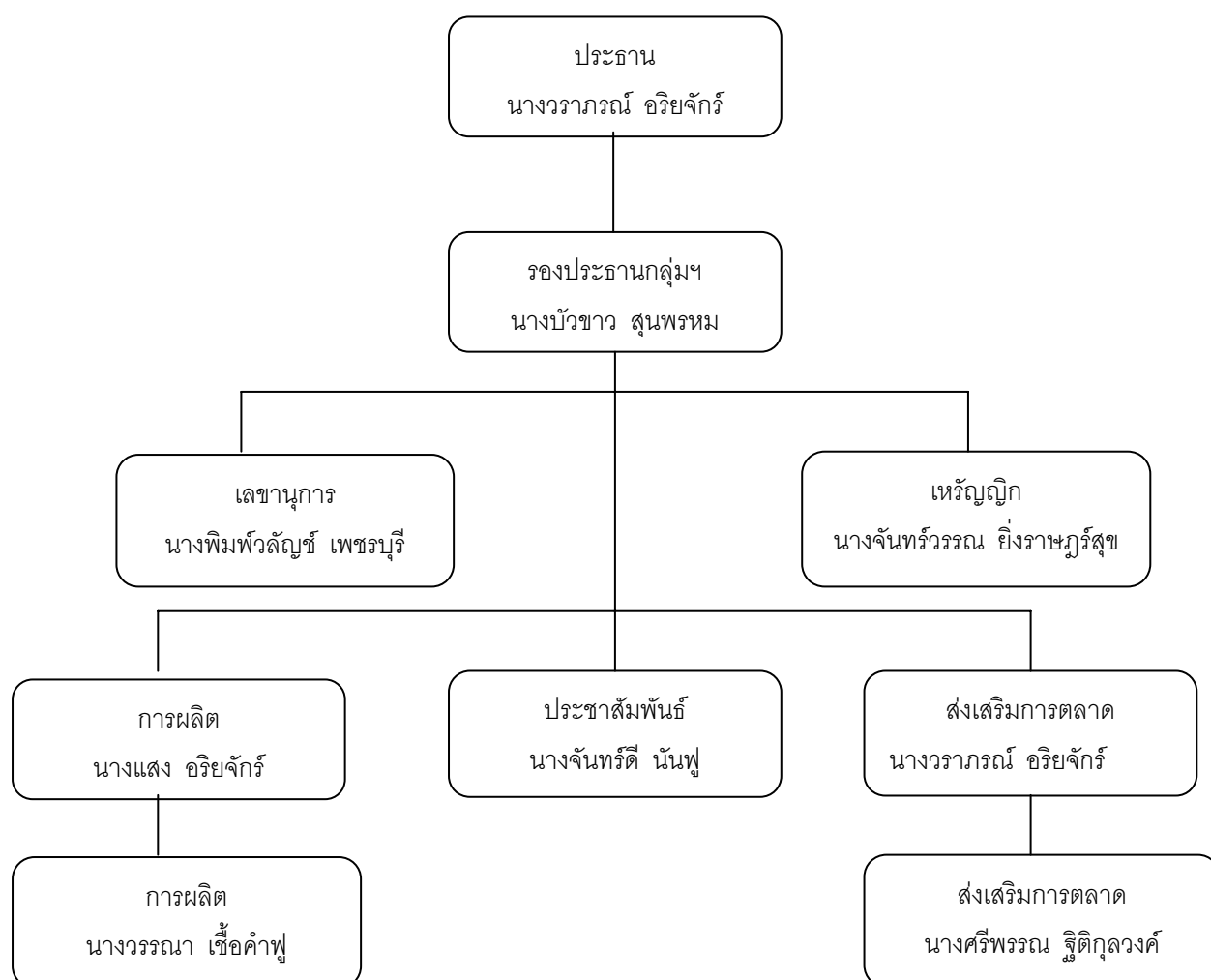
กลุ่มฯ มีเป้าหมายในการรับสมัครสมาชิกใหม่ร้อยละ 10 ของจำนวนสมาชิกเดิม (130 คน) โดยมีการเก็บค่าธรรมเนียมภายในปี 2548 และมีการตั้งกฎระเบียบภายในกลุ่มฯ ในปี 2548

1. สถานที่ตั้งของกลุ่มฯ

บ้านเลขที่ 26/1 หมู่ 4 ตำบลตลาดใหญ่ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ 053 – 840857 หรือ 01-9801801

2. โครงสร้างองค์กร

คณะกรรมการของกลุ่มฯ มีทั้งหมด 7 ตำแหน่ง ประกอบด้วยประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ผู้ช่วยเหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ และฝ่ายส่งเสริมการตลาด ดังโครงสร้างต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารองค์กรของกลุ่มฯ

ตารางที่ 7 ประวัติของคณะกรรมการกลุ่มฯ

ชื่อ	ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	อาชีพหลัก	การศึกษา	หน้าที่
1. นางวราภรณ์ อริยจักร์	ประธานกลุ่มฯ	55	ค้าขาย	มัธยมศึกษาปีที่ 6	สร้างเครือข่าย,บริหารกลุ่ม
2. นางบัวขาว สุนพรม	รองประธาน	46	รับจ้าง	ประถมศึกษาปีที่ 4	สร้างเครือข่าย
3. นางพิมพ์วิไลฐ์ เพชรบุรี	เลขานุการ	34	พนักงานบริษัท	ปริญญาตรี	ทำบัญชี
4. นางจันทร์วรรณ ยิ่งราษฎร์สุข	เหรัญญิก	48	รับจ้าง	ประถมศึกษาปีที่ 4	เก็บเงิน
5. นางจันทร์ดี นันฟู	ประชาสัมพันธ์	47	รับจ้าง	ประถมศึกษาปีที่ 4	สร้างเครือข่าย
6. นางวรรณณา เชื้อคำฟู	ฝ่ายผลิต	56	รับจ้าง	ประถมศึกษาปีที่ 4	กระบวนการผลิต
7. นายแสง อริยจักร์	ฝ่ายผลิต	64	ข้าราชการบำนาญ	มัธยมศึกษาปีที่ 6	กระบวนการผลิต
8. ศรีพรรณ ลีติกุลวงศ์	ฝ่ายส่งเสริมการตลาด	47	ค้าขาย	ประถมศึกษาปีที่ 4	ส่งสินค้าและเก็บเงินค่าสินค้า

ตารางที่ 8 เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กรและกำลังคนของกลุ่มฯ

เป้าหมายการจัดการองค์กรและกำลังคน	กลยุทธ์
ระยะยาว (5 ปี) และระยะปานกลาง (3 ปี)	
1. โครงสร้างองค์กร	1. คณะกรรมการในการบริหารงานยังเป็นชุดเดิมอยู่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง 2. มีการฝึกอบรมด้านการบริหารองค์กร การบัญชีและการพัฒนาบรรจุกณฑ์
2. สมาชิก 3. สวัสดิการ	- รับสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้นโดยจะรับสมาชิกต่างหมู่บ้านต่างตำบลมากขึ้นเพื่อสร้างเครือข่ายในการจำหน่ายสินค้า 1. ฝากเงินออมทรัพย์กลุ่มฯ 2. สมาชิกทุกคนมีสิทธิกู้เงินออมทรัพย์ฯ 3. มีการจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิกที่นำสินค้าของกลุ่มฯ ไปจำหน่าย
ระยะสั้น (1ปี)	
1. โครงสร้างองค์กร 2. สมาชิก 3. สวัสดิการ	1. มีการตั้งกฎระเบียบของกลุ่มฯ 2. มีการฝึกอบรมด้านการบริหารองค์กร การบัญชีและพัฒนาบรรจุกณฑ์ 1. รับสมาชิกเพิ่มร้อยละ 10 ของจำนวนสมาชิกเดิม (130 คน) โดยมีค่าธรรมเนียมในการสมัคร 2. สมาชิกต้องช่วยกันทำตลาด นำสินค้าของกลุ่มฯ ไปจำหน่าย 1. สมาชิกทุกคนมีสิทธิกู้เงินออมทรัพย์ฯ 2. มีการจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิกที่นำสินค้าของกลุ่มฯ ไปจำหน่าย

3.2.4 เป้าหมายด้านการเงิน

กลุ่มฯ คาดหวังว่าจะทำกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ต่อปี และจะปรับปรุงการจัดทำบัญชีให้เป็นระบบภายใน 2 ปี นอกจากนี้ยังจะมีการปรับเปลี่ยนการจัดสรรผลกำไรเพิ่มในส่วนของทุนหมุนเวียนอีกร้อยละ 30 โดยลดในส่วนของเงินปันผลสมาชิกเป็นร้อยละ 30

1) สรุปข้อมูลทางการเงิน

ตารางที่ 9 พยากรณ์ยอดผลิต

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 3	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 4	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 5	อัตราส่วนเพิ่ม (%)
แฮมหมูมะกรูด	1,894	2,033	7.34	2,237	10.03	2,466	10.24	2,706	9.73
ครีมνωดมะกรูด	800	865	8.13	951	9.94	1,046	9.99	1,143	9.27
แฮมพุดอกอัญชัน	3,456	3,717	7.55	4,089	10.01	4,498	10.00	4,943	9.89
ครีมνωดดอกอัญชัน	1,488	1,600	7.53	1,756	9.75	1,936	10.25	2,129	9.97
แฮมปูประจำคำดีควาย	1,513	1,624	7.34	1,792	10.34	1,972	10.04	2,165	9.79
ครีมνωดประจำคำดีควาย	1,095	1,178	7.58	1,299	10.27	1,419	9.24	1,564	10.22
แฮมปูสำหรับสุนัข	898	1,147	27.73	1,484	29.38	1,931	30.12	2,510	29.98
ครีมอาบนํ้ากลิ่นชัลลิล	6,322	8,062	27.52	10,489	30.10	13,626	29.91	17,713	30.00
ครีมอาบนํ้ากลิ่นยูคาลิปตัส	160	205	28.13	266	29.76	350	31.58	446	27.43

ตารางที่ 10 พยากรณ์ยอดขาย

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 3	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 4	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 5	อัตราส่วนเพิ่ม (%)
แชมพูมะกรูด	1,848	2,028	9.74	2,232	10.06	2,460	10.22	2,700	9.76
ครีมนวดมะกรูด	780	864	10.77	948	9.72	1,044	10.13	1,140	9.20
แชมพูดอกอัญชัน	3,372	3,708	9.96	4,080	10.03	4,488	10.00	4,932	9.89
ครีมนวดดอกอัญชัน	1,452	1,596	9.92	1,752	9.77	1,932	10.27	2,124	9.94
แชมพูประคำดีควาย	1,476	1,620	9.76	1,788	10.37	1,968	10.07	2,160	9.76
ครีมนวดประคำดีควาย	1,068	1,176	10.11	1,296	10.20	1,416	9.26	1,560	10.17
แชมพูสำหรับสุนัข	876	1,140	30.14	1,476	29.47	1,920	30.08	2,496	30.00
ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลลิล	6,168	8,016	29.96	10,428	30.09	13,548	29.92	17,612	30.00
ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส	156	204	30.77	264	29.41	348	31.82	444	27.59

ตารางที่ 11 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือต้นปี	0	3,382.02	3,956.85	4,656.50	5,513.35
บวก : วัตถุดิบทางตรง	107,223.72	124,005.89	147,573.78	176,765.45	213,115.51
วัตถุดิบทางอ้อม	-	-	-	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง	16,791.53	19,968.00	24,413.65	30,014.12	37,125.18
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	8,120	8,120	8,120	8,120	8,120
สินค้าที่มีเพื่อขาย	132,135.25	155,475.91	184,064.27	219,556.07	263,874.03
หัก : สินค้าคงเหลือปลายปี	3,382.02	3,956.85	4,656.50	5,513.35	6,592.43
ต้นทุนสินค้าขาย	128,753.23	151,519.06	179,407.77	214,042.72	257,281.61

ตารางที่ 12 ประมาณการค่าใช้จ่าย

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายโรงงานต่อปี					
ค่าแรงทางอ้อม เงินเดือนและค่าจ้าง	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายโรงงาน(ใส่หุ้ยการผลิต)	8,120	8,120	8,120	8,120	8,120
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าส่งเสริมการขาย	500	500	500	500	500
ค่าบรรจุภัณฑ์	140,000	280,000	340,000	420,000	520,000
ค่าขนส่งสินค้า (ส่วนของการขาย)	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615
ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อปี					
เงินเดือนและค่าจ้าง	-	-	-	-	-
ค่าโทรศัพท์	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
ค่าฝึกอบรมและสวัสดิการ	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าไฟฟ้า (ส่วนของการบริหาร)	-	-	-	-	-
รวม	177,435	317,435	377,435	457,435	557,435

ตารางที่ 13 การจ้างงาน

หน่วย: บาท

ผลิตภัณฑ์	ค่าแรงงานต่อขวด	ค่าแรงงานรวม				
		ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
แชมพูมะกรูด	0.71	1,336.94	1,435.06	1,579.06	1,740.71	1,910.12
ครีมนวดมะกรูด	0.71	564.71	610.59	671.29	738.35	806.82
แชมพูดอกอัญชัน	0.71	2,439.53	2,623.76	2,886.35	3,175.06	3,489.18
ครีมนวดดอกอัญชัน	0.71	1,050.35	1,129.41	1,239.53	1,366.59	1,502.82
แชมพูประคำดีควาย	0.71	1,068.00	1,146.35	1,264.94	1,392.00	1,528.24
ครีมนวดประคำดีควาย	0.71	772.94	831.53	916.94	1,001.65	1,104.00
แชมพูสำหรับสุนัข	0.71	633.88	809.65	1,047.53	1,363.06	1,771.76
ครีมอาบน้ำกลิ่นชัลซิล	0.71	4,462.59	5,690.82	7,404.00	9,618.35	12,503.58
ครีมอาบน้ำกลิ่นยูคาลิปตัส	0.71	4,462.59	5,690.82	7,404.00	9,618.35	12,503.58

ตารางที่ 14 ประมาณการงบประมาณโครงการ

รายการ		แหล่งที่มาของเงินทุน			จำนวนเงินทั้งสิ้น (บาท)
		หนี้สิน (บาท)		ส่วนของเจ้าของ (บาท)	
		เจ้าหนี้	เงินกู้		
1	เงินทุนหมุนเวียน				
1.1	เงินสด			63,000	63,000
1.2	สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย				-
1.3	วัตถุดิบทางตรงคงคลัง			8,500	8,500
1.4	วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง				-
1.5	วัสดุคงคลัง			-	-
					71,500
2	สินทรัพย์ถาวร				
2.1	ที่ดิน			-	-
2.2	สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน			57,200	57,200
2.3	เครื่องจักร			-	-
2.4	อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า			25,501	25,501
2.5	สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย			-	-
2.6	อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			11,986	11,986
2.7	สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน			-	-
2.8	อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน			8,900	8,900
2.9	ยานพาหนะ			-	-
2.10	สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ			-	-
					103,587
3	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ				
3.1	ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ				-
3.2	สิทธิในการใช้สินทรัพย์				-
				รวม	175,087

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์แชมพูสมุนไพรบ้านแม่จ้องใต้

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546

หน่วย : บาท

ขาย	369,780.00
หัก ต้นทุนขาย	107,499.53
กำไรขั้นต้น	262,280.47
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าใช้จ่ายในการขาย	120,349.06
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	14,737.50
ค่าเสื่อมราคา	5,465.55
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	140,552.11
กำไรจากการดำเนินงาน	121,728.36
บวก รายได้อื่น ๆ	
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	10,000.00
กำไรก่อนหักภาษี	111,728.36
หัก ภาษี	0.00
กำไรหลังหักภาษี	111,728.36
หัก เงินปันผล	100,555.52
แบ่งให้ผู้ถือหุ้น HIV 20% ของผลกำไร	22,345.67
แบ่งให้ทุนการศึกษา 10% ของผลกำไร	11,172.84
ปันผลให้สมาชิก 60%	67,037.01
กำไรสะสม	11,172.84

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์แฮมพูสมุนไพรบ้านแม่จ้องใต้

ประมาณการงบดุล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

หน่วย : บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน

เงินสดในมือและฝากธนาคาร

ลูกหนี้การค้า

96,143.34

ลูกหนี้เงินกู้

สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง

วัตถุดิบคงคลัง

8,500.00

อื่น ๆ

รวมสินทรัพย์หมุนเวียน

104,643.34

สินทรัพย์ถาวร

ที่ดิน

อาคาร

40,200.00

เครื่องจักร/อุปกรณ์

41,702.00

ยานพาหนะ

0.00

เครื่องใช้สำนักงาน

8,550.00

สินทรัพย์ถาวรที่ได้เปล่า

13,110.00

หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม

13,166.99

รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ

90,395.01

สินทรัพย์อื่น ๆ

-

รายการจ่ายในการเตรียมการ

-

รวมสินทรัพย์ทั้งหมด

195,038.36

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น**หนี้สินหมุนเวียน**

เจ้าหนี้การค้า	-
หนี้สินที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	0.00

หนี้สินระยะยาว

เงินกู้ยืมระยะยาว	20,800.00
รวมหนี้สินระยะยาว	20,800.00
รวมหนี้สิน	20,800.00

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ทุน	49,400.00
ได้เปล่า	13,110.00
กำไรสะสม	
บวก กำไรสุทธิ	111,728.36
กำไรสะสมปลายงวด	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	174,238.36
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	195,038.36

ตารางที่ 15 อัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่จ้องใต้

อัตราส่วน		
I อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)		
1. อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (หรืออัตราส่วนเดินสะพัด) (current ratio)	-	
2. อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น (หรืออัตราส่วนทุนหมุนเวียน หรืออัตราส่วนฉับพลัน) (Acid Test Ratio หรือ Quick Ratio)	-	
3. อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด (Cash Flow Liquidity)	-	
4. ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital)	104,643.34	บาท
II. อัตราส่วนแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		
5. อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้การค้า	7.69	ครั้ง
6. ระยะเวลาเฉลี่ยในการชำระหนี้	47.45	วัน
7. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)	1.90	ครั้ง(เท่า)
8. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets turnover Ratio)	4.09	ครั้ง(เท่า)
III. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม		
9. อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	ร้อยละ	10.66
10. หนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ (D/E)	0.12	เท่า
11. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (Long – Term Debt / Total Capitalization)	-0.14	เท่า
12. Degree of Financial Leverage	1.09	เท่า
IV. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร		
13. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	ร้อยละ	30.21
14. อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	ร้อยละ	32.92
15. อัตราการจ่ายเงินปันผล (Gross Payout Ratio)	-	
V. ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)		
16. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment) : ROI	ร้อยละ	57.29
17. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA)	ร้อยละ	62.41
18. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)	ร้อยละ	64.12

ตารางที่ 16 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย: บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
ขาย	464,160	704,100	1,032,840	1,481,340	2,093,760
รายได้อื่น					
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	128,753.23	151,519.06	179,407.77	214,042.72	257,281.61
กำไรเบื้องต้น	335,406.77	552,580.94	853,432.23	1,267,297.28	1,836,478.39
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายในการขาย	147,115	287,115	347,115	427,115	527,115
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	22,200	22,200	22,200	22,200	22,200
ค่าเสื่อมราคา (จากส่วนของการผลิต การขายและการบริหาร)	8,237.16	8,237.16	8,237.16	8,237.16	8,237.16
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	157,854.62	235,028.78	475,880.07	809,745.12	1,278,926.24
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	10,000	10,800	-	-	-
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	147,854.62	224,228.78	475,880.07	809,745.12	1,278,926.24
หัก ภาษี (อัตรา %)					
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	147,854.62	224,228.78	475,880.07	809,745.12	1,278,926.24
หัก เงินปันผล	88,712.77	134,537.27	285,528.04	485,847.07	767,355.74
กำไร (ขาดทุน) สะสม	59,141.85	148,833.36	339,185.39	663,083.43	1,174,653.93

ตารางที่ 17 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		464,160	704,100	1,032,840	1,481,340	2,093,760
รับชำระหนี้ (ลูกหนี้)		-	-	-	-	-
รายได้อื่น						
รวมเงินสดรับ	-	464,160	704,100	1,032,840	1,481,340	2,093,760
เงินสดจ่าย						
การดำเนินการ						
ซื้อวัตถุดิบทางตรง		107,223.72	124,005.89	147,573.78	176,765.45	213,115.51
ซื้อวัตถุดิบทางอ้อม		-	-	-	-	-
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง		-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง		16,791.53	19,968.00	24,413.65	30,014.12	37,125.18
ค่าใช้จ่ายโรงงาน		8,120	8,120	8,120	8,120	8,120
ค่าใช้จ่ายในการขาย		147,115	287,115	347,115	427,115	527,115
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		22,200	22,200	22,200	22,200	22,200

ตารางที่ 17 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
การลงทุน						
เงินทุนหมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	103,587					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ						
รวมเงินสดจ่าย	103,587	301,450.25	461,408.89	549,422.43	664,214.57	807,675.68
เงินสดสุทธิ						
บวก เงินสดขอยอดยกมา		65,813.00	217,722.76	460,413.86	943,831.44	1,760,956.86
รวมเงิน	-103,587	162,709.76	242,691.11	483,417.57	817,125.43	1,286,084.32
บวก ทุนส่วนของเจ้าของ	169,400					
เงินกู้ระยะสั้น	-	-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว						
ชำระคืนเงินต้น		10,800		-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล (ร้อยละ 60)		88,232.77	141,017.27	285,528.04	485,847.07	767,355.74
เงินสดคงเหลือยกไป	65,813	129,489.99	231,163.83	429,053.36	760,331.71	1,279,060.29

ตารางที่ 18 ประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	65,813	129,489.99	231,163.83	429,053.36	760,331.71	1,279,060.29
ลูกหนี้						
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย		3,382.02	3,956.85	4,656.50	5,513.35	6,592.43
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง		-	-	-	-	-
วัสดุคงคลัง		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	65,813	221,104.77	464,370.71	948,487.94	1,766,470.21	3,053,633.61
สินทรัพย์ถาวร						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน	57,200	73,200	73,200	73,200	73,200	73,200
เครื่องจักร	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า	25,501	25,501	25,501	25,501	25,501	25,501
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 18 (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย	11,986	11,986	11,986	11,986	11,986	11,986
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน	-	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	8,900	8,900	8,900	8,900	8,900	8,900
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	103,587	134,587	134,587	134,587	134,587	134,587
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		8,237.16	16,474.31	24,711.47	32,948.63	41,185.79
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	103,587	126,349.84	118,112.69	109,875.53	101,638.37	93,401.21
สินทรัพย์อื่นๆ						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ รอการตัดจ่าย						
สิทธิการใช้สินทรัพย์						
รวมสินทรัพย์อื่นๆ						
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	169,400	259,221.85	353,233.36	543,585.39	867,483.43	1,379,053.93

ตารางที่ 18 (ต่อ)

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชี						
เจ้าหนี้		-	-	-	-	-
ตัวเงินจ่ายและเงินกู้ระยะยาวเมื่อทวงถาม						
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน						
หนี้สินระยะยาว						
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ						
ทุนจดทะเบียน (ออกเอง)	169,400	200,400	200,400	200,400	200,400	200,400
หุ้นบุริมสิทธิ						
หุ้นสามัญ						
กำไรสะสม		58,821.85	152,833.36	343,185.39	667,083.43	1,178,653.93
รวมส่วนของเจ้าของ	169,400	259,221.85	353,233.36	543,585.39	867,483.43	1,379,053.93
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของทั้งสิ้น	169,400	259,221.85	353,233.36	543,585.39	867,483.43	1,379,053.93

ตารางที่ 19 ประเมินการอัตราส่วนทางการเงิน

	อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
I	อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) : แสดงถึงสภาพคล่องระยะสั้น						
1	อัตราส่วนทุนหมุนเวียน หรืออัตราส่วนเดินสะพัด (Current Ratio)		-	-	-	-	-
2	ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital)	บาท	132,872.00	235,120.67	433,709.86	765,845.06	1,285,652.71
II	อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity / Efficiency Ratio)						
3	อัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)	ครั้ง/เท่า	1.79	1.99	1.90	1.71	1.52
4	อัตราส่วนหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover Ratio)	ครั้ง/เท่า	3.67	5.96	9.40	14.57	22.42
III	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม						
5	อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)		-	-	-	-	-
6	หนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ (D / E)		-	-	-	-	-
7	Degree of Financial Leverage	เท่า	1.07	1.00	1.00	1.00	1.00
IV	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)						
8	อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	ร้อยละ	31.68	33.38	46.07	54.66	61.08
9	อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	ร้อยละ	72.26	78.48	82.63	85.55	87.71
10	อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on investment : ROI)	ร้อยละ	56.73	66.54	87.54	93.34	92.74
V	ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)						
11	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA)	ร้อยละ	60.90	66.54	87.54	93.34	92.74
12	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)	ร้อยละ	56.73	66.54	87.54	93.34	92.74

4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

กลุ่มฯ ไม่มีความเสี่ยงขององค์กรจากปัจจัยภายใน แต่จะมีความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก คือ

1. ราคาบรรจุภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้น
2. ราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น

การแก้ไข

- เพิ่มราคาผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 25 ต่อปี

5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

ตารางที่ 20 สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

กลยุทธ์ / แผน	มาตรการ / วิธีการ	งบประมาณ (บาท / ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การตลาด	1. จัดทำนามบัตรแจกลูกค้า	500	500	500	500	500
	2. พัฒนบรรจุภัณฑ์	100,000	200,000	250,000	300,000	350,000
การผลิต	1. ปรับปรุงโรงเรือน	16,000	-	-	-	-
	2. ฝึกอบรมการผลิตและเทคนิคการผลิต	-	-	-	-	-
การบริหารจัดการ	1. จัดฝึกอบรม	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
	2. สร้างห้องน้ำ	15,000	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด		146,500	215,500	265,500	315,500	365,500

6. ภาคผนวก

กระบวนการผลิต

ขั้นตอนการทำน้ำสมุนไพร

ขั้นตอนการทำน้ำมะกรูด

1. นำมะกรูดมาล้างน้ำให้สะอาดโดยการเปิดน้ำผ่านประมาณ 10 นาที
2. นำมะกรูดที่ล้างมาผ่าซีก
3. คั้นเอาน้ำมะกรูดในกะละมังเล็กประมาณ 1 ชั่วโมง
4. นำน้ำมะกรูดมากรองเมล็ดออกด้วยกระชอนประมาณ 5 นาที
5. บรรจุลงแช่ตู้เย็นไว้รอผลิตแชมพู ครีมนวดมะกรูดและแชมพูสำหรับสุนัข

ขั้นตอนการทำน้ำดอกอัญชัน

1. นำดอกอัญชันมาล้างให้สะอาด
2. ต้มน้ำสะอาดให้เดือดแล้วใส่ดอกอัญชันต้มประมาณ 10 นาที
3. นำกระชอนตักดอกอัญชันออกและต้มต่อให้เดือด
4. นำไปบรรจุลงแช่ตู้เย็นเก็บไว้

ขั้นตอนการทำน้ำประคำดีควาย

1. นำประคำดีควายมาล้างให้สะอาดโดยการเปิดน้ำผ่าน
2. นำไปแช่ในน้ำไว้ 1 คืน
3. นำมาต้มไฟอ่อนประมาณ 3 ชั่วโมง
4. นำมาขยำให้เหลือกาก
5. นำมากรองแยกกากออกจากน้ำ
6. นำไปใช้ในการผลิตแชมพูและครีมนวดประคำดีควาย

ขั้นตอนการทำน้ำตะไคร้

1. นำตะไคร้มาล้างให้สะอาด
2. นำตะไคร้มาตัดเป็นท่อน ๆ ความยาวประมาณ 1 คืบ
3. นำมาทุบแล้วนำไปต้มในน้ำเดือดประมาณ 1 ชั่วโมงนำมากรองเอาแต่น้ำ
4. นำไปผลิตแชมพูตะไคร้และแชมพูสำหรับสุนัข

ขั้นตอนการทำน้ำมังคุด

1. นำเปลือกมังคุดมาล้างให้สะอาด
2. นำเปลือกมังคุดมาต้มในน้ำเดือดประมาณ 30 นาที
3. นำมากรองแยกกากออกจากน้ำ
4. นำไปผลิตแชมพูมังคุด

ขั้นตอนการทำน้ำมัน

1. นำขมิ้นมาล้างให้สะอาด 2-3 น้ำ
2. นำขมิ้นมาซอยเป็นชิ้นเล็ก ๆ
3. นำไปโครกให้ละเอียด
4. นำมาเติมน้ำและกรองเอาแต่น้ำ
5. นำไปต้มรวมกับน้ำมันมะขามเปียก

ขั้นตอนการทำน้ำมันมะขามเปียก

1. นำมะขามเปียกมาล้างให้สะอาด
2. นำมะขามเปียกมาขยำให้เหลือแต่กาก
3. นำมากรองเอาแต่น้ำ
4. นำไปต้มรวมกับน้ำขมิ้นประมาณ 30 นาที
5. นำไปผลิตครีมอาบน้ำทั้งกลิ่นซัลซิดและกลิ่นยูคาลิปตัส

ขั้นตอนการทำน้ำใบน้อยหน่า

1. นำใบน้อยหน่ามาล้างให้สะอาดแล้วทิ้งไว้ให้สะเด็ดน้ำ
2. นำไปต้มจนน้ำขึ้นประมาณ 1 ชั่วโมง
3. ใช้กระชอนตักใบน้อยหน่าออก
4. นำไปผลิตแชมพูน้อยหน่าและแชมพูสำหรับสุนัข

ขั้นตอนการผลิตแชมพู

1. ต้มน้ำให้เดือดในหม้อสแตนเลสใบใหญ่ประมาณ 20 นาที
2. ใส่ผงฟอง คนให้ละลาย
3. ใส่ลาโนลิน ผงซัน น้ำสุมุนไพร์ แล้วต้มต่อให้เดือดประมาณ 10 นาที
4. ปิดไฟแล้วใส่หัวเชื้อแชมพู สีสผสมอาหาร
5. กรองโดยใช้กระชอนลงในกะละมังสแตนเลสใบใหญ่แล้วทิ้งไว้ให้เย็นประมาณครึ่งวันแล้วใส่น้ำหอมกลิ่นต่าง ๆ
6. นำไปบรรจุขวดและติดฉลากผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการผลิตครีมนวด

1. ต้มน้ำสะอาดให้เดือดในหม้อสแตนเลสใบใหญ่ประมาณ 20 นาที
2. เติมหั้วเชื้อครีมนวดกับน้ำสุมุนไพร์ที่เตรียมไว้ ต้มไปเรื่อย ๆ
3. ใส่สีผสมอาหารและน้ำหอมต้มต่อประมาณ 10 นาที
4. เทกรองใส่กะละมังรอไว้ให้เย็น
5. คนให้เนียนโดยใช้กระบวยเล็ก
6. ต้มน้ำเดือดมาเติมเรื่อยไม่ให้เนื้อครีมนวดได้ที่ ไม่ข้นหรือเหลวจนเกินไป

7. หลังจากได้ที่แล้ว ทิ้งไว้ให้เย็น
8. นำมาบรรจุขวดและติดฉลากผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการผลิตครีมอาบน้ำ

1. หลังจากต้อน้ำมะขามกับน้ำขมิ้นให้เดือดประมาณ 30 นาที
2. เทกรองใส่กะละมังทิ้งไว้ให้เย็น
3. ใส่น้ำผึ้ง หัวเชื้อและน้ำหอม คนให้เข้ากัน
4. นำมาบรรจุและติดฉลากผลิตภัณฑ์