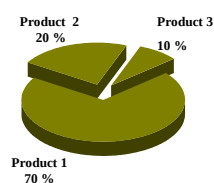


แผนธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชน



กลุ่มส่งเสริมอาชีพชาวกล้อ้งบ้านเหมืองหม้อ

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

ประทานทิพย์ กระมล^{2/}

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

กลุ่มส่งเสริมอาชีพข้าวกล้องบ้านเหมืองหม้อ มีผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด คือ ข้าวกล้อง ซึ่งแผนธุรกิจใน 5 ปีนี้ กลุ่มฯ ประสงค์ที่จะขยายการผลิตและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว 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	25
5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ	25
6. ภาคผนวก	26

แผนธุรกิจกลุ่มส่งเสริมอาชีพข้าวกล้องบ้านเหมืองหม้อ

บทสรุปผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจ

กลุ่มส่งเสริมอาชีพข้าวกล้องบ้านเหมืองหม้อ เป็นกลุ่มผลิตข้าวกล้องจากข้าวหอมมะลิของสมาชิกในตำบลเหมืองหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จัดตั้งเมื่อปี 2541 โดยกลุ่มสตรีหมู่บ้าน วัดอุประสงค์ในการจัดตั้งคือ เพื่อส่งเสริมอาชีพให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริม เพื่อให้สมาชิกรู้จักการดำเนินงานของกลุ่มด้วยตนเองตามหลักประชาธิปไตยและเพื่อเป็นการปลูกฝังความสามัคคีแก่สมาชิกในชุมชน และผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องมีประโยชน์ต่อสุขภาพ เนื่องจากสามารถช่วยรักษาโรคเหน็บชา การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คณะกรรมการและสมาชิกช่วยกันทำการตลาด และขยายตลาด ฝากขายตามร้านค้าทั่วไป หน่วยงานราชการและโรงสีข้าวให้มากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังมีแผนที่จะให้สมาชิกนำผลผลิตขายตรงยังผู้บริโภคในชุมชน หน่วยงานราชการและโรงเรียนเพิ่มขึ้น

โอกาสของธุรกิจ

ข้าวกล้องเป็นอาหารสุขภาพที่มีประโยชน์หลากหลาย ทำให้มีความต้องการบริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ ซึ่งกลุ่มฯ มีศักยภาพการผลิตข้าวกล้องที่มีคุณภาพและยังได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากหน่วยงานบริหารในท้องถิ่นและหน่วยงานราชการในการออกงานแสดงสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้รับคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 4 ดาว ของอำเภอ นอกจากนี้หน่วยงานเหล่านี้โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองหม้อให้การสนับสนุนดูแล และวางแผนในการขยายกิจการของกลุ่มให้กว้างขวางและเป็นวิสาหกิจชุมชนในระดับตำบลประกอบกับกระแสการรับประทานอาหารชีวจิตกำลังขยายตัวในตลาด โดยเฉพาะผู้สูงอายุ คนทำงานในสำนักงาน ข้าราชการและคนในวงสังคม จึงเป็นโอกาสอันดีของผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าไปมีส่วนในตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะตลาดของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกร้อยละ 90 จากการลูกค้ามาซื้อที่กลุ่มร้อยละ 70 จากการออกร้านร้อยละ 30 ส่วนการขายส่งมีเพียงร้อยละ 10 ได้แก่ ร้านค้า หน่วยงานราชการและโรงสีข้าว ซึ่งกลุ่มฯ คาดว่าจะเพิ่มสัดส่วนการขายส่งให้เป็นร้อยละ 50 และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดระดับอำเภอเป็นร้อยละ 50 จากเดิมร้อยละ 40 และระดับจังหวัดเป็นร้อยละ 30 จากเดิมร้อยละ 20

ความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจ

1. วัตถุดิบจัดหาง่าย มีในท้องถิ่น และมีผู้ผลิตวัตถุดิบมากมาย โอกาสคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีมีมาก
2. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้รับรางวัลหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ดาว ระดับภาค เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

3. กลุ่มฯ มีความพร้อมด้านแรงงานและวัสดุอุปกรณ์การผลิต

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

จากการประเมินผลการประกอบการในปี 2546

ยอดขายมูลค่า(บาท)	29,688.00
กำไรขั้นต้น(บาท)	5,406.98
อัตรากำไรขั้นต้น(%)	18
กำไรสุทธิ(บาท)	9,763.46
อัตรากำไรสุทธิ(%)	33
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	7

ตารางที่ 1 แนวโน้มกำไรและระยะเวลาในการทำกำไร

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ปริมาณขาย(กก.)	2,748	2,885	3,030	3,181	3,340
ยอดขายมูลค่า(บาท)	60,456	69,250	72,712	76,348	80,165
กำไรขั้นต้น(บาท)	10,741.82	16,574.71	16,953.44	17,376.12	17,844.92
อัตรากำไรขั้นต้น(%)	17.77	23.93	23.32	22.76	22.26
กำไรสุทธิ(บาท)	684.87	2,317.76	2,396.49	2,519.16	2,687.97
อัตรากำไรสุทธิ(%)	1.13	3.35	3.30	3.30	3.35
ส่วนของผู้ถือหุ้น(บาท)	130,136.97	430,600.52	431,079.82	431,583.66	432,121.25
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	0.53	0.54	0.56	0.58	0.62
จุดคุ้มทุน(บาท)	53,714.63	48,605.26	50,523.86	52,234.15	53,709.16

ตารางที่ 2 ประมาณการระยะเวลาคืนทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ(จริง) ¹	6,141.82	7,774.71	7,853.44	7,976.12	8,144.92
เงินสดรับ(สะสม)	6,141.82	13,916.53	21,769.97	29,746.09	37,891.01
เงินลงทุนของโครงการ	-	300,000	-	-	-

ระยะเวลาคืนทุน มากกว่า 5 ปี

หมายเหตุ: ¹ เงินสดรับ = กำไรสุทธิ + ต้นทุนคงที่

² ในปี 2549 กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนเงินลงทุนในการสร้างโรงเรือนผลิต จำนวน 300,000 บาท

แผนธุรกิจ

1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มฯ

กลุ่มส่งเสริมอาชีพข้าวกล้องบ้านเหมืองหม้อ เกิดขึ้นจากการริเริ่มของนางสมฤทัย วงศ์สุวรรณ และนางอรอนงค์ ผัดผ่อง ผู้นำกลุ่มสตรีแม่บ้าน ได้ประชุมปรึกษาร่วมกันในกลุ่มสมาชิกสตรีแม่บ้านเมื่อปลายปี 2541 เพื่อให้สตรีแม่บ้านได้มีกิจกรรมทำร่วมกัน และเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิก โดยที่ประชุมได้ตกลงกันว่าจะทำข้าวซ้อมมือ เนื่องจากมีวัตถุดิบในพื้นที่และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสในการตลาด นายสัมฤทธิ์ ผัดผ่อง อดีตผู้ใหญ่บ้าน นางอรอนงค์และนางสมฤทัยจึงได้พากันไปศึกษาวิธีการผลิตข้าวซ้อมมือของกลุ่มอาชีพข้าวกล้องบ้านอ้อย ตำบลบ้านเวียง อำเภอวังทอง โดยได้รับการสนับสนุนเงินอุดหนุนดำเนินการและวัตถุดิบ อุปกรณ์การผลิตและบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านเหมืองหม้อ องค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองหม้อ เดือนสิงหาคมกลุ่มได้เปิดดำเนินการผลิตข้าวซ้อมมือโดยใช้ครกกระเดื่อง ต่อมากลุ่มฯ ได้จัดหาอุปกรณ์การผลิตและสร้างโรงเรือนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิกเป็นกลุ่มสตรีแม่บ้านและผู้สูงอายุในหมู่บ้าน จำนวน 56 คน มีการกำหนดระเบียบข้อบังคับของกลุ่มชัดเจน ภายหลังมีการระดมหุ้นจากสมาชิกหุ้นละ 20 บาท มีสมาชิกร่วมลงทุน 45 คน ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อบริหารงาน คือ ประธาน รองประธาน เภรณญิก ผู้ช่วยเภรณญิก ฯลฯ และที่ปรึกษา 6 คน รายละเอียดดังแผนภาพที่ 2 และตารางที่ 6

1.2 ลักษณะและรายละเอียดของสินค้า

1. รายละเอียดสินค้า

กลุ่มฯ ส่งเสริมอาชีพข้าวกล้องบ้านเหมืองหม้อ หมู่ที่ 3 มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกจำหน่ายทั่วไปเพียงชนิดเดียว คือข้าวกล้อง

2. ประวัติของสินค้า

สืบเนื่องจากพื้นที่ตำบลเหมืองหม้อและตำบลใกล้เคียงมีอาชีพหลัก คือ การทำนา การทำข้าวกล้องซึ่งวัตถุดิบมีในท้องถิ่น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า (การจำหน่ายข้าวเปลือก) และเป็นตลาดรองรับซื้อข้าวเปลือกแก่สมาชิกอีกทางหนึ่ง และกลุ่มฯ ได้พัฒนาการผลิตเรื่อยมาจากการศึกษาดูงานจากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จและอุปกรณ์การผลิตแบบดั้งเดิมการใช้ครกกระเดื่องในการกะเทาะข้าวเปลือกซึ่งต้องใช้แรงงานมากและใช้เวลาทำการผลิตมาก ต่อมาหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยมากขึ้น เช่น เครื่องกะเทาะและเครื่องรีดปากถุงสุญญากาศทำให้วิธีการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในปัจจุบัน

3. จุดแข็งของสินค้า

1. วัตถุดิบ (ข้าวหอมมะลิ 105) คุณภาพดี ปลอดภัย
2. การควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอ โดยการพิถีพิถันในกระบวนการผลิตไม่ให้มีการปนเปื้อนของเปลือกข้าวและสิ่งแปลกปลอมอื่น ๆ

3. แหล่งวัตถุดิบมีในพื้นที่ จัดหาง่ายและมีวัตถุดิบให้เลือกมาก(มีผู้ผลิตมากมาย)

2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ

จากการศึกษากลุ่มส่งเสริมอาชีพข้าวกล้องบ้านเหมืองหม้อทั้งในด้านองค์กร การผลิต การตลาดและการบริหารการเงินของกลุ่มฯ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของกลุ่มได้ดังนี้

2.1 จุดแข็ง

1. การจัดการองค์กร

- กลุ่มฯ จัดตั้งขึ้นมาจากการรวมตัวกันของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุด้วยความสมัครใจ สมาชิกมีส่วนร่วมและมีความร่วมมือกันดีในการทำงาน มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาต่างๆ เมื่อมีการระดมทุนจากสมาชิกจึงทำให้ให้ทุกคนมีความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของกลุ่มฯ
- การบริการจัดการภายในกลุ่มฯ คณะกรรมการมีการแบ่งหน้าที่กันทำงานอย่างชัดเจน มีระเบียบและข้อปฏิบัติภายในกลุ่มฯ เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- สมาชิกให้ความไว้วางใจในตัวคณะกรรมการ ที่มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและการตลาดของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สมาชิกจะได้มีงานทำตลอดและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

2. การผลิต

- การผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้มีการพัฒนาการผลิตมาตลอดเพื่อให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ เน้นให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางโภชนาการสูง โดยการใช้ข้าวหอมมะลิ ซึ่งเมื่อนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปหุงจะมีลักษณะเหนียวนุ่มนวลรับประทาน
- กลุ่มใช้แรงงานของสมาชิกกลุ่มฯ วัตถุดิบ วัตถุดิบราคาต่ำและคุณภาพดี สามารถหาซื้อได้ในท้องถิ่นจากเกษตรกรผู้ปลูกโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มฯ ภายในหมู่บ้าน ตำบลและตำบลใกล้เคียง ซึ่งควบคุมคุณภาพได้และมีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานให้กับสมาชิกตามความสามารถของสมาชิก ทำให้สมาชิกได้มีโอกาสเข้าร่วมการทำงานและทำให้ประสิทธิภาพการทำงานมีมากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีคุณภาพ เนื่องจากกลุ่มฯ วางแผนการผลิตตามกำลังซื้อของลูกค้า เพื่อแก้ปัญหาเรื่องมอดที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์

3. การตลาด

- การดำเนินงานที่ผ่านมา กลุ่มฯ สามารถปรับเปลี่ยนราคาผลิตภัณฑ์ตามต้นทุนวัตถุดิบที่จัดหาหรือได้รับมา บนการตัดสินใจของคณะกรรมการและสมาชิกร่วมกัน
- ราคาขายส่ง 22 บาทเป็นราคาที่ไม่แพงมากนัก ซึ่งสมาชิกหรือลูกค้านำไปขายต่อพอจะมีกำไรตามสมควร ส่วนราคาขายปลีก 25 บาท พอๆ กับผู้แข่งขันรายอื่นที่อยู่ในตลาดเดียวกัน

- คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ช่วยทำการตลาด มีการนำผลิตภัณฑ์ไปฝากหรือขายให้ญาติพี่น้องต่างจังหวัด เป็นการเพิ่มตลาดการกระจายผลิตภัณฑ์ให้กลุ่ม
- กลุ่มลูกค้ามีทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด
- กลุ่มมีแหล่งจำหน่ายจากการออกร้านและจำหน่ายในงานเทศกาลต่างๆ ที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น รวมถึงการจำหน่ายในสถานที่ราชการจัดให้เป็นประจำทุกเดือน
- ผลิตภัณฑ์มีการบรรจุภัณฑ์ด้วยเครื่องรีดปากถุงสุญญากาศ ทำให้เก็บรักษาได้นานขึ้นเป็นที่ดึงดูดความสนใจและความต้องการของลูกค้า
- การส่งเสริมการขายจากกลุ่มเครือข่ายโดยให้สมาชิกลำนำผลิตภัณฑ์ไปเป็นของฝากญาติพี่น้องต่างจังหวัด ทำให้เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

4. การเงิน

- กลุ่มฯ มีการระดมทุนจากสมาชิกของกลุ่ม เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม
- คณะกรรมการหลายตำแหน่งช่วยบริหารการเงินของกลุ่มฯ ทำให้การบริหารการเงินมีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใสมากขึ้น

2.2 จุดอ่อน

1. การจัดการองค์กร

- คณะกรรมการบางคนไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย บางคนปฏิบัติหน้าที่ไม่ถูกต้องตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย บางคนปฏิบัติหน้าที่หลาย ๆ ตำแหน่ง ทำให้การบริหารเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ
- การจัดการข้อมูลไม่เป็นระบบ ไม่มีการจัดทำเอกสารให้เป็นการเฉพาะอย่าง ปะปนกันข้อมูลบางอย่างไม่มีการบันทึกลงในเอกสาร ทำให้เป็นอุปสรรคในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ เช่น ข้อมูลเพื่อการขอรับงบประมาณจากหน่วยงานต่างๆ

2. การผลิต

- เครื่องสีข้าวมีขนาดเล็ก กำลังการผลิตของเครื่องสีข้าวมีน้อย ผลิตได้ครั้งละไม่มาก ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ สิ้นเปลืองแรงงานและไฟฟ้า
- สมาชิกกลุ่มฯ ยังไม่มีความชำนาญในการใช้เครื่องรีดปากถุงสุญญากาศ จึงดูอากาศออกจากถุงผลิตภัณฑ์ได้ไม่หมด

3. การตลาด

- ช่องทางการตลาดมีน้อย กลุ่มฯ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดที่จะขยายช่องทางการจำหน่ายได้มากกว่าที่เป็นอยู่
- ถุงบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน ฉลากไม่มีสี สัน บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์บนฉลากไม่ครบถ้วน ไม่มีคำแนะนำวิธีการใช้และรักษา

- ผลิตภัณฑ์มีเพียงขนาดเดียว ลูกค้านบางคนที่มีโรคประจำตัวน้อยหรือนานๆ โรคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก เพราะผลิตภัณฑ์ไม่สามารถเก็บได้นาน

- ขาดกลยุทธ์ด้านราคา เช่น ไม่มีการลดราคาผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าทั้งขายปลีกและขายส่ง ถึงแม้ว่าลูกค้าจะซื้อจำนวนครั้งละมาก ๆ

- กลุ่มฯ ไม่มีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น แผ่นพับ แผ่นโปสเตอร์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

- กลุ่มฯ ไม่มีความสามารถและทักษะในการจัดร้านเพื่อโชว์ผลิตภัณฑ์ที่นำไปขายในเทศกาลต่างๆ และไม่มีความรู้ในการโฆษณาชวนเชื่อลูกค้าที่มาเยี่ยมชมสินค้าในร้านเหมือนคู่แข่งชั้นบางราย

4. การเงิน

- ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบมากักตุนเอาไว้
- ไม่มีการจัดทำบัญชีให้เป็นระบบ ไม่จัดทำงบดุลประจำปี ทำให้การตรวจสอบได้ยาก และมีข้อมูลไม่สมบูรณ์ในการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ

- การเดินทางเข้ารับการอบรมเรื่องบัญชี ในต่างพื้นที่เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมอบรมคณะกรรมการ จึงทำให้โอกาสเข้าร่วมการอบรมเพื่อพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มฯ มีน้อย

2.3 โอกาส

- ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกตำบลเป็นอย่างดี และตลอดที่ดำเนินกิจกรรมมา

- องค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองหม้อให้การสนับสนุนดูแล และวางแผนในการขยายกิจการของกลุ่มให้กว้างขวางและเป็นวิสาหกิจชุมชนในระดับตำบล

- กระแสการรับประทานอาหารชีวจิตกำลังขยายตัวในตลาด โดยเฉพาะผู้สูงอายุ คนทำงานในสำนักงาน ข้าราชการและคนในวงสังคม จึงเป็นโอกาสอันดีของผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าไปมีส่วนในตลาด

- หน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุนกลุ่มฯ นำผลิตภัณฑ์ไปออกร้านและจำหน่ายในงานเทศกาลต่างๆ เป็นประจำ ทำให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้า

- การได้รับประกาศนียบัตรรับรองผลิตภัณฑ์ผ่านการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2546 ระดับภาค 4 ดาว ทำให้ดึงดูดความสนใจและความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2.4 ข้อจำกัด

- ในหมู่บ้านผู้คนส่วนใหญ่บริโภคข้าวเหนียว กลุ่มคนที่มีกำลังซื้อและคนรุ่นใหม่ยังไม่นิยมในการบริโภคข้าวกล้องเพราะยังไม่เห็นประโยชน์ที่มีต่อสุขภาพ

- คู่แข่งขันทางการตลาดมีเพิ่มมากขึ้นและมีราคาขายปลีกต่ำกว่า ทำให้ลูกค้าหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่า

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
ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเป็นสินค้าที่มีสินค้าอื่นที่ทดแทนได้ คือ ข้าวขาว ซึ่งมีราคาถูกกว่า แม้ว่าผู้บริโภคจะคำนึงเรื่องสุขภาพแต่ในภาวะเศรษฐกิจดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้บริโภคข้าวขาวแทนข้าวกล้องหรือลดปริมาณการบริโภคลง ดังนั้น อัตราการเติบโตของกลุ่มฯ จะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 5 ต่อปี

3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

3.1 เป้าหมายโดยรวมของกลุ่มฯ

ในปี 2549 กลุ่มฯ จะทำการสร้างอาคารปรับปรุงสถานที่ผลิตและโรงเรือนเก็บข้าว และทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นข้าวกล้องผงในปี 2549

3.2 เป้าหมายเฉพาะด้านและแผนธุรกิจ

3.2.1 เป้าหมายและแผนการตลาด

กลุ่มฯ คาดว่าจะเพิ่มยอดขายจําหน่ายจากเดิมร้อยละ 5 ต่อปี ในปี พ.ศ.2549 จะมีการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นถุงสุญญากาศทำโลโก้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ใหม่ และจะปรับราคาขึ้นจากราคาขายส่ง 22 บาท เป็น 24 บาท และราคาขายปลีก 25 บาทเป็น 27 บาท

ภาพรวมของการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ช่องทางการจําหน่ายของกลุ่มฯ เป็นการขายปลีกคิดเป็นร้อยละ 90 อีกร้อยละ 10 เป็นลูกค้าขายส่ง

ลูกค้าเก่า

ลูกค้าเก่าของกลุ่มฯ ได้แก่

พ่อค้าจากจังหวัดเชียงราย และเชียงใหม่ฝากขายตามร้านค้าทั่วไป หน่วยงานราชการและโรงเรียน ได้แก่ สภครรณโรงพยาบาลแพ้ว เจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาล ตลาดในตำบล 2 แห่ง โรงเรียน ต.ทุ่งไธสง ร้านค้าในเมือง

ลูกค้าใหม่

กลุ่มฯ มีลูกค้ารายใหม่เป็นร้านค้าทั่วไป ในจังหวัด จำนวน 3 ราย กลุ่มลูกค้าใหม่ของกลุ่มฯ เมื่อเทียบกับสัดส่วนลูกค้าเก่าคิดเป็นร้อยละ 30 คาดว่าภายใน 5 ปีข้างหน้ากลุ่มฯ จะมีสัดส่วนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50 จากการเพิ่มพ่อค้าขายส่งปลีก 2 ราย ร้านค้าทั่วไปอีกจำนวน 10 ราย

ส่วนแบ่งการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน

กลุ่มฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในระดับหมู่บ้านและระดับตำบลร้อยละ 100 ในระดับอำเภอและระดับจังหวัดมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 40 และร้อยละ 20 ตามลำดับ

ส่วนแบ่งการตลาดที่คาดหวัง

ในอนาคตอีก 5 ปี ข้างหน้า กลุ่มฯ คาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดในระดับหมู่บ้าน และระดับตำบลสัดส่วนยังคงเดิม ส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับอำเภอเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50 และในระดับจังหวัดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 3 เป้าหมายและแผนการตลาด

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งทางการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะปานกลาง 3 ปีและระยะยาว 5 ปี						
- ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี	ลูกค้าเก่า 50% - ส่ง 50% - ปลีก 50% ลูกค้าใหม่ 50% - ส่ง 100%	ระดับอำเภอเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 50และ ระดับจังหวัดเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 30	- ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น - พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นข้าวกล้องผง ¹ โดยได้รับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์จากสำนักงานพัฒนาชุมชน - พัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นถุงสุญญากาศเพื่อให้เก็บได้นานขึ้น (ราคาถุงเพิ่มขึ้นจาก 0.5 บาท/ถุง เป็น 1.95 บาท/ถุง)	- ตั้งราคาตามต้นทุนการผลิต โดยพิจารณาจากค่าแรงงาน วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	- เพิ่มพ่อค้าคนกลางจำนวน 2 รายต่อปี -การออกร้านทั้งในจังหวัดต่างจังหวัดและ กทม. - ฝากขายตามร้านค้าทั่วไป จำนวน 10 ร้านและโรงสีข้าวขาวในพื้นที่	-จัดทำแผนพับและใบปลิว -โฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ตและ ทางวิทยุ -มีการให้เครดิตแก่ลูกค้า เป็นระยะเวลา 1 เดือน - มีการออกร้านแสดงสินค้าทั้งในและต่างจังหวัด
ระยะปานสั้น 1 ปี						
ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเพิ่มขึ้น 5%	ลูกค้าเก่า 70% - ส่ง 10% - ปลีก 90% ลูกค้าใหม่ 30% - ส่ง 100%	คงที่	- ควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอ	- ตั้งราคาตามต้นทุนการผลิต โดยพิจารณาจากค่าแรงงาน วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	- เพิ่มพ่อค้าคนกลางจำนวน 2 รายต่อปี -การออกร้านทั้งในจังหวัดต่างจังหวัดและ กทม. - ฝากขายที่ร้านค้า OTOP ของจังหวัด	-จัดทำแผนพับและใบปลิวงบประมาณปีละ 200 บาท (200 แผ่น/ปี) -จัดทำสัญลักษณ์โลโก้ของกลุ่มฯ ใหม่ -มีการให้เครดิตแก่ลูกค้า เป็นระยะเวลา 1 เดือน - มีการออกร้านแสดงสินค้าทั้งในและต่างจังหวัด

3.2.2 เป้าหมายด้านการผลิต

กลุ่มฯ มีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการผลิต ร้อยละ 5 ต่อปี และพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้น

ภาพรวมของแผนการผลิต

การผลิตของกลุ่มฯ ขึ้นอยู่กับปริมาณผลิตภัณฑ์ที่เหลืออยู่ในตลาดและการสั่งซื้อของลูกค้า โดยนางจรง รัช ปัญญาโว ประธานกลุ่ม และนางสมฤทัย ผู้ช่วยเลขานุการ จะเป็นผู้ตรวจสอบสินค้าคงเหลือในท้องตลาด และรับการสั่งซื้อจากลูกค้า จากนั้นจะแจ้งฝ่ายการผลิต ทำการผลิตโดยเฉลี่ยจะผลิตประมาณเดือนละ 2 – 3 ครั้ง

ข้อได้เปรียบด้านการผลิต

1. การผลิตมีการควบคุมคุณภาพตลอดเวลา
2. วัตถุดิบมีในท้องถิ่น ปลอดภัยจากสารพิษโดยจัดซื้อวัตถุดิบจากสมาชิกกลุ่มฯ

ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

1. คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิต เพื่อคงคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอและมีการรับประกันคุณภาพสินค้าด้วย
2. วางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งด้านปริมาณ คุณภาพสินค้าเพื่อให้ส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงเวลา

การวางแผนการผลิต

ในปี 2549 กลุ่มฯ วางแผนปรับปรุงโรงเรือนผลิต โดยสร้างโรงเรือน เพื่อเป็นโรงเรือนผลิต และที่เก็บข้าว รวมทั้งติดตั้งข่าย งบประมาณ 300,000 บาทโดยขอของบสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองหม้อ

3.2.3 เป้าหมายและแผนการจัดองค์กรและกำลังคน

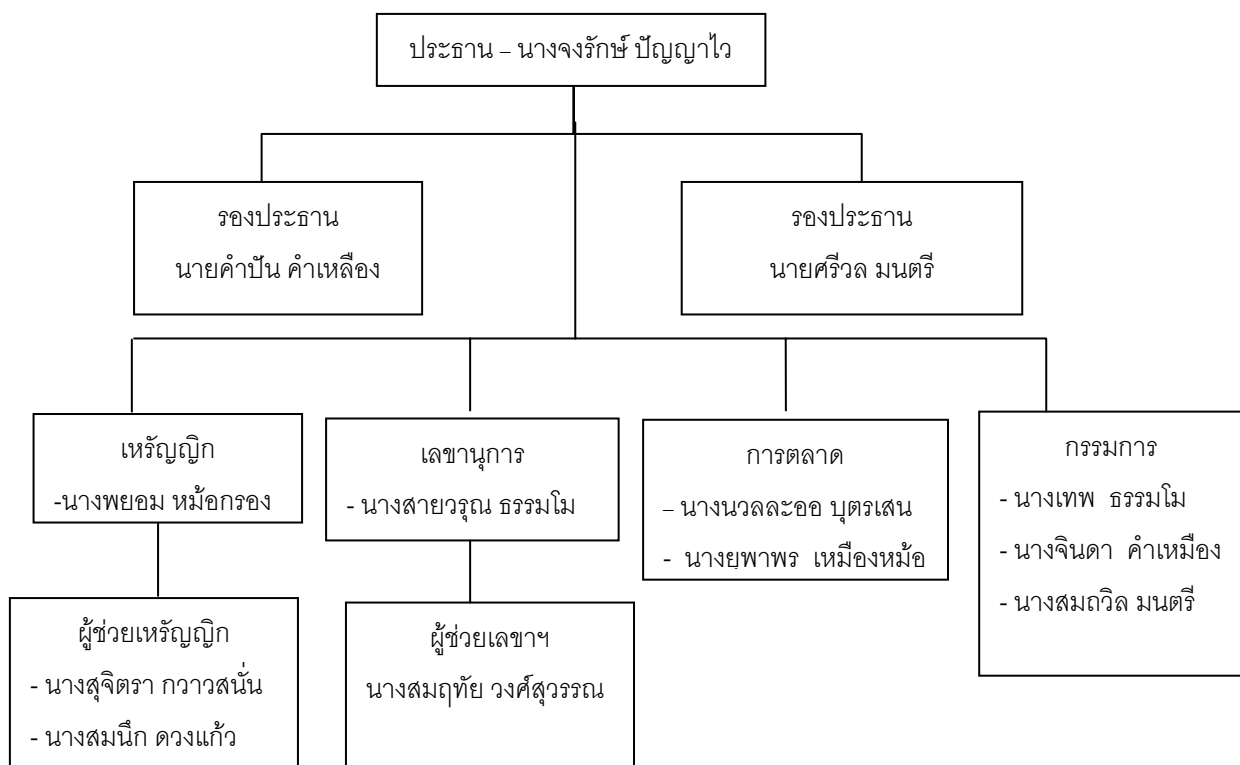
ในปี 2548 กลุ่มฯ มีเป้าหมายฟื้นฟูองค์กร โดยปรับปรุงการทำงานของคณะกรรมการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรของกลุ่มฯ โดยการคัดเลือกคณะกรรมการชุดใหม่ เข้ารับการอบรมการบริหารด้านต่าง ๆ ได้แก่ การจัดการองค์กร การผลิต การตลาดและการเงิน และเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้ามาเรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มฯ

1. สถานที่ตั้งของกลุ่มฯ

ศูนย์พัฒนาหมู่บ้าน บ้านเหมืองหม้อ หมู่ที่ 3 ตำบลเหมืองหม้อ อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

2. โครงสร้างองค์กร

กลุ่มฯ มีสมาชิกทั้งสิ้น 56 คน มีการบริหารจัดการภายในกลุ่ม โดยมีการคัดเลือกคณะกรรมการขึ้นมาบริหารงานจำนวน 13 คน มีที่ปรึกษา 7 คน โครงสร้างคณะกรรมการสามารถแสดงได้ตามแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการบริหารองค์กรของกลุ่มฯ

รายละเอียดประวัติคณะกรรมการกลุ่มฯ และการบริหารงานกลุ่มฯ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5 ประวัติคณะกรรมการกลุ่มและที่ปรึกษา

ที่	ชื่อ – สกุล	ระดับ การศึกษา	ตำแหน่ง	บทบาทภายในชุมชน
1.	นางจรงค์ษ์ ปัญญาไว	ป.4	ประธาน	คณะกรรมการแม่บ้าน
2.	นายคำปัน คำเหลือง	ป.4	รองประธาน	คณะกรรมการจัดทำแผน
3.	นายศรีวัล มนตรี	ป.4	รองประธาน	คณะกรรมการหมู่บ้าน
4.	นางพยอม หม้อกรอง	ม.3	เหรัญญิก	คณะกรรมการแม่บ้าน
5.	นางสุจิตรา กวาวสนั่น	ป.7	ผู้ช่วยเหรัญญิก	เลขาฯประชาคมหมู่บ้าน
6.	นางสมนึก ดวงแก้ว	ป.4	ผู้ช่วยเหรัญญิก	-
7.	นางนวลละอ อบุตรเสน	ม.3	การตลาด	-
8.	นางยุพาพร เหมืองหม้อ	ป.4	การตลาด	-
9.	นางเทพ ธรรมโม	ป.4	กรรมการ	-
10.	นางจินดา คำเหมือง	ป.4	กรรมการ	-
11.	นางสมถวิล มนตรี	ป.4	กรรมการ	-
12.	นางสายวรุณ ธรรมโม	ม.ศ.5	เลขานุการ	ประธานประชาคมหมู่บ้าน
13.	นางสมฤทัย วงศ์สุวรรณ	ม.3	ผู้ช่วยเลขานุการ	คณะกรรมการแม่บ้าน
ที่ปรึกษา ประกอบด้วย				
1.	นายสัมฤทธิ์ ผัดผ่อง	อดีตผู้ใหญ่บ้านเหมืองหม้อ หมู่ที่ 3		
2.	นายสิทธิ คำเหมือง	ผู้ใหญ่บ้านเหมืองหม้อ หมู่ที่ 3		
3.	นายประดิษฐ์ สุคันธมาลา	ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองหม้อ		
4.	นายสมศักดิ์ มนตรี	สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองหม้อ		
5.	นายศุภชัย อินแสน	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 3		
6.	นายชูศักดิ์ หอมนวล	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 3		
7.	นายธนพล พิมสาร	เกษตรตำบลเหมืองหม้อ		
8.	นางพูนศรี สวิง	นักพัฒนาชุมชน 6 ว อำเภอเมืองแพร่		

ตารางที่ 6 เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กรและกำลังคนของกลุ่มฯ

เป้าหมายการจัดการองค์กรและกำลังคน	กลยุทธ์
<u>ระยะปานกลาง (3 ปี) และระยะยาว (5 ปี)</u>	
1. โครงสร้างองค์กร	- มีการฝึกอบรมด้านการบริหารองค์กร การผลิต การตลาดและการบัญชี ให้แก่คณะกรรมการงบประมาณ 1,000 บาทต่อปี - การใช้เงินที่ได้จากการสนับสนุนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ขอรับการสนับสนุน
2. สมาชิก	- รับสมัครสมาชิกเพิ่มจำนวน 7-9 คน จากคนในชุมชน เพื่อช่วยในการผลิตข้าวกล้องผง - มีการจัดอบรมพัฒนาทักษะการผลิต และศึกษาดูงานงบประมาณ 2,000 บาทต่อปี
3. สวัสดิการ	- ให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มฯ
<u>ระยะสั้น (1ปี)</u>	
1. โครงสร้างองค์กร	- เลือกตั้งปรับเปลี่ยนคณะกรรมการชุดใหม่ - มีการฝึกอบรมด้านการบริหารองค์กร การผลิต การตลาดและการบัญชี ให้แก่คณะกรรมการงบประมาณ 1,000 บาท - เงินที่ได้จากการสนับสนุนควรใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ขอรับการสนับสนุน
2. สมาชิก	- มีการจัดอบรมพัฒนาทักษะการผลิต และศึกษาดูงานงบประมาณ 2,000 บาท
3. สวัสดิการ	- สมาชิกทุกคนมีสิทธิกู้เงินกลุ่มฯ - ให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มฯ - มีการปันผลกำไรให้แก่สมาชิก โดยหักแบ่งเข้ากลุ่มฯ ร้อยละ 20 และอีกร้อยละ 80 แบ่งให้สมาชิกตามจำนวนหุ้น

3.2.4 เป้าหมายด้านการเงิน

กลุ่มฯ คาดหวังว่าจะมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ต่อปีและจะปรับปรุงการจัดทำบัญชีให้เป็นระบบภายใน ปี 2548

1) สรุปข้อมูลทางการเงิน

ตารางที่ 7 พยากรณ์ยอดผลิต

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 3	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 4	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 5	อัตราส่วนเพิ่ม (%)
ข้าวกล้อง(กก.)	2,748	2,885	5.00	3,030	5.00	3,181	5.00	3,340	5.00

ตารางที่ 8 พยากรณ์ยอดขาย

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 3	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 4	อัตราส่วนเพิ่ม (%)	ปีที่ 5	อัตราส่วนเพิ่ม (%)
ข้าวกล้อง(กก.)	2,748	2,885	5.00	3,030	5.00	3,181	5.00	3,340	5.00

ตารางที่ 9 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือต้นปี	-	-	-	-	-
บวก : วัตถุดิบทางตรง	29,978.18	31,477.09	33,050.95	34,703.49	36,438.67
วัตถุดิบทางอ้อม	-	-	-	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง	19,236.00	20,197.80	21,207.69	22,268.07	23,381.48
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	500	1,000	1,500	2,000	2,500
สินค้าที่มีเพื่อขาย	49,714.18	52,674.89	55,758.64	58,971.57	62,320.15
หัก : สินค้าคงเหลือปลายปี	-	-	-	-	-
ต้นทุนสินค้าขาย	49,714.18	52,674.89	55,758.64	58,971.57	62,320.15

ตารางที่ 10 ประมาณการค่าใช้จ่าย

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายโรงงานต่อปี					
ค่าแรงทางอ้อม เงินเดือนและค่าจ้าง(ต้นทุนการผลิต)	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายโรงงาน(ใส่หุ้ยการผลิต)	500	1,000	1,500	2,000	2,500
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย	200	200	200	200	200
ค่าบรรจุภัณฑ์	1,400	5,600	5,900	6,200	6,500
ค่าขนส่งสินค้า (ส่วนของการขาย)	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อปี					
ค่าบริหารจัดการ	-	-	-	-	-
อบรมศึกษาดูงาน	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าน้ำมันรถ (ส่วนของการบริหาร)	-	-	-	-	-
ค่าไฟฟ้า (ส่วนของการบริหาร)	-	-	-	-	-
รวม	5,100	9,800	10,600	11,400	12,200

ตารางที่ 11 การจ้างงาน

หน่วย: บาท

ผลิตภัณฑ์	ค่าแรงงานต่อถุง	ค่าแรงงานรวม				
		ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ข้าวกล้อง	7	19,236.00	20,197.80	21,207.69	22,268.07	23,381.48

ตารางที่ 12 ประมาณการงบต้นทุนโครงการ

รายการ		แหล่งที่มาของเงินทุน			จำนวนเงินทั้งสิ้น (บาท)
		หนี้สิน (บาท)		ส่วนของเจ้าของ (บาท)	
		เจ้าหนี้	เงินกู้		
1	เงินทุนหมุนเวียน				
1.1	เงินสด			41,355	41,355
1.2	สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย				-
1.3	วัตถุดิบทางตรงคงคลัง				-
1.4	วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง				-
1.5	วัสดุคงคลัง			-	-
					41,355
2	สินทรัพย์ถาวร				
2.1	ที่ดิน			-	-
2.2	สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน			5,000	5,000
2.3	เครื่องจักร			37,600	37,600
2.4	อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า			3,670	3,670
2.5	สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย			-	-
2.6	อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			2,000	2,000
2.7	สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน			-	-
2.8	อุปกรณ์และเครื่องใช้ สำนักงาน			-	-
2.9	ยานพาหนะ			-	-
2.10	สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ			-	-
					48,270
3	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ				
3.1	ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ				-
3.2	สิทธิในการใช้สินทรัพย์				-
				รวม	89,625

ตารางที่ 13 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
ขาย	60,456.00	69,249.60	72,712.08	76,347.68	80,165.07
รายได้อื่น					
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	49,714.18	52,674.89	55,758.64	58,971.57	62,320.15
กำไรเบื้องต้น	10,741.82	16,574.71	16,953.44	17,376.12	17,844.92
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายในการขาย	1,600	5,800	6,100	6,400	6,700
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าเสื่อมราคา (จากส่วนของ การผลิต การขาย และการบริหาร)	5,456.95	5,456.95	5,456.95	5,456.95	5,456.95
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	684.87	2,317.76	2,396.49	2,519.16	2,687.97
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	684.87	2,317.76	2,396.49	2,519.16	2,687.97
หัก ภาษี (%)					
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	684.87	2,317.76	2,396.49	2,519.16	2,687.97
หัก เงินปันผลหุ้นบุริมสิทธิ					
กำไรสุทธิเพื่อจัดสรรให้หุ้นสามัญ	684.87	2,317.76	2,396.49	2,519.16	2,687.97
หัก เงินปันผล	547.89	1,854.21	1,917.19	2,015.33	2,150.38
กำไร (ขาดทุน) สะสม	136.97	600.52	1,079.82	1,583.66	2,121.25

ตารางที่ 14 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		60,456	69,249.60	72,712.08	76,347.68	80,165.07
รับชำระหนี้ (ลูกหนี้)		-	-	-	-	-
รายได้อื่น						
รวมเงินสดรับ	-	60,456	69,249.60	72,712.08	76,347.68	80,165.07
เงินสดจ่าย						
การดำเนินการ						
ซื้อวัตถุดิบทางตรง		29,978.18	31,477.09	33,050.95	34,703.49	36,438.67
ซื้อวัตถุดิบทางอ้อม		-	-	-	-	-
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง		-	-	-	-	-
ค่าแรงงานทางตรง		19,236	20,197.80	21,207.69	22,268.07	23,381.48
ค่าใช้จ่ายโรงงาน		500	1,000	1,500	2,000	2,500
ค่าใช้จ่ายในการขาย		1,600	5,800	6,100	6,400	6,700
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

ตารางที่ 14 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
การลงทุน						
เงินทุนหมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	48,270					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ						
รวมเงินสดจ่าย	48,270	54,314.18	61,474.89	64,858.64	68,371.57	72,020.15
เงินสดสุทธิ						
บวก เงินสดยอดยกมา		81,730.00	87,323.93	93,244.43	99,180.68	105,141.47
รวมเงิน	- 48,270	6,141.82	7,774.71	7,853.44	7,976.12	8,144.92
บวก ทุนส่วนของเจ้าของ	130,000					
เงินกู้ระยะสั้น	-	-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว		-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล		547.89	1,854.21	1,917.19	2,015.33	2,150.38
เงินสดคงเหลือยกไป	81,730	87,323.93	93,244.43	99,180.68	105,141.47	111,136.01

ตารางที่ 15 ประมาณการงบดุล

หน่วย: บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	81,730	87,323.93	93,244.43	99,180.68	105,141.47	111,136.01
ลูกหนี้		-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง		-	-	-	-	-
วัสดุคงคลัง		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	81,730	87,323.93	93,244.43	99,180.68	105,141.47	111,136.01
สินทรัพย์ถาวร						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน	5,000	5,000	305,000	305,000	305,000	305,000
เครื่องจักร	37,600	37,600	37,600	37,600	37,600	37,600
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า	3,670	3,670	3,670	3,670	3,670	3,670

ตารางที่ 15 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-	-	-	-
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	48,270	48,270	438,270	438,270	438,270	438,270
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		5,456.95	15,413.90	25,370.86	35,327.81	45,284.76
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	48,270	42,813.05	422,856.10	412,899.14	402,942.19	392,985.24
สินทรัพย์อื่นๆ						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ รอการตัดจ่าย						
สิทธิการใช้สินทรัพย์						
รวมสินทรัพย์อื่นๆ						
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	130,000	130,136.97	430,600.52	431,079.82	431,583.66	432,121.25

ตารางที่ 15 (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)	130,000	130,000	430,000	430,000	430,000	430,000
หุ้นบุริมสิทธิ						
หุ้นสามัญ						
กำไรสะสม		136.97	600.52	1,079.82	1,583.66	2,121.25
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	130,000	130,136.97	430,600.52	431,079.82	431,583.66	432,121.25
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น	130,000	130,136.97	430,600.52	431,079.82	431,583.66	432,121.25

ตารางที่ 16 ประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน

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	87,323.93	93,244.43	99,180.68	105,141.47	111,136.01
II	อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity / Efficiency Ratio)							
3	อัตราการใช้หมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)		ครั้ง(เท่า)	0.46	0.16	0.17	0.18	0.19
4	อัตราการใช้หมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover Ratio)		ครั้ง(เท่า)	1.41	0.21	0.22	0.23	0.25
III	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม							
5	อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)		-	-	-	-	-	-
6	หนี้สินต่อส่วนของเจ้าของ (D / E)		-	-	-	-	-	-
7	Degree of Financial Leverage		เท่า	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
IV	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)							
8	อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)		ร้อยละ	1.13	3.35	3.30	3.30	3.35
9	อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)		ร้อยละ	17.77	23.93	23.32	22.76	22.26
10	อัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio)							
11	อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on investment : ROI)		ร้อยละ	0.53	0.54	0.56	0.58	0.62
V	ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)							
12	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA)		ร้อยละ	0.53	0.54	0.56	0.58	0.62
13	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)		ร้อยละ	0.53	0.54	0.56	0.58	0.62

4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

ตารางที่ 17 การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

ความเสี่ยง	วิธีการแก้ไข
ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน - คณะกรรมการบางฝ่ายไม่ค่อยให้ความร่วมมือ - ขาดเงินทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบมากักตุนไว้ ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก - คู่แข่งขายตัดราคากัน	- ปรับเปลี่ยนคณะกรรมการใหม่ เพื่อให้การทำงานของกลุ่มฯ เป็นระบบมากขึ้น - ขอเงินสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนจากหน่วยงานต่างๆ - พัฒนาปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสุญญากาศซึ่งดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้มากกว่า

5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

ตารางที่ 18 สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

กลยุทธ์ / แผน	มาตรการ / วิธีการ	งบประมาณ (บาท / ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การตลาด						
	1. จัดทำนามบัตรแจกลูกค้า	200	200	200	200	200
	2. พัฒนابรรจุภัณฑ์	1,400	5,600	5,900	6,200	6,500
	3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวกลิ้งผง	-	-	-	-	-
การผลิต	1. สร้างโรงเรือนใหม่ ¹		300,000			
การบริหารจัดการ	1. จัดฝึกอบรมและดูงาน	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด		4,600	308,800	9,100	9,400	9,700

หมายเหตุ: ¹ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

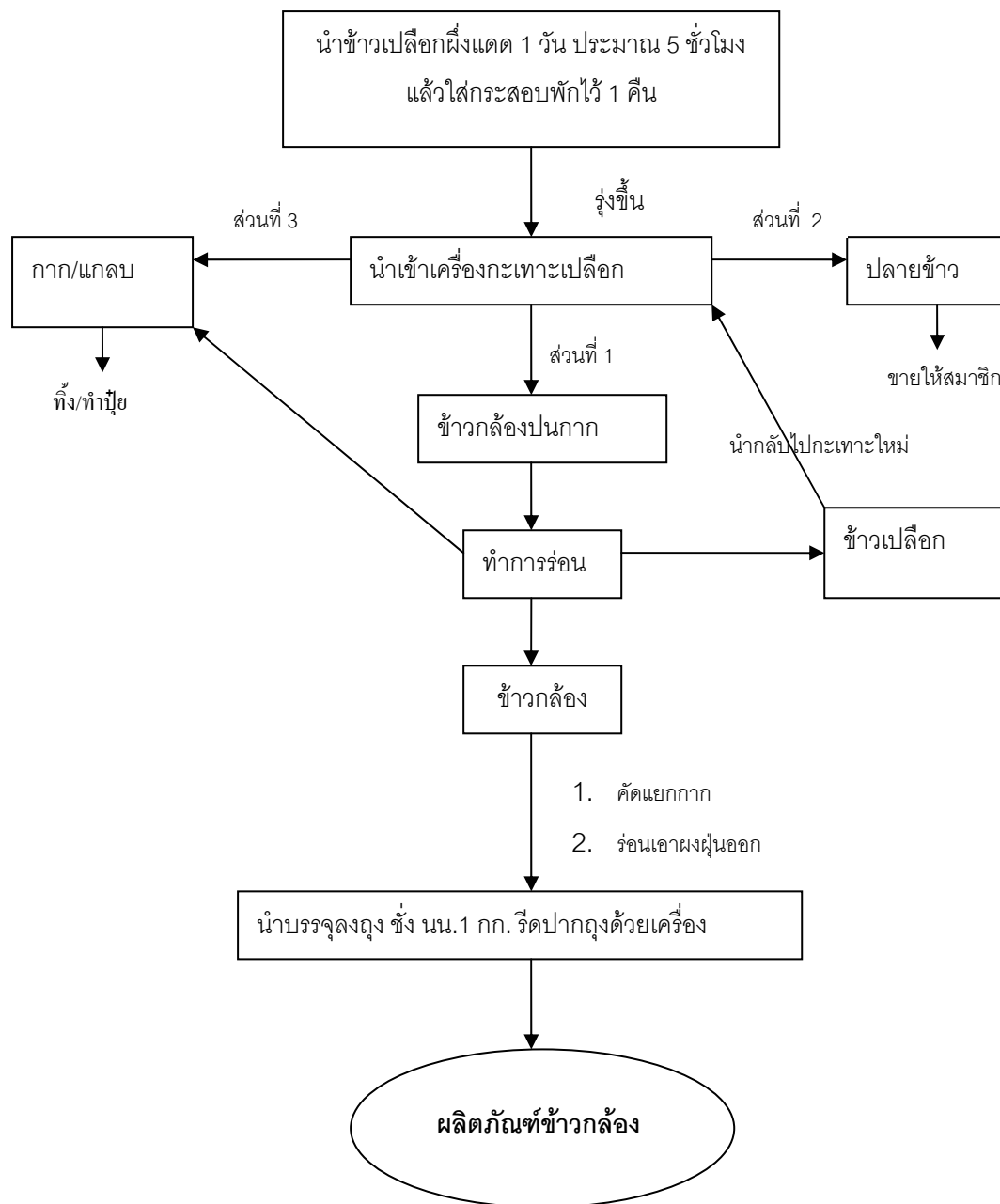
6. ภาคผนวก

กระบวนการผลิต

ในการผลิตข้าวกล้อง จะมีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการบรรจุภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. นำข้าวเปลือกออกจากยุ้งฉางมาผึ่งแดด 1 วัน ประมาณ 5 ชั่วโมง หลังจากนั้นเก็บใส่กระสอบดังเดิมพักไว้ 1 คืน
2. เช้าวันต่อมา นำข้าวเปลือกที่ผึ่งแดดแล้วมาเข้าเครื่องสีข้าวหรือเครื่องกะเทาะเปลือก โดยใส่ข้าวครั้งละน้อย เนื่องจากเครื่องกะเทาะเป็นเครื่องสีข้าวขนาดเล็กไม่สามารถใส่ข้าวครั้งละมาก ๆ ได้ ข้าวที่ผ่านการกะเทาะแล้วจะแยกออกมาเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนของข้าวกล้องที่มีจมูกข้าวติดอยู่ ส่วนกาบข้าวและส่วนปลายข้าว โดยจะใช้กะละมังรองรับผลผลิตเอาไว้
3. นำเอาส่วนที่เป็นข้าวกล้องมาร่อนหรือคัดเพื่อร่อนเอากากข้าวทิ้งและแยกเอาข้าวเปลือกที่ยังไม่ถูกกะเทาะเพื่อนำกลับไปเข้าเครื่องกะเทาะใหม่
4. ข้าวที่ร่อนหรือคัดเรียบร้อยแล้ว จะนำมาคัดแยกเก็บเศษกากและเมล็ดข้าวที่เสียออกอีกครั้งหนึ่ง
5. นำข้าวที่คัดแยกเศษกากออกแล้วไปร่อนเพื่อเอาผงฝุ่นออกอีกครั้ง
6. นำข้าวกล้องที่ได้บรรจุลงถุงบรรจุภัณฑ์ ขึ้นชั่งน้ำหนักให้ได้ 1 กิโลกรัม
7. นำเข้าเครื่องรีดปากถุงสุญญากาศเพื่อผนึกปากถุง

กระบวนการผลิตสามารถแสดงได้ตามแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 กระบวนการผลิตข้าวกลิ้ง