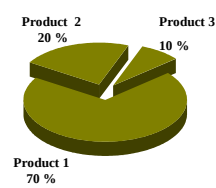


แผนธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชน



กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง

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

พุทธวรรณ ชันตันธง^{3/}

ผู้ช่วยนักวิจัย

พีรพงษ์ ปราบวิญญู^{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

กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง มีผลิตภัณฑ์รวม 15 ชนิด สำหรับแผนธุรกิจใน 5 ปีนี้ กลุ่มฯ ประสงค์ที่จะขยายการผลิตและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ 9 ชนิด คณะวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะให้แนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มฯ ซึ่งกลุ่มฯ จำเป็นจะต้องปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน และขอขอบคุณคณะกรรมการและสมาชิกในกลุ่ม ที่ให้การต้อนรับและร่วมงานกับคณะวิจัยเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาเกือบ 2 ปี

คณะวิจัย

มิถุนายน 2548

สารบัญ

	หน้า
คณะวิจัย	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	1
แผนธุรกิจ	4
1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ	4
2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ	5
3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ	3
4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ	28
5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ	28
6. ภาคผนวก	30

แผนธุรกิจกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง

บทสรุปผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจ

กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง จัดตั้งขึ้นครั้งแรกในปี 2542 และจัดตั้งอย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายน ปี 2543 โดยการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องดื่มสมุนไพรผงสำเร็จรูป และชาสมุนไพรผงชนิดต่างๆ นมถั่วผง และลำไยอบแห้ง ซึ่งกลุ่มฯ ให้ความสำคัญกับการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าโดยทั่วไป

แม้ว่าในปี 2546 ผลการดำเนินงานของกลุ่มฯ จะขาดทุน เนื่องจากมีต้นทุนด้านการตลาดและต้นทุนการจัดการค่อนข้างสูง แต่ปัจจุบัน กลุ่มฯ ได้ปรับราคาขายผลิตภัณฑ์ทุกชนิดให้สูงขึ้น ประกอบกับการเพิ่มปริมาณการผลิตมากขึ้น เพื่อใช้อุปการณ์การผลิตที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

โอกาสของธุรกิจและปัจจัยความสำเร็จ

กระแสความนิยมสินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ได้ถูกกระตุ้นผ่านสื่อต่างๆ ทำให้ประชาชนมีการตื่นตัวกันมากขึ้น รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่ได้จัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกิดการรณรงค์ใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นจากภูมิปัญญาและจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้รับความสนใจจากลูกค้าและบุคคลทั่วไป นอกจากนี้การที่สินค้าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งอยู่ในกระแสของการบริโภคในปัจจุบัน ทำให้สินค้ามีโอกาสในการได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้มีโอกาสที่ขยายตลาดได้มากขึ้นกว่าเดิม

จากประวัติการดำเนินงานหลังจากที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการในช่วงปลายปี 2543 กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในพื้นที่มาโดยตลอด ทั้งการฝึกอบรมด้านการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อุปกรณ์และโรงเรือนผลิต ตลอดจนเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงาน ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มฯ มีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน นอกจากการพัฒนาซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกดังกล่าวแล้วในส่วนของการผลิตที่ถือได้ว่ามีคุณภาพ ได้รับมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.) รวมถึงได้รับการคัดเลือกให้เป็น OTOP Product Champion : OPC 4 ดาวระดับประเทศในปี 2547 ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย

ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มฯ ในปัจจุบัน แบ่งเป็นการฝากขายโดยให้เครดิตคิดเป็นร้อยละ 80 อีกร้อยละ 20 เป็นการขายปลีกโดยการออกร้านจำหน่ายสินค้ารวมถึงการจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มฯ และเมื่อพิจารณาการฝากขายโดยให้เครดิต ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพ ได้แก่ ร้านขนมยุพินที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ร้านวนัสนันท์ ร้านทองแสงทอง พ่อค้าคนกลางที่เป็นสมาชิกกลุ่มฯ รวมถึง

องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (ตลาด อ.ต.ก.) ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งทั้งหมดนี้มีสัดส่วนของมูลค่าขายคิดเป็นร้อยละ 50 จากลูกค้าทั้งหมด ส่วนกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ พ่อค้าคนกลางจากนิคมอุตสาหกรรมลำพูน และพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้าน โดยมีสัดส่วนของมูลค่าขายยังไม่มากนักคิดเพียงเป็นร้อยละ 1.5 กลุ่มฯ คาดว่า ในอีก 5 ปีข้างหน้าจะยังคงรักษาสถานลูกค้าเดิมไว้ โดยกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพจะมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 3 ทั้งนี้ในภาพรวมมูลค่าการจำหน่ายรวมของกลุ่มฯ จะขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี

ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ

กลุ่มฯ มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้า สถานที่ผลิตได้รับมาตรฐาน GMP ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.) รวมถึงผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งและเครื่องดื่มลำไยผงได้รับคัดเลือกให้เป็น OTOP Product Champion : OPC 4 ดาวในระดับประเทศในปี 2547 นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังมีความได้เปรียบจากการเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีชื่อเสียง ทำให้ได้รับการสนับสนุนทั้งในด้านเงินทุนและอุปกรณ์การผลิตราคาแพงจากหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการจัดหาปัจจัยการผลิตดังกล่าวได้มาก

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

เมื่อประเมินจากผลการดำเนินงานในปี 2546 พบว่า จากยอดขายจำนวน 379,589 บาท กลุ่มฯ ขาดทุนในการดำเนินงานในกิจกรรมการผลิตเป็นมูลค่า 17,394.81 บาท แต่จากการปรับราคาขายของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น และเพิ่มปริมาณการผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการประมาณการการดำเนินแผนธุรกิจในอีก 5 ปีข้างหน้า มีกำไรจากการผลิตเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ รวมถึงมีอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายและอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1)

ในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ ได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์หลักจำนวน 9 ชนิด (ตารางที่ 4) ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายในปี 2546 คิดเป็นร้อยละ 60 ของทั้งหมด ดังนั้นในการวางแผนด้านการผลิต การจำหน่าย และการเงินค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการจัดทำแผนธุรกิจ จะคำนวณจากร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายจริงที่เกิดขึ้นทั้งหมด

ตารางที่ 1 ประมาณการอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและการคาดคะเนผลตอบแทนทางการเงิน

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ปริมาณขาย (กล่อง)	6,768	7,740	8,928	10,284	11,928
ยอดขาย (บาท)	540,370	664,450	821,928	1,014,720	1,254,926
กำไรขั้นต้น (บาท)	212,981	281,296	369,650	481,545	625,897
อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย (%)	39.41	42.34	44.97	47.46	49.88
กำไรสุทธิ (บาท)	24,069	65,716	133,421	222,616	340,374
อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย (%)	4.45	9.89	16.23	21.94	27.12
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	3.46	7.69	14.28	20.84	26.75
จุดคุ้มทุน (บาท)	368,142	302,217	239,293	200,420	173,994

ที่มา : จากการคำนวณ

ในปีที่ 2 ของการจัดทำแผนธุรกิจ (ปี 2549) กลุ่มฯ คาดว่าจะทำการปรับปรุงโรงงานผลิต โดยใช้งบประมาณจำนวน 200,000 บาท แต่จากการทำแผนธุรกิจที่ทำให้แก่ผลิตภัณฑ์หลัก 9 ชนิด ซึ่งมีมูลค่าจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 60 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ทำให้งบประมาณที่นำมาใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจมีมูลค่าลดลงเป็น 120,000 บาท (ตารางที่ 2) อย่างไรก็ตามกลุ่มฯ สามารถคืนทุนได้ภายในปีเดียวกัน

ตารางที่ 2 ประมาณการระยะเวลาคืนทุน

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
เงินสดรับ (จริง)	72,853	120,500	188,205	277,400	395,158
เงินสดรับ (สะสม)	72,853	193,353	381,558	658,958	1,054,116

ที่มา: จากการคำนวณ

แผนธุรกิจ

1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ

1.1 ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มฯ

กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง จัดตั้งอย่างไม่เป็นทางการในปี 2542 โดยมีสมาชิกแรกเริ่มจำนวน 22 คน รวมตัวกันทำกิจกรรมระดมทุนเพื่อการกุศลภายในกลุ่มฯ หลังจากนั้นได้จัดตั้งอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2543 โดยการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชน เริ่มจากสมาชิกกลุ่มแม่บ้านมีความสนใจที่จะแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในหมู่บ้าน จึงรวมตัวกันขอรับการสนับสนุนจากศูนย์การศึกษาชนบทโรงเรียนอำเภอเมืองงำ ซึ่งได้รับเงินอุดหนุนจำนวน 10,000 บาทเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดอบรมหลักสูตรการทำตะกร้าจากสมุดโทรศัพท์และดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา ในปี 2544 กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมส่งเสริมสหกรณ์จำนวน 60,000 บาท โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการอบรมหลักสูตรแปรรูปและถนอมอาหารจำนวน 20,000 บาท และอีก 40,000 บาท สำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน หลังจากนั้นในปี 2545 ได้รับสนับสนุนงบประมาณเพื่อใช้ในการฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จำนวน 20,000 บาท และเงินกู้ยืมไม่มีดอกเบี้ยสำหรับนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการแปรรูปอีกจำนวน 80,000 บาท นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนเป็นเงินให้เปล่าอีกจำนวน 60,000 บาท เพื่อใช้เป็นค่าใช้จ่ายบรรจุภัณฑ์ ในปีเดียวกันนี้ กลุ่มฯ ยังได้รับการสนับสนุนจากงบประมาณศูนย์เศรษฐกิจผ่านทางการบริหารส่วนตำบลเมืองงำเป็นงบประมาณจำนวน 1,000,000 บาท สำหรับใช้ในการต่อเติมโรงเรือนรวมถึงจัดซื้อปัจจัยการผลิตชนิดต่างๆ อีกทั้งยังให้กู้ยืมเงินอีกจำนวน 100,000 บาท สำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

กลุ่มฯ ทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยมีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 335 คน และมีหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนอยู่เสมอ ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองลำพูนให้การสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สนับสนุนในเรื่องการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ได้รับมาตรฐานอาหารและยา(อ.ย.) จำนวน 7 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มลำไยผงสำเร็จรูป เครื่องดื่มมะตูมผงสำเร็จรูป เครื่องดื่มดอกคำฝอยผงสำเร็จรูป เครื่องดื่มขิงผงสำเร็จรูป กาละแมลำไย น้ำพริกเผากุ้ง และลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง นอกจากนี้สำนักงานพัฒนาชุมชนยังได้ให้คำแนะนำในเรื่องการบริหารจัดการองค์กรและการตลาด

ปัจจุบันกลุ่มฯ ได้รับเลือกให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชนของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดลำพูน ทำให้มีนักศึกษาและผู้สนใจเข้ามาศึกษาดูงานอยู่เป็นประจำ

1.2 ลักษณะและรายละเอียดของสินค้า

ประวัติของสินค้า

ในปี 2544 กลุ่มฯ เห็นว่าในพื้นที่มีวัตถุดิบที่เป็นผลผลิตทางการเกษตร และมักจะมีราคาต่ำในช่วงที่มีผลผลิตออกมามาก จึงมีความคิดที่จะแปรรูปเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบเหล่านี้ จึงขอรับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริม

สหกรณ์ในการฝึกอบรมการแปรรูปและถนอมอาหาร ซึ่งในครั้งนั้นกลุ่มฯ ได้รับการฝึกอบรมการผลิตเครื่องดื่ม ลำไยผงสำเร็จรูปเป็นชนิดแรก

จากผลิตภัณฑ์หลักที่ถูกคัดเลือกมาทำแผนธุรกิจ พบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มผงสำเร็จรูป ถูกพัฒนาขึ้นในปี 2544 เครื่องดื่มประเภทชาสมุนไพรถูกพัฒนาขึ้นในปี 2545 ส่วนนมถั่วผงและลำไยอบแห้งถูกพัฒนาขึ้นในปี 2546 ตามลำดับ

จุดแข็งของสินค้า

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตจากโรงงานผลิตที่ได้รับมาตรฐาน GMP มีการควบคุมคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้การเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน กระแสการบริโภค ได้รับมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.) รวมถึงผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งและเครื่องดื่ม ลำไยผงได้รับคัดเลือกให้เป็น OTOP Product Champion : OPC 4 ดาวในระดับประเทศในปี 2547 ส่งผลให้ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักและได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี

2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ

2.1 จุดแข็งของกลุ่มฯ (Strengths)

- ประธานกลุ่มฯ เป็นผู้มีความสามารถ มีความเป็นผู้นำสูง สามารถติดต่อประสานงานกับ หน่วยงานราชการได้อย่างดี
- การบริหารจัดการในลักษณะพี่น้อง ตลอดจนคณะกรรมการกลุ่มฯ มีความสามัคคีปรองดอง กัน สามารถแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ ทำให้การบริหารกลุ่มฯ เป็นไปอย่างราบรื่น
- คณะกรรมการมีความสมัครใจที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมของกลุ่มฯ ตลอดจนมีความเข้าใจ บทบาทหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี
- สมาชิกและคณะกรรมการที่เข้าทำงานให้กับกลุ่มฯ เป็นคนในหมู่บ้านเดียวกัน ทำให้การ ติดต่อประสานงานเป็นไปโดยสะดวก
- ถึงแม้คณะกรรมการกลุ่มฯ จะมีระดับการศึกษาที่ไม่สูงมากนัก แต่กลุ่มฯ รู้ถึงศักยภาพของ องค์การเป็นอย่างดี ได้มีการเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ
- กลุ่มฯ มีประสบการณ์การผลิตติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน และผู้ที่มาทำการผลิตเป็นบุคคล เดิม ทำให้มีทักษะและความชำนาญในการผลิตเป็นอย่างดี
- สมาชิกที่ทำการผลิตทั้งหมดอยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน ทำให้สะดวกต่อการผลิต และสามารถให้ เวลากับการผลิตได้อย่างเต็มที่
- การที่กลุ่มฯ มีอุปกรณ์การผลิตที่ช่วยอำนวยความสะดวกหลายชนิด ทำให้ขั้นตอนในการ ผลิตของกลุ่มฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- วัตถุดิบส่วนใหญ่จัดหาได้ง่ายในท้องถิ่น บางชนิดรับซื้อจากสมาชิก ทำให้เป็นการลดต้นทุน ในการจัดหาได้ทางหนึ่ง

- สถานที่ผลิตของกลุ่มฯ ได้รับมาตรฐาน GMP มีการแบ่งพื้นที่การใช้งานอย่างเป็นสัดส่วน ทำให้การดำเนินการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- กลุ่มฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันที่ผลิตขายในพื้นที่ใกล้เคียง

- ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มฯ ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นกว่าช่วงแรกของการดำเนินงานมาก ดังจะเห็นได้จากการมีลูกค้าประจำที่มีการสั่งซื้อเข้ามายังกลุ่มฯ ก่อนช่วงสัปดาห์เสมอ ความพยายามที่จะหาตลาดรองรับสินค้าของกลุ่มฯ อยู่เสมอ ทำให้มีรายได้เข้ามายังกลุ่มฯ อย่างต่อเนื่อง

- เมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันที่ผลิตขึ้นในจังหวัดลำพูน พบว่า กลุ่มฯ เป็นเพียงกลุ่มฯ เดียวที่ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานอาหารและยา (อย.)

- ในปี 2547 ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งและเครื่องดื่มลำไยผงของกลุ่มฯ ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ดาวในระดับประเทศ เป็นการเพิ่มความมั่นใจในคุณภาพสินค้าให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

- การจัดบันทึกทางการเงิน มีการแบ่งแยกกันระหว่างกิจกรรมการผลิตเพื่อจำหน่ายและกิจกรรมการออมทรัพย์ที่ชัดเจน

- กลุ่มฯ มีการจัดบันทึกรายรับรายจ่าย รวมถึงมีการติดต่อให้หน่วยงานในพื้นที่จัดทำงบการเงินในช่วงสิ้นปีดำเนินการของแต่ละปี ทำให้ทราบผลการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นอย่างดี

- กลุ่มฯ มีผู้รับผิดชอบในการจัดบันทึกทางการเงินและบัญชีชัดเจน
- กลุ่มฯ มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ซึ่งเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคได้ และเป็นการกระจายความเสี่ยงในการผลิตผลิตภัณฑ์น้อยชนิด

2.2 จุดอ่อนของกลุ่มฯ (Weaknesses)

- สมาชิกที่ทำหน้าที่คณะกรรมการกลุ่มฯ มีอายุค่อนข้างมาก (40 ปีขึ้นไป) ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานในอนาคตของกลุ่มฯ หากกลุ่มฯ ไม่สามารถสร้างตัวแทนขึ้นมาทำหน้าที่แทนในตำแหน่งสำคัญๆ ในองค์กร

- ผู้ที่ทำหน้าที่หลักในการบริหารงานกลุ่มฯ คือ ประธานกลุ่มฯ และเหรัญญิก ซึ่งยังไม่สามารถหาบุคคลที่จะเข้ามาแบ่งเบาภาระหน้าที่ได้

- การผลิตไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากเมื่อมีเทศกาลหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นในหมู่บ้านหรือชุมชนใกล้เคียง สมาชิกมักจะขอยุติงานเพื่อไปร่วมกิจกรรมดังกล่าว

- ถึงแม้สมาชิกที่ทำการผลิตจะสามารถทำหน้าที่แทนกันได้ทั้งหมด แต่ยังไม่สามารถดำเนินการผลิตกันเองได้ ยังต้องมีผู้คอยควบคุมการผลิตอยู่เสมอ

- แรงงานผลิตในปัจจุบันยังน้อย และไม่ได้ผลิตโดยใช้ประสิทธิภาพสูงสุดของการจ้างงาน ทำให้ในช่วงที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาในปริมาณมาก สมาชิกไม่สามารถผลิตได้ทันต่อความต้องการ

- เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในท้องตลาด ทำให้กลุ่มฯ มีผลตอบแทนจากการจำหน่ายค่อนข้างต่ำ
- การศึกษาช่วงปีดำเนินงาน 2546 ของกลุ่มฯ พบว่า ช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มฯ ยังแคบ โดยจะเห็นได้จากลูกค้าประจำที่ทำการสั่งซื้อยังมีน้อยราย และสินค้ายังกระจายตัวอยู่ในวงจำกัด
- กลุ่มฯ ยังขาดผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ที่จะเข้ามาทำหน้าที่ด้านการตลาดให้แก่กลุ่มฯ อย่างแท้จริง
- ถึงแม้กลุ่มฯ มักได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากหน่วยงานในพื้นที่ แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มฯ ยังคงขาดแคลนเงินทุนสำหรับจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ในบางช่วงของการดำเนินงาน
- ถึงแม้กลุ่มฯ จะมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย แต่ยังไม่มีการแยกรายละเอียดที่ชัดเจน ทำให้ยากต่อการตรวจสอบ

2.3 โอกาสของธุรกิจ (Opportunities)

กลุ่มฯ มักได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการต่างๆ ในพื้นที่ ทั้งจากการสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดซื้อปัจจัยการผลิต จัดสร้างโรงเรือนผลิตรวมถึงใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการผลิต นอกจากนี้ยังได้สนับสนุนในด้านการฝึกอบรมการผลิตและแปรรูปอาหาร ซึ่งกลุ่มฯ ได้รับประโยชน์จากการช่วยเหลือดังกล่าวเป็นอย่างมาก

พิจารณาจากสินค้าที่กลุ่มฯ ผลิตจะเห็นได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป โดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งอยู่ในกระแสของการบริโภคในปัจจุบัน ทำให้โอกาสอย่างมากที่สินค้าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในวงกว้าง ส่งผลให้มีโอกาสที่จะขยายตลาดได้มากขึ้นกว่าเดิม

2.4 อุปสรรค (Threats)

เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้วัตถุดิบที่กลุ่มฯ นำมาผลิตมีหลายชนิดด้วยเช่นกัน อีกทั้งในปัจจุบันพบว่า วัตถุดิบเหล่านี้มีราคาไม่สม่ำเสมอ และส่วนใหญ่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตของกลุ่มฯ มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกับที่กลุ่มฯ ผลิต จำหน่ายในท้องตลาด ซึ่งผลิตโดยผู้ผลิตรายใหญ่

3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

3.1 เป้าหมายโดยรวมของกลุ่มฯ

กลุ่มฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการ การบัญชีและการตลาด โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า และมีเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการหาตลาดรองรับที่แน่นอน และในอนาคตกลุ่มฯ มีเป้าหมายที่จะสรรหานักการตลาดที่เหมาะสมเข้าทำหน้าที่ผู้นำ นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังมีเป้าหมายในการพัฒนานักการตลาดในด้านต่างๆ เพื่อให้กลุ่มฯ สามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้อย่างยั่งยืน

3.2 เป้าหมายเฉพาะด้านและแผนทางธุรกิจ

3.2.1 เป้าหมายด้านการตลาด

กลุ่มฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นร้อยละ 30 ภายใน 3 ปี รวมถึงปรับราคาขายขึ้นร้อยละ 4 - 7 ภายใน 1 ปี และขยายตลาดผลิตภัณฑ์บางชนิดไปยังตลาดบน โดยปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์บางชนิดให้มีรูปลักษณะที่สามารถวางขายแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันได้ในซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายจัดทำแผ่นพับส่งเสริมการขายให้แล้วเสร็จภายในปี 2548 เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีทั้งหมด

กลยุทธ์และแผนการตลาด

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ของลำไยอบแห้ง ซึ่งแต่เดิมบรรจุในถุงจีบ วางแผนที่จะบรรจุในซองฟรอยด์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า
- จัดทำแผ่นพับส่งเสริมการขายให้แล้วเสร็จภายในปี 2548 โดยวางแผนจะขอรับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองง่า
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ เพื่อให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ซึ่งผลสำเร็จรูปและขนาดบรรจุ เพื่อวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต
- ปรับเพิ่มราคาขายผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยร้อยละ 4-7 ต่อปี
- ขยายช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ภายใน 3 ปี
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและดึงดูดลูกค้ามากขึ้น โดยคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายปีละ 35,000 บาท
- ทำการส่งเสริมการขาย โดยวิธีการปรับเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

ส่วนแบ่งการตลาด

เนื่องจากกลุ่มเป็นเพียงแหล่งผลิตเดียวในตำบลที่ทำการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรและชาสมุนไพร รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทำให้กลุ่มฯ มีส่วนแบ่งตลาดในระดับตำบลในสัดส่วนร้อยละ 100 ส่วนในระดับอำเภอ พบว่า มีคู่แข่งด้านการตลาดหลายราย ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มฯ ลดลงเป็นร้อยละ 50 และมีส่วนแบ่งในระดับจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 20

ในอีก 5 ปีข้างหน้า กลุ่มฯ คาดว่า จะยังคงมีส่วนแบ่งในระดับตำบลในสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 100 และคาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดในระดับอำเภอและระดับจังหวัดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 60 และร้อยละ 30 ตามลำดับ

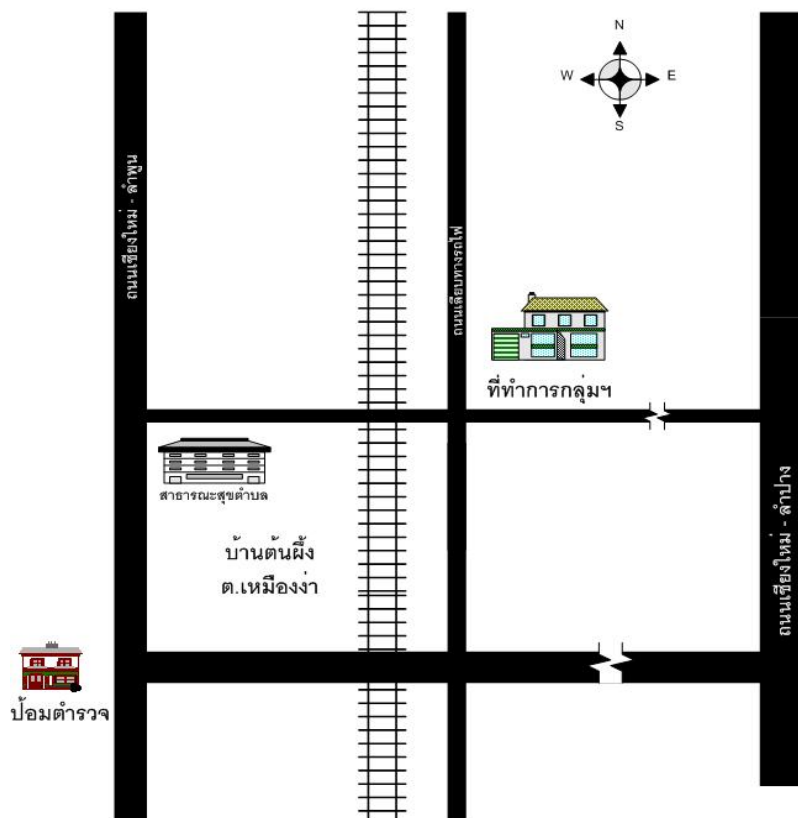
ตารางที่ 3 เป้าหมายและแผนทางการตลาด

เป้าหมาย การตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่ง การตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัด จำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะสั้น (1 ปี)	ลูกค้าเก่า 98.5 % ลูกค้าใหม่ 1.5 %	ระดับจังหวัด ที่ 20%	1. พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ ดียิ่งขึ้นภายใน 1 ปี 2. ติดต่อให้เจ้าหน้าที่มาฝึกอบรม เพิ่มทักษะการผลิตให้สมาชิก เพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ เพิ่มขึ้น	พิจารณาจากต้นทุน การผลิตประกอบกับ ราคาของสินค้าชนิด เดียวกันในพื้นที่	1. ขยายช่องทางการ จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น	1. ส่งเสริมการขาย โดยวิธีการรับ เปลี่ยนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน 2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ของลำไยอบแห้ง 3. จัดทำแผนปับส่งเสริมการขายให้ แล้วเสร็จภายในปี 2548 4. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุ เพื่อการแข่งขันการขายกับผู้ค้าราย ใหญ่ในตลาดบน
ระยะยาว (5 ปี)	ลูกค้าเก่า 97 % ลูกค้าใหม่ 3 % (มูลค่าการจำหน่าย โดยรวมขยายตัวร้อยละ 20 ต่อปี)	ในระดับ จังหวัดที่ 30 %	พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมกับรักษาคุณภาพมาตรฐาน ของสินค้า	1. พิจารณาจาก ต้นทุนการผลิต ประกอบกับราคา ของสินค้าชนิด เดียวกันในพื้นที่ 2. ปรับราคาเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 4- 7 ต่อปี	1. ขยายช่องทางการ จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30 ภายใน 3 ปี	1. จัดทำแผนปับส่งเสริมการขายโดย ใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นปีละ 5,000 บาท 2. มีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจ 3. รับเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2.2 เป้าหมายด้านการจัดองค์กร

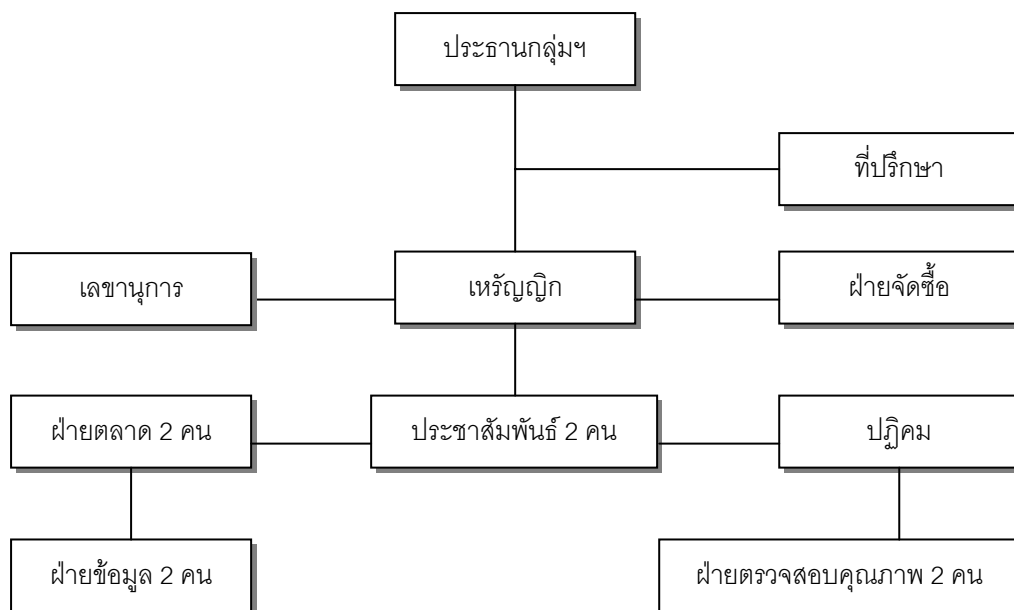
กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 4/4 บ้านต้นผึ้ง หมู่ที่ 1 ตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน การเดินทางจากตัวเมืองจังหวัดลำพูน ใช้ถนนสายเชียงใหม่-ลำพูน มายังพื้นที่ตำบลเหมืองง่าระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร จะสังเกตเห็นสาธารณสุขตำบลซึ่งอยู่ทางขวามือของถนน ให้เลี้ยวซ้ายข้ามสาธารณสุขไปอีกประมาณ 100 เมตรจะถึงที่ทำการกลุ่มฯ (แผนภาพที่ 1)



แผนภาพที่ 1 ที่ตั้งสถานประกอบการ

โครงสร้างองค์กร

กลุ่มฯ มีการคัดเลือกคณะกรรมการเพื่อเข้ามาทำหน้าที่บริหารงาน ตำแหน่งประธานกลุ่มฯ จะถูกคัดเลือกจากสมาชิกโดยวิธีการเสนอชื่อและคัดเลือกโดยการลงคะแนนเสียง และเช่นเดียวกัน การคัดเลือกคณะกรรมการ เช่น ตำแหน่งรองประธานและคณะกรรมการรายอื่นๆ ได้มาจากการคัดเลือกด้วยการลงคะแนนเสียง กลุ่มฯ มีคณะกรรมการทั้งหมด 13 คน มีโครงสร้างองค์กร ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างองค์กร

ในการคัดเลือกประธานและคณะกรรมการที่จะมาบริหารกลุ่มฯ นั้น พบว่า ตำแหน่งประธานกลุ่มฯ สมาชิกพิจารณาจากความเป็นผู้นำ กล้าแสดงออก คิดเป็น เสียสละ และมีความคล่องตัวในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการ ส่วนคณะกรรมการในตำแหน่งอื่นๆ จะพิจารณาคุณสมบัติโดยรวมจากความสามารถในการเสียสละเวลาทำงานให้กับกลุ่มฯ และการเป็นผู้มีความรับผิดชอบ รวมถึงเป็นที่ยอมรับของสมาชิก เป็นต้น บทบาทหน้าที่ที่ประธานและคณะกรรมการในตำแหน่งสำคัญๆ มีดังนี้

ประธานกลุ่มฯ ทำหน้าที่โดยนางยุพิน อนุใจ ปัจจุบันอายุ 52 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 4 เดิมประกอบอาชีพชักอบริด ปัจจุบันมีอาชีพค้าขาย มีบทบาทในชุมชนคือทำหน้าที่ประธานกลุ่มแม่บ้านและเป็นสมาชิกของกลุ่มออมทรัพย์

บทบาทภายในกลุ่มฯ นอกจากจะทำหน้าที่บริหารงานกลุ่มฯ ลงนามในเอกสารการเงินและเอกสารสำคัญอื่นๆ ยังทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุน เข้าร่วมการฝึกอบรมต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดขึ้นที่เห็นว่าเป็นประโยชน์กับกลุ่มฯ ตลอดจนเป็นผู้ที่ควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

เหรัญญิก ทำหน้าที่โดยนางวันเพ็ญ สุริยะวงศ์ มีหน้าที่ในการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มฯ เก็บเงินสัจจะออมทรัพย์ของกลุ่มฯ นอกจากนี้ยังช่วยเหลือประธานกลุ่มฯ ในการบริหารจัดการองค์กร รวมถึงการเป็นตัวแทนกลุ่มฯ เข้าร่วมฝึกอบรมกับทางหน่วยงานราชการร่วมกับประธานกลุ่มฯ

เลขานุการ ทำหน้าที่โดยนางสีดา บัวโอกาส ทำหน้าที่ในการจดบันทึกการประชุม เป็นนายทะเบียนของกลุ่มฯ เป็นผู้ประสานงานทั่วไป และเป็นหนึ่งในตัวแทนกลุ่มฯ เข้าร่วมฝึกอบรมกับทางหน่วยงานราชการร่วมกับประธานกลุ่มฯ

ฝ่ายจัดซื้อ ทำหน้าที่โดยนางบัวเงา พรหมสนธิ มีหน้าที่เป็นผู้จัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบในการผลิตทุกชนิด

นอกจากคณะกรรมการในตำแหน่งสำคัญๆ ดังกล่าว ยังมีที่ปรึกษากลุ่มฯ ซึ่งประกอบด้วย นายสุทัศน์ สินธุเทียม ผู้ใหญ่บ้านต้นผึ้งหมู่ที่ 1 นายอุ้นเรือน อุ้นเรือน กำนันตำบลเหมืองง่า นายคนอง กัลละหัง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเหมืองง่า สหกรณ์การเกษตรจังหวัดลำพูน เกษตรอำเภอเมืองลำพูน สาธารณะสุขจังหวัดลำพูน และพัฒนาชุมชนจังหวัดลำพูน

การบริหารงานกลุ่มฯ นั้น พบว่า ประธานและคณะกรรมการกลุ่มฯ มีวาระในการดำรงตำแหน่งเป็นเวลา 4 ปี การประชุมของคณะกรรมการมีวาระไม่แน่นอน แต่ค่อนข้างบ่อยครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการชี้แจงในเรื่องการผลิต เนื่องจากคณะกรรมการทุกคนจะมีส่วนร่วมในการผลิต ส่วนการประชุมสามัญประจำปีจัดขึ้นปีละ 1 ครั้ง โดยจะทำการแจ้งผลการดำเนินงานของปีที่ผ่านมา และจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิก

กลยุทธ์ด้านการจัดการองค์กรและกำลังคน

กลุ่มฯ มีเป้าหมายจะสรรหาบุคคลที่เหมาะสม และมีความสามารถเข้ามาทำหน้าที่ผู้นำกลุ่มฯ ในอนาคต วางแผนจะพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งขึ้น เริ่มจากการพัฒนาคณะกรรมการให้ดีขึ้นภายในปี 2549 โดยขอรับการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการองค์กร กลุ่มฯ วางแผนที่จะรับสมัครสมาชิกเข้าร่วมทำการผลิตกับกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนที่จะขยายกำลังการผลิต นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายในการพัฒนาความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ โดยการเข้าร่วมโครงการวิจัย ซึ่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จัดขึ้น

3.2.3 เป้าหมายด้านการผลิต

กลุ่มฯ มีเป้าหมายจะเพิ่มปริมาณการผลิตขึ้นร้อยละ 30 ภายใน 3 ปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายที่จะลดความหวานของการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดต่างๆ ให้น้อยลง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่มีความหวานมากเกินไป

ภาพรวมการผลิตในปัจจุบัน

การผลิตของกลุ่มฯ มีลักษณะรวมกันผลิตและจำหน่าย โดยผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าประจำ และผลิตเพื่อเตรียมไว้สำหรับนำไปจำหน่ายในงานออกร้านจำหน่ายสินค้าที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น คณะกรรมการกลุ่มฯ ที่เป็นแกนนำในการบริหารการผลิต ได้แก่ นางยุพิน อนุใจ นางวันเพ็ญ สุริยะวงศ์ นางสีดา บัวโอภาส และนางบัวเงา พรหมสนธิ ซึ่งทั้ง 4 คน มีบทบาทในการวางแผนและควบคุมการผลิต รวมถึงเข้าร่วมในขั้นตอนของการผลิต

นางยุพิน อนุใจ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มฯ จะทำหน้าที่ในการจัดหาปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบชนิดต่างๆ ร่วมกับนางวันเพ็ญ สุริยะวงศ์ อีกทั้งยังทำหน้าที่ในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบให้เหมาะสมกับปริมาณการสั่งซื้อ หลังจากนั้นจะแจ้งไปยังนางวันนาซึ่งเป็นผู้บันทึกการทำงานในแต่ละวันของกลุ่มฯ และกระจายงานให้กับสมาชิกที่เป็นผู้ผลิตอื่นๆ ต่ออีกทอดหนึ่ง

ข้อได้เปรียบด้านการผลิต

ปัจจุบันกลุ่มฯ มีอุปกรณ์การผลิตที่พร้อมสำหรับผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อุปกรณ์บางชนิดที่มีราคาสูง ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการให้เปล่า จึงเป็นการลด

ต้นทุนในการจัดหาปัจจัยการผลิตได้ค่อนข้างมาก วัตถุดิบหลักที่นำมาใช้ผลิตเกือบทั้งหมดสามารถจัดหาได้ในพื้นที่ ทำให้ลดต้นทุนในการขนส่งได้ส่วนหนึ่ง นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังมีความสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ค่อนข้างมีคุณภาพ และมีมาตรฐานสม่ำเสมอ ทำให้เป็นข้อได้เปรียบของกลุ่มฯ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

เป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการผลิตให้สูงขึ้นร้อยละ 30 ภายใน 3 ปี ซึ่งกลุ่มฯ วางแผนจะรับสมัครสมาชิกเข้าร่วมผลิตกับกลุ่มฯ เพิ่มขึ้นเพื่อขยายการผลิต รวมทั้งขอรับการสนับสนุนเงินทุนในการจัดซื้ออุปกรณ์การผลิตที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพิ่มเติม เช่น เครื่องสูบน้ำและเครื่องจักรระบบคอมพิวเตอร์ รวมถึงปรับปรุงโรงเรือนผลิตภายในปี 2549 ด้านเทคโนโลยีการผลิตกลุ่มฯ ติดต่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอรับคำแนะนำเทคนิคการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีความหวานน้อยลงกว่าที่ผลิตได้ในปัจจุบัน

3.2.4 เป้าหมายด้านการเงิน

กลุ่มฯ มีเป้าหมายจะจัดทำระบบบัญชีให้ถูกต้องตามระบบบัญชีให้ดีขึ้นภายใน 1 ปี เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และใช้ฐานข้อมูลในบัญชีในการวิเคราะห์และประเมินด้านการเงินของกลุ่มฯ รวมถึงมีเป้าหมายจะมีกำไรสุทธิหลังหักเงินปันผลเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี

ตารางที่ 4 พยากรณ์ยอดผลิต 5 ปี

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ส่วนเพิ่ม %	ปีที่ 3	ส่วนเพิ่ม %	ปีที่ 4	ส่วนเพิ่ม %	ปีที่ 5	ส่วนเพิ่ม %
เครื่องดื่มลำไยผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	กล่อง	516	540	5	576	7	600	4	636	6
เครื่องดื่มชিংผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	กล่อง	516	540	5	576	7	600	4	636	6
เครื่องดื่มดอกคำฝอยผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	กล่อง	780	816	5	864	6	900	4	948	5
เครื่องดื่มกระชายดำผงสำเร็จรูป (500 กรัม)	ถุง	3,016	3,649	21	4,429	21	5,377	21	6,517	21
เครื่องดื่มชาสมุนไพรชิง (30 กรัม)	กล่อง	156	168	7.69	180	7.14	180	-	192	7
เครื่องดื่มชาสมุนไพรดอกคำฝอย (30 กรัม)	กล่อง	240	252	5.00	264	4.76	276	5	288	4
นมถั่วเหลืองผงสำเร็จรูป (500 กรัม)	กล่อง	624	648	3.85	684	5.56	720	5	756	5
ลำไยอบแห้งสีทอง (2A)	กล่อง	516	612	18.60	732	19.61	888	21	1,056	19
ลำไยอบแห้งสีทอง (3A)	กล่อง	432	516	19.44	624	20.93	744	19	900	21

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 5 พยากรณ์ยอดขาย 5 ปี

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ส่วนเพิ่ม %	ปีที่ 3	ส่วนเพิ่ม %	ปีที่ 4	ส่วนเพิ่ม %	ปีที่ 5	ส่วนเพิ่ม %
เครื่องดื่มลำไยผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	กล่อง	516	540	5	576	7	600	4	636	6
เครื่องดื่มชিংผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	กล่อง	516	540	5	576	7	600	4	636	6
เครื่องดื่มดอกคำฝอยผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	กล่อง	780	816	5	864	6	900	4	948	5
เครื่องดื่มกระชายดำผงสำเร็จรูป (500 กรัม)	ถุง	2,988	3,648	22	4,428	21	5,376	21	6,516	21
เครื่องดื่มชาสมุนไพรชิง (30 กรัม)	กล่อง	156	168	8	180	7	180	-	192	7
เครื่องดื่มชาสมุนไพรดอกคำฝอย (30 กรัม)	กล่อง	240	252	5	264	5	276	5	288	4
นมถั่วเหลืองผงสำเร็จรูป (500 กรัม)	กล่อง	624	648	4	684	6	720	5	756	5
ลำไยอบแห้งสีทอง (2A)	กล่อง	516	612	19	732	20	888	21	1,056	19
ลำไยอบแห้งสีทอง (3A)	กล่อง	432	516	19	624	21	744	19	900	21

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 6 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย 5 ปี

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้าคงเหลือต้นปี	-	1,246	1,300	1,332	1,364
บวก : วัตถุดิบทางตรง	232,362	274,321	326,986	390,224	465,300
วัตถุดิบทางอ้อม	-	-	-	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	7,357	8,364	9,629	11,067	12,815
ค่าแรงงานทางตรง	67,196	75,268	85,446	96,630	110,365
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	21,720	25,255	30,250	35,285	40,580
สินค้าที่มีเพื่อขาย	328,635	384,454	453,610	534,539	630,423
หัก : สินค้าคงเหลือปลายปี	1,246	1,300	1,332	1,364	1,394
ต้นทุนสินค้าขาย	327,388	383,154	452,278	533,175	629,029

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 7 ประมาณการค่าใช้จ่าย 5 ปี

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายโรงงานต่อปี					
ค่าใช้จ่ายโรงงาน(ใส่หุ้ยการผลิต)	21,720	25,255	30,250	35,285	40,580
ค่าใช้จ่ายในการขาย					
ค่าบรรจุภัณฑ์	84,689	97,690	113,375	131,410	153,340
ค่าน้ำมันรถ (ส่วนของการขาย)	2,160	2,295	2,430	2,565	2,700
จัดทำแผ่นพับใบปลิว	18,000	21,000	24,000	27,000	30,000
ค่าใช้จ่ายในการออกร้าน	3,000	6,000	6,000	6,000	6,000
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อปี					
ค่าโทรศัพท์	4,800	5,100	5,100	5,400	5,700
ค่าเช่าที่ดิน	1,200	1,200	1,800	1,800	1,800
ค่าใช้จ่ายฝึกอบรม	4,800	6,000	7,200	8,400	9,600
ค่าน้ำมัน	480	510	540	570	600
รวม	161,849	186,050	211,695	239,430	271,320

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 8 ประมาณการค่าใช้จ่ายแรงงาน 5 ปี

(หน่วย : บาท)

ผลิตภัณฑ์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องดื่มลำไยผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	8,044	8,419	8,980	9,354	9,915
เครื่องดื่มขิงผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	5,031	5,265	5,616	5,850	6,201
เครื่องดื่มดอกคำฝอยผงสำเร็จรูป (225 กรัม)	12,160	12,721	13,470	14,031	14,779
เครื่องดื่มกระชายดำผงสำเร็จรูป (500 กรัม)	23,525	28,462	34,546	41,941	50,833
เครื่องดื่มชาสมุนไพรขิง (30 กรัม)	2,432	2,619	2,806	2,806	2,993
เครื่องดื่มชาสมุนไพรดอกคำฝอย (30 กรัม)	3,742	3,929	4,116	4,303	4,490
นมถั่วเหลืองผงสำเร็จรูป (500 กรัม)	4,867	5,054	5,335	5,616	5,897
ลำไยอบแห้งสีทอง (2A)	4,025	4,774	5,710	6,926	8,237
ลำไยอบแห้งสีทอง (3A)	3,370	4,025	4,867	5,803	7,020

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 9 ประมาณการงบประมาณโครงการ

(หน่วย : บาท)

รายการ	แหล่งที่มาของเงินทุน			จำนวนเงิน ทั้งสิ้น (บาท)
	หนี้สิน		ส่วนของเจ้าของ	
	เจ้าหนี้	เงินกู้		
เงินทุนหมุนเวียน				
เงินสด		-	53,000.00	53,000.00
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย			-	-
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง			-	-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง				-
วัสดุคงคลัง			-	-
สินทรัพย์ถาวร				
ที่ดิน			-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน			25,800.00	25,800.00
เครื่องจักร			311,298.00	311,298.00
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า			-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย			94,442.40	94,442.40
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			280,440.00	280,440.00
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน			-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน			36,378.00	36,378.00
ยานพาหนะ			-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ (ได้เปล่า)			-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ				
ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ				-
สิทธิในการใช้สินทรัพย์				-
รวม				801,358.40

ที่มา: จากการคำนวณ

กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง
 ประมาณการงบกำไรขาดทุน
 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546

หน่วย : บาท

ขาย	379,589.00
<u>หัก ต้นทุนสินค้าขาย</u>	<u>274,479.97</u>
กำไรขั้นต้น	105,109.03
<u>หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</u>	
ค่าเสื่อมราคาการผลิต	20,536.96
ค่าใช้จ่ายในการขาย	83,502.72
ค่าใช้จ่ายในการบริหารทั่วไป	16,156.14
ค่าเช่า	-
ค่าเสื่อมราคาการบริหาร	2,308.02
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	122,503.84
กำไรจากการดำเนินงาน	- 17,394.81
บวก รายได้อื่นๆ	
ดอกเบี้ยจากการปล่อยกู้	122,209.00
<u>หัก ดอกเบี้ยจ่าย</u>	<u>9,727.00</u>
กำไรก่อนหักภาษี	95,087.19
<u>หัก ภาษี</u>	<u>-</u>
กำไรสุทธิ	95,087.19

กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง

งบบุล

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2546

หน่วย : บาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน

เงินสดและเงินฝากธนาคาร	89,075.00
ลูกหนี้การค้า	-
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	37,987.00
งานระหว่างทำ	-
วัตถุดิบคงคลัง	10,000.00
วัสดุสิ้นเปลืองคงคลัง	108,665.00
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ (ลูกหนี้เงินกู้)	1,170,000.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,415,727.00

สินทรัพย์ถาวร

ที่ดิน	-
อาคาร	200,404.00
เครื่องจักร / อุปกรณ์	643,880.00
ยานพาหนะ	-
เครื่องใช้สำนักงาน	2,980.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	121,102.00
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	726,162.00

สินทรัพย์อื่นๆ

รายจ่ายในการเตรียมการ	273,621.19
รวมสินทรัพย์ทั้งหมด	2,415,510.19

หนี้สินและส่วนของเจ้าของ

หนี้สินหมุนเวียน

ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-
เจ้าหนี้ถึงกำหนดชำระใน 1 ปี	209,000.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	209,000.00

หนี้สินระยะยาว

เงินกู้ระยะยาว	20,000.00
รวมหนี้สินระยะยาว	20,000.00

ส่วนของเจ้าของ

ทุน	-
การระดมทุน	-
ออมทรัพย์เพื่อการแปรรูป	59,075.00
ออมทรัพย์สัจจะ	1,200,000.00
ได้เปล่า	834,704.00
กำไรสะสมต้นงวด	- 2,356.00
<u>บวก กำไรสุทธิ</u>	<u>95,087.19</u>
กำไรสะสมปลายงวด	92,731.19
รวมส่วนของเจ้าของ	2,186,510.19
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	2,415,510.19

ตารางที่ 10 อัตราส่วนทางการเงินของกลุ่มฯ

อัตราส่วน	
I อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)	
1. อัตราส่วนหมุนเวียน (หรืออัตราส่วนเดินสะพัด) (current ratio)	6.77 เท่า
2. อัตราส่วนสภาพคล่องระยะสั้น หรืออัตราส่วนหมุนเวียน หรืออัตราส่วนจับพล้น(Acid Test Ratio หรือ Quick Ratio)	6.59 เท่า
3. อัตราส่วนสภาพคล่องของกระแสเงินสด (Cash Flow Liquidity)	0.43 เท่า
4. ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital)	1,206,727 บาท
II. อัตราส่วนแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	
5. อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover Ratio)	7.23 ครั้ง
6. อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (Inventory turnover in Days)	50.48 วัน
7. 1 รอบธุรกิจ (Operating Cycle)	50.48 วัน
8. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)	0.16 ครั้ง
9. อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets turnover Ratio)	0.52 ครั้ง
III. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม	
10. อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	9.48 %
11. หนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)	0.10 เท่า
12. อัตราส่วนหนี้ระยะยาวต่อเงินลงทุนรวม (Long – Term Debt / Total Capitalization)	0.01 เท่า
13. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Times interest Earning or Interest Coverage Ratio)	-1.79 เท่า
14. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำ (Fix Charge Ratio)	- 1.79 เท่า
15. Degree of Financial Leverage	1.00 เท่า
IV. อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร	
16. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	25.05 %
17. อัตราส่วนกำไรเบ็ดเสร็จต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	27.69 %
V. ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)	
18. อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment) : ROI	3.94 %
19. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA)	- 0.72 %
20. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)	4.35 %

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน 5 ปี

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
ขาย	540,370	664,450	821,928	1,014,720	1,254,926
รายได้อื่น					
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	327,388	383,154	452,278	533,175	629,029
กำไรเบื้องต้น	212,981	281,296	369,650	481,545	625,897
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายในการขาย	128,849	147,985	166,805	187,975	213,040
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	11,280	12,810	14,640	16,170	17,700
ค่าเสื่อมราคา (จากส่วนของการผลิต การขายและการบริหาร)	48,784	54,784	54,784	54,784	54,784
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	24,069	65,716	133,421	222,616	340,374
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	24,069	65,716	133,421	222,616	340,374
หัก ภาษี (อัตรา %)					
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	24,069	65,716	133,421	222,616	340,374
หัก เงินปันผลหุ้นสามัญ	9,628	26,287	53,368	89,047	136,150
กำไร (ขาดทุน) หลังหักเงินปันผล	14,441	39,430	80,053	133,570	204,224
กำไร (ขาดทุน) สะสม	14,441	53,871	133,924	267,494	471,718

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 12 ประมาณการงบกระแสเงินสด 5 ปี

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีก่อนการ ดำเนินการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		540,370	664,450	821,928	1,014,720	1,254,926
รับชำระหนี้ (ลูกหนี้)		-	-	-	-	-
รายได้อื่น						
รวมเงินสดรับ	-	540,370	664,450	821,928	1,014,720	1,254,926
เงินสดจ่าย						
การดำเนินการ						
ซื้อวัตถุดิบทางตรง		232,362	274,321	326,986	390,224	465,300
ซื้อวัตถุดิบทางอ้อม		-	-	-	-	-
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง		7,357	8,364	9,629	11,067	12,815
ค่าแรงงานทางตรง		67,196	75,268	85,446	96,630	110,365
ค่าใช้จ่ายโรงงาน		21,720	25,255	30,250	35,285	40,580
ค่าใช้จ่ายในการขาย		128,849	147,985	166,805	187,975	213,040
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		11,280	12,810	14,640	16,170	17,700
การลงทุน						
เงินทุนหมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	748,358					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ						
รวมเงินสดจ่าย	748,358	468,763	544,003	633,756	737,351	859,799
เงินสดสุทธิ						
บวก เงินสดยกต้น		- 78,358	- 16,380	77,781	212,584	400,907
รวมเงิน	- 748,358	71,606	120,447	188,172	277,369	395,127
บวก ทุนส่วนของเจ้าของ	670,000					
จ่ายเงินปันผล		9,628	26,287	53,368	89,047	136,150
เงินสดคงเหลือยกไป	- 78,358	- 16,380	77,781	212,584	400,907	659,885

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 13 ประมาณการงบดุล 5 ปี

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีเริ่ม โครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	- 78,358	- 16,380	77,781	212,584	400,907	659,885
ลูกหนี้		-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย		1,246	1,300	1,332	1,364	1,394
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง		-	-	-	-	-
วัสดุคงคลัง		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	- 78,358	- 15,133	79,080	213,917	402,270	661,279
สินทรัพย์ถาวร						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน	25,800	25,800	145,800	145,800	145,800	145,800
เครื่องจักร	311,298	314,598	314,598	314,598	314,598	314,598
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย	94,442	94,442	94,442	94,442	94,442	94,442
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย	280,440	287,640	287,640	287,640	287,640	287,640
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	36,378	36,378	36,378	36,378	36,378	36,378
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	748,358	758,858	878,858	878,858	878,858	878,858
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		48,784	103,568	158,351	213,135	267,919
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	748,358	710,075	775,291	720,507	665,723	610,940
สินทรัพย์อื่นๆ						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ รอการตัดจ่าย						
สิทธิการใช้สินทรัพย์						
รวมสินทรัพย์อื่นๆ						
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	670,000	694,941	854,371	934,424	1,067,994	1,272,218

ตารางที่ 13 (ต่อ)

(หน่วย : บาท)

รายการ	ปีเริ่ม โครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้		-	-	-	-	-
ตัวเงินจ่ายและเงินกู้ระยะยาวเมื่อทวงถาม						
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว						
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนจดทะเบียน (ออกเอง)	670,000	680,500	800,500	800,500	800,500	800,500
หุ้นบุริมสิทธิ						
หุ้นสามัญ						
กำไรสะสม		14,441	53,871	133,924	267,494	471,718
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	670,000	694,941	854,371	934,424	1,067,994	1,272,218
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น	670,000	694,941	854,371	934,424	1,067,994	1,272,218

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 14 ประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน 5 ปี

อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) : แสดงถึงสภาพคล่องระยะสั้น					
ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital) (บาท)	- 15,133	79,080	213,917	402,270	661,279
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity / Efficiency Ratio)					
อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover Ration) (ครั้ง)	525.33	589.60	678.87	781.91	902.49
อายุสินค้า หรือระยะเวลาที่เก็บสินค้าไว้ก่อนขาย (Inventory Turnover Analysis) (วัน)	0.68	0.60	0.52	0.46	0.39
1 รอบธุรกิจ (Operation Cycle) (วัน)	0.68	0.60	0.52	0.46	0.39
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio) (ครั้ง)	0.78	0.78	0.88	0.95	0.99
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover Ratio) (ครั้ง)	0.76	0.86	1.14	1.52	2.05
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม					
Degree of Financial Leverage (เท่า)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)					
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin) (%)	4.45	9.89	16.23	21.94	27.12
อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin) (%)	39.41	42.34	44.97	47.46	49.88
อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on investment : ROI) (%)	3.46	7.69	14.28	20.84	26.75
ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)					
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA) (%)	3.46	7.69	14.28	20.84	26.75
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) (%)	3.46	7.69	14.28	20.84	26.75

ที่มา: จากการคำนวณ

4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

4.1 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายในที่พบ ได้แก่ ปัญหาแรงงานผลิตเจ็บป่วย ส่งผลให้การผลิตล่าช้าออกไป และจากความต้องการสรรหาบุคคลเข้าทำหน้าที่ผู้นำในอนาคต ซึ่งกลุ่มฯ ยังไม่สามารถสรรหาบุคคลที่เหมาะสมเข้ามาฝึกทำงานร่วมกับกลุ่มฯ ทำให้มีความเสี่ยงในด้านความยั่งยืนของกลุ่มฯ

4.2 ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่พบ เกิดจากราคาของปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบชนิดต่างๆ มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตของกลุ่มฯ มีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน ซึ่งในบางครั้งกลุ่มฯ ไม่สามารถกำหนดราคาให้สูงขึ้นในทันทีที่ต้นทุนการผลิตสูงได้ ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการดำเนินงานลดลง นอกจากนี้ยังพบว่ากำลังการผลิตของกลุ่มฯ ยังลดลงในช่วงฤดูกาลเกษตร เนื่องจากสมาชิกจะขอหยุดผลิตเพื่อไปทำการเกษตร

4.3 วิธีการแก้ไข

การแก้ปัญหาแรงงานหยุดการผลิตเนื่องจากเจ็บป่วย หากไม่สามารถทำงานในช่วงกลางวันได้ หากอาการดีขึ้น สมาชิกมักจะมาทำงานในช่วงค่ำ หรือในบางครั้งในกรณีที่มีสมาชิกป่วยหลายราย กลุ่มฯ จะใช้วิธีขอลือ่นกำหนดการส่งมอบสินค้ากับลูกค้าออกไป และจากปัญหาที่กำลังการผลิตที่ลดลงในช่วงฤดูกาลเกษตร กลุ่มฯ จะใช้แรงงานผลิตที่เหลืออยู่ 6 รายที่ไม่ได้ทำการเกษตร เร่งทำการผลิตเพื่อให้ทันกับการสั่งซื้อของลูกค้า

5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

จากเป้าหมายการดำเนินงานทั้งด้านการตลาด การจัดการองค์กร การผลิต และการเงิน รวมถึงการจัดการความเสี่ยง สามารถสรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ ได้ดังนี้

ตารางที่ 15 สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

(หน่วย : บาท)

กลยุทธ์	มาตรการ/วิธีการ	งบประมาณ (บาท/ปี)				
		ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ด้านการตลาด	1. จัดทำแผนพับ	30,000	35,000	40,000	45,000	50,000
	2. ค่าใช้จ่ายในการออกฐานจำหน่ายสินค้า	5,000	10,000	10,000	10,000	10,000
	3. ขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น 30% ภายใน 3 ปี	-	-	-	-	-
	4. พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย	12,000	15,000	20,000	25,000	30,000
	5. พัฒนาบรรจุภัณฑ์	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
	6. ยอดขายเพิ่มขึ้น 30% ภายใน 3 ปี	-	-	-	-	-
ด้านการจัดการองค์กร	1. เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานให้ดีขึ้นภายใน 1-2 ปี	-	-	-	-	-
	2. งบประมาณในการฝึกอบรม	8,000	10,000	12,000	14,000	16,000
	3. สรรหาผู้สืบทอดกลุ่มฯ	-	-	-	-	-
ด้านการผลิต	1. ปรับปรุงโรงงานผลิต	-	200,000	-	-	-
	2. ขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น 30% ภายใน 3 ปี	-	-	-	-	-
	3. จัดซื้ออุปกรณ์เพิ่มขึ้น	17,500	-	-	-	-
	4. ลดความหวานในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรผง	-	-	-	-	-
ด้านการเงิน	1. กำไรเพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 20%	-	-	-	-	-
	2. จัดระบบบัญชีให้ดีขึ้นภายใน 1 ปี	-	-	-	-	-
รวม		107,500	305,000	117,000	129,000	141,000

ที่มา: จากการสำรวจ

6. ภาคผนวก

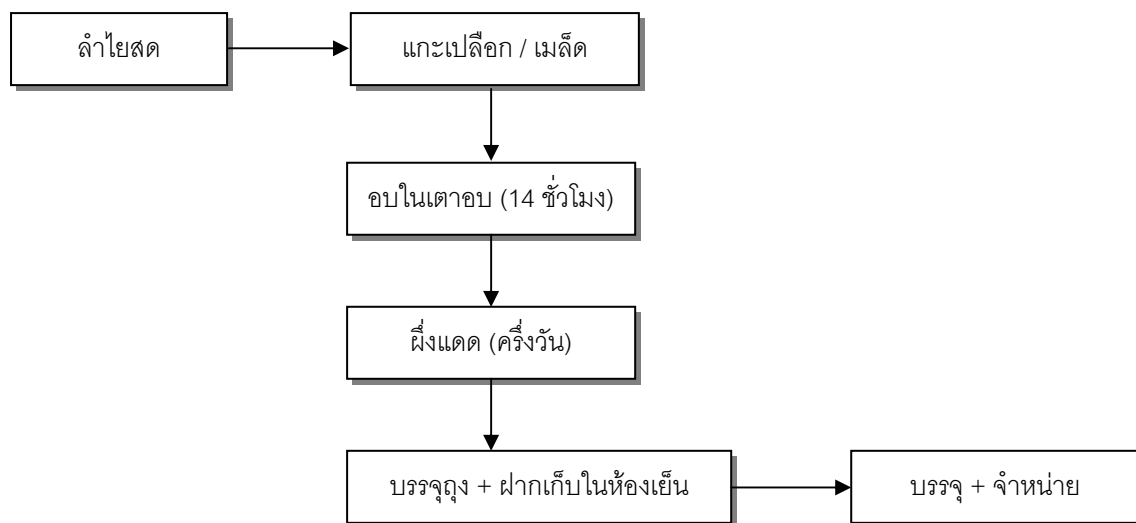
กรรมวิธีการผลิต

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิตมีหลายชนิด ได้แก่ ลำไยอบแห้งสีทอง เครื่องดื่มสมุนไพร เครื่องดื่มชาสมุนไพร นมถั่วผงสำเร็จรูป น้ำพริกเผา และกะละแม ซึ่งมีส่วนผสมและขั้นตอนในการผลิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการอธิบายกรรมวิธีในการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งอธิบายตามรายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ลำไยอบแห้งสีทอง

สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ออกเป็น 2 ชนิด ตามแหล่งที่มา คือ ส่วนหนึ่งกลุ่มฯ จะรับซื้อลำไยที่ผ่านการอบแห้งจากชาวบ้านมาแล้ว และอีกส่วนหนึ่งกลุ่มฯ จะรับซื้อลำไยสดพันธุ์ดอจากชาวบ้านและนำมาอบแห้งเองโดยเตาอบที่กลุ่มฯ มี

การผลิตแต่ละครั้งใช้ลำไยสดจำนวน 200 กิโลกรัม นำมาแกะเปลือกและเมล็ดโดยใช้แรงงานจำนวน 5 คน ใช้เวลาในขั้นตอนนี้ประมาณ 2 ชั่วโมง นำไปอบในเตาอบ โดยใช้เวลาในการอบประมาณ 14 ชั่วโมง จากนั้นจะนำออกผึ่งแดดประมาณครึ่งวัน และเก็บเข้าที่ร่ม บรรจุในถุงพลาสติกขนาดใหญ่ นำไปฝากเก็บในห้องเย็นของเอกชนรายหนึ่งในตำบลอุโมงค์ โดยเสียค่าเก็บรักษา กิโลกรัมละ 75 สตางค์ต่อระยะเวลาการฝากเก็บ 1 เดือน หลังจากนั้นจะทยอยนำออกจำหน่ายให้กับลูกค้า โดยจะนำมาบรรจุในถุงจีบขนาด 7x11 นิ้ว (แผนภาพที่ 3)



แผนภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิตลำไยอบแห้งสีทอง

การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรผง

เครื่องต้มสมุนไพรกลุ่มๆ ผลิตมีอยู่ 4 ชนิด แตกต่างกันตามวัตถุดิบหลักที่นำมาผลิต ได้แก่ ชิงมะตูม ลำไย และดอกคำฝอย โดยแต่ละชนิดมีส่วนผสมในการผลิตดังนี้

การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรชิงผง

ส่วนผสม ได้แก่ ชิงสด 30 กิโลกรัม
น้ำตาล 27 กิโลกรัม
น้ำสะอาด 9 กิโลกรัม

การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรมะตูมผง

ส่วนผสม ได้แก่ มะตูม 1 กิโลกรัม
น้ำตาล 5 กิโลกรัม
น้ำสะอาด 2 กิโลกรัม

การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรลำไยผง

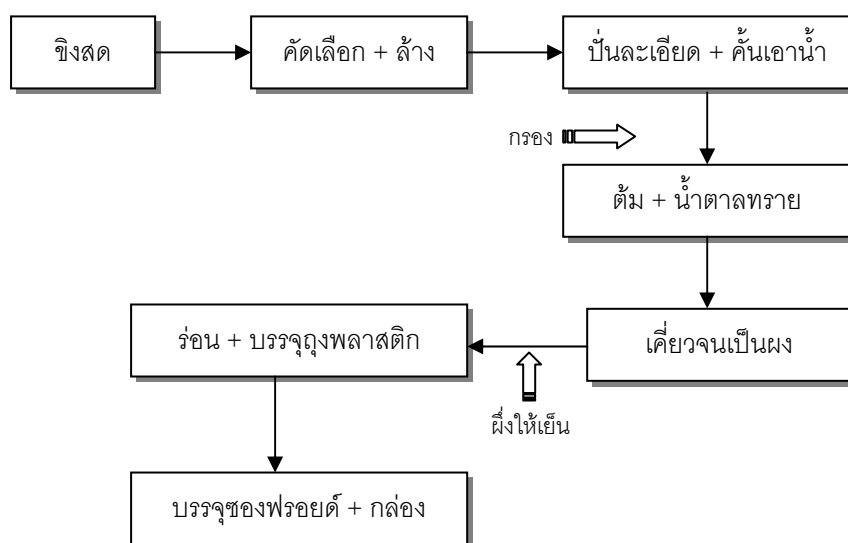
ส่วนผสม ได้แก่ ลำไยอบแห้ง 3 กิโลกรัม
น้ำตาล 15 กิโลกรัม
น้ำสะอาด 5 กิโลกรัม

การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรดอกฝอยผง

ส่วนผสม ได้แก่ ดอกคำฝอยแห้ง 1 กิโลกรัม
น้ำตาล 15 กิโลกรัม
น้ำสะอาด 5 กิโลกรัม

ตัวอย่างการผลิตเครื่องต้มสมุนไพรชิงผง มีขั้นตอนการผลิตดังนี้

เริ่มจากการคัดเลือกชิงสดให้ได้ปริมาณน้ำหนัก 30 กิโลกรัม โดยการตัดส่วนหัวและส่วนปลายรวมถึงส่วนที่เสียทิ้ง ล้างน้ำให้สะอาดหลายๆ ครั้ง จากนั้นปั่นด้วยเครื่องปั่นจนละเอียด แล้วคั้นเอาแต่น้ำให้ได้ประมาณ 6 ถ้วยตวงแล้วกรองด้วยผ้าขาวบาง นำน้ำที่ได้ต้มลงในกระทะ เติมน้ำตาลทรายที่ตวงไว้ (27 กิโลกรัม) ลงต้มกับน้ำคั้น ใช้กระชอนตักเศษผงที่ลอยอยู่ทิ้ง จากนั้นเคี่ยวต่อจนเป็นผงโดยจะใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 15 นาที ผึ่งให้เย็นแล้วนำมาร่อนด้วยตะแกรงถี่ จัดเก็บในถุงพลาสติกขนาด 16 x 26 นิ้ว ก่อนบรรจุลงในถุงฟรอยด์และบรรจุกล่องเพื่อจำหน่ายต่อไป (แผนภาพที่ 4)



แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการผลิตเครื่องต้มชิงผงสำเร็จรูป

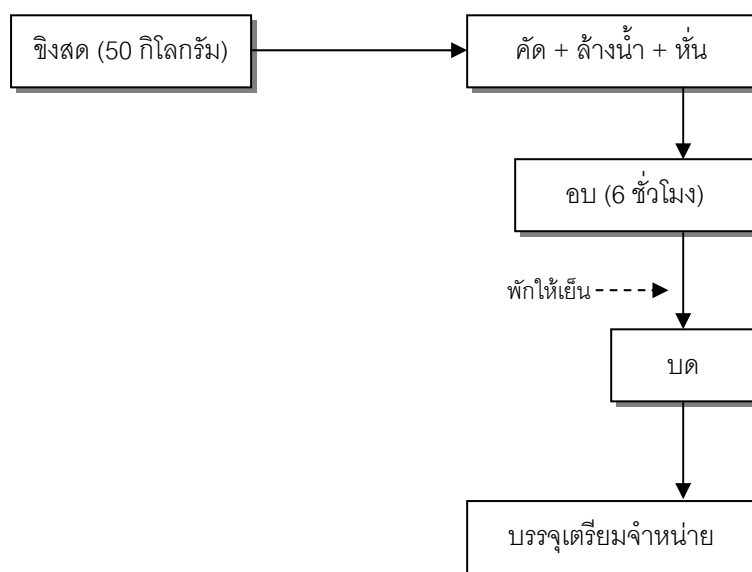
การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรทั้งขิง มะตูม ดอกคำฝอย และลำไย มีขั้นตอนในการผลิตส่วนใหญ่ที่คล้ายคลึงกัน จะแตกต่างกันตรงการเตรียมวัตถุดิบในช่วงแรก กล่าวคือ การผลิตเครื่องต้มสมุนไพรที่ทำจากขิง จะใช้วิธีการปั่นและคั้นเอาน้ำก่อนนำไปกรองและต้ม ส่วนวัตถุดิบที่เป็นมะตูม ดอกคำฝอย และลำไย จะไม่ปั่นแต่จะใช้วิธีต้ม เคี้ยว แล้วบีบเอาแต่น้ำ

การผลิตเครื่องต้มชาสมุนไพร

เครื่องต้มชาสมุนไพรที่กลุ่มฯ ผลิตมี 2 ชนิด คือ ชาสมุนไพรขิงผงและชาสมุนไพรดอกคำฝอยสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนการผลิต ดังนี้

การผลิตชาสมุนไพรขิงผงสำเร็จรูป

เริ่มจากขิงสดจำนวน 50 กิโลกรัม นำมาคัดและล้างในน้ำสะอาดประมาณ 3 – 4 ครั้ง จากนั้นหั่นเป็นชิ้นบางๆ ใส่ตะแกรงและนำไปอบในเตาอบประมาณ 6 ชั่วโมง พักไว้ให้เย็นแล้วนำมาบดในเครื่องบด แล้วนำมาบรรจุซองเพื่อจำหน่ายต่อไป (แผนภาพที่ 5)



แผนภาพที่ 5 ขั้นตอนการผลิตชาสมุนไพรขิงผงสำเร็จรูป

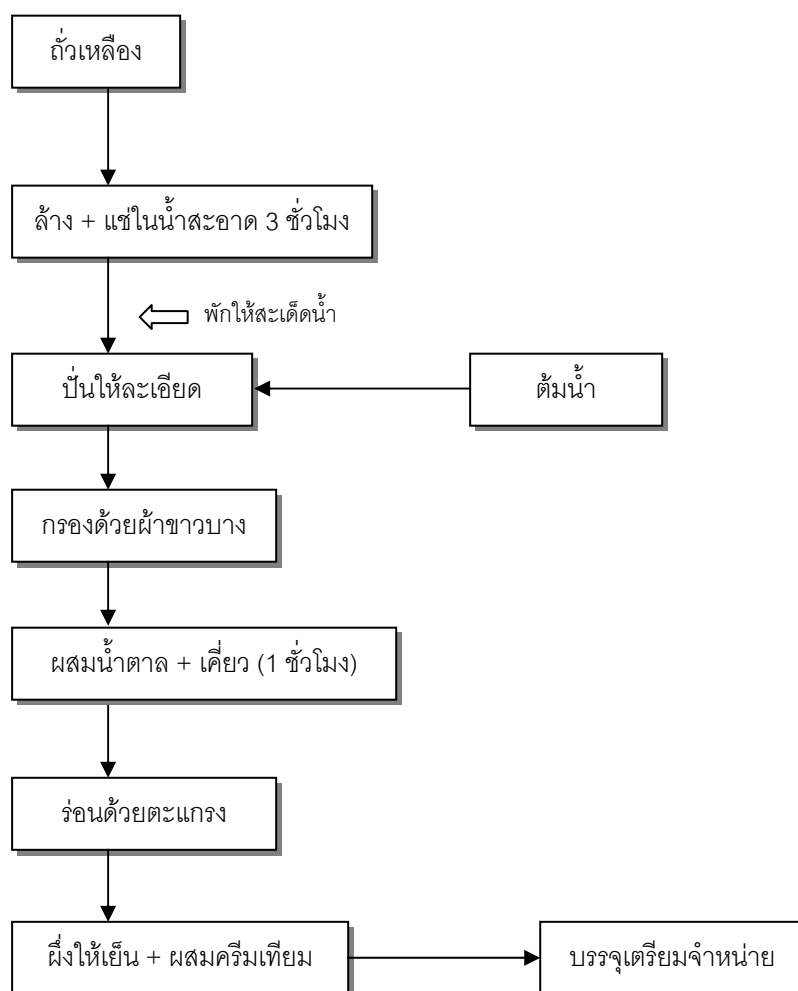
ในส่วนของการผลิตชาสมุนไพรดอกคำฝอยสำเร็จรูป จะเริ่มจากการนำดอกคำฝอยแห้ง นำมาคัดให้ได้ 5 กิโลกรัม จากนั้นนำไปอบในเตาอบประมาณ 2.5 ชั่วโมง จนดอกคำฝอยกรอบ พักให้เย็นจากนั้นนำไปบดด้วยเครื่องบดสมุนไพร และบรรจุเพื่อเตรียมจำหน่ายต่อไป

การผลิตนมถั่วเหลืองผง

วัตถุดิบในการผลิตนมถั่วเหลืองชนิดผง ประกอบด้วย

- ถั่วเหลือง 3 กิโลกรัม
- น้ำตาลทราย 18 กิโลกรัม
- น้ำสะอาด 18 กิโลกรัม
- ครีมเทียม 2.4 กิโลกรัม

การผลิตเริ่มจากนำถั่วเหลืองมาล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง นำไปแช่ในน้ำสะอาดนาน 3 ชั่วโมง ต้มน้ำให้เดือดเตรียมทิ้งไว้ ล้างถั่วที่แช่พักไว้ให้สะเด็ดน้ำ แล้วนำน้ำที่ต้มแล้วผสมกับถั่วนำมาปั่นละเอียด กรองด้วยผ้าขาวบาง บีบให้เหลือแต่น้ำเข้มข้น นำลงกระทะตั้งไฟ เทน้ำตาลทรายที่เตรียมไว้ลงไปแล้วเคี่ยวนาน 1 ชั่วโมง จนเป็นผงแล้วนำมาร่อน ผึ่งให้เย็นแล้วนำมาผสมกับครีมเทียม ก่อนบรรจุเพื่อจำหน่ายต่อไป (แผนภาพที่ 6)



แผนภาพที่ 6 ขั้นตอนการผลิตนมถั่วเหลืองผง

สภาพและผังของสถานที่ผลิต

โรงเรียนที่ใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มฯ แบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ โรงเรียนในส่วนของการผลิต และโรงเรียนสำหรับใช้ในการบรรจุภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย ซึ่งโรงเรียนผลิตจัดสร้างขึ้นโดยใช้งบประมาณของ สหกรณ์การเกษตรจังหวัดลำพูน ส่วนโรงเรียนสำหรับบรรจุภัณฑ์ จัดสร้างโดยใช้งบประมาณขององค์การบริหาร ส่วนตำบล โดยทั้งสองส่วนจัดสร้างขึ้นในปี 2545 โดยโรงเรียนทั้ง 2 ของกลุ่มฯ ได้รับมาตรฐาน GMP มี รายละเอียดดังนี้

โรงเรียนผลิต เป็นส่วนที่มีพื้นที่มากที่สุด คือมีขนาดความกว้าง 6 เมตร ยาว 9 เมตร ผนังก่ออิฐสูง ประมาณ 1 เมตร ผนังด้านบนติดตั้งช่องลมหน้าต่าง ด้านหน้าติดตั้งประตูบานเลื่อนขนาดใหญ่ หลังคามุง กระเบื้อง ภายในมีการแบ่งพื้นที่ใช้สอย แบ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดวางเตาแก๊สสำหรับงานกวนสมุนไพร มีพื้นที่ส่วน หนึ่งจัดตั้งชั้นวางเหล็กสำหรับจัดเก็บภาชนะต่างๆ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับบริเวณซักล้าง อีกส่วนหนึ่งมีการจัดตั้งตู้แช่ ขนาดใหญ่

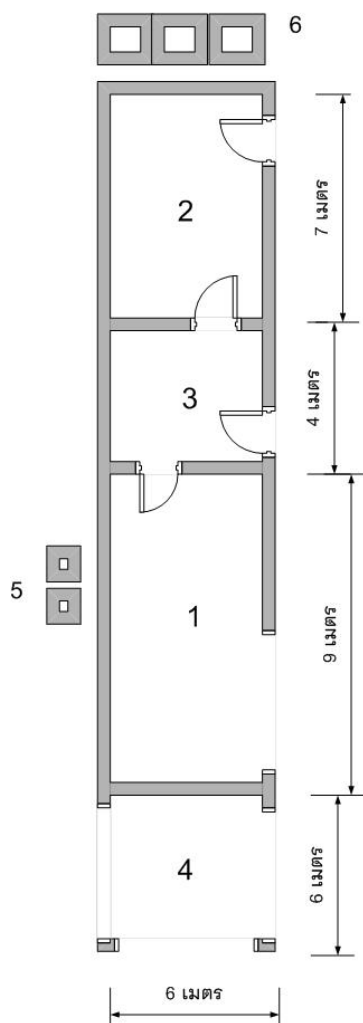
โรงเรียนบรรจุภัณฑ์ เป็นบริเวณที่เชื่อมต่อทางด้านทิศเหนือของโรงเรียนส่วนผลิต โดยมีการทำประตู กันพื้นที่ทั้งสองส่วนออกจากกัน ซึ่งพื้นที่ในส่วนนี้มีการแบ่งพื้นที่ใช้สอยออกเป็นสองส่วนย่อย คือ พื้นที่ เอนกประสงค์ที่กั้นระหว่างพื้นที่ผลิตและส่วนของห้องบรรจุและจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีขนาดความกว้าง 4 เมตร ยาว 6 เมตร มีการติดตั้งประตูอลูมิเนียมบานเลื่อนขนาด 1.20 x 2.00 เมตร ภายในมีการก่อสร้างชิงช้าล้อย อลูมิเนียม 1 ชุด และโต๊ะสำหรับจัดวางเครื่องซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ และเครื่องรีดปากถุงระบบเหยียบ ทางด้าน ทิศเหนือมีประตูเปิดเข้าไปยังส่วนของห้องที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อและดูแสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังได้มีการจัดสร้างบ่อน้ำทิ้ง ซึ่งตั้งอยู่บริเวณด้านหลังในส่วนของโรงเรียนผลิต โดยบ่อ แรกจัดสร้างขึ้นในปี 2545 โดยใช้งบประมาณ 1,500 บาท และบ่อที่ 2 จัดสร้างขึ้นในปี 2547 โดยใช้งบประมาณ ในการจัดสร้างเท่ากัน

ทั้งนี้กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง ได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่ของนางวันเพ็ญ สุริยะวงศ์ ซึ่งเป็นหนึ่งใน คณะกรรมการของกลุ่มฯ ที่ทำหน้าที่เหรัญญิก บนพื้นที่ 2 งาน 69.3 ตารางวา โดยมีกำหนดระยะเวลาในการเช่า 20 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2545 ถึง 31 มกราคม 2565 โดยมีอัตราค่าเช่าดังนี้

ปีที่ 1 – 5	อัตราค่าเช่าปีละ	2,000 บาท
ปีที่ 6 – 10	อัตราค่าเช่าปีละ	3,000 บาท
ปีที่ 11 – 15	อัตราค่าเช่าปีละ	4,000 บาท
ปีที่ 16 – 20	อัตราค่าเช่าปีละ	5,000 บาท

รายละเอียดของโรงเรียนผลิตและบรรจุภัณฑ์ แสดงได้ดังแผนภาพที่ 7



- หมายเหตุ : หมายเลข 1 หมายถึง โรงเรือนในส่วนการผลิต
 หมายเลข 2 หมายถึง โรงเรือนในส่วนการบรรจุและจัดเก็บผลิตภัณฑ์
 หมายเลข 3 หมายถึง พื้นที่บรรจุภัณฑ์และอเนกประสงค์
 หมายเลข 4 หมายถึง พื้นที่เอนกประสงค์
 หมายเลข 5 หมายถึง บ่อน้ำทิ้ง
 หมายเลข 6 หมายถึง สุขา

แผนภาพที่ 7 ผังสถานประกอบการ