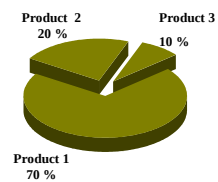


แผนธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชน



กลุ่มจักสานบ้านต้นโชคหลวง

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. กาญจนา โชคถาวร^{3/}

นักวิจัยวิสาณกิจชุมชน

ร่ำพรรณ ศิริจันทร์^{4/}

ผู้ช่วยนักวิจัย

รัตนา แก้วเสน^{2/}

^{1/} ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{2/} ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{3/} คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{4/} กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

คำนำ

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

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

กลุ่มจักสานบ้านต้นโชคหลวง มีผลิตภัณฑ์รวม 14 ชนิด สำหรับแผนธุรกิจใน 5 ปีนี้ กลุ่มฯ ประสงค์ที่จะขยายการผลิตและการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ 2 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	6
3. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ	8
4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ	25
5. สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ	26

แผนธุรกิจกลุ่มจักสานบ้านต้นโชดหลวง

บทสรุปผู้บริหาร

แนวคิดธุรกิจ

กลุ่มจักสานบ้านต้นโชดหลวง (กลุ่มฯ) เริ่มจัดตั้งเมื่อปี 2542 ปัจจุบันมีสมาชิก 18 คน มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อรวมกลุ่มของผู้ประกอบอาชีพจักสาน สร้างรายได้และอนุรักษ์สืบทอดความรู้ด้านจักสานให้ยังคงอยู่สืบต่อไป กลุ่มได้ดำเนินการผลิตจักสานจากไม้ไผ่เอี้ยะ ไผ่บง ไผ่ซางดอย ไผ่สีสุกและหวาย เพื่อนำไปใช้เป็นของใช้และของตกแต่งบ้าน เช่น กระเป๋ากะเหรี่ยง แจกันตกแต่งบ้าน กระบุง ฯลฯ ซึ่งราคาสินค้าไม่แพงมากนัก การผลิตจะขึ้นอยู่กับลูกค้าสั่งซื้อ กลุ่มฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นในผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายสูง ได้แก่ บุงแม่ และบุงทรงตรง ร้อยละ 5 ต่อปี รวมทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และขยายตลาดสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น

โอกาสของธุรกิจ

นโยบายตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาล ทำให้กลุ่มฯ มีช่องทางในการผลิตผลิตภัณฑ์หลักของตำบล ซึ่งใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ยังได้ขึ้นบัญชีเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัด รวมทั้งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ซึ่งกลุ่มฯ มีโอกาสไปจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ ที่หน่วยงานทางราชการจัดขึ้นตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยการผลิตของกลุ่มฯ สามารถจัดหาได้ง่ายในท้องถิ่น อีกทั้งกลุ่มฯ ยังตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จักสานที่มีชื่อเสียงมายาวนาน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะแนลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะตลาดของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่ร้อยละ 66 จะขายให้ลูกค้าประจำ เป็นลูกค้าส่ง อีกร้อยละ 34 เป็นลูกค้าปลีก (ลูกค้าชาวกร)

กลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ พ่อค้าจากอำเภอฮอดดอยสะเก็ดและพ่อค้าคนกลางที่นำสินค้าไปขายให้แก่ร้านค้าในสวนพฤกษศาสตร์ ส่วนกลุ่มลูกค้ารอง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่นิยมนำเครื่องจักสานไปประดับตกแต่งบ้าน และใช้เป็นของใช้ในครัวเรือน เนื่องจากกลุ่มฯ ยังไม่มีลูกค้าต่างจังหวัด ดังนั้นกลุ่มฯ คาดว่าจะมีลูกค้าต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 30 ซึ่งเป็นลูกค้าใหม่

ความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจ

1. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีราคาถูก เนื่องจากต้นทุนการผลิตต่ำ อายุการใช้งานสั้นและเป็นสินค้าเพื่อการใช้สอย ทำให้เกิดความคล่องตัวในการซื้อขาย

2. วัตถุดิบในการผลิตสามารถหาซื้อได้ง่ายและมีตลอดทั้งปี จึงไม่จำเป็นต้องกักตุนวัตถุดิบไว้ ทำให้ประหยัดต้นทุน

3. ถึงแม้สมาชิกของกลุ่มฯ ที่ผลิตสินค้ามีน้อย แต่กลุ่มฯ สามารถขยายแรงงานภายในหมู่บ้านและตำบลได้ เนื่องจากคนภายในตำบลไชยสถานและตำบลข้างเคียงประกอบอาชีพจักสานมาตั้งแต่ดั้งเดิมแล้ว

4. กลุ่มฯ ผลิตผลิตภัณฑ์จักสานที่มีคุณภาพ มุ่งเน้นเป็นของใช้ภายในบ้านและของประดับตกแต่งบ้าน ซึ่งออกแบบเองไม่ซ้ำแบบกับคนอื่น

ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

จากผลการประกอบการในปี 2546 ในการผลิตสินค้าของกลุ่มฯ ทั้งหมด 4 หมวด ได้แก่ กระเป่า กระบุง ของใช้ในบ้าน และของตกแต่งบ้าน

ขาย	246,200 บาท
กำไรขั้นต้น	87,716.90 บาท
อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย	35.63%
อัตรากำไรสุทธิ	35.63%
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	93.75%

การทำแผนธุรกิจของกลุ่มฯ ในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2548- 2552) เลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพด้านการผลิตและยอดขาย จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บุงแก้ว และบุงทรงตรง (ร้อยละ 40 ของมูลค่าขายทั้งหมด) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กลุ่มฯ เริ่มผลิตในปี 2547 ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าอย่างค่อนข้างดีและคาดว่าจะมีคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 5 ต่อปี ผลกำไรและแนวโน้มในการทำกำไร แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แนวโน้มกำไรและระยะเวลาในการทำกำไร

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
ปริมาณขาย (ชุด)	1,920	2,016	2,117	2,223	2,334
ยอดขายมูลค่า (บาท)	288,000	302,400	317,520	333,396	350,066
กำไรขั้นต้น (บาท)	95,904	100,699.20	105,734.16	111,020.87	116,571.91
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	33.30	33.30	33.30	33.30	33.30
กำไรสุทธิ (บาท)	94,592.40	95,387.60	95,422.56	100,709.27	106,260.31
อัตรากำไรสุทธิ (%)	32.84	31.54	30.05	30.21	30.35
ส่วนของผู้ถือหุ้น (บาท)	132,019.60	227,407.20	382,829.76	483,539.03	589,799.34
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (%)	71.65	41.95	24.93	20.83	18.02
มูลค่าจุดคุ้มทุน (บาท)	1,790.02	1,863.94	17,576.20	17,537.18	17,500.17

ตารางที่ 2 ประมาณการระยะเวลาคืนทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
เงินสดรับ(จริง)	95,184	95,979	101,014	106,301	111,852
เงินสดรับ(สะสม)	95,184	191,163	292,177	398,478	510,330
เงินลงทุนของโครงการ ¹	-	-	60,000	-	-

ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี

หมายเหตุ: เงินสดรับ = กำไรสุทธิ + ต้นทุนคงที่

¹ เงินลงทุนของโครงการในปีที่ 3 จำนวน 60,000 บาท จากการสร้างเครื่องมือควันทันมูลค่า 50,000 บาท และโรงเรือนผลิตมูลค่า 100,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ทำแผนธุรกิจร้อยละ 40

แผนธุรกิจ

1. ประวัติย่อของกลุ่มฯ

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มฯ

กลุ่มจักสานบ้านต้นโชดหลวงเริ่มจัดตั้งเมื่อปี 2542 เริ่มแรกมีสมาชิก 25 คน จนในปัจจุบันสมาชิก 18 คน จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาโดยอาศัยร้านค้าศูนย์สาธิตการตลาดของหมู่บ้านเป็นสถานที่ดำเนินการ มีการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย รวมทั้งซื้อจากแหล่งอื่นและนำมาประกอบตกแต่งให้สวยงาม มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อเป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบอาชีพจักสาน เพื่อสร้างรายได้และให้มีการสืบทอดความรู้ด้านจักสานให้ยังคงอยู่ การจัดตั้งกลุ่มฯ ครั้งแรกได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลไชยสถานและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสารภี ในปี 2544 กลุ่มฯ ได้นำผลิตภัณฑ์เข้ารับการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัด ได้แก่ แจกันตกแต่งบ้าน ในปี 2546 กลุ่มฯ ได้นำผลิตภัณฑ์กระเปาะกระเหียงเข้ารับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 3 ดาว ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.2 ลักษณะและรายละเอียดของสินค้า

รายละเอียดสินค้า

กลุ่มจักสานบ้านต้นโชด มีการผลิตผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่ และหวาย มีหลากหลายรูปแบบ แบ่งเป็น 4 หมวด คือ กระเปาะ กระบุง ของใช้ในบ้าน และของตกแต่งบ้าน รายละเอียดดังตารางที่ 3 แต่ในการทำแผนธุรกิจเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพด้านการผลิตและยอดขาย จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ หมัด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในปี 2547 ได้แก่ บุงแก้วและบุงทรงตรง คิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าขายทั้ง

ตารางที่ 3 ผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มจักสานบ้านต้นโชด ปี 2546

ประเภทผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาด
กระเปาะ	กระเปาะกระเหียง	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
กระบุง	กระบุงลาวผิวไผ่	-
	กระบุงลาวทรงตรง	-
	กระบุงปากสน	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
	กระบุงสานละเอียด	ทรงสูง
		ทรงเตี้ย

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเภทผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาด
ของใช้ในบ้าน	บุ่งปากบาน	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
	หวด	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
	กระจาด	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
	ข้อง	ใหญ่
		เล็ก
ของใช้ในบ้าน	ชะลอม	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
ของตกแต่ง	ตะกร้าหวายปลา	-
		-
	แครงกลม	ใหญ่
		เล็ก
	แจกันประดับบ้าน	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก
	โคมไฟ	ใหญ่
		กลาง
		เล็ก

ประวัติของสินค้า

การจักสานในหมู่บ้านต้นโชดหลวงมีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือนไม่ได้ผลิตเพื่อการค้า เมื่อปี 2542 ได้รวมกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพจักสานขึ้นเป็นกลุ่มจักสานบ้านต้นโชดหลวง กลุ่มฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เป็นการประยุกต์ลวดลาย และรูปแบบจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยการเพิ่ม/ลดขนาด

เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และเปลี่ยนแปลงประเภทวัตถุดิบ เช่น มีการนำไม้ซางดอยมาสาน กับไม้บง และไม้เหี้ยะ ในผลิตภัณฑ์แจกันตกแต่งประดับบ้าน เป็นต้น

จุดแข็งของสินค้า

1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่แพง
2. รูปแบบการผลิตไม่ซ้ำซ้อน
3. สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบเช่น เป็นภาชนะ ของประดับตกแต่งบ้าน เป็นต้น
4. สินค้าสามารถขนย้ายได้ง่ายสะดวกไม่ยุ่งยาก มีน้ำหนักเบา

2. การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มฯ

2.1 จุดแข็ง

1) การจัดการองค์กร

1. ประธานเป็นบุคคลที่มีความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยจะออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมา ทำงานได้หลายหน้าที่ ทำงานหลายองค์กร ทำให้เป็นที่รู้จักของหน่วยงานราชการ และเป็นที่รู้จักในพื้นที่

2. สมาชิกทุกคนยอมรับและมีความไว้วางใจประธานในการบริหารจัดการกลุ่มฯ รวมทั้งหาตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำให้สมาชิกมีรายได้

2) การผลิต

1. สมาชิกมีฝีมือการจักสาน ทำงานละเอียดได้ดี ซึ่งเป็นฝีมือแรงงานของผู้สูงอายุทั้งหมด สามารถสร้างเป็นจุดขายได้

2. กลุ่มฯ มีการกระจายการผลิตตามความถนัดของสมาชิก ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

3. กลุ่มฯ มีการขยายกำลังการผลิต โดยการกระจายการผลิตให้แรงงานภายในหมู่บ้าน และต่างหมู่บ้านภายในตำบลเดียวกัน ทำให้มีกำลังการผลิตมากขึ้น

3) การตลาด

1. ผลิตภัณฑ์แจกันตกแต่งประดับบ้านได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับจังหวัด และกระเป๋ากระเบื้องเข้าคัดสรร ได้รับรางวัลหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ

2. กลุ่มฯ มีลูกค้าประจำที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

2.1 จุดอ่อน

1) การจัดการองค์กร

การบริหารจัดการองค์กรของกลุ่มอยู่ที่ประธานคนเดียว กรรมการและสมาชิกไม่เข้าใจบทบาท หน้าที่ และกระบวนการทำงานของกลุ่มฯ อาจส่งผลต่อการทำงานของกลุ่มฯ ในระยะยาว

2) การผลิต

1. สมาชิกส่วนใหญ่มีอายุมาก ทำให้กำลังการผลิตมีน้อย และมีความสามารถคนละด้าน ทำให้ไม่สามารถเร่งการผลิตให้เร็วขึ้นได้
2. สถานที่ทำการของกลุ่มฯ คับแคบ ไม่สามารถรวมกันผลิตสินค้าด้วยกันได้ ทำให้สมาชิกต้องไปทำที่บ้านของตนเอง
3. การกระจายการผลิตตามบ้านสมาชิกซึ่งอยู่ต่างหมู่บ้านทำให้ควบคุมคุณภาพลำบาก
4. มีปัญหาเรื่องมอดและเชื้อรา ซึ่งกลุ่มฯ สามารถป้องกันได้ระยะสั้นโดยการต้มใส่เกลือ แต่ไม่สามารถป้องกันระยะยาวได้

3) การตลาด

1. กลุ่มฯ ไม่มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ทำให้ไม่สามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงกว่าราคาตลาด
2. สมาชิกเป็นผู้สูงอายุ ทำให้ขาดบุคลากรในการหาช่องทางตลาดใหม่ๆ
3. แหล่งรับซื้อสินค้าประจํามีน้อย ทำให้มีช่องทางการจัดจําหน่ายน้อย ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในพื้นที่และขึ้นอยู่กับการสั่งซื้อ
4. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบเดิม แบบพื้นบ้าน ไม่มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นในท้องถิ่น และขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. กลุ่มฯ เป็นกลุ่มอาชีพขนาดเล็กยังขาดการส่งเสริมการตลาด

4) การเงิน

1. กลุ่มฯ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการรับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก และไม่มีภาระระดมทุนหรือกู้ยืมเงิน เนื่องจากไม่ยอมมีการระหนี้สิน
2. สมาชิกและคณะกรรมการกลุ่มฯ ขาดความรู้ในการทำบัญชี การบริหารและการวางแผนการเงิน
3. กลุ่มฯ ไม่มีการทำบัญชีรับจ่าย ทำให้ไม่ทราบถึงผลการดำเนินงานที่แท้จริงของกลุ่มฯ

2.3 โอกาส

1. ปัจจัยการผลิตหาได้ง่ายในท้องถิ่น และมีพอเพียงตลอดทั้งปี
2. มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในเรื่องความรู้ด้านการบริหารจัดการ การตลาด การตลาด และการเงิน
3. ในพื้นที่เป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จักสานที่มีชื่อเสียงมายาวนาน เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

2.4 ข้อจำกัด

1. ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ
2. กลุ่มฯ มีคู่แข่งมากมาย ทั้งในรูปกลุ่มและเอกชน

3. วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนทางธุรกิจ

3.1 เป้าหมายโดยรวมของกลุ่มฯ

กลุ่มจักสานบ้านต้นโชคหลวง มีเป้าหมายที่จะทำให้กลุ่มฯ เป็นที่ยอมรับของคนในตำบลมากขึ้น รวมทั้งหน่วยงานภายในหมู่บ้านรักในท้องถิ่น เห็นความสำคัญและเข้าใจให้ถูกต้องว่ากลุ่มฯ ทำเพื่อชุมชน มีการจ้างงานในชุมชนภายใน 1 ปี กลุ่มฯ ต้องการสร้างโรงเรือนผลิตและเครื่องอบไม้ไผ่งบประมาณ 150,000 บาท และมีปริมาณการผลิตบุงแก้วและบุงทรงตรงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

3.2 เป้าหมายเฉพาะด้านและแผนทางธุรกิจ

3.2.1 เป้าหมายและแผนการตลาด

กลุ่มฯ ต้องการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์กระบุงทรงตรง และกระบุงแก้ว ร้อยละ 5 ต่อปี นอกจากนี้กลุ่มฯ ต้องการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์และพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลาย

ภาพรวมของตลาด

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพของกลุ่มฯ จำนวน 2 ราย ได้แก่

ผลิตภัณฑ์บุงแก้ว

1. ลูกค้าประจำ จากอำเภอสันกำแพง เป็นลูกค้าขายส่งตลาดจตุจักร คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 60 ของมูลค่าขายบุงแก้ว
2. ลูกค้าประจำ จากอำเภอดอยสะเก็ด เป็นลูกค้าขายส่งตลาดจตุจักร คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 25 ของมูลค่าขายบุงแก้ว
3. ศุภย์ นตผ. สารภี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 ของมูลค่าขายบุงแก้ว

ผลิตภัณฑ์บุงทรงตรง

1. พ่อค้าส่งจากอำเภอสันกำแพง เป็นลูกค้าขายส่งตลาดจตุจักร คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าขายบุงทรงตรง
 2. ศุภย์ นตผ. สารภี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของมูลค่าขายบุงทรงตรง
- ภายในระยะเวลา 5 ปี กลุ่มฯ คาดว่าลูกค้าประจำจากอำเภอสันกำแพงจะมีสัดส่วนการซื้อลดลงโดยซื้อบุงแก้วเป็นร้อยละ 45 และบุงทรงตรงเป็นร้อยละ 60 พ่อค้าส่งจากอำเภอดอยสะเก็ดจะมีสัดส่วนการซื้อบุงแก้วลดลงเหลือร้อยละ 20 และศุภย์ นตผ. สารภีจะมีสัดส่วนการซื้อบุงแก้วและบุงทรงตรงลดลงเหลือร้อยละ 10 และคาดว่าจะมีลูกค้าใหม่ ได้แก่ พ่อค้าบ้านป่าบาง จะมีสัดส่วนการซื้อบุงแก้ว และบุงทรงตรง ร้อยละ 18 และร้อยละ 20 ตามลำดับ และพ่อค้าส่งจากกรุงเทพฯ 2-3 ราย จะมีสัดส่วนการซื้อบุงแก้วและบุงทรงตรงร้อยละ 7 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

2) ส่วนแบ่งการตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน

ส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในระดับอำเภอร้อยละ 100 โดยมีสัดส่วนการส่งออกผ่านพ่อค้าคนกลางร้อยละ 60 และใช้ภายในประเทศร้อยละ 40

ส่วนแบ่งการตลาดที่คาดหวัง

ในอีก 5 ปีข้างหน้า กลุ่มคาดว่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดในระดับอำเภอลดลงจากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 90 (ส่งออกร้อยละ 65 และใช้ภายในประเทศร้อยละ 35) และมีส่วนแบ่งการตลาดระดับต่างจังหวัด (กทม.) ร้อยละ 10 (ส่งออกร้อยละ 65 และใช้ภายในประเทศร้อยละ 35)

ตารางที่ 4 เป้าหมายและแผนการตลาด

เป้าหมายการตลาด	กลุ่มเป้าหมาย	ส่วนแบ่งทางการตลาด	กลยุทธ์			
			ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการขาย
ระยะยาว 5 ปีและ ระยะปานกลาง 3 ปี บุ้งแม้ว เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี บุ้งทองตรง เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี	ลูกค้าเก่า 70% - ส่ง 100% ลูกค้าใหม่ 30% - ส่ง 100%	ระดับอำเภอ ลดลง เป็น 90% ระดับจังหวัด 10%	- พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายโดยการหาวิทยากรมาฝึกสอนคนรุ่นใหม่เรื่องลดราย งบประมาณ 500 บาท/10 วัน	- ตั้งราคาจากต้นทุนการผลิต รูปแบบ และความยากง่ายและเวลาที่ใช้ในการผลิต	- เพิ่มพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด - ขายผ่านอินเทอร์เน็ตเมื่อมีกำลังการผลิตเพียงพอ	- ร่วมออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ - ให้เครดิตแก่ลูกค้า 10 –15 วัน - ลูกค้าใหม่ให้มัดจำก่อนร้อยละ 30-50 ของมูลค่าสินค้า
ระยะสั้น 1 ปี บุ้งแม้ว เพิ่มขึ้น 5% บุ้งทองตรง เพิ่มขึ้น 5%	ลูกค้าเก่า 100% - ส่ง 100%	ระดับอำเภอ 100%	- รักษาคุณภาพเพื่อให้มีอายุการใช้งานได้ 1-3 ปี ขึ้นไป โดยสร้างเครื่องมือครบถ้วนงบประมาณ 50,000 บาท	- ตั้งราคาจากต้นทุนการผลิตและรูปแบบ	- เพิ่มพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด - ร่วมออกงานแสดงสินค้าต่าง (ไม่เสียค่าใช้จ่าย)	- โฆษณาผ่านสื่อวิทยุและอินเทอร์เน็ต (ไม่เสียค่าใช้จ่าย) - ร่วมออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ - ให้เครดิตแก่ลูกค้า 10 –15 วัน - แจกของตัวอย่าง

3.2.2 เป้าหมายและแผนการผลิต

กลุ่มฯ ที่จะเพิ่มปริมาณการผลิตกระบุงทรงตรง และกระบุงแก้วร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น

1) ภาพรวมของแผนการผลิต

การบริหารการผลิตของกลุ่มจะเป็นหน้าที่ของประธาน โดยประธานจะเป็นคนออกแบบและวางแผนการผลิต ให้สมาชิกจักสานโดยวัตถุดิบเป็นของสมาชิก ประธานจะรวบรวมผลิตภัณฑ์นำมาตกแต่งให้สวยงาม แล้วนำไปรอมควัน ทำสีให้สมบูรณ์ ถ้ามีลูกค้าสั่งซื้อในปริมาณมากๆ จะกระจายการผลิตไปยังคนในหมู่บ้านและต่างหมู่บ้านในตำบลเดียวกัน

2) ข้อได้เปรียบของการผลิต

กลุ่มฯ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์เอง ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ วัตถุดิบหาง่ายมีในท้องถิ่น ทำให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้แรงงานผลิตของกลุ่มฯ ยังมีเทคนิคและมีฝีมือในการจักสานเป็นอย่างดี

3) ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

ยุทธศาสตร์ที่กลุ่มนำมาใช้ในการวางแผนการผลิตคือ

1. การตรงเวลา
2. คุณภาพสม่ำเสมอ

4) การวางแผนการผลิต

กลุ่มฯ วางแผนที่จะมีการจัดซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องการผลิตที่เพิ่มขึ้นแต่แหล่งซื้อยังเป็นแหล่งเดิมที่จังหวัดเชียงใหม่ มีการเพิ่มวัสดุประกอบ เช่น ไม้สัก ไม้ยางพารา ไม้มะม่วง เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ พัฒนาทักษะฝีมือแรงงานและเพิ่มค่าจ้างแรงงานเนื่องจากเพิ่มราคาขายได้ นอกจากนี้กลุ่มฯ ต้องการสร้างเครื่องมือควมมูลค่า 50,000 บาท และสร้างโรงเรือนผลิตใหม่ ในพื้นที่สาธารณะของหมู่บ้าน (ไม่ต้องเสียค่าเช่า) งบประมาณ 100,000 บาท ภายใน 3 ปี ซึ่งค่าใช้จ่ายในการสร้างโรงเรือนและเครื่องมือควมกลุ่มฯ จะขอสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ

ตารางที่ 5 เป้าหมายและแผนการผลิต

เป้าหมายการผลิต	กลยุทธ์					
	แรงงาน	วัตถุดิบ	เครื่องจักรและอุปกรณ์	กระบวนการผลิต	การควบคุมคุณภาพ	สถานที่ผลิต
ระยะยาว 5 ปี และ ระยะปานกลาง 3 ปี บุ้งแม้ว เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี บุ้งทองตรง เพิ่มขึ้น 5% ต่อปี	- อบรมพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ - เพิ่มแรงงานผลิตอย่างน้อย 8-10 คนต่อปี - เพิ่มค่าจ้างแรงงาน เมื่อเพิ่มราคาขายได้ (ส่วนต่างราคาขายกับค่าแรง 3 บาท/ชิ้น)	- เพิ่มวัสดุประกอบ เช่น ไม้สัก ไม้ยางพารา และไม้มะม่วง เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ - จัดซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการผลิตและจัดซื้อจากแหล่งเดิม	- สร้างเครื่องรมควันประมาณ 50,000 บาท	- พัฒนาระบวนการผลิตให้ต่อเนื่องและสอดคล้องกับการขยายกำลังการผลิต	- ควบคุมคุณภาพให้สม่ำเสมอรักษามาตรฐานสินค้าให้คงที่	- ย้ายสถานที่ผลิตเนื่องจากสถานที่คับแคบและสร้างโรงเรือนผลิตใหม่ งบประมาณ 100,000 บาท โดยขอสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ
ระยะสั้น 1 ปี บุ้งแม้ว เพิ่มขึ้น 5% บุ้งทองตรง เพิ่มขึ้น 5%	- เพิ่มแรงงานผลิตอย่างน้อย 8-10 คน - ฝึกอบรมเพิ่มพูนด้านจักสานและการควบคุมมาตรฐานการผลิต บป 1,800 บาท	- จัดซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการผลิตและจัดซื้อจากแหล่งเดิม	-	- เพิ่มการรมควันทั้งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จากเดิมเพื่อลดการเกิดเชื้อราและมอด	- กำหนดขนาด มาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์	-

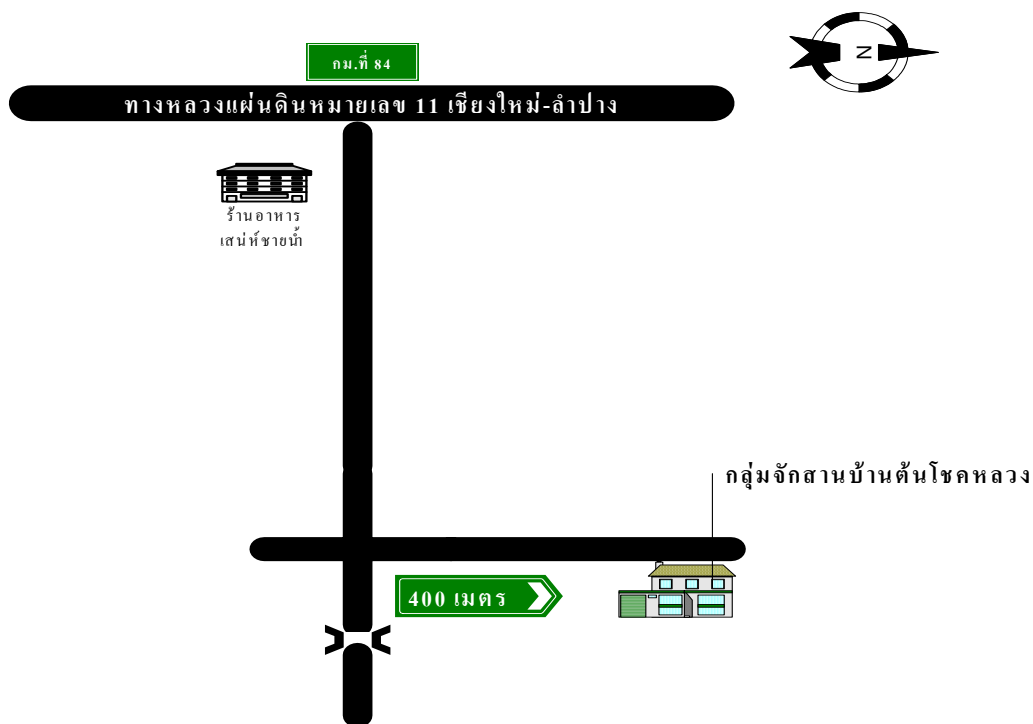
3.2.3 เป้าหมายและแผนการจัดการองค์กรและกำลังคน

กลุ่มฯ จะยังคงรักษาโครงสร้างองค์กรเดิม แต่จะปรับปรุงการทำงานของคณะกรรมการให้มีประสิทธิภาพในการบริหารงานภายใน 3 ปี กำหนดค่าตอบแทนแก่คณะกรรมการ และในปี 2549 จะมีการระดมทุนจากสมาชิกหุ้นละ 50 บาท (ไม่กำหนดเพดานหุ้น) และอีก 3 ปีข้างหน้ากลุ่มฯ จะกระจายหุ้นหมู่บ้านละ 8-10 คน (8 หมู่บ้าน)

1) สถานที่ตั้งของกลุ่มฯ

เลขที่ 31 หมู่ 1 ตำบลไชยสถาน อ.สารภี จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ 053-422769 และ 01-8815177

จากทางหลวงหมายเลข 11 เชียงใหม่ ลำปาง เลี้ยวขวาที่กิโลเมตรที่ 84 ตรงไปประมาณ 1 กิโลเมตร ก่อนถึงสะพานเลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 400 เมตร กลุ่มฯ ตั้งอยู่ด้านขวามือ

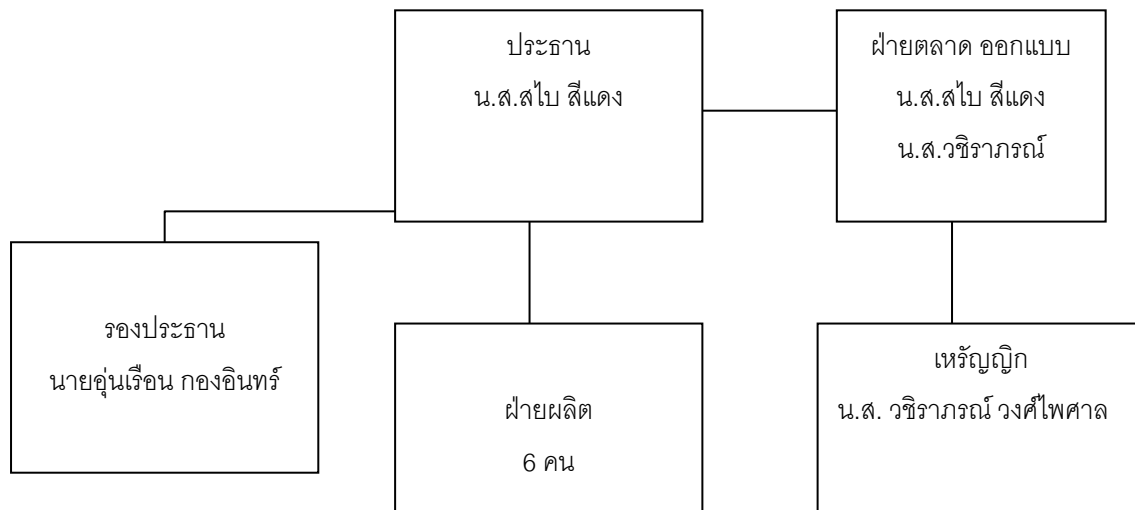


แผนภาพที่ 1 สถานที่ตั้งกลุ่มฯ

2) โครงสร้างองค์กร

กลุ่มจักสานบ้านต้นโชคหลวง หมู่ 1 ตำบลไชยสถาน ได้มีการจัดตั้งกลุ่มฯ อย่างเป็นทางการตั้งแต่เริ่มดำเนินงาน โดยมี นางสาวสบ สีแดง เป็นประธานเมื่อปี 2542 ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการที่เริ่มก่อตั้ง เนื่องจากกรรมการบางคนได้เสียชีวิตไป ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 18 คน มี

คณะกรรมการจำนวน 9 คน ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เற்றுณิก ฝ่ายออกแบบและฝ่ายตลาด ฝ่ายผลิต ตามโครงสร้างของคณะกรรมการกลุ่ม ดังแผนภาพที่ 2 และตารางที่ 6



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารงานของกลุ่มฯ

ตารางที่ 6 โครงสร้างการบริหารกลุ่มฯ ปี 2546

ที่	ชื่อ-สกุล	อายุ (ปี)	สถานภาพ	การศึกษา	ตำแหน่ง	หน้าที่
1	น.ส. สไบ สีแดง	49	โสด	ม.ศ.3	ประธาน	ฝ่ายตลาดและ ออกแบบ
2	นายอุ้นเรือน กองอินทร์	72	สมรส	ป.4	รองประธาน	ฝ่ายผลิต
3.	นางศรีจุม กองอินทร์	70	สมรส	ป.4	กรรมการ	ฝ่ายผลิต
4.	นางศรีมอญ เวื่อนเงิน	70	สมรส	ป4	กรรมการ	ฝ่ายผลิต
5.	นางบัวผา จอมจันทร์	75	สมรส	ป4	กรรมการ	ฝ่ายผลิต
6.	นางบัวผัด โพธิ์	72	สมรส	ป4	กรรมการ	ฝ่ายผลิต
7.	นางบัวชุม แซ่หลู่	72	สมรส	ป4	กรรมการ	ฝ่ายผลิต
8.	นางสมศรี นาคำ	72	สมรส	ป4	กรรมการ	ฝ่ายผลิต
9.	น.ส. วชิราภรณ์ วงศ์ไพศาล	48	สมรส	ป4	ற்றுณิก	ฝ่ายตลาด ออกแบบ ற்றுณิก

ตารางที่ 7 เป้าหมายและแผนจัดองค์กรและกำลังคน

เป้าหมายการจัดองค์กรและกำลังคน	กลยุทธ์
ระยะปานกลาง (3 ปี) และระยะยาว (5 ปี)	
1. โครงสร้างองค์กร	- การจัดตั้งกฎระเบียบในการปฏิบัติหน้าที่ โดยเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนเข้ามาช่วยวางระเบียบร่วมกับผู้ที่ชาวบ้านนับถือ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เป็นต้น - มีการระดมทุนๆ ละ 50 บาท (ไม่กำหนดเขตแดนหุ้น) - มีการกระจายหุ้นหมู่บ้านละ 8-10 คน (8 หมู่บ้าน)
2. สมาชิก	- การเพิ่มจำนวนสมาชิกประมาณ 8 - 10 คนต่อปี จาก ต. ปางง ต. ชมพู ต.ไชยสถานและ ต.ท่าศาลา โดยเริ่มชักชวนจากคนที่รู้จัก - ฝึกอบรมความรู้ด้านต่างๆ ได้แก่ 1. สานผิไม้ โดยวิทยากรในหมู่บ้าน งบประมาณ 500 บาท/ 10 วัน 2. เทคนิคด้านสี โดยศูนย์อุตสาหกรรมภาคที่ 1 ค่าวิทยากร 800 บาท/3 วัน 3. ฝึกสอนด้านลวดลาย ค่าวิทยากร 500 บาท/10 วัน - ศึกษางานที่จังหวัดชลบุรีและอยุธยา (25 คน 10วัน ค่าใช้จ่ายประมาณ 10,000 บาท)
3.สวัสดิการ	- ให้สมาชิกกู้ยืมเงิน - จัดหาสวัสดิการให้แก่สมาชิก เช่น กระเช้าผลไม้เยี่ยม และของขวัญเมื่อสมาชิกเจ็บป่วย หรือขึ้นบ้านใหม่
ระยะสั้น (1 ปี)	
1. โครงสร้างองค์กร	- ประชุมการจัดสรรผลประโยชน์และวางกฎระเบียบของกลุ่มฯ - คณะกรรมการและสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมการจัดทำบัญชี
2.สมาชิก	- รับสมัครสมาชิกเพิ่ม 8-10 คน
3.สวัสดิการ	- ให้สมาชิกกู้ยืมเงิน - จัดหาสวัสดิการให้แก่สมาชิก เช่น กระเช้าผลไม้เยี่ยม และของขวัญเมื่อสมาชิกเจ็บป่วย หรือขึ้นบ้านใหม่

3.2.4 เป้าหมายและแผนทางการเงิน

กลุ่มฯ ต้องการมีผลกำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และจัดทำบัญชีให้เป็นระบบภายในระยะเวลา 2 ปี

1) สรุปข้อมูลทางการเงิน

ตารางที่ 8 พยากรณ์ยอดขาย 5 ปี

หน่วย: บาท

ผลิตภัณฑ์	ปี 2548	ปี 2549	อัตราส่วน เพิ่ม (%)	ปี 2550	อัตราส่วน เพิ่ม (%)	ปี 2551	อัตราส่วน เพิ่ม (%)	ปี 2552	อัตราส่วน เพิ่ม (%)
บุ้งแก้ว	960	1,008	5.00	1,058	5.00	1,111	5.00	1,167	5.00
บุ้งทรงตรง	960	1,008	5.00	1,058	5.00	1,111	5.00	1,167	5.00

ตารางที่ 9 พยากรณ์ยอดผลิต 5 ปี

หน่วย: บาท

ผลิตภัณฑ์	ปี 2548	ปี 2549	อัตราส่วน เพิ่ม (%)	ปี 2550	อัตราส่วน เพิ่ม (%)	ปี 2551	อัตราส่วน เพิ่ม (%)	ปี 2552	อัตราส่วน เพิ่ม (%)
บุ้งแก้ว	960	1,008	5.00	1,058	5.00	1,111	5.00	1,167	5.00
บุ้งทรงตรง	960	1,008	5.00	1,058	5.00	1,111	5.00	1,167	5.00

ตารางที่ 10 ประมาณต้นทุนสินค้าขาย

หน่วย: บาท

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
สินค้าคงเหลือต้นปี	-	-	-	-	-
บวก : วัตถุดิบทางตรง	38,400	40,320	42,336	44,452.80	46,675.44
วัตถุดิบทางอ้อม	-	-	-	-	-
วัสดุสิ้นเปลือง	96	100.80	105.84	111.13	116.69
ค่าแรงงานทางตรง	153,600	161,280	169,344.00	177,811.20	186,701.76
ค่าใช้จ่ายโรงงาน	-	-	-	-	-
สินค้าที่มีเพื่อขาย	192,096	201,700.80	211,785.84	222,375.13	233,493.89
หัก : สินค้าคงเหลือปลายปี	-	-	-	-	-
ต้นทุนสินค้าขาย	192,096	201,700.80	211,785.84	222,375.13	233,493.89

ตารางที่ 11 ประมาณการงบประมาณโครงการ

รายการ		แหล่งที่มาของเงินทุน			จำนวนเงินทั้งสิ้น (บาท)
		หนี้สิน (บาท)		ส่วนของผู้ถือหุ้น (บาท)	
		เจ้าหนี้	เงินกู้		
1	เงินทุนหมุนเวียน				
1.1	เงินสด			12,000	12,000
1.2	ลูกหนี้				-
1.3	สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย				-
1.4	งานระหว่างทำ				-
1.5	วัตถุดิบทางตรงคงคลัง				-
1.6	วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง				-
1.7	วัสดุคงคลัง			-	-
					12,000
2	สินทรัพย์ถาวร				
2.1	ที่ดิน			-	-
2.2	สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน			4,240	4,240
2.3	เครื่องจักร			-	-
2.4	อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า			1,536	1,536
2.5	สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย			-	-
2.6	อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย			-	-
2.7	สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน			-	-
2.8	อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน			-	-
2.9	ยานพาหนะ			-	-
2.10	สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ			-	-
					5,776
3	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ				
3.1	ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการ				-
3.2	สิทธิในการใช้สินทรัพย์				-
				รวม	17,776

ตารางที่ 12 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย: บาท

รายการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
รายได้					
ขาย	288,000	302,400	317,520	333,396	350,066
รายได้อื่น					
หัก ต้นทุนสินค้าขาย	192,096	201,701	211,786	222,375	233,494
กำไรเบื้องต้น	95,904	100,699	105,734	111,021	116,572
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
ค่าใช้จ่ายในการขาย	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	720	4,720	4,720	4,720	4,720
ค่าเสื่อมราคา (จากส่วนของการผลิต การขายและการบริหาร)	591.60	591.60	5,591.60	5,591.60	5,591.60
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ตัดจ่าย					
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี	94,592.40	95,387.60	95,422.56	100,709.27	106,260.31
หัก ดอกเบี้ยจ่าย			-	-	-
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี	94,592.40	95,387.60	95,422.56	100,709.27	106,260.31
หัก ภาษี (อัตรา %)					
กำไรสุทธิหลังหักภาษี	94,592.40	95,387.60	95,422.56	100,709.27	106,260.31
หัก เงินปันผลหุ้นบุริมสิทธิ					
กำไรสุทธิเพื่อจัดสรรให้หุ้นสามัญ	94,592.40	95,387.60	95,422.56	100,709.27	106,260.31
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	94,592.40	95,387.60	95,422.56	100,709.27	106,260.31
กำไร (ขาดทุน) สะสม	94,592.40	189,980.00	285,402.56	386,111.83	492,372.14

ตารางที่ 13 ประมาณการงบประมาณกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

รายการ	ปีก่อนการดำเนินการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
เงินสดรับ						
ขายสินค้า		288,000	302,400	317,520	333,396	350,065.80
รับชำระหนี้ (ลูกหนี้)		-	-	-	-	-
รายได้อื่น						
รวมเงินสดรับ	-	288,000	302,400	317,520	333,396	350,065.80
เงินสดจ่าย						
การดำเนินการ						
ซื้อวัตถุดิบทางตรง		38,400	40,320	42,336	44,452.80	46,675.44
ซื้อวัตถุดิบทางอ้อม		-	-	-	-	-
ซื้อวัสดุสิ้นเปลือง		96.00	100.80	105.84	111.13	116.69
ค่าแรงงานทางตรง		153,600.00	161,280.00	169,344.00	177,811.20	186,701.76
ค่าใช้จ่ายโรงงาน		-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการขาย		-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		720	4,720	4,720	4,720	4,720
การลงทุน						
เงินทุนหมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	5,776					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ						
รวมเงินสดจ่าย	5,776	192,816	206,420.80	216,505.84	227,095.13	238,213.89
เงินสดสุทธิ						
บวก เงินสดยกยอดยกมา		31,651.20	126,835.20	222,814.40	323,828.56	430,129.43
รวมเงิน	- 5,776	95,184	95,979.20	101,014.16	106,300.87	111,851.91
บวก ทุนส่วนของเจ้าของ	37,427.20					
เงินกู้ระยะสั้น	-	-				
ชำระคืนเงินต้น		-	-	-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว						
ชำระคืนเงินต้น				-	-	-
ชำระคืนดอกเบี้ย		-	-	-	-	-
เงินสดคงเหลือยกไป	31,651.20	126,835.20	222,814.40	323,828.56	430,129.43	541,981.34

ตารางที่ 14 ประมาณการงบดุล

หน่วย: บาท

	ปีเริ่มโครงการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดในมือและฝากธนาคาร	31,651.20	126,835.20	222,814.40	323,828.56	430,129.43	541,981.34
ลูกหนี้						
สินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางตรงคงคลัง		-	-	-	-	-
วัตถุดิบทางอ้อมคงคลัง		-	-	-	-	-
วัสดุคงคลัง		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	31,651.20	126,835.20	222,814.40	323,828.56	430,129.43	541,981.34
สินทรัพย์ถาวร						
ที่ดิน	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนโรงงาน	4,240	4,240	4,240	44,240	44,240	44,240
เครื่องจักร	-	-	-	20,000	20,000	20,000
อุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้า	1,536	1,536	1,536	1,536	1,536	1,536
สิ่งปลูกสร้างส่วนการขาย	-	-	-	-	-	-
อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการขาย	-	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้างส่วนสำนักงาน	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 14 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-	-	-	-
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	5,776	5,776	5,776	65,776	65,776	65,776
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		591.60	1,183.20	6,774.80	12,366.40	17,958.00
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	5,776.00	5,184.40	4,592.80	59,001.20	53,409.60	47,818.00
สินทรัพย์อื่นๆ						
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ รอคการตัดจ่าย						
สิทธิการใช้สินทรัพย์						
รวมสินทรัพย์อื่นๆ						
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	37,427.20	132,019.60	227,407.20	382,829.76	483,539.03	589,799.34

ตารางที่ 14 (ต่อ)

หน่วย: บาท

รายการ	ปีเริ่มโครงการ	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินเบิกเกินบัญชี	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้		-	-	-	-	-
ตัวเงินจ่ายและเงินกู้ระยะยาวเมื่อทวงถาม						
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย		-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว						
เงินกู้ยืมระยะยาว						
รวมหนี้สินระยะยาว	-	-	-			
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนจดทะเบียน (ออกเอง)	37,427.20	37,427.20	37,427.20	97,427.20	97,427.20	97,427.20
หุ้นบุริมสิทธิ						
หุ้นสามัญ						
กำไรสะสม		94,592.40	189,980.00	285,402.56	386,111.83	492,372.14
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	37,427.20	132,019.60	227,407.20	382,829.76	483,539.03	589,799.34
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น	37,427.20	132,019.60	227,407.20	382,829.76	483,539.03	589,799.34

ตารางที่ 15 ประมาณการอัตราส่วนทางการเงิน

	อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
1.	อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) : แสดงถึงสภาพคล่องระยะสั้น						
	ทุนหมุนเวียนสุทธิ (Working Capital)	บาท	126,835.20	222,814.40	323,828.56	430,129.43	541,981.34
2.	อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity / Efficiency Ratio)						
	อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ทั้งหมด (Total Asset Turnover Ratio)	ครั้ง/เท่า	2.18	1.33	0.83	0.69	0.59
	อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover Ratio)	ครั้ง/เท่า	55.55	65.84	5.38	6.24	7.32
3.	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการกู้ยืม หรือความเสี่ยงในการกู้ยืม						
	Degree of Financial Leverage	เท่า	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
4.	อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)						
	อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin)	ร้อยละ	32.84	31.54	30.05	30.21	30.35
	อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นต่อยอดขาย (Gross Profit Margin)	ร้อยละ	33.30	33.30	33.30	33.30	33.30
5.	ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุน (Return to Investors)						
	อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on investment : ROI)	ร้อยละ	71.65	41.95	24.93	20.83	18.02
	อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Total Assets : ROA)	ร้อยละ	71.65	41.95	24.93	20.83	18.02
	อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE)	ร้อยละ	71.65	41.95	24.93	20.83	18.02

4. การจัดการความเสี่ยงของกลุ่มฯ

ตารางที่ 16 การจัดการความเสี่ยงขององค์กร

ความเสี่ยง	วิธีแก้ไข
<u>ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน</u> - กำลังการผลิตไม่เพียงพอ - ขาดบุคลากรในการผลิตอย่างต่อเนื่องเพราะสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ - สุขภาพแรงงาน	- ขยายการผลิตไปยังหมู่บ้านใกล้เคียง - เพิ่มสมาชิกและมีการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะในงานฝีมือจักสาน - แบ่งบริเวณสำหรับพ่นสี อากาศต้องถ่ายเทได้ดี และต้องมีที่ปิดปากและจมูก
<u>ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก</u> -	-

5.สรุปแผนการดำเนินงานของกลุ่มฯ

ตารางที่ 17 สรุปแผนการดำเนินงานขององค์กร

กลยุทธ์ / แผน	มาตรการ / วิธีการ	งบประมาณ (บาท / ปี)				
		ปี 2548	ปี 2549	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552
การผลิต	- สร้างโรงเรือนผลิตใหม่	-	-	100,000	-	-
	- สร้างเครื่องมือควั่น	-	-	50,000	-	-
	- ฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะ ด้านจักสานและการควบคุมมาตรฐานการผลิต	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
	- เพิ่มแรงงานผลิต 8-10 คนต่อปี	-	-	-	-	-
การตลาด การบริหารจัดการ	- เพิ่มการขายส่งผ่านพ่อค้าคนกลางมากขึ้น	-	-	-	-	-
	- เพิ่มการออกร้านแสดงสินค้าในต่างจังหวัดมากขึ้น	-	-	-	-	-
	- ประชุมการจัดสรรผลประโยชน์และวางกฎระเบียบของกลุ่มฯ	-	-	-	-	-
	- ฝึกอบรมและศึกษาดูงานด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการเงิน	-	10,000	10,000	10,000	10,000
	- ระดมหุ้นฯ ละ 50 บาท (ไม่กำหนดเพดานหุ้น)	-	-	-	-	-
	- กระจายหุ้นหมู่บ้านละ 8-10 คน (8 หมู่บ้าน)	-	-	-	-	-
รวม		1,800	11,800	161,800	11,800	11,800

