

บทที่ 5

การวิเคราะห์หน่วยผลิตและจำหน่าย

5.1 หน่วยผลิตและจำหน่ายสิ่งประดิษฐ์จากเกล็ดปลาเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา

5.1.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มเกษตรกรเขารูปช้างจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2535 โดยมีสำนักงานเกษตรอำเภอให้การสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 20,000 บาท จำนวนสมาชิกก่อตั้ง 17 คน เดิมราษฎรมีอาชีพทำสวนทำไร่ ต่อมา มีหน่วยงานมาช่วยเหลือในครั้งแรกทำเต้าเจี้ยว ดอกไม้ใบยางไม้ประสบผลสำเร็จ หลังจากนั้นผลิตดอกไม้จากเกล็ดปลากะพงขาว พ.ศ.2539 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้เข้ามาช่วยเหลือในด้านรูปแบบ การย้อมสีเกล็ดปลา สนับสนุนด้านการตลาด เงินทุนหมุนเวียนส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมในท้องตลาด

5.1.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำกลุ่ม : นางอมร อุดมะมุณี โทรศัพท์ : 074 447532,448461
- ทุนหมุนเวียน 150,000 บาท จำนวนสมาชิก 17 คน
- มีการจัดทำระบบบัญชี ง่ายและการทำงานที่ถูกต้องข้อมูลการซื้อขาย
- มีข้อบังคับ/กฎระเบียบกลุ่ม/โครงสร้างหน้าที่รับผิดชอบ เช่น มีประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์ บัญชี แต่ไม่ปรากฏข้อมูลการจดทะเบียนใดๆ
- เครือข่าย : ยังไม่มีการสร้างเครือข่ายชัดเจนแต่เป็นแบบทางการค้า
- คู่แข่งสินค้าประเภทเดียวกันในพื้นที่ใกล้เคียง : เกาะยอ จะนะ บ้านด่าน
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าโดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ และ ผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามการคำสั่งซื้อจากการสั่งทำโดยตรง : ร้านภูฟ้า สวนจิตรดา
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง
- แหล่งวัตถุดิบ
 - เกล็ดปลา : ในท้องถิ่น
 - ปิ่นยี่งกา : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - กาว : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - สี : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
- เครื่องจักร :
- แรงงาน สมาชิก 17 คน
- ที่ดิน/อาคาร 17/4 ซ.บางคาน 1 ม.1 ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา
- การแปรรูป : ดอกไม้ กีบ เข็มกลัด เข็มขัด ที่คาดผม ดอกไม้ติดรองเท้า ของชำร่วย

- ผลผลิต/ราคา : สมาชิก 17 คน ผลิตได้ประมาณ 2,000 ชิ้น/เดือน
 - : ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 20-200 บาท/ชิ้น กำหนดราคาโดยกลุ่มตามความยากง่ายและเวลาในการผลิตชิ้นงาน
 - : การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - : มักเป็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากแบบที่ลูกค้าสั่งทำหรือให้ตัดแปลงจากการใช้วัสดุอื่นๆ เปลี่ยนมาเป็นเกล็ดปลา เช่น ลูกค้าจากมาเลเซียที่ต้องการตัดแปลงดอกไม้จากผ้า/แก้ว มาเป็นเกล็ดปลาตามแบบที่ต้องการ
- บรรจุภัณฑ์
 - : กล่อง : ทำด้วยกระดาษราคา 4-5 บาท/กล่อง (ทำให้ราคาสูง)
 - : ถุง :
- การคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
 - : มีกรรมการกลุ่มคอยคัดกรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
 - : อยู่ระหว่างการทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- เครือข่ายเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : มีหน่วยSME ที่ทำผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในพื้นที่เป็นเครือข่ายทางการค้าในการผลิตและการตลาด 1 ราย
- การจัดจำหน่ายสินค้า : สมาชิกผลิตและจำหน่ายสินค้าให้ทางกลุ่มเพื่อจัดจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง
 - 1) จำหน่ายให้ผู้ซื้อสินค้าโดยตรง เช่น ออกบูทงานแสดงสินค้าทางราชการ ขายโดยสมาชิก ขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
 - 2) จำหน่ายให้คนกลางนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง เช่น ร้านภูฟ้า-สวนจิตรดา หรือตลาดต่างประเทศ เป็นต้น
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการจัดให้ (พัฒนาการเกษตรอำเภอ)
 - 2) จัดจำหน่ายที่ทำการกลุ่ม
 - 3) จัดจำหน่ายผ่านร้านภูฟ้า
- การประชาสัมพันธ์ : ผ่านหน่วยงานราชการ อินเทอร์เน็ต
- การบริการหลังการขาย : การประกันของเสียหาย/ชำรุดระหว่างขนส่ง ด้วยการเอามาแลกเปลี่ยนใหม่ชิ้นต่อชิ้นแต่ไม่ให้เป็นตัวเงิน
- การส่งออก : ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย แต่ยังมีปริมาณน้อยเน้นตลาดในประเทศเป็นส่วนใหญ่
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : ไม่ระบุต้นทุน
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 300 – 10,000บาท/คน/เดือน

- ยอดขาย : ยอดขายมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้น เช่น ปี45 จาก 90,000 บาท เพิ่มขึ้นมากกว่า 100,000 บาท ในไตรมาสแรกของปี 46

5.1.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.1.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- ใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ในท้องถิ่นชุมชนส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่ำ
- การจัดการระบบบัญชีที่ดี
- มีภูมิปัญญาจากท้องถิ่นเอง
- มีการพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอ
- ตัวชี้วัดแสดงการเติบโตของกลุ่มฯ จากยอดการผลิตและยอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น

2) จุดอ่อน

- ขาดประสิทธิภาพในการจัดการไม่มีระบบมาตรฐาน เช่น การควบคุมคุณภาพ
- ขาดเครือข่ายท้องถิ่นคอยสนับสนุนด้านการตลาดและการผลิต
- รายละเอียดบรรจุภัณฑ์ยังไม่เพียงพอตามมาตรฐาน
- สมาชิกมีอายุมากกว่า 40 ปี ทำให้ขาดความคล่องตัวในการทำงาน
- ขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน
- ช่องทางจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ยังกระจายไม่ทั่วถึงกลุ่มลูกค้า

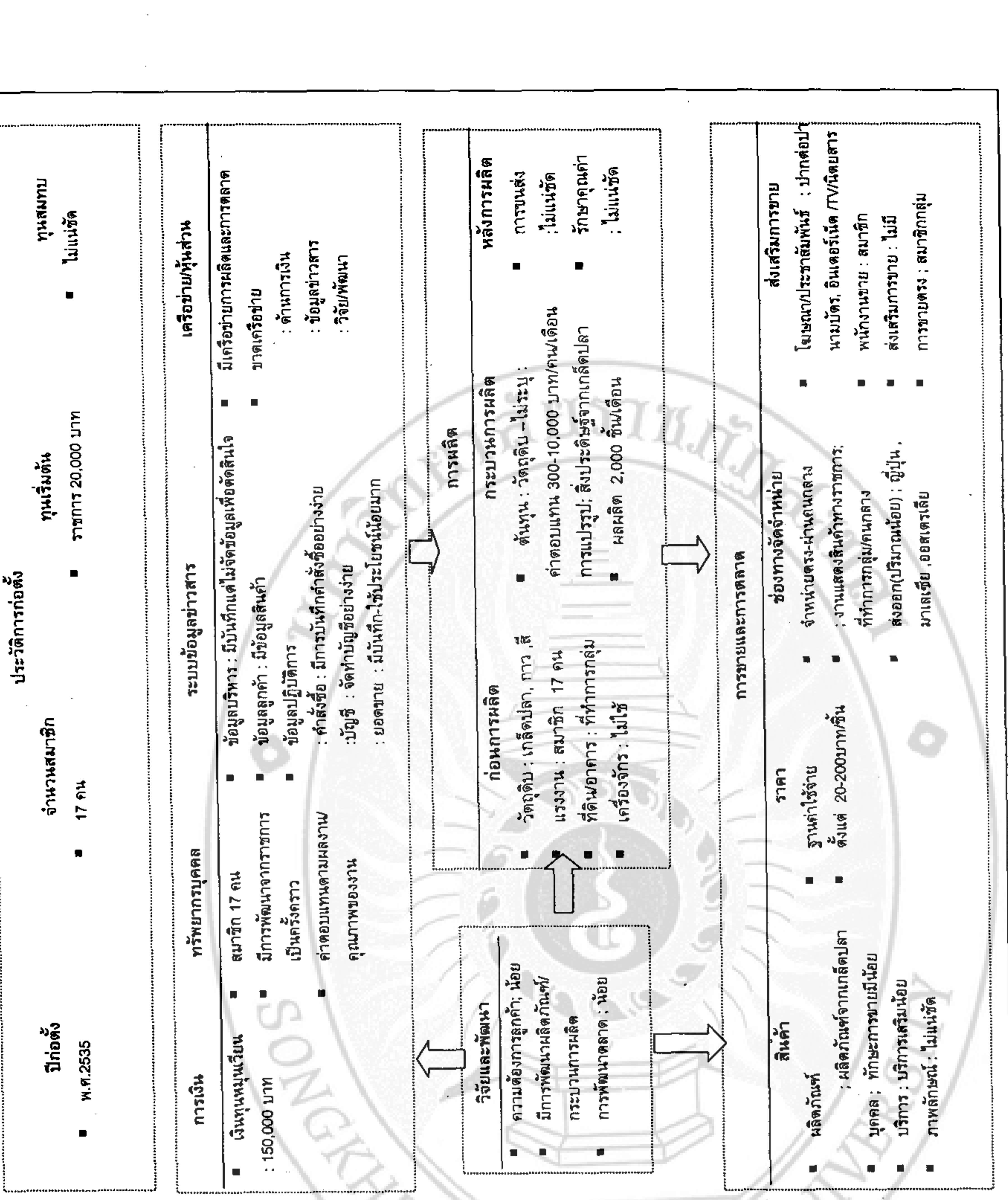
5.1.3.2 ปัจจัยภายนอก

1) โอกาส

- ผลิตภัณฑ์เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านเดิม
- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า
- มีลูกค้ารองรับแน่นอนอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านการพัฒนาทักษะการจัดการและงบประมาณ
- ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด
- วัตถุดิบคุณภาพมีน้อยดี (กาว)



- | | |
|---|---|
| <p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนจากวัตถุดิบในชุมชนราคาถูก มีระบบบัญชีที่ดี มีภูมิปัญญาดั้งเดิมยาวนาน พัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอ ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง <p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> ขาดการควบคุมคุณภาพที่ดีพอ ไม่มีเครือข่ายคอยสนับสนุนด้านการตลาดการผลิต บรรจุก้นที่ไม่ได้มาตรฐาน ช่องทางการจำหน่ายและ ปรส. ยังไม่ทั่วถึง | <p>โอกาส</p> <ul style="list-style-type: none"> มีภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม มีลูกค้าต่างประเทศรองรับ หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนใน การประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย <p>อุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> ขาดความพร้อมเรื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ คู่แข่งมาก รายมีการลอกเลียนแบบและตัดราคา ขาดที่ปรึกษาด้านการบริหารการตลาด วัตถุดิบ(กาว)ในท้องตลาดมีคุณภาพต่ำ |
|---|---|

แผนภูมิที่ 1 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มสิ่งประดิษฐ์จากเกล็ดปลา ต.เขาปู่ป้าง

5.2 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอราชวัดถ์แสงส่องหล้าที่ 1 จังหวัดสงขลา

5.2.1 ประวัติการก่อตั้ง

- ชาวเกาะยอรู้จักการทอผ้ามาแล้วนับร้อย ๆ ปี ตั้งแต่ครั้งที่มีคนอพยพมาใน
ระยะแรกตั้งถิ่นฐานอยู่บนเกาะ ซึ่งส่วนใหญ่มีเชื้อสายจีน เมื่อปี พ.ศ.2482
กรรมการเมืองสงขลาได้ขอครูสอนทอผ้าชื่อ นายยี่สู่นและนายพุดดิน ซึ่งเป็น
ครูสอนทอผ้าจากเชียงใหม่ ให้มาสอนการทอผ้าให้ชาวเกาะยอที่วัดแหลมพ้อ
ได้สอนวิธีทอผ้าด้วยกี่กระตุก
- ต่อมาชาวบ้านได้เปลี่ยนการย้อมสีจากเดิมเป็นซื้อสีจากที่ตลาดมาย้อม ทำให้
ได้คุณภาพไม่ดี ขายแข่งกับตลาดภายนอกไม่ได้ จึงทำให้ผ้าทอเกาะยอถูก
ลืมนานกว่า 30 ปี
- จนกระทั่งเมื่อปี 2516 คุณหญิงชื่นจิตต์ สุขุม นายกสมาคมสตรีนักธุรกิจและ
วิชาชีพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ นำคณะมาสำรวจและเริ่ม
อนุรักษ์หรือฟื้นฟูภูมิปัญญาเดิมขึ้นมาใหม่ ทั้งทางด้านการพัฒนากระบวนการ
ผลิตและนำเส้นใยสังเคราะห์มาทอแทนฝ้าย
- ปี 2538 ทางคุณวิชัยได้ทอผ้าส่งเข้าประกวดได้รับรางวัล และเล็งเห็นว่า
ตลาดพอจะไปได้จึงมีแนวคิดที่จะรวมกลุ่มขึ้น
- ได้มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2541
- ได้รับการสนับสนุนจากทางพัฒนาชุมชน อบต.และศูนย์พัฒนาอาชีพ ทั้ง
ทางด้านกรรวมกลุ่ม การตลาด เงินทุนและวัดถุดิบ

5.2.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำ : นายวิชัย มาระเสนา โทรศัพท์ : 074 450029, 01479-0653
- อยู่ชุมชน/กลุ่ม : 38 หมู่3 บ้านนอก ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา 90100
- จำนวนสมาชิก 25 คน
- ไม่ปรากฏข้อมูลเงินหมุนเวียน
- มีการจัดทำระบบบัญชี อย่างง่ายและการบันทึกข้อมูลการซื้อขาย
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดย
การผลิตตามคำสั่งซื้อ และผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามการคำสั่งซื้อจากการสั่งทำโดยตรง
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง
- แหล่งวัดถุดิบ
 - : โยสังเคราะห์ : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
- เครื่องจักร ประกอบด้วย
 - : กี่กระตุก ; ราคา 8,000 บาท อายุการใช้งาน 40 ปี
- แรงงาน : สมาชิก 25 คน

- ที่ดิน/อาคาร :
- การแปรรูป : ผ้าทอ
- ผลผลิต / ราคา
 - : ทางกลุ่มจะเป็นตัวแทนในการรับ Order และจัดหาวัตถุดิบมาให้ จึงจะกระจายงานออกไปให้สมาชิกทั้งที่มาทำที่กลุ่มและที่บ้าน สมาชิกจะได้รับค่าแรงตามชิ้นงาน โดยผลงานที่ได้จะต้องนำมา ประทับกลุ่มเพื่อรับประกันมาตรฐานให้กับลูกค้า
 - : สมาชิก 25 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 500-1,500 ชิ้น/เดือน
 - : ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 150 บาท/ชิ้นขึ้นไป เป็นไปตามระเบียบ ขอบังคับของกลุ่ม
- เครื่องมือเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : ไม่มีการระบุแหล่งเครื่องมือ
- การจัดจำหน่ายสินค้า : ทางกลุ่มมีฝ่ายตลาดเพื่อจัดจำหน่าย
 - : ขายให้ผู้ซื้อสินค้าโดยตรง เช่น ออกบูทงานแสดงสินค้าทางราชการ ขายโดยสมาชิก เป็นต้น
 - : จำหน่ายให้คนกลางนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - : ออกงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการจัดให้(เกษตรพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมสหกรณ์)
- การประชาสัมพันธ์
 - : ปิดป้ายในถุงใส่ผลิตภัณฑ์
 - : รายการโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์
- การส่งออก : ไม่ปรากฏข้อมูลการส่งออก
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : วัตถุดิบกิโกรัมละ 235 บาท ใช้วัตถุดิบ ประมาณ 1,250 กิโลกรัม เป็นเงิน 293,750 บาท/เดือน/กลุ่ม
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 3,000 – 5,000 บาท/คน/เดือน
- ไม่ปรากฏรายละเอียดยอดขาย

5.2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.2.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- สินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป
- มีการพัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอ เช่น ลายผ้าใหม่ๆ
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลในเชิงการค้า

- การจัดทำบัญชีเป็นแบบมาตรฐาน
- มีการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นระบบ ทั้งกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์
- มีภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ตัวชี้วัดแสดงการเติบโตของกลุ่มฯ จากยอดการผลิตและจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น
- ใช้กลไกการตลาดในการรับซื้อผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มกับสมาชิกมีการรับซื้อและขายต่อ

2) จุดอ่อน

- นำเข้าวัตถุดิบจากนอกชุมชน และเกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ บ้างเป็นบางครั้ง
- สินค้ามีราคาค่อนข้างสูงเนื่องจากต้นทุนสูง
- การขยายตลาดยังไม่กว้างพอ
- ขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน
- ไม่มีพื้นที่ไว้สำหรับสต็อกวัตถุดิบมากพอกับการผลิต
- ช่องทางจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่กระจายทั่วถึง กลุ่มลูกค้า

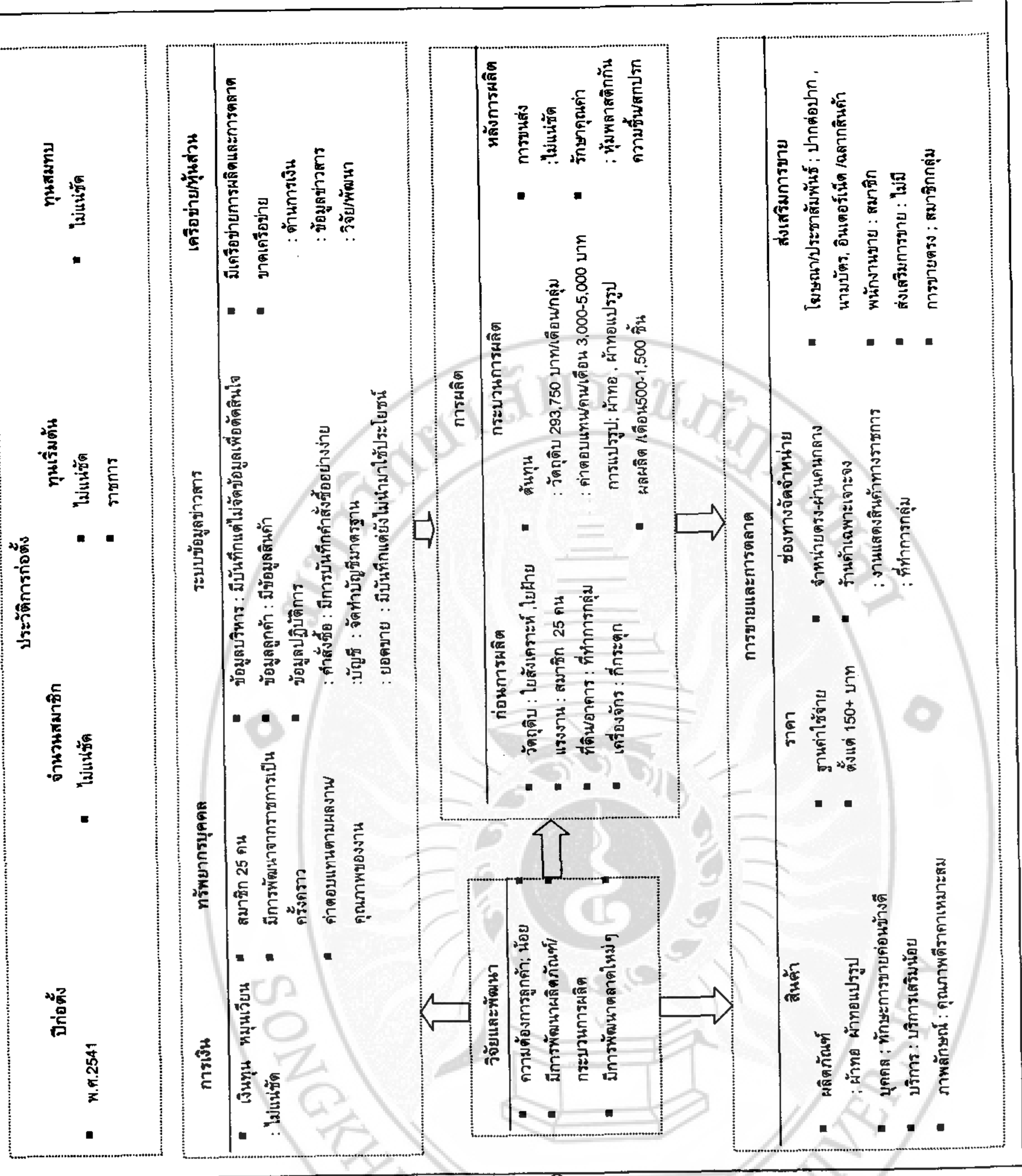
5.2.3.2 ปัจจัยภายนอก

1) โอกาส

- ผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า
- เครือข่ายให้การสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการผลิต และการตลาด
- หน่วยงานราชการสนับสนุนให้ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ใช้ผ้าไทย

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านการพัฒนา ทักษะ การจัดการและงบประมาณ
- มีคู่แข่งมากมาย
- ฟังข่าววัตถุดิบจากภายนอกที่มีราคาสูงและขนส่งล่าช้า
- คู่แข่งขันมีการลอกเลียนแบบอยู่เสมอ



- จุดแข็ง**
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอ
 - มีทักษะจากประสบการณ์ยาวนาน
 - มีชื่อเสียงยาวนานเป็นที่รู้จักของทุกคนทั่วไป
 - มีการระดมทุนสมทบอย่างต่อเนื่อง
 - เครือข่ายขยายเติบโตเร็ว
 - มีการเติบโตของยอดขาย
 - มีระบบการตรวจสอบคุณภาพเป็นระบบ
- จุดอ่อน**
- พึ่งพาวัตถุดิบจากแหล่งภายนอก
 - ต้นทุนการผลิตสูงส่งผลกระทบต่อราคาผลิตภัณฑ์
 - เงินทุนหมุนเวียนขาดสภาพคล่อง
 - ช่องทางจำหน่ายยังไม่หลากหลายไม่ทั่วถึง
- โอกาส**
- มีภูมิปัญญาดั้งเดิม
 - ส่งเสริมให้ข้าราชการใช้ผ้าไทย
 - หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุน
- อุปสรรค**
- ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ
 - วัตถุดิบมักขาดแคลน
 - คู่แข่งลอกเลียนแบบและมีมากกว่า

แผนภูมิที่ 2 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าพื้นบ้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มราชวดีที่ 1 ต.เกาะยอ

5.3 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวบ้านหน้าถ้ำ จังหวัดสงขลา

5.3.1 ประวัติการก่อตั้ง

- นางบุญธรรม มโนเพชร ประธานกลุ่มได้ย้ายครอบครัวจากจังหวัดพัทลุง มาตั้งถิ่นฐานที่บ้านหน้าถ้ำ และเริ่มสนใจผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวที่วางขายในตลาด จังหวัดพัทลุง คิดว่าน่าจะทำเป็นอาชีพได้ จึงซื้อทัพพีกะลามะพร้าว มาเป็นตัวอย่าง และเริ่มทดลองทำดู แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร
- ต่อมาได้รับความช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในด้านรูปแบบ ช่องทางการตลาด ภูมิเงินทุนหมุนเวียน ทำให้เริ่มเป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น จนสามารถตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว (ไม่ระบุจำนวนเงิน)
- มีสมาชิกในกลุ่มเพิ่มขึ้น จาก 30 คน เป็น 65 คนในปัจจุบัน
- ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตจะได้รับการออกแบบให้ทันสมัยเป็นการผสมผสาน ระหว่างศิลปะกับการใช้งานได้อย่างลงตัว มีตั้งแต่เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร
- ได้รับความสนใจจากโรงแรมทั้งในประเทศและต่างประเทศสั่งซื้อเป็นจำนวนมากเครื่องประดับประเภทต่างหู กระดุม ที่ติดผม เข็มกลัด กระจับปี่ โคมไฟ และอื่นๆ อีกมากมาย

5.3.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำ : นางบุญธรรม มโนเพชร
- จำนวนสมาชิก 65 คน
- ไม่ปรากฏข้อมูลเงินทุนหมุนเวียน
- มีการจัดทำระบบบัญชี อย่างง่ายและการบันทึกข้อมูลการซื้อขาย
- ไม่ปรากฏข้อมูลการจดทะเบียนใดๆ
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตตามคำสั่งซื้อและผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามคำสั่งซื้อ สั่งทำโดยตรง เช่น หน่วยงานราชการ บริษัท
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง
- แหล่งวัตถุดิบ
 - กะลามะพร้าว : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - ย่านลิเภา : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - ไม้ กระจดาษ : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - กระดุม : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - วัตถุดิบอื่น เช่น กาว กระจดาษทราย : ไม่ระบุรายละเอียด
- เครื่องจักร ประกอบด้วย
 - สว่านไฟฟ้า
 - เครื่องเลื่อยสายพาน

- สว่านแผ่น
- เครื่องตัด
- มอเตอร์ไฟฟ้า
- เลื่อยวงเดือน
- แรงงาน : สมาชิก 65 คน
- ที่ดิน/อาคาร
 - : มีโรงเรือน/สถานที่ที่เป็นของกลุ่มฯ
 - : เลขที่ 100 หมู่ที่ 6 บ้านหน้าถ้ำ ต.ป่าดงเบขาร์ อ.สะเดา จ.สงขลา
- การแปรรูป : พวงกุญแจ ของที่ระลึก
 - : เข็มขัด กรอบรูป
 - : โคมไฟ ผ้ามัดย้อม
 - : ท็อปพี/ช้อน
 - : เรือใบ
 - : ไม้เกาหลัง
 - : เนคไท
- ผลผลิต / ราคา
 - : สมาชิก 30 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 5,000 – 15,000 ชิ้น/เดือน
 - : ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 3- 100 บาท/ชิ้น โดยคำนวณจากฐานของต้นทุน ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ เวลาการผลิต ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ
- การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ : มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ รวมทั้งสินค้าแปลกใหม่ในตลาดอีกด้วย
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- ไม่มีการระบุแหล่งเครือข่ายเพื่อการผลิตและจำหน่าย
- การจัดจำหน่ายสินค้า : สมาชิกผลิตและจำหน่ายสินค้าให้ทางกลุ่มเพื่อจัดจำหน่าย
 - 1) จำหน่ายให้ผู้ใช้สินค้าโดยตรง เช่น ออกบูทงานแสดงสินค้าทางราชการ ขายตรงโดยสมาชิก ขายทางไปรษณีย์และทางอินเทอร์เน็ต ศูนย์แสดงสินค้าของกลุ่มมณฑลราชการ อยู่บริเวณปากทางเข้ากลุ่ม เป็นต้น
 - 2) จำหน่ายให้คนกลางนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการจัดให้(เกษตร พัฒนา ชุมชน อุตสาหกรรมและเอกชน) และงานกิจกรรมพิเศษ เช่น งานรับปริญญาของสถาบันราชภัฏ เป็นต้น
 - 2) จัดจำหน่ายที่ทำการกลุ่ม
 - 3) จำหน่ายทางไปรษณีย์
 - 4) จัดจำหน่ายผ่านศูนย์วัฒนธรรม

- การประชาสัมพันธ์
 - : โบรชัวร์
 - : อินเทอร์เน็ต
- การส่งออก : อังกฤษ อเมริกา
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : 16,800 บาท/เดือน/กลุ่ม
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 1,000 – 8,000บาท/คน/เดือน
- ไม่ปรากฏรายละเอียดยอดขาย

5.3.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.3.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- ใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ในท้องถิ่นชุมชน
- มีการพัฒนารูปแบบสินค้าที่แปลกใหม่ที่ไม่ซ้ำกับคู่แข่งในตลาด
- มีการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นระบบ
- มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป
- ตัวชี้วัดแสดงการเติบโตของกลุ่มฯ จากยอดการผลิตและจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น
- ใช้กลไกการตลาดในการรับซื้อผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มกับสมาชิก
- ช่องทางจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง
- มีการประชาสัมพันธ์สินค้าทางอินเทอร์เน็ต
- มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและทันสมัย

2) จุดอ่อน

- ขาดประสิทธิภาพในการจัดการไม่มีระบบมาตรฐาน เช่น การจัดทำบัญชีเป็นแบบอย่างง่าย
- ยังไม่มีการรับรองคุณภาพ มาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐ (ระหว่างดำเนินการ)
- ขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน
- ช่องทางจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่กระจายทั่วถึงกลุ่มลูกค้า
- ปัญหาสินค้าชำรุดระหว่างขนส่ง เนื่องจากสินค้าแตกหักได้ง่าย
- การจำหน่ายระบบเงินเชื่ออาจส่งผลถึงสภาพคล่องทางการเงิน

5.3.3.2 ปัจจัยภายนอก

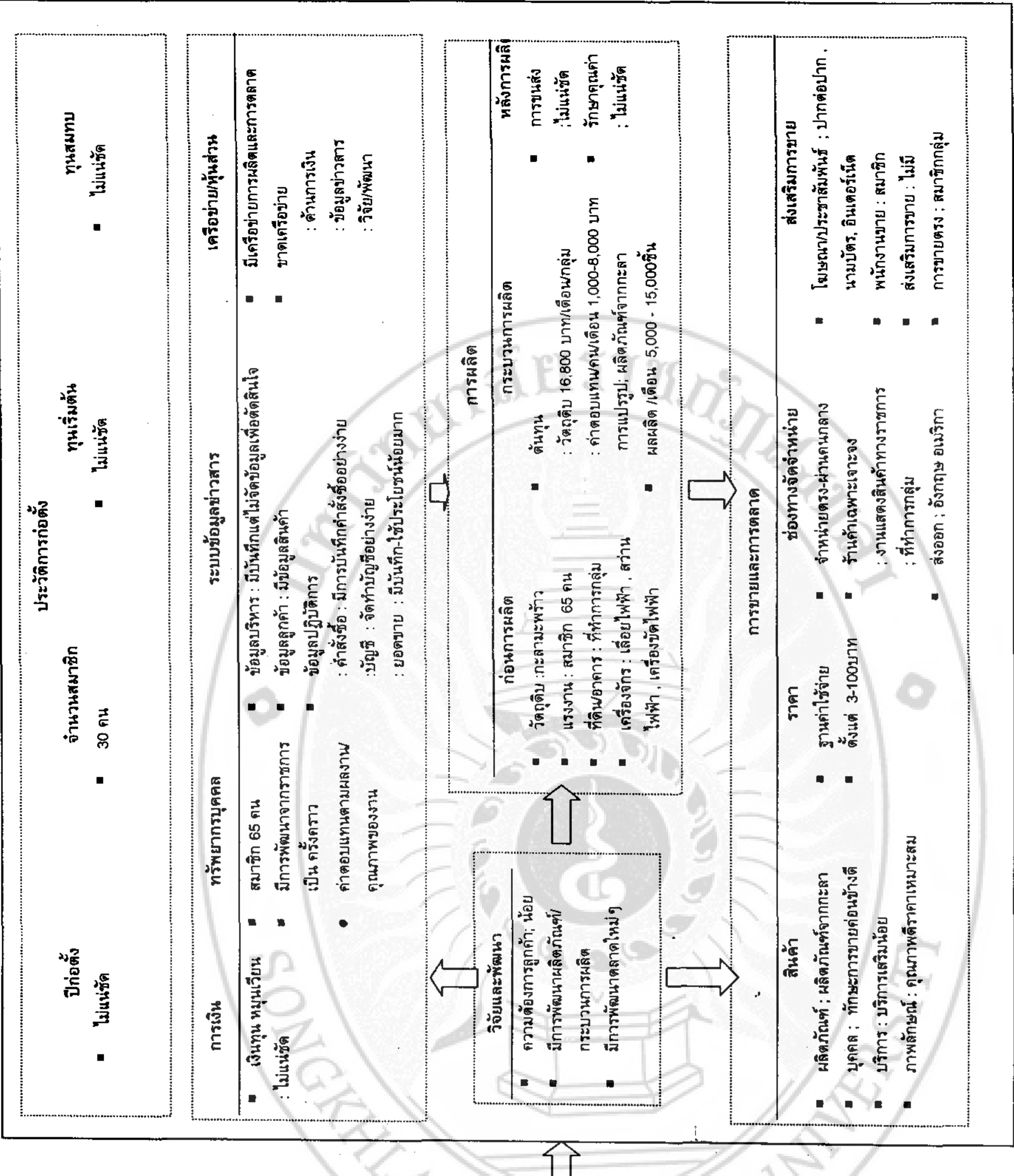
1) โอกาส

- ผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า
- เครือข่ายให้การสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการผลิต และการตลาด
- มีลูกค้ารองรับแน่นอนอย่างต่อเนื่อง
- การสนับสนุนสินค้า OTOP ของรัฐบาลก่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดที่มากขึ้น

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านการพัฒนาทักษะ การจัดการและ งบประมาณ
- ไฟฟ้าดับเป็นประจำระหว่างการผลิต
- มีการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์จากคู่แข่ง-เครือข่าย
- มีคู่แข่งมากมายเนื่องจากการสนับสนุนสินค้า OTOP ของรัฐบาล เช่น พัทลุง ตรัง นครศรีธรรมราช จนก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา

จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่แตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งในตลาด วัตถุดิบในท้องถิ่นมีต้นทุนต่ำ ยอดขาย/สมาชิกเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีตลาดต่างประเทศรองรับ มีระบบการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้วยค่าตอบแทน
จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการจดบันทึกข้อมูลยังไม่ดีพอและใช้ประโยชน์น้อย ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึง สินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง คู่ค้าที่ชำระด้วยเงินเชื่อส่งผลต่อสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน
โอกาส	<ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนให้การประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย
อุปสรรค	<ul style="list-style-type: none"> ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ คู่แข่งมากอาจมีการลอกเลียนแบบและตัดราคา ไฟฟ้าดับเป็นประจำขณะทำการผลิต



แผนภูมิที่ 3 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวบ้านหน้าถ้ำ ต.ป่าดงเบงช่า

5.4 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวบ้านคอกวัว จังหวัดพัทลุง

5.4.1 ประวัติการก่อตั้ง

- คุณปลื้ม ชูคง เริ่มทำหัตถกรรมจากการจักสานไม้ไผ่อย่างง่ายในเวลาว่าง ตั้งแต่อายุ 14 ปี โดยการทดลองทำตามแบบ ซึ่งจำหน่ายในหมู่บ้านและตามงานวัดทั่วไปเพื่อเป็นรายได้เสริม ต่อมาจึงได้นำเอากะลามะพร้าวมาทดลองทำเป็นเครื่องใช้ต่างๆ เพื่อใช้เองภายในครัวเรือน
- ในปี 2525 ได้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเพื่อแปรรูปผลผลิตขึ้นในหมู่บ้าน โดยการสนับสนุนของสนง.เกษตรจังหวัด ครั้งหนึ่งได้ไปออกงานแสดงสินค้า หัตถกรรมของทางกลุ่มได้รับความนิยมอย่างมาก
- ปี 2526 เกิดการรวมกลุ่มของชาวบ้าน ระยะแรกมีสมาชิก 10 คน หัดทำให้มีความหลากหลายมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ได้หน่วยงานราชการในจังหวัดจะรับซื้อทั้งหมด ผลงานได้รับการยอมรับจากตลาดค่อนข้างสูงในด้านคุณภาพ เครื่องมือต่างๆ ได้รับการสนับสนุนจากทางพัฒนาชุมชนและอุตสาหกรรม ปัจจุบันหัตถกรรมของทางกลุ่มได้รับความนิยมอย่างมาก จากภายในประเทศ ขยายสู่การส่งออกครอบคลุมกว่า 20 ประเทศ สามารถสร้างรายได้สู่ชุมชน ด้วยมูลค่าการส่งออกกว่า 3-4 ล้านบาท/ปี
- สภาพการรวมตัว ทางกลุ่มจะรับคำสั่งซื้อจากบริษัทคนกลางส่งออกและคำสั่งซื้อภายในประเทศ นำมาจัดสรรให้กับสมาชิกไปทำการผลิตในครัวเรือน ผลผลิตที่ได้จะนำมารวบรวมไว้ที่กลุ่มเพื่อคัดเกรด คัดคุณภาพและกำหนดราคตามมาตรฐานราคาที่ตั้งไว้ รายได้ที่ได้จะหักร้อยละ 3 เพื่อเป็นค่าใช้จ่าย กับผู้บริหารร้อยละ 2 และเป็นกองทุนค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดและพัฒนาสาธารณะ ประโยชน์ให้กับตำบลร้อยละ 1 ส่วนที่เหลือทั้งหมดจะจ่ายให้กับสมาชิก
- สภาพทั่วไปของชุมชน/กลุ่ม : เป็นบ้านของประธานกลุ่ม พื้นที่ด้านข้างจะจัดไว้เป็นที่แสดงสินค้าของทางกลุ่ม ด้านหน้าจะเป็นที่จอดรถของผู้มาเยี่ยมชม และที่กลุ่มในแต่ละวันจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชม เป็นจำนวนมาก
- จำนวนประชากร ปัจจุบันมี 304 คน
- อาชีพหลักของชุมชน/กลุ่ม คือ ทำหัตถกรรมกะลามะพร้าว
- อาชีพรองของชุมชน/กลุ่ม คือ ทำนา
- ปัญหาที่พบและสิ่งที่ชุมชนต้องการ
 - 1) ผลิตได้ไม่ทันตาม Order
 - 2) ขาดแคลนวัตถุดิบ
 - 3.) ต้องการพัฒนาระบบการผลิตให้เข้าสู่ระบบแบ่งงานกันทำ (Specialization)
 - 4) ต้องการโทรศัพท์ของทางกลุ่ม

5.4.2 การบริหารจัดการ

- คุณปลื้ม ชูคง โทรศัพท์ : 01-4655751 เลขที่ 42/1 หมู่ 1 บ้านคอกวัว ต.ชัยบุรี อ.เมือง จ.พัทลุง 93000
 - จำนวนสมาชิก 140 คน
 - ไม่ปรากฏข้อมูลเงินหมุนเวียน
 - มีการจัดทำระบบบัญชี อย่างง่ายและการบันทึกข้อมูลการซื้อขาย
 - ไม่ปรากฏข้อมูลการจดทะเบียนใดๆ
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ และผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามการคำสั่งซื้อจากการสั่งทำโดยตรง
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง
- แหล่งวัตถุดิบ
 - กะลามาพร้าว : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - ย่านลิเภา : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - ไม้ซี่เหล็ก : ไม่ระบุรายละเอียดแหล่งที่มา
 - วัตถุดิบอื่น เช่น กาว กระดาษทราย : ไม่ระบุรายละเอียด
- เครื่องจักร ประกอบด้วย
 - สว่านไฟฟ้า : อายุการใช้งาน 7 ปี
 - มอเตอร์ไฟฟ้า : อายุการใช้งาน 5 ปี
- แรงงาน : สมาชิก 140 คน
- ที่ดิน/อาคาร : มีโรงเรือน/สถานที่ที่เป็นของกลุ่มฯ
- การแปรรูป : พวงกุญแจ
 - : เข็มขัด
 - : โคมไฟ
 - : ทัพพี/ช้อน
- ผลผลิต / ราคา
 - : สมาชิก 140 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 10,000 – 20,000 ชิ้น/เดือน
 - : ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 10- 300 บาท/ชิ้น
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- ไม่มีการระบุแหล่งเครือข่ายเพื่อการผลิตและจำหน่าย
- การจัดจำหน่ายสินค้า : สมาชิกผลิตและจำหน่ายสินค้าให้ทางกลุ่มเพื่อจัดจำหน่าย
 - 1) จำหน่ายให้ผู้ซื้อสินค้าโดยตรง เช่น ออกบูทงานแสดงสินค้าทางราชการ ขายโดยสมาชิก และขายทางไปรษณีย์ เป็นต้น
 - 2) จำหน่ายให้คนกลางนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง

- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการจัดให้(เกษตร พัฒนาชุมชน อุตสาหกรรมและเอกชน)
 - 2) จัดจำหน่ายที่ทำการกลุ่ม
 - 3) จำหน่ายทางไปรษณีย์
 - 4) จัดจำหน่ายผ่านคนกลาง
- การประชาสัมพันธ์
 - : รายการโทรทัศน์ทุกช่อง
 - : หนังสือพิมพ์/นิตยสาร (ประดิษฐ์ ประดอย)
- การส่งออก : ร้อยละ70 ส่งออกต่างประเทศแต่ไม่ระบายละเอียด
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : ตั้งแต่ 200 – 1,500 บาท/คน/เดือน
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 1,000 – 5,000บาท/คน/เดือน
- ไม่ปรากฏรายละเอียดยอดขาย

5.4.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.4.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- ใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่ในท้องถิ่นชุมชน
- มีสถานที่ทำการกลุ่มที่ทันสมัย
- มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไปและได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐ
- ตัวชี้วัดแสดงการเติบโตของกลุ่มฯ จากยอดการผลิตและจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น
- ใช้กลไกการตลาดในการรับซื้อผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มกับสมาชิก
- ช่องทางจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง

2) จุดอ่อน

- ขาดประสิทธิภาพในการจัดการไม่มีระบบที่แน่นอน
- การผลิตมีผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม : ฝุ่นละออง
- ผลิตภัณฑ์ไม่ได้ตามความต้องการของลูกค้า
- สมาชิกขาดความรับผิดชอบในหน้าที่รับผิดชอบต่อกลุ่มฯ
- สมาชิกที่มีทักษะฝีมือดียังมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อการผลิต
- การค้าขายแบบเงินเชื่อทำให้สภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน
- ปัญหาสินค้าชำรุดระหว่างขนส่ง

5.4.3.2 ปัจจัยภายนอก

1) โอกาส

- ผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านผสมผสานภูมิปัญญาจากที่อื่น
- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (เกษตรจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด) ทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า การบอกต่อ และออกรายการโทรทัศน์ สถานีวิทยุและนิตยสาร
- เครือข่ายให้การสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการผลิตและการตลาด

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านการพัฒนาทักษะ การจัดการและงบประมาณ
- ไฟฟ้าดับเป็นประจำระหว่างการผลิต
- ไฟฟ้ามีราคาแพงส่งผลต่อต้นทุนการผลิต
- การแข่งขันจากคู่สินค้า OTOP จากแหล่งอื่นๆตัดราคาตัวเอง

จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนจกาคัดดูดีในชุมชนรากาถูก มีระบบบัญชีที่ดี มีภูมิปัญญาดั้งเดิมยาวนาน พัฒนารูปแบบสินค้าอยู่เสมอ ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีลูกค้าต่างประเทศรองรับ
จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> ขาดการควบคุมคุณภาพที่เพียงพอ ไม่มีเครือข่ายขายส่งสนับสนุนด้านการตลาดทางการผลิต บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน สินค้าชำรุดระหว่างการขนส่ง สมาชิกที่มีฝีมือยังมีจำนวนน้อย
โอกาส	<ul style="list-style-type: none"> มีภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนใน การประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย
อุปสรรค	<ul style="list-style-type: none"> ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ คู่แข่งมกรายมีการลอกเลียนแบบและตัดราคา ไฟฟ้ามีราคาแพงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง

ปีก่อตั้ง	จำนวนสมาชิก	ทุนเริ่มต้น	ทุนสมทบ
พ.ศ.2525	10 คน	ไม่แน่ชัด	ไม่แน่ชัด
ประวัติการก่อตั้ง	จำนวนสมาชิก	ทุนเริ่มต้น	ทุนสมทบ
	10 คน	ไม่แน่ชัด	ไม่แน่ชัด
	ราชการ		
การเงิน	ทรัพยากรบุคคล	ระบบข้อมูลข่าวสาร	เครือข่ายหุ้นส่วน
<ul style="list-style-type: none"> เงินทุนหมุนเวียน ไม่แน่ชัด 	<ul style="list-style-type: none"> สมาชิก 140 คน มีการพัฒนาจากราชการเป็นครั้งคราว ค่าตอบแทนตามผลงาน คุณภาพของงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลบริหาร : มีบันทึกแต่ไม่จัดข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ข้อมูลลูกค้า : มีข้อมูลสินค้า ข้อมูลปฏิบัติการ คำสั่งซื้อ : มีการบันทึกคำสั่งซื้ออย่างง่าย บัญชี : จัดทำบัญชีอย่างง่าย ยอดขาย : มีบันทึก-ใช้ประโยชน์น้อยมาก 	<ul style="list-style-type: none"> มีเครือข่ายการผลิตและการตลาด ขาดเครือข่าย ด้านการเงิน ข้อมูลข่าวสาร วิจัย/พัฒนา
วิจัยและพัฒนา	ก่อนการผลิต	การผลิต	หลังการผลิต
<ul style="list-style-type: none"> ความต้องการลูกค้า : น้อย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต มีการพัฒนาตลาดใหม่ ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> วัตถุดิบ : กระดาษห่อข้าว แรงงาน : สมาชิก 140 คน ที่ติดอาคาร : ที่ทำการกลุ่ม เครื่องจักร : เลื่อยไฟฟ้า , สว่านไฟฟ้า , มอเตอร์ไฟฟ้า 	<ul style="list-style-type: none"> ต้นทุน : วัตถุดิบ 259-850 บาท/คนเดือน ค่าตอบแทน : 1,000-8,000 บาท/คนเดือน การแปรรูป : ผลิตภัณฑ์จากกระดาษ ผลผลิต / เดือน : 5,000-20,000 ชิ้น 	<ul style="list-style-type: none"> การขายส่ง ไม่แน่ชัด รักษาคุณค่า ไม่แน่ชัด
สินค้า	ราคา	ช่องทางจัดจำหน่าย	ส่งเสริมการขาย
<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จากกระดาษ บุคคล : ทักษะการขายค่อนข้างดี บริการ : บริการเสริมน้อย ภาพลักษณ์ : คุณภาพดีราคาเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> ฐานค่าใช้จ่าย ตั้งแต่ 3 - 300 บาท 	<ul style="list-style-type: none"> จำหน่ายตรง-ผ่านคนกลาง ร้านค้าเฉพาะ งานแสดงสินค้าทางราชการ ที่ทำการกลุ่ม/ประโยชน์/คนกลาง ส่งออก : 3-20 ประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> โฆษณาประชาสัมพันธ์ : ปากต่อปาก , นามบัตร , อินเทอร์เน็ต/GV/นิตยสาร พนักงานขาย : สมาชิก ส่งเสริมการขาย : ไม่มี การขายตรง : สมาชิกกลุ่ม

แผนภูมิที่ 4 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านคอกวัว ต.ชัยบุรี

5.5 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโคนมนาท่อม จังหวัดพัทลุง

5.5.1 ประวัติการก่อตั้ง

- เมื่อปี 2521 จ.พัทลุงเป็นจังหวัดที่ยากจนที่สุดในภาคใต้ หลายฝ่ายมีความเห็นตรงกันว่าจะต้องกำหนดแนวทางการพัฒนาอาชีพโดยเน้นให้เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคาผลผลิตเอง กลุ่มแกนนำ จึงนำเกษตรกรไปดูงานในภาคกลางและภาคตะวันออก โดยเน้นเรื่องการเลี้ยงโคเป็นหลัก นำความรู้ประสบการณ์มาจัดตั้งกลุ่ม และได้รับสนับสนุนงบประมาณจากหลายฝ่าย พัฒนาขึ้นเป็นสหกรณ์โคนม สร้างโรงงานผลิตนมพาสเจอร์ไรท์ในโอกาสต่อมา
- สภาพการรวมตัว มีการรวมกลุ่มผู้เลี้ยงโคนม โดยเปิดรับสมาชิกทุกอำเภอในจังหวัดพัทลุง

5.5.2 การบริหารจัดการ

- นายสนัย สุขเกษม โทรศัพท์ : 074-612685
- จำนวนสมาชิก 79 คน
- ไม่ปรากฏข้อมูลเงินหมุนเวียน
- มีการจัดทำระบบบัญชี อย่างง่ายและการบันทึกข้อมูลการซื้อขาย
- ไม่ปรากฏข้อมูลการจดทะเบียนใดๆ
- ปัญหาที่พบและสิ่งที่ชุมชนต้องการ คือ ด้านงบประมาณ หากมีงบประมาณสนับสนุนให้กับสมาชิก จะสามารถเลี้ยงโคนมได้เพิ่มขึ้น ผลผลิตเพิ่มขึ้น ส่งน้ำนมดิบป้อนให้โรงงานได้มากขึ้น ตลาดในการจำหน่ายจะกว้างขึ้น สมาชิกจะมีรายได้มากขึ้น
- แนวทางการวิเคราะห์และแนวทางแก้ไข
 - 1) ด้านตลาด ยังขาดน้ำนมดิบที่ป้อนให้กับโรงงาน
 - 2) ด้านเงินทุน ยังขาดเงินทุนในการขยายกิจการบางกิจกรรม
- การผลิตและจำหน่าย : ผลิตน้ำนมดิบส่งให้สหกรณ์โคนมพัทลุง จำกัด
- แหล่งวัตถุดิบ
 - พันธุ์วัวนม : ไม่ระบุรายละเอียด
 - พันธุ์หญ้า : ไม่ระบุรายละเอียด
- แรงงาน : สมาชิก 79 คน
- ที่ดิน/อาคาร : สหกรณ์และโรงงานผลิตนมพาสเจอร์ไรท์ ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ต.นาท่อม อ.เมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง
- การแปรรูป : ไม่มีการแปรรูป

- ผลผลิต / ราคา
 - : น้ำนมดิบ 75,000 กก./เดือน/กลุ่ม
 - : ราคา 12.30 บาท/กก.
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- เครือข่ายเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : สหกรณ์จังหวัดและสหกรณ์โคนมเป็นเครือข่ายประสานความช่วยเหลือทั้งการผลิตและจำหน่าย
- การจัดจำหน่ายสินค้า จำหน่ายโดยผ่านสหกรณ์โคนมพัทลุง จำกัด
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) จำหน่ายผ่านสหกรณ์โคนมพัทลุง จำกัด
 - 2) สหกรณ์จังหวัดพัทลุง ติดต่อลูกค้าให้
- การส่งออก : ไม่ปรากฏรายละเอียดว่ามีการส่งออกแต่อย่างใด
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : ไม่ระบุรายละเอียด
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 18,000 บาท/สมาชิก
- ไม่ปรากฏรายละเอียดยอดขาย

5.5.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.5.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- สหกรณ์จังหวัดและสหกรณ์โคนมเป็นเครือข่ายประสานความช่วยเหลือทั้งการผลิตและจำหน่าย
- มีลูกค้าประจำผู้รับซื้อน้ำนมดิบอยู่แล้ว
- กระบวนการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- มีการระดมทุนจากสมาชิกกลุ่ม

2) จุดอ่อน

- ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาน้ำนมดิบ
- ภาวะอัตราดอกเบี้ย ธกส.ที่ร้อยละ 9 ต่อปี
- น้ำนมดิบมีความเข้มข้นไม่เพียงพอ

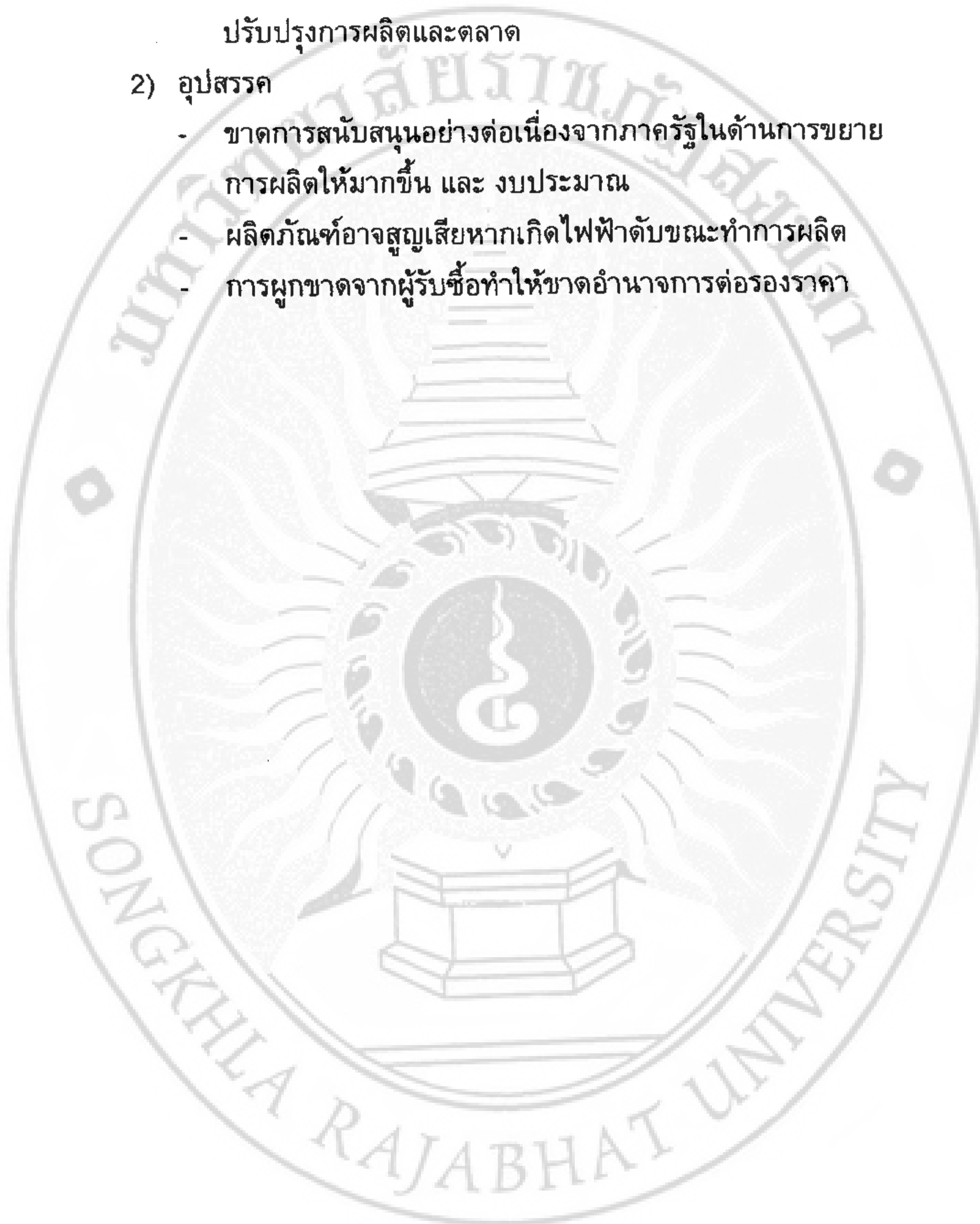
5.5.3.2 ปัจจัยภายนอก

1) โอกาส

- รัฐบาลรณรงค์ให้คนไทยตีมนมกันมากขึ้น
- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สหกรณ์จังหวัด) และประชาสัมพันธ์สินค้า ตลอดจนแนะนำเพื่อปรับปรุงการผลิตและตลาด

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านการขยายการผลิตให้มากขึ้น และ งบประมาณ
- ผลิตภัณฑ์อาจสูญเสียมหากเกิดไฟฟ้าดับขณะทำการผลิต
- การผูกขาดจากผู้รับซื้อทำให้ขาดอำนาจการต่อรองราคา



ผลผลิต-จำหน่าย

- มีลูกค้าประจำรับซื้อน้ำมันดิบ
- มีการระดมทุนจากสมาชิก

จุดอ่อน

- ไม่สามารถกำหนดราคาจำหน่ายด้วยตนเอง
- ภาระดอกเบี้ย ธกส. ร้อยละ 9 ต่อปี
- น้ำมันดิบมีความเข้มข้นไม่ตามมาตรฐาน

โอกาส

- กระแสคนไทยนิยมมากขึ้น
- หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนให้
- การประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย

อุปสรรค

- ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ
- ขาดงบประมาณ
- ไฟฟ้าดับทำให้เกิดการสูญเสียระหว่างผลิต
- ผู้รับซื้อน้อยรายขาดอำนาจต่อรอง

การเงิน

- เงินทุน : ๗๙ คน
- ทุนหมุนเวียน : มีการพัฒนาจากราชการเป็นครั้งคราว
- งบประมาณ : ค่าตอบแทนตามผลงานคุณภาพของงาน

ทรัพยากรบุคคล

- ข้อมูลบริหาร : มีบันทึกแต่ไม่จัดข้อมูลเพื่อตัดสินใจ
- ข้อมูลลูกค้า : มีข้อมูลสินค้า
- ข้อมูลปฏิบัติการ : คำสั่งซื้อ : มีการบันทึกคำสั่งซื้ออย่างง่าย
- ปัญหา : จัดทำบัญชีมาตรฐาน
- ยอดขาย : มีบันทึก-ใช้ประโยชน์น้อยมา

ระบบข้อมูลข่าวสาร

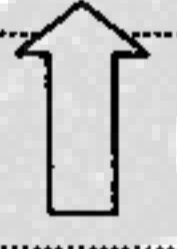
- มีเครือข่ายการผลิตและการตลาด
- ขาดเครือข่าย : ด้านการเงิน
- ข้อมูลข่าวสาร : วิจัย/พัฒนา

เครือข่ายหุ้นส่วน



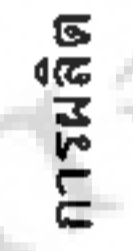
วิจัยและพัฒนา

- ความต้องการลูกค้า; น้อย
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์/กระบวนการผลิต
- การพัฒนาตลาด; น้อย



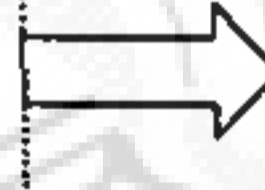
ก่อนการผลิต

- วัตถุประสงค์ : ว่าง, ญาติ
- แรงงาน : สมาชิก 79 คน
- ที่ดินอาคาร : ที่ทำการกลุ่ม
- เครื่องจักร : โรงงาน



การผลิต

- กระบวนการผลิต : ต้นทุน : วัตถุประสงค์ : ไม่แนชัด
- วัตถุประสงค์ : ว่าง, ญาติ
- วัตถุประสงค์ : ว่าง, ญาติ
- วัตถุประสงค์ : ว่าง, ญาติ
- วัตถุประสงค์ : ว่าง, ญาติ



การขายและการตลาด

สินค้า

- ผลิตภัณฑ์ : เมดิค
- บุคคล : ที่คณะกรรมการมีน้อย
- บริการ : บริการเสริม
- ภาพลักษณ์ : ไม่แนชัด

ราคา

- ฐานค่าใช้จ่าย : ตั้งแต่ 12.30 บาท กก
- จำนวนขายตรง-ผ่านคนกลาง : งานแสดงสินค้าทางราชการ; ที่ทำการกลุ่ม/คนกลาง
- ส่งออก(ปริมาณน้อย) : ญี่ปุ่น, มาเลเซีย, ออสเตรเลีย

ส่งเสริมการขาย

- โฆษณาประชาสัมพันธ์ : ไม่แนชัด
- พนักงานขาย : สมาชิก
- ส่งเสริมการขาย : ไม่มี
- การขายตรง : สมาชิกกลุ่ม

แผนภูมิที่ 5 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากโคหม ต.นาท่อม

5.6 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจูดบ้านป่าห้วยเขียว จังหวัดพัทลุง

5.6.1 ประวัติการก่อตั้ง

- จัดตั้งเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2543 มีสมาชิกก่อตั้งจำนวน 25 คน โดยมีคณะกรรมการบริหารกลุ่มฯ จำนวน 11คน ซึ่งแต่เดิมชาวบ้านได้มีอาชีพสานเสื่อกระจูดมานานแล้ว ต่อมาได้จัดหาวิทยากรมาให้ความรู้ในเรื่องของการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื่อกระจูด โดยสานเสื่อเป็นผืนขนาดตามความต้องการแล้วแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และสานขึ้นตามรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของตลาด
- ได้รับสนับสนุนทุนเริ่มต้นจากกรมการพัฒนาชุมชน 400,000 บาท(สี่แสนบาทถ้วน) สมเด็จพระนางเจ้าฯ มอบทุนสมทบ 60,000 บาท(หกหมื่นบาทถ้วน)
- สภาพการรวมตัว เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน(พัฒนากร) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอควนขนุน ได้ประชุมราษฎรรวมกลุ่มชาวบ้านที่ประกอบอาชีพสานเสื่อกระจูด โดยจัดฝึกอบรมสมาชิกในด้านการทำงาน/การบริหารงานของกลุ่ม การแปรรูป/พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากกระจูด การตลาดและการบริหารการจัดการกลุ่ม

5.6.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำ : นางอุบล รัชจุล โทรศัพท์ : (074)693002
- จำนวนสมาชิก 25 คน
- ทุนคงเหลือ 130,000 บาท (พัฒนาชุมชน 70,000 บาท และ สมเด็จพระนางเจ้าฯ 60,000 บาท)และเงินหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตอีกจำนวนหนึ่ง
- ไม่มีการจัดทำระบบบัญชี : บันทึกเฉพาะการรับซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก ว่ามีอะไรบ้าง จำนวนเท่าไร เป็นเงินเท่าไร เป็นต้น
- จัดทะเบียน นภข. (หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์)
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ และผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามการคำสั่งซื้อ 2 ประเภท
 - ผลิตตามคำสั่งซื้อจากในวัง : จะเป็นสินค้าประเภท กล่อง/ซอง เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าไหมเพื่อการจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง
 - ผลิตตามคำสั่งซื้อจากลูกค้าสั่งทำโดยตรง : จะเป็นสินค้าที่ทำตามข้อตกลงในมาตรฐานสินค้าแต่ละรายไป เช่น สมุก (มีลักษณะคล้ายกะดืบแต่มี 6มุมแต่ทำจากกระจูด) เป็นต้น

2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง : กระเป่า กระบุง ตะกร้า เสื่อกระจูด เป็นต้น

- แหล่งวัตถุดิบ

กระจูด : ไร่จากแหล่งที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นส่วนใหญ่ประมาณ ร้อยละ 60 ที่เหลือใช้จากแหล่งจังหวัดพัทลุงประมาณร้อยละ 40 : อบต.เริ่มปลูกกระจูดเพื่อใช้ในอนาคตในเนื้อที่ 20 ไร่
วัตถุดิบอื่น : สี กาววานิช สายกระเป่า ผ้า ชิป เข็ม ด้าย : ซื้อจากร้านค้าในท้องถิ่นชุมชน ตำบล อำเภอ และจังหวัด

- เครื่องจักร ประกอบด้วย

- 1) เครื่องรีด 2 เครื่อง
- 2) จักรเย็บผ้า 15 เครื่อง : ปัจจุบันไม่มีการใช้งาน

- แรงงาน : สมาชิก 25 คน

- ที่ตั้ง 119 หมู่ที่ 7 บ้านหัวป่าเขียว ตำบลทะเลน้อย อำเภอดวนขนุน จังหวัดพัทลุง 93110

- การแปรรูป

: ผลิตภัณฑ์จากกระจูด นำกระจูดที่ผ่านกรรมวิธีต่างๆ มาสานขึ้นเป็นรูปแบบต่างๆ เช่น กระเป่า กระบุง ตะกร้า เสื่อกระจูดและผลิตภัณฑ์ ทำจากกระจูดอื่นๆตามคำสั่งของลูกค้าฯลฯ
: วัตถุดิบที่ใช้ คือ กระจูด สั่งซื้อมาจากอำเภอชะอวด จังหวัด นครศรีธรรมราช

: กระบวนการผลิต นำกระจูดที่ผ่านกรรมวิธีต่างๆ คัดเลือกเส้นที่ดี มาสานขึ้นเป็นแบบต่างๆ และใส่ส่วนประกอบอื่นๆ ตามที่ต้องการ

- ผลผลิต

กระเป่า : ผลิตได้ ประมาณ 4-5 ชิ้น/คน/วัน

: สมาชิก 25 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 100 –125 ชิ้น/วัน

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ : แล้วแต่ความยากง่ายของชิ้นงาน

- การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- 1) สินค้าที่ผลิตเพื่อจำหน่ายเองจะออกแบบกันเองโดยจะมีผู้นำ ต้นแบบมาจากแหล่งอื่นแล้วพยายามถอดแบบออกมาแล้วพัฒนา ต่อ จากนั้นก็จะสอนต่อๆกันไปทั้งในและนอกเครือข่าย
- 2) สินค้าที่รับจ้างทำก็จะทำตามแบบที่ลูกค้าออกแบบให้มาก่อนจึง ผลิตตามแบบที่ลูกค้าให้มา ซึ่งถ้าเป็นงานต่อเนื่องก็จะมีพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบเป็นประจำทำให้มีการพัฒนาฝีมือไปพร้อมๆกัน

- แต่งตั้งกรรมการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ขนาด วัตถุประสงค์ และความประณีต ให้เป็นตามข้อตกลง ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เข้าเกณฑ์มาตรฐาน จะวางจำหน่ายเอง
- เครือข่ายเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : มีเครือข่าย 3 หมู่บ้าน 45 คน ในหมู่ที่ 6,7,8 ที่คอยสนับสนุนช่วยเหลือทั้งรับช่วงทั้งการผลิตและการจำหน่ายอีกทอดหนึ่งด้วย
- การจัดจำหน่ายสินค้า
 - 1) จำหน่ายให้คนกลางทั้งในประเทศและส่งออก เช่น สวนจิตรดา หรือผู้ส่งออก เป็นต้น
 - 2) จำหน่ายให้ผู้ใช้สินค้าโดยตรง เช่น ออกบูทงานแสดงสินค้า ทางราชการ ขายโดยสมาชิก เป็นต้น
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้า พร้อมแจกนามบัตรที่ติดต่อซื้อได้
 - 2) ฝ่ายการตลาดออกพบปะลูกค้าโดยตรง
 - 3) จำหน่ายตรงโดยสมาชิก
 - 4) จำหน่ายผ่านเครือข่าย
- การส่งออก : ไม่ได้ส่งออกโดยตรง แต่รับจ้างผลิตเพื่อส่งออกไปในลักษณะ ชิ้นส่วนหรือรูปแบบสมบูรณ์ก็ได้ ไปยังประเทศ
 - มาเลเซีย : เน้นแบบที่มีสีสันจุดฉาด
 - ไม่ระบุประเทศ : คำสั่งซื้อตรงจากลูกค้า กรุงเทพฯ
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : 1,500 – 1,800 บาท/เดือน
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 3,000 บาท/เดือน
- ยอดขาย

ปี 2545	480,000 บาท
คาดการณ์ปี 2546	500,000 บาท

5.6.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.6.3.1 ปัจจัยภายใน

- 1) จุดแข็ง
 - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
 - เครือข่ายประสานความช่วยเหลือทั้งการผลิตและการจำหน่าย
 - การดำเนินงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จส่งผลให้มีการพัฒนาทักษะ ความสามารถที่สูงขึ้น

2) จุดอ่อน

- ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานสินค้าทำให้ถูกตีกลับ
- ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลายอย่างทั่วถึง
- ขาดการจัดหาตลาดใหม่ๆเพื่อจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- ไม่มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประจำ
- สมาชิกส่วนใหญ่อายุมากกว่า 40 ปีทำให้ผลิตผลงานได้น้อย
- สมาชิกบางส่วนขาดการพัฒนาทักษะความชำนาญในการสานกระจูด
- ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตลาด
- เงินทุนหมุนเวียนน้อยและการจ่ายเงินที่ล่าช้าของผู้ซื้อสินค้าส่งผลให้ขาดสภาพคล่องทางการเงิน
- ไม่มีการทำระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐานอาจส่งผลให้ขาดประสิทธิภาพในการจัดการกลุ่มในบางด้าน

5.6.3.2 ปัจจัยภายนอก

1) โอกาส

- วัตถุประสงค์บางชนิดสามารถหาได้ในท้องถิ่น
- การแข่งขันในหมู่สมาชิกก่อให้เกิดการพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์
- เป็นอาชีพเสริมที่ลงทุนน้อยแต่ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (พัฒนาชุมชน พาณิชย์จังหวัด) ทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า และการบอกต่อ
- ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วย : หน่วยงานราชการ , พระราชวัง

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านความรู้ การจัดการและงบประมาณ
- มีแนวโน้มของการขาดแคลนวัตถุดิบในอนาคตซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนที่สูงขึ้น
- วัตถุดิบดอกกระจูดใหญ่ทำให้งานขาดความประณีตไม่ได้ราคา

ปีก่อตั้ง
 ■ พ.ศ. 2543

จำนวนสมาชิก
 ■ 25 คน

ประวัติการก่อตั้ง
ทุนเริ่มต้น
 ■ ราชการ 400,000 บาท

ทุนสมทบ
 ■ สมเด็จพระนางเจ้าฯ 60,000 บาท

จุดแข็ง

- อยู่ในพระราชูปถัมภ์
- มีลูกค้าประจำรับซื้อ
- มีการพัฒนาทักษะจากส่วนราชการ
- เป็นผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

การเงิน

ทรัพยากรบุคคล
 ■ วิทยากร 25 คน

ระบบข้อมูลข่าวสาร
 ■ ข้อมูลบริหาร : มีบันทึกแต่ไม่จัดข้อมูลเพื่อตัดสินใจ
 ■ ข้อมูลลูกค้า : มีข้อมูลสินค้า
 ■ ข้อมูลปฏิบัติการ :
 : คำสั่งซื้อ : มีการบันทึกคำสั่งซื้อบ้าง
 : บัญชี : จัดทำบัญชีเฉพาะการรับซื้อจากสมาชิก
 : ยอดขาย : มีบันทึก-ใช้ประโยชน์น้อย

จุดอ่อน

- สมาชิกยังขาดทักษะฝีมือ
- ขาดการปชส. ไม่มีสถานที่จำหน่ายประจำ
- สมาชิกส่วนใหญ่อายุมาก
- การขายเงินล่าช้าส่งผลให้ขาดสภาพคล่องของสมาชิกผู้ผลิต
- ไม่มีระบบบัญชีที่ดี ทำให้ขาดข้อมูลในการจัดการกลุ่ม
- ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์

วิจัยและพัฒนา

- ความต้องการลูกค้า : มาก
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์/กระบวนการผลิต
- การพัฒนาตลาด : สำคัญ
- พระราชวัง

ก่อนการผลิต

- วัตถุประสงค์ : กระจายสินค้า
- แรงงาน : สมาชิก 25 คน
- ที่ดินอาคาร : ที่ทำการกลุ่ม
- เครื่องจักร : เครื่องรีด จักรเย็บผ้า

กระบวนการผลิต

- วัตถุดิบ : กระดาษ สี กาว ติป
- ต้นทุน : 1,400-1,800 บาท/เดือน
- ค่าตอบแทน : 3,000 บาท/คน/เดือน
- การแปรรูป : กระเป๋า สมุด ของใส่ผ้า
- ผลผลิต : 100 - 125 ชิ้น/วัน

หลังการผลิต

- การขนส่ง : ไม่แน่ชัด
- รักษาคุณค่า : ไม่แน่ชัด

โอกาส

- วัตถุประสงค์สามารถหาได้ในท้องถิ่น
- หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุน
- ในการประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย
- เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

การขายและการตลาด

ราคา

- ฐานค่าใช้จ่าย
- ตั้งตั้งแต่ 30 - 350 บาท

ช่องทางจัดจำหน่าย

- จำหน่ายตรง-ผ่านคนกลาง
- งานแสดงสินค้าทางราชการ : ที่ทำการกลุ่มคนกลาง
- สำนักพระราชวัง

สินค้า

- ผลิตภัณฑ์
- กระเป๋า ตะกร้า เสื้อ กอล์ฟ/ของใส่ผ้าใหม่
- บุคคล : ที่กะการขายมีน้อย
- บริการ : บริการเสริมมีน้อย
- ภาพลักษณ์ : ไม่แน่ชัด

ส่งเสริมการขาย

- โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ : ไม่แน่ชัด
- พนักงานขาย : สมาชิก
- ส่งเสริมการขาย : ไม่มี
- การขายตรง : สมาชิกกลุ่ม

อุปสรรค

- ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ
- วัตถุประสงค์มีแนวโน้มขาดแคลน / ราคาสูง

แผนภูมิที่ 6 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์กระชูดบ้านหัวป่าเขียว ต.ทะเลน้อย

5.7 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจูดบ้านโคกทรง จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.7.1 ประวัติการก่อตั้ง

- ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2543
- จำนวนสมาชิกก่อตั้ง (ไม่มีรายละเอียด)
- ได้รับสนับสนุนทุนเริ่มต้นจาก 60,000 บาท
- การระดมทุนเพิ่มเติมจากสมาชิกแบบกลุ่มออมทรัพย์ เดือนละประมาณ 10-20 บาทจากสมาชิก
- เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการสานกระจูดเป็นเสื่อนอน เป็นกระสอบใส่ข้าวสาร ใส่เกลือ หรือที่เรียกว่ากระสอบนั่ง
- การศึกษานอกโรงเรียนเข้ามาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชาวบ้าน

5.7.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำ : นายเยื้อง ปานแก้ว โทรศัพท์ : 01 0825516
- จำนวนสมาชิก 63 คน
- เงินหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต 60,000 บาท
- จัดทำระบบบัญชีแบบบันทึกอย่างง่าย
- มีการจดลิขสิทธิ์ทางปัญญา
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ และ ผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามคำสั่งซื้อจากการสั่งทำโดยตรง
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง
- แหล่งวัตถุดิบ
 - กระจูด : จากตำบลเคิ่ง อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช ระยะทางประมาณ 5 กม. แต่หากมีไฟฟ้าที่พฤษภาคมเป็นเวลานานเป็นเดือนๆ จะซื้อกระจูดมาจากพังงา ซึ่งจะแข็งทำกระเป่าไม่ค่อยได้
 - สายเชือกทำด้วยกก :
 - สีย้อม : กลุ่มซื้อมาจากแหล่งภายนอก
 - ผ้า : มัดย้อม ผ้าลาย ผ้าพื้น
 - กาว : กาววานิช กาวลาเท็กซ์
 - วัตถุดิบอื่น : สายกระเป่า หูไม้ กรรไกร ชิป เข็ม ด้าย
- เครื่องจักร ประกอบด้วย
 - 1) ลูกกลิ้ง
 - 2) จักรเย็บผ้าอุตสาหกรรม 2 เครื่องๆ ละ 10,000 บาท

- แร่งงาน : สมาชิก 63 คน
- ที่ดิน/อาคาร : ที่ตั้ง 73 หมู่ 7 ต.นางหลง อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช
(กำลังของบขเพื่อก่อสร้างศูนย์เรียนรู้อาชีพด้วยงบประมาณ 570,000 บาท)
- การแปรรูป
 - : กระเป๋ากระจูด
 - : เสื่อกระจูด
- ผลผลิต / ราคา : สมาชิก 63 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 300 – 2,000 ชิ้น
ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 30-350 บาท/ชิ้น : ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มจะเป็นผู้กำหนด
ราคารับซื้อจากสมาชิกเพื่อการจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง หรือจากวัตถุประสงค์ของ
กลุ่มแล้วใช้แรงงานสมาชิกจะได้
 - 1) กระเป๋าผ้าสายหนัง(ทำจากกระจูด) ราคาขายปลีก 320 บาท
 - 2) กระเป๋าหิ้วไม้ทรงเรือ (ทำจากกระจูด) ราคาขายปลีก 320 บาท
 - 3) กระเป๋ากระจูด ราคาขายปลีก 180 บาท
 - 4) กระเป๋ากระจูดกันกลม
 - ราคาขายส่ง 65 บาท
 - ราคาขายปลีก 75 บาท

ปริมาณการผลิต 100 ใบ/เดือน

 - 5) กระเป๋าสะพายกระจูดพับข้าง
 - ราคาขายส่ง 55 บาท
 - ราคาขายปลีก 65 บาท

ปริมาณการผลิต 100 ใบ/เดือน

 - 6) เสื่อกระจูด
 - ราคาขายส่ง 80 บาท
 - ราคาขายปลีก 110 บาท
 - 7) หมวกกระจูด
 - ราคาขายส่ง 30 บาท
 - ราคาขายปลีก 35 บาท
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ : มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอจากหน่วยงาน
ราชการภายนอกเช่น การศึกษานอกโรงเรียน โรงเรียนสอนศิลปะ
นครศรีธรรมราช
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- เครือข่ายเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : ไม่มีการระบุแหล่งเครือข่าย
- การจัดจำหน่ายสินค้า จำหน่ายให้ผู้ใช้สินค้าโดยตรง
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้าที่ทางราชการจัดขึ้น (พาณิชย์จังหวัด พัฒนา
ชุมชน ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน อบจ./อบต.
 - 2) จำหน่าย ณ ที่ผลิต

- การประชาสัมพันธ์
 1. ผ่านหน่วยงานราชการในการจัดงานออกร้านและบอกต่อ
 2. ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ในรูปของข่าว
- การส่งออก : มุ่งตลาดภายในประเทศไม่มีการส่งออก
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : 180- 300 บาท/คน/วัน
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 1,000 – 4,000 บาท/คน
- ไม่ปรากฏรายละเอียดยอดขาย

5.7.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.7.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- มีทักษะความชำนาญเนื่องจากเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
- มีวัตถุดิบในท้องถิ่นชุมชน
- ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานจากทางการ
- มีตลาดจำหน่ายในจังหวัดและต่างจังหวัด
- มีสัญญาณแสดงถึงการเติบโต จากยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- มีการจัดการอย่างเป็นระบบทั้งการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบ
- มีระเบียบโครงสร้างการบริหารงานชัดเจน
- กลุ่มมีศักยภาพด้านการการจัดจำหน่ายด้วยตนเองคิดเป็น 80 % ของยอดขายทั้งหมด
- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- รูปแบบผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลาย
- มีระบบเครือข่ายคอยสนับสนุนด้านการผลิตสินค้าและการตลาด
- มีตลาดรองรับที่แน่นอนอย่างสม่ำเสมอ

2) จุดอ่อน

- ระบบการขนส่งสินค้ายังไม่ดีเท่าที่ควรทำให้ต้นทุนสูงและไม่มีประสิทธิภาพ(ยังไม่มีพาหนะขนส่งสินค้า)
- มีการบันทึกบัญชีอย่างง่ายทำให้ไม่สามารถตรวจสอบประสิทธิภาพได้
- วัตถุดิบกระจัดกระจายที่ไม่ได้อบมักขึ้นราได้ง่าย
- ทุนหมุนเวียนขาดสภาพคล่อง
- การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงและขาดความหลากหลายในช่องทางการประชาสัมพันธ์

5.7.3.2 ปัจจัยภายนอก

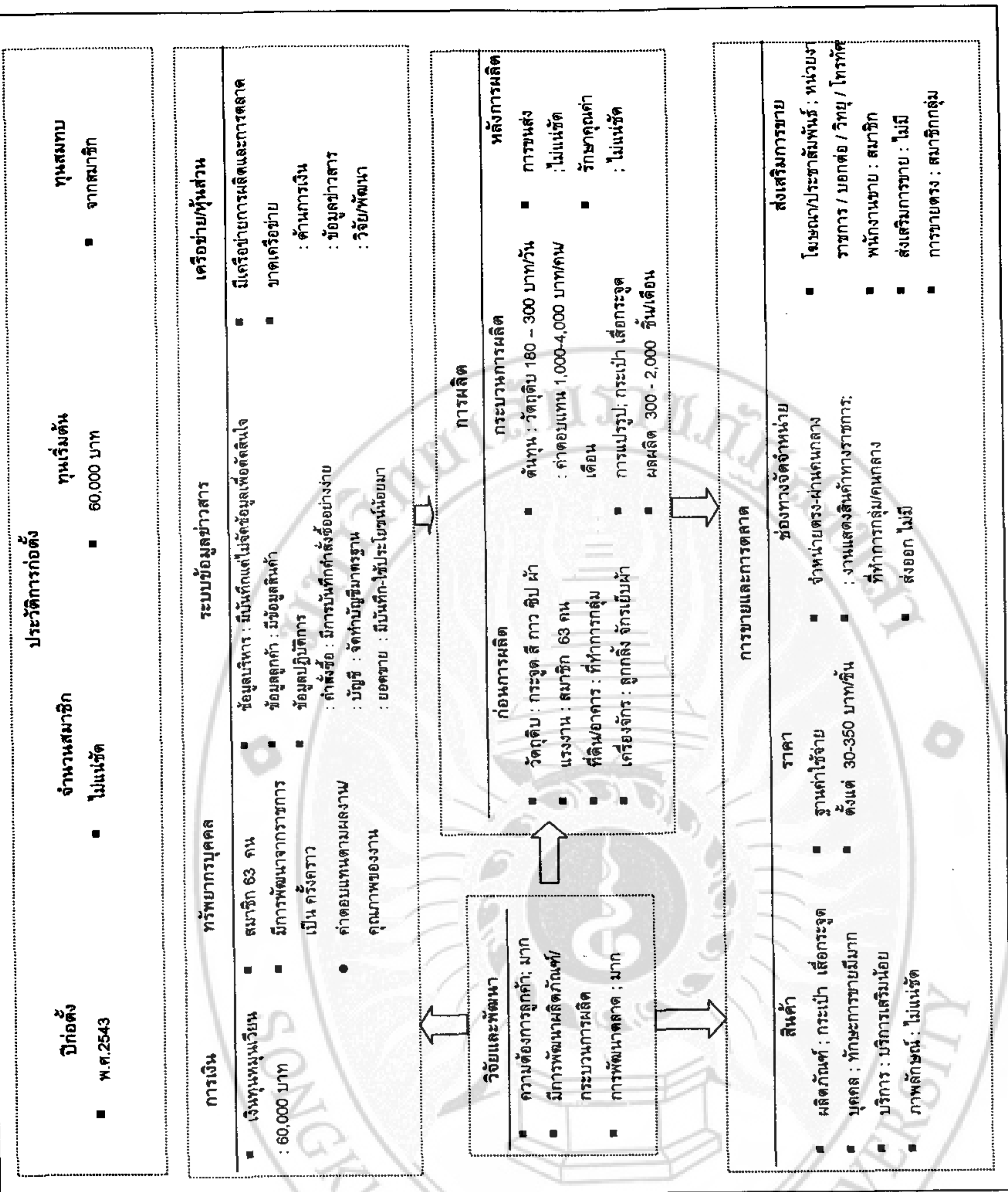
1) โอกาส

- หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า การบอกต่อ และรับรองคุณภาพ

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านความรู้ การจัดการ และงบประมาณ
- ขาดเครื่องอบกระจุบส่งผลให้กระจุบขึ้นราได้ง่ายและเมื่อมีการจ้างอบทำให้ต้นทุนสูงขึ้น
- ช่วงฤดูฝนอาจเกิดการขาดแคลนกระจุบได้ เนื่องจากขาดแสงแดดและความชื้นสูง
- กระบวนการผลิต(สีย้อม)มีผลกระทบต่อสุขภาพผู้ผลิต
- วัตถุดิบบางชนิดมีราคาแพง





- จุดแข็ง
 - ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน
 - ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง
 - มีการจัดการเป็นระบบ โครงสร้างบริหารชัดเจน
 - มีเครือข่ายสนับสนุนด้านสินค้าและตลาด
 - มีวัตถุดิบในท้องถิ่น
- จุดอ่อน
 - ขาดความเหมาะสมสินค้า
 - วัตถุดิบกระจุยลีเราได้ง่าย
 - เงินทุนหมุนเวียนไม่มากพอ
 - การบันทึกบัญชี ยังไม่ได้ใช้เพื่อการจัดการ
 - การ ปชส.ยังไม่ทั่วถึง ไม่หลากหลาย
- โอกาส
 - หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย
 - สินค้าได้รับการรับรองคุณภาพ

แผนภูมิที่ 7 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรผู้ผลิตบ้านโคกทราย ต.นางหลง

5.8 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจูดบ้านบางน้อย จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.8.1 ประวัติการก่อตั้ง

- ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2529 –2536 เริ่มใหม่ ปี 2540
- จำนวนสมาชิกก่อตั้ง (ไม่มีรายละเอียด)
- ได้รับสนับสนุนทุนเริ่มต้นจาก(ไม่มีรายละเอียด)
- การระดมทุนเพิ่มเติมจากสมาชิกฯ หุ้่นละ 60 บาทต่อเดือนโดยนัดกันในวันที่ 15 ของทุกเดือน

5.8.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำ : นางพุ่ม หนุรอด 01 0835156
- จำนวนสมาชิก 50 คน
- ไม่ปรากฏข้อมูลเงินหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต
- มีระบบบัญชีแบบง่าย ๆ
- ไม่ปรากฏข้อมูลการจดทะเบียนใดๆ
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ และ ผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามการคำสั่งซื้อจากการสั่งทำโดยตรง
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง : กระจูดเป่า เสื่อกระจูด เป็นต้น
- แหล่งวัตถุดิบ
 - กระจูด : กำละ 30-35 จากตำบลเคอิ่ง และจากพัทลุงก็มีบ้าง ในช่วงที่พรมมีไฟป่า
 - สีย้อม : ไม่ระบุแหล่งที่มา
 - ผ้า : มัดย้อม ผ้าลาย ผ้าพื้น
 - กาว : กาววานิช กาวลาเท็กซ์
 - วัตถุดิบอื่น : สายกระจูด หูไม้ กรรไกร ชีป เข็ม ด้าย
- เครื่องจักร ประกอบด้วย
 - 1) เครื่องรีด (ไม่ระบุราคา) 1 เครื่อง
 - 2) จักรเย็บผ้าอุตสาหกรรม 2 เครื่อง จาก กศน.
- แรงงาน : สมาชิก 50 คน
- ที่ดินอาคาร : ที่ทำการ 54 ม.4 ต.ท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช
- การแปรรูป
 - : กระจูดเป่า
 - : เสื่อกระจูด

- ผลผลิต / ราคา
 - : สมาชิก 50 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 500 –1,200 ชิ้น
 - ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 50-150 บาท/ชิ้น : ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มจะเป็นผู้กำหนด
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- เครื่องมือเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : (ไม่มีการระบุแหล่งเครื่องมือ)
- การจัดจำหน่ายสินค้า
 - 1) จำหน่ายให้ผู้ใช้สินค้าโดยตรง
 - 2) จำหน่ายผ่านคนกลางอีกทอดหนึ่ง : เป็นลูกค้าภาคกลาง ลูกค้าจากในตัวเมืองซื้อไปจำหน่ายยังแหล่งท่องเที่ยว
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้า
 - 2) จำหน่าย ณ ที่ผลิต
- การส่งออก : คนกลางรับซื้อส่งออกไปญี่ปุ่น
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : 6,000 – 20,000 บาท/เดือน
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 3,000 – 4,000บาท/คน/เดือน
- ยอดขาย : ตั้งแต่ปี 2542-2546 มีการเติบโตมาตลอด แต่ช่วงการท่องเที่ยวเกิดน้อยลงหรือ โรคซาร์ ทำให้ยอดขายตกลงเช่นกัน

5.8.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.8.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- มีทักษะความชำนาญเนื่องจากเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ
- สินค้ามีคุณภาพสูงไม่เคยมีประวัติ
- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- ใช้วัตถุดิบจากในชุมชนท้องถิ่น
- มีชื่อเสียงผู้คนรู้จักโดยทั่วไป เห็นได้จากการที่ลูกค้ามาซื้อที่ทำการกลุ่มเอง
- มีตลาดในประเทศรองรับอย่างต่อเนื่อง
- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อของลูกค้า
- มีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์คอยสนับสนุนการผลิต

- มีการอบรม/ประชุมให้ความรู้อยู่เสมอ
- มีช่วยกันออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยตรงตามความต้องการของลูกค้าเสมอ
- ได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นในการประกวดผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- มีเครือข่ายคอยสนับสนุนด้านการผลิต/การตลาด/การรวบรวมสินค้า

2) จุดอ่อน

- สินค้ายังไม่มีรูปแบบแปลกใหม่
- ระบบการขนส่งสินค้ายังไม่ดีเท่าที่ควรทำให้ต้นทุนสูงและไม่มีประสิทธิภาพ
- ขาดเงินทุนหมุนเวียน
- สถานที่คับแคบไม่เพียงพอกับการสต็อกสินค้าที่ผลิตได้
- การประชาสัมพันธ์ยังไม่หลากหลายช่องทางและไม่ทั่วถึง
- ขาดความรู้และทักษะในการขายสินค้าและการจัดการตลาด
- ขาดผู้ชำนาญมีความรู้ในการชี้แนะ/ให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่
- ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

5.8.3.2 ปัจจัยภายนอก

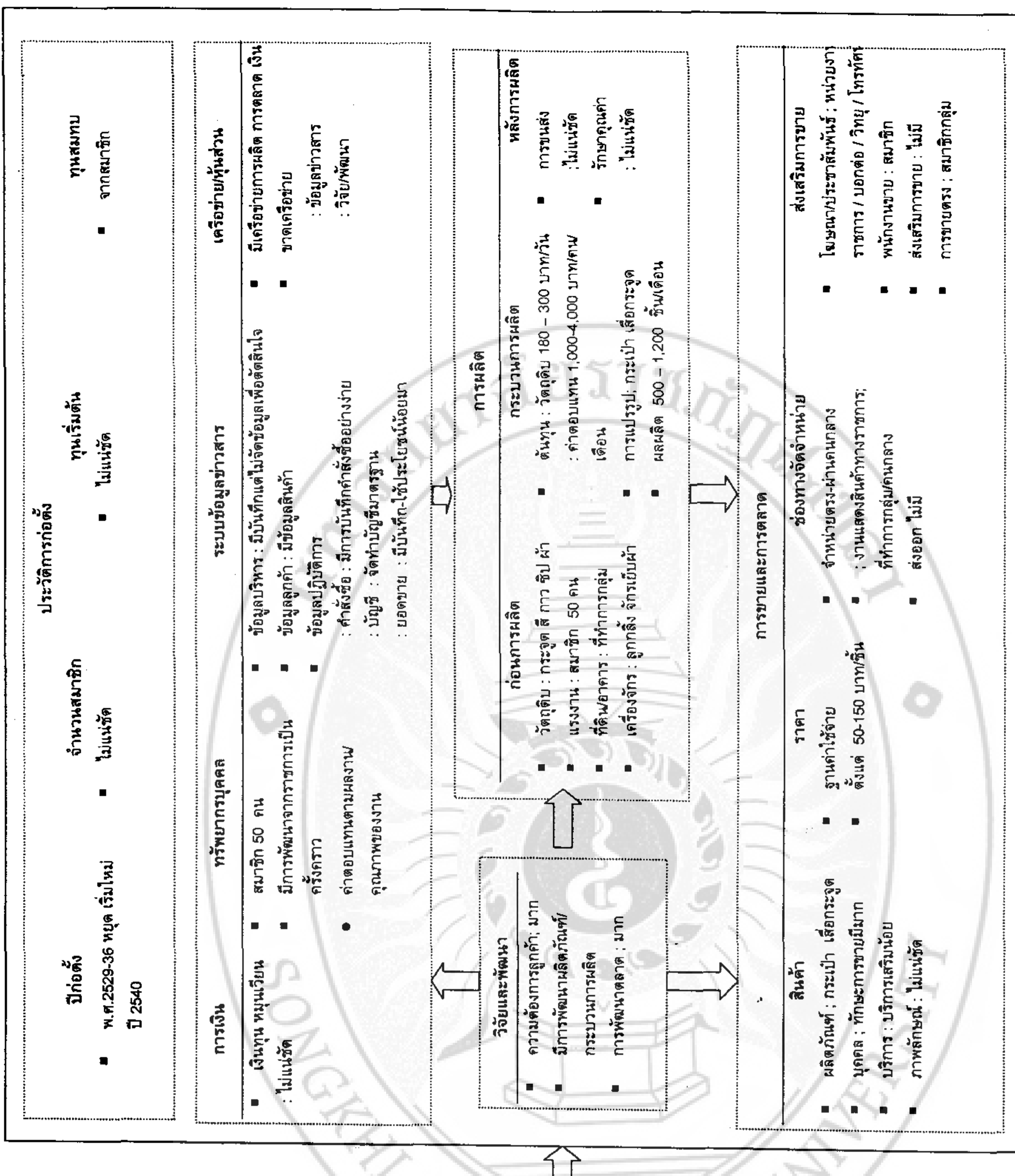
1) โอกาส

- ผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านและจากภายนอก
- หน่วยงานราชการและเอกชนให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า การบอกต่อ และรับรองคุณภาพ

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านความรู้ การจัดการและงบประมาณ
- ช่วงฤดูฝนอากาศชื้นทำให้กระจุกขึ้นราทำให้วัตถุดิบเสียหาย/ด้อยคุณภาพ
- สีย้อมกระจุกมีผลกระทบต่อสุขภาพ
- ถ้าเข้าร้านจำหน่ายแพงไม่สามารถเข้าเป็นที่จำหน่ายประจำได้

จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> มีทักษะความชำนาญ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์โดยสนับสนุนการผลิต มีเครือข่ายสนับสนุนด้านสินค้าและตลาด มีวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นที่รู้จัก เคยได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่น
จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> สินค้ายังไม่มีการรับรองมาตรฐาน ระบบการขายส่งสินค้ายังไม่ดี ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การบันทึกบัญชี ยังไม่ได้ใช้เพื่อการจัดการ การ ปชส.ยังไม่ทั่วถึง ไม่หลากหลาย
โอกาส	<ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนใน การประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น
อุปสรรค	<ul style="list-style-type: none"> ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ ขาดเครื่องมือป้องกันกระจัดกระจาย ฤดูฝน ขาดแคลนกระจัด กระบวนการผลิต มีผลต่อสุขภาพผู้ผลิต



แผนภูมิที่ 8 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์กระจัดบ้านบางน้อย ต.ท่าเสม็ด

5.9 หน่วยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจูดบ้านควนป้อม จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.9.1 ประวัติการก่อตั้ง

- ก่อตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ.2535
- จำนวนสมาชิกก่อตั้ง 25 คน
- ได้รับสนับสนุนทุนเริ่มต้นจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย 62,000 บาท
- ทุนสนับสนุนสมทบจาก บริษัทยูโนแคล สมาคมพัฒนาประชากรและสำนักงานพัฒนาชุมชนเข้าไปเป็นหน่วยงานเสริมสนับสนุนหาตลาดให้
- การระดมทุนเพิ่มเติมจากสมาชิกฯ
- สมาชิกสมทบตอนเริ่มก่อนตั้งกองทุน คนละ100 บาท เป็นเงิน 2,500 บาท
- สัจจะออมทรัพย์ สมาชิกต้องมาฝากทุกวันที่ 15 ของเดือน แล้วมีการเปิดให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 บาทต่อเดือน เพื่อใช้ในการซื้อวัตถุดิบหรือใช้จ่ายฉุกเฉินในครอบครัวโดยส่ง 3 เดือนครั้ง

5.9.2 การบริหารจัดการ

- ผู้นำ นางกัลยา กิรรมณร์รักษ์
- จำนวนสมาชิก 40 -50 คน อายุตั้งแต่ 30- 50 ปี
- เงินหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต 50,000 บาท
- มีระบบบัญชีอย่างง่าย
- มีจดทะเบียน(ไม่ระบุประเภท) มีโครงสร้างองค์กรชัดเจน
- การผลิตและจำหน่าย : มีการผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ และ ผลิตเพื่อจำหน่ายเอง ควบคู่กันดังนี้
 - 1) ผลิตตามการคำสั่งซื้อจากการสั่งทำโดยตรง
 - 2) ผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง
- แหล่งวัตถุดิบ
 - กระจูด : เป็นพืชเส้นใยมีจำนวนมากขึ้นอยู่ทั่วไปในบริเวณป่าพรุของตำบลเคื่อง หมู่ 1 อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช (มักมีปัญหาความชื้นในฤดูฝนทำให้ขึ้นรา)
 - สีย้อม :
 - ผ้า : มัดย้อม ผ้าลาย ผ้าพื้น
 - กาว : กาววานิช กาวลาเท็ก
 - วัตถุดิบอื่น : สายกระเป่า หูไม้ กรรไกร ชิป เข็ม ด้าย
- เครื่องจักร ประกอบด้วย
 - 1) เครื่องรีด (ไม่ระบุจำนวน)
 - 2) จักรเย็บผ้าอุตสาหกรรม ราคา 12,000 บาท

- แรงงาน : สมาชิก 50 คน
- ที่ดิน/อาคาร : หมู่ 1 บ้านควนป้อมมีโรงเรือน 1 หลัง กว้าง 9 เมตร ยาว 10 เมตร
- การแปรรูป : กระเป๋าสื่อกระจูด
- ผลผลิต / ราคา
 - : สมาชิก 50 คน ทำให้ผลิตได้ประมาณ 1,000 – 2,500 ชิ้น
 - ราคาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 25-250 บาท/ชิ้น : ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและความยากง่ายของรูปทรงผลิตภัณฑ์
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ไม่ปรากฏรายละเอียดการคัดกรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- เครื่องมือเพื่อการผลิตและจำหน่าย
 - : (ไม่มีการระบุแหล่งเครื่องมือ)
- การจัดจำหน่ายสินค้า
 - 1) จำหน่ายให้ผู้ซื้อสินค้าโดยตรง เช่น ออกบูทงานแสดงสินค้าทางราชการ ขายโดยสมาชิก เป็นต้น
 - 2) จำหน่ายผ่านคนกลางอีกทอดหนึ่ง : เป็นลูกค้าประจำ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1) ออกงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานราชการและเอกชนจัด(พัฒนาชุมชน, พาณิชย, ปตท.) พร้อมแจกนามบัตรที่ติดต่อชื่อได้
 - 2) จำหน่ายตรงโดยสมาชิก
 - 3) จำหน่ายผ่านหน่วยงานราชการ(พัฒนาชุมชน, พาณิชย)
- การประชาสัมพันธ์
 - 1) ผ่านหน่วยงานราชการ
 - 2) ผ่านการแสดงสินค้า
 - 3) ผ่านเว็บไซต์ OTOP
- การส่งออก : ไม่ได้ส่งออกโดยตรง แต่รับจ้างผลิตเพื่อส่งออก (ไม่ระบุประเทศที่ส่งออก) ตลาดในประเทศเป็นหัวเมืองเชียงใหม่และกทม.(จตุจักร)
- ต้นทุนการผลิตสินค้า : ไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด
- ผลตอบแทนการผลิตสินค้า : 2,000- 5,000 บาท/คน/เดือน
- ไม่ปรากฏรายละเอียดยอดขาย

5.9.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5.9.3.1 ปัจจัยภายใน

1) จุดแข็ง

- มีทักษะความชำนาญเนื่องจากเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ
- สินค้ามีคุณภาพสูงไม่เคยมีประวัติ
- เพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวของสมาชิก
- ใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่
- มีตลาดรองรับทั้งในประเทศและการส่งออก
- ใช้กลไกการตลาดในการรับซื้อผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มกับสมาชิก
- มีเครือข่ายสนับสนุนการผลิต วัตถุดิบและการตลาด

2) จุดอ่อน

- วัตถุดิบกระจุกตัวมากขึ้นราเนื่องจากไม่มีเครื่องอบต้องใช้เครื่องอบจากที่อื่น
- ไม่มีกฎระเบียบการบริหารงานที่แน่ชัดขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่ม
- มีการจัดบันทึกอย่างง่ายไม่เป็นระบบมาตรฐาน
- ฟังพาดตลาดคนกลางเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากตลาดขายตรงโดยกลุ่มประมาณ 30 % ของยอดขายทั้งหมด
- ขาดการควบคุมคุณภาพในระบบการผลิต
- เครื่องมือเครื่องจักรไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้า เช่น เครื่องอบ
- วัตถุดิบบางตัวที่ใช้มีผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น กาววานิช สีย้อม

5.9.3.2 ปัจจัยภายนอก

1) โอกาส

- ผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- หน่วยงานราชการและเอกชนให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(พัฒนาชุมชน พาณิชย์จังหวัด และปตท.)
- ทั้งการออกบูทในงานแสดงสินค้า การบอกต่อและรับรองคุณภาพ

2) อุปสรรค

- ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในด้านความรู้ การจัดการและงบประมาณ
- วัตถุดิบบางอย่างนำเข้าจากแหล่งอื่นในราคาสูงเนื่องจากค่าขนส่ง
- กาววานิชไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน

จุดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> • ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง • ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง • มีกลไกในการรับซื้อระหว่างกลุ่มกับสมาชิก • มีเครือข่ายสนับสนุนด้านสินค้าและตลาด • มีวัตถุดิบในท้องถิ่น
จุดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่มีระบบการบริหารงานที่แน่ชัดกับผู้หน้า • วัตถุดิบกระจัดกระจายได้ง่าย • ขาดการควบคุมคุณภาพในระบบการผลิต • การบันทึกบัญชี ยังไม่ได้ใช้เพื่อการจัดการ • พึ่งคนกลางในการจำหน่ายมาก
โอกาส	<ul style="list-style-type: none"> • หน่วยงานราชการและเอกชนสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์และช่องทางจำหน่าย • สินค้าได้รับการรับรองคุณภาพ
อุปสรรค	<ul style="list-style-type: none"> • ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ • ขาดเครือข่ายป้องกันกระจัดซื้อ • กระบวนการผลิต มีผลต่อสุขภาพผู้ผลิต • วัตถุดิบบางชนิดมีราคาแพง

ประวัติการก่อตั้ง	
ปีก่อตั้ง	จำนวนสมาชิก
<ul style="list-style-type: none"> • พ.ศ.2535 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 คน
ทุนสมทบ	ทุนเริ่มต้น
<ul style="list-style-type: none"> • บริษัท ยูเน็ค • สมาคมพัฒนาประชากรราชการ 	<ul style="list-style-type: none"> • การปีโตรเดิม 62,000 บาท
การเงิน	ทรัพยากรบุคคล
<ul style="list-style-type: none"> • เงินทุนหมุนเวียน : 50,000 บาท • มีการพัฒนาจากราชการเป็นครั้งคราว • ค่าตอบแทนตามผลงานคุณภาพของงาน 	<ul style="list-style-type: none"> • สมาชิก 40-50 คน • ข้อมูลบริหาร : มีบันทึกแต่ไม่จัดข้อมูลเพื่อตัดสินใจ • ข้อมูลลูกค้า : มีข้อมูลสินค้า • ข้อมูลปฏิบัติการ : ดำสั่งซื้อ : มีการบันทึกคำสั่งซื้ออย่างง่าย • บัญชี : จัดทำบัญชีมาตรฐาน • ยอดขาย : มีบันทึก-ใช้ประโยชน์น้อยมา
วิจัยและพัฒนา	ก่อนการผลิต
<ul style="list-style-type: none"> • ความต้องการลูกค้า : มาก • มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ • กระบวนการผลิต • การพัฒนาตลาด : มาก 	<ul style="list-style-type: none"> • วัตถุดิบ : กระจัด สัก ทั่ว ทั่ว • แรงงาน : สมาชิก 50 คน • ที่ดินอาคาร : ที่ทำการกลุ่ม • เครื่องจักร : เครื่องรีด จักรเย็บผ้า
	การผลิต
	<ul style="list-style-type: none"> • กระบวนการผลิต • ต้นทุน : วัตถุดิบ ไม่แน่ชัด : ค่าตอบแทน 2,000-5,000 บาท/คน/เดือน • การแปรรูป, กระเป่า เสื่อกระจุต • ผลผลิต 1,000 - 2,500 ชิ้น/เดือน
สินค้า	การขายและการตลาด
<ul style="list-style-type: none"> • ผลิตภัณฑ์ : กระเป่า เสื่อกระจุต • บุคคล : ที่กระเป่าขายปานกลาง • บริการ : บริการเสริมน้อย • ภาพลักษณ์ : ไม่แน่ชัด 	<ul style="list-style-type: none"> • ช่องทางจัดจำหน่าย • เจ้าหน้าที่ผ่านคนกลาง • งานแสดงสินค้าทางราชการ; ที่ทำการกลุ่ม/คนกลาง • ส่งออก ไม่มี
อุปสรรค	ส่งเสริมการขาย
<ul style="list-style-type: none"> • ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาจากภาครัฐ • ขาดเครือข่ายป้องกันกระจัดซื้อ • กระบวนการผลิต มีผลต่อสุขภาพผู้ผลิต • วัตถุดิบบางชนิดมีราคาแพง 	<ul style="list-style-type: none"> • โฆษณาประชาสัมพันธ์; หน่วยงานราชการ / นามบัตร • พนักงานขาย : สมาชิก • ส่งเสริมการขาย : ไม่มี • การขายตรง : สมาชิกกลุ่ม

แผนภูมิที่ 9 แสดงประวัติการก่อตั้งและการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์กระจุตบ้านควนป้อม ต. เค็ริง