

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ประธาน เจ้าของกิจการ หรือผู้แทนของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ของอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายสำเร็จรูปกำปอ 153 หมู่ 4 ต.สันทรายหลวง อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
2. รองเท้าเส้นใยพืช 208 หมู่ 1 ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 50210

และระดับ 4 ดาว จำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ ของอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. กลุ่มวิสาหกิจขนมจีนและเครื่องแกง 127 หมู่ 3 ต.หนองແຍ້ງ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
2. หมูยอวิมลรัตน์ 199/141 หมู่ 2 ต. หนองจ้อม อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
3. บริษัทฟาร์มผึ้งสายัณห์ จำกัด 82/1 หมู่ 10 ต.สันทรายน้อย อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
4. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจันทร์ 9 หมู่ 9 ต.หนองจ้อม อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
5. น้ำพริกเผาเห็ดหอม 186 หมู่ 5 ต.สันพระเนตร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
6. Yellow Bean Coffee 146 หมู่ 13 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
7. วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านดลฤดี 248 หมู่ 6 ต.หนองจ้อม อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
8. กลุ่มประดิษฐ์ผ้าบ้านบวกเปา 139 หมู่ 3 ต.หนองແຍ້ງ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
9. กลุ่มผู้เฝ้าดิน 149 หมู่ 1 ต.สันป่าเปา อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
10. กลุ่มภูตอยออรคิด 208 หมู่ 6 ต.หนองจ้อม อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
11. เกศรินผ้าคลุมเตียงด้นมือ 85/131-2 หมู่ 7 ต.หนองจ้อม อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210

พร้อมทั้งสังเกตการทำงาน และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลมารายงานผลและอภิปรายผลได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 การดำเนินงานในแต่ละด้านทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OPC)

- ข้อมูลด้านการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการ
- ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
- ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต
- ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี
- ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในแต่ละด้านทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OPC)

- ปัญหาด้านการบริหารจัดการ
- ปัญหาด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
- ปัญหาด้านการบริหารการผลิต
- ปัญหาด้านการบริหารการเงินและบัญชี
- ปัญหาด้านการบริหารการตลาด
- ปัญหาด้านอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 การดำเนินงานในแต่ละด้านทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OPC)

1. กลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายสำเร็จรูปก้ำปอ

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการประชุมและพบปะอย่างเป็นทางการอาทิตย์ละ 1 ครั้งและอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่ากัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ด้วยการให้สวัสดิการสังคม และ เงินปันผล ตอนสิ้นสุดการดำเนินงานในแต่ละปี

การควบคุม

มีการกำหนดหัวหน้างานให้ควบคุมการปฏิบัติงานในด้านการผลิต การตัดเย็บ การประกอบ และการส่งมอบงานให้ลูกค้า ถ้าเกิดสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบเบื้องต้นแล้วจะมีผู้ตรวจสอบคุณภาพซ้ำอีกครั้งก่อนนำไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการทอผ้า ตัดเย็บ หรือ ถ้ามีใบผ่านงานจากศูนย์ฝึกอาชีพ หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็รับพิจารณา องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากหัวหน้างานในแต่ละส่วนของงานแต่ไม่เป็นทางการ และไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายวัน มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรประธานกลุ่มจะเข้ามาจัดความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

องค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีโรงงานผลิต มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการทำสัญญาล่วงหน้า ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรายเดือน มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบรายชิ้นเพราะต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีที่สุด องค์กรจะมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจม องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 100 ชิ้นต่อเดือน มีการใช้จักรเย็บผ้าอัตโนมัติ และมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 25,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว โดยมีรายได้จากการขาย

เฉลี่ย 250,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสดหรือมัดจำ 50 % ของราคาที่ตกลงกันก่อนจะทำการผลิตและจะต้องชำระให้หมด 100 % หลังจากเริ่มสั่งผลิตแล้วไม่เกิน 2 สัปดาห์ ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์คือ ชาวญี่ปุ่น ชาวต่างชาติ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ ชาวไทย มีส่วนครองตลาดประมาณ 30 -40 % มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์เน้นที่ระดับรายได้ระดับ B+ ขึ้นไปรวมถึงเกณฑ์ด้านจิตวิทยาเน้นที่รูปแบบการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าฝ้ายสไตรญี่ปุ่น และสินค้าผ้าฝ้าย มีสัดส่วนการขาย 70 : 30 กลุ่มผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายดังนี้ เสื้อ 30 แบบ , กางเกง 4 แบบ , กระโปรง 10 แบบ , หมวก 2 แบบ, ผ้าพันคอ 5 แบบ ฯลฯ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งคือ ลวดลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ (การวางลายเส้น , การใช้โทนสี) ทางกลุ่มอาศัยแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าชาวญี่ปุ่น ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นประเภท OTOP 5 ดาว , การประกวดลายผ้าที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทางกลุ่มมีการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากถุงและกล่องเป็นการขายปลีก ใช้ลังไม้ไม่เป็นการขายส่ง ทางกลุ่มให้บริการติดต่อกับผู้ขนส่ง (shipping) ให้ในกรณีส่งออกต่างประเทศ มีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการขนส่งก่อนถึงมือลูกค้า

องค์กรมีวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์ให้ผลตอบแทนแบบลูกโซ่ ร่วมกับการให้ส่วนลดการค้า เช่น ให้ส่วนลดการค้า 25% และ 40% โดยอาศัยปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ ราคาของวัตถุดิบ และต้นทุนรวม ทางกลุ่มมีส่วนลดการค้าให้กับลูกค้าปลีก เช่น ถ้าซื้อผลิตภัณฑ์ 2 ชิ้นจะลดให้ 10 % แต่ทางกลุ่มผู้ประกอบการไม่มีการขายเป็นเงินเชื่อ เมื่อเปรียบเทียบราคาขายของผลิตภัณฑ์กับคู่แข่งชั้นยจะมีราคาสูงกว่า 15 %

องค์กรมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 2 แห่งคือ ที่ทำการของกลุ่มในอำเภอสันทราย และร้านขายผลิตภัณฑ์ที่ถนนท่าแพ เชียงใหม่ โดยมีการขายผลิตภัณฑ์ทั้งขายส่งและขายปลีก มีสัดส่วน 70 : 30 ทางกลุ่มมีวิธีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือโดยใช้ระบบคุณภาพแบบญี่ปุ่นเกือบทั้งหมด เช่น Quality Control , Just in Time, Kunban, Quality Cycle Control, ฯลฯ กลุ่มผู้ประกอบการมีการจัดส่งสินค้าโดยต้องมัดจำค่าสินค้า 50 % ก่อนสั่งผลิตและต้องจ่ายเงินให้ครบ 100 % แล้วจะส่งของให้ผ่านตัวแทนการส่งออกสินค้าเอกชน

องค์กรใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายวิธี เช่น การโฆษณาเน้นการทำแผ่นพับ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ต่างชาติ ป้ายผ้า วิทยุชุมชน , การประชาสัมพันธ์เน้นการทำกิจกรรมร่วมกับภาครัฐและเอกชน มีการรวมกลุ่มผู้ผลิตประเภทเดียวกันจัดแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ , การขายโดยพนักงานขายเน้นการออกบู๊ทและให้ข้อมูลกับลูกค้าผ่านทางพนักงานที่มีความรู้แบบมืออาชีพ , การตลาดทางตรงมีการติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศโดยตรงจากฐานข้อมูล และ การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำเว็บไซต์ที่น่าสนใจแบบมืออาชีพเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชม

2. รองเท้าเส้นใยพืช

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ด้วยการให้สวัสดิการสังคม

การควบคุม

องค์กรให้เจ้าของธุรกิจให้ควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการผลิต การตัดเย็บ การประกอบ และการส่งมอบสินค้า ก่อนนำส่งไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการ ตัดเย็บ ประกอบรองเท้า องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยเจ้าของธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายวัน มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรเจ้าของธุรกิจจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีโรงงานผลิตเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงาน มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินเชื่อโดยได้รับเครดิต 30 วัน แหล่งวัตถุดิบมาจากกรุงเทพ และเชียงใหม่ผสมผสานกัน มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากเจ้าของกิจการเอง ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรอบ 1 เดือนผ่านการขนส่งทางรถขนส่งบริษัทนิมชีเส็ง มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 300 คู่ต่อวัน มีการใช้จักรเย็บผ้าอัตโนมัติ และมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำบัญชีครัวเรือน และจ้างให้บริษัทบัญชีตรวจสอบระบบบัญชีขององค์กร มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 100,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 200,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงานทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ายุคกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อัตราส่วน 50 : 50 และกลุ่มเป้าหมายรองคือ คนในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ อาศัยเกณฑ์ด้านจิตวิทยาในการค้นหาลูกค้านั้นที่รูปแบบการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับองค์กร คือ รองเท้าผ้าที่ทำด้วยเส้นใยพืชด้วยมือ ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นประเภท OTOP 5 ดาว , ทางองค์กรมีการออกแบบตราสินค้าขององค์กรเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เป็นถุงผ้าสำหรับการขายปลีก

องค์กรมีวิธีการกำหนดราคาโดยอาศัยปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาคือ ราคาขายของผลิตภัณฑ์คิดแบบบวกเพิ่มจากต้นทุนรวมประมาณ 25 – 30 %

องค์กรมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 3 แห่งคือ ห้างสรรพสินค้า Airport plaza บริเวณชั้นขายสินค้าของฝาก Northern Village, ตลาดวโรรส ชั้น 2 และ ไนท์บาร์ซ่า

องค์กรใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายวิธี เช่น การโฆษณาเน้นการทำแผ่นพับใบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายผ้า วิเทศชุมชน , การประชาสัมพันธ์เน้นการทำกิจกรรมร่วมกับภาครัฐและเอกชน , การขายโดยพนักงานขายเน้นการออกบู๊ทที่ถนนคนเดินวันเสาร์ – อาทิตย์ และให้ข้อมูลกับลูกค้าผ่านทางพนักงานที่มีความรู้แบบมืออาชีพ , การตลาดทางตรงมีการติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศโดยตรงจากฐานข้อมูล และ การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจแบบมืออาชีพเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชม

3. กลุ่มวิสาหกิจทำขนมจีนและเครื่องแกง

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรไม่มีการวางแผนด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ไม่มีการปฏิบัติตามแผน ไม่มีเป้าหมายในการดำเนินงาน ไม่มีการทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

การจัดองค์กร

ไม่มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน มีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ด้วยการให้สวัสดิการสังคมและเงินปันผล

การควบคุม

องค์กรให้ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการผลิต การแรงงานคน การบรรจุ และการส่งมอบสินค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการทำขนมจีน และเครื่องแกง องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานจากประธานกลุ่มและผู้ที่มีประสบการณ์จากสถาบันการศึกษาแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยประธานกลุ่ม ๙ อย่างไม่เป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นเดือน ไม่มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรประธานกลุ่ม ๙ จะเข้ามาขจัดความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาและคาดคะเนจากภาวะความต้องการของตลาดผู้ซื้อ องค์กรมีโรงงานผลิตเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงานและวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากสมาชิกในกลุ่ม ๙ ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นสลิปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 600-700 กิโลกรัมต่อวัน มีการใช้

เครื่องจักรอัตโนมัติ เช่น เครื่องโม่แป้ง เครื่องบดพริกแกง และเครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังจากใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานครบถ้วนเรื่องอย่างง่าย มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 30,000 บาท จากเงินลงทุนของกลุ่มสมาชิก โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 10,000 บาทต่อวัน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับสมาชิกทุกคนและเก็บไว้เป็นเงินปันผลตอนสิ้นปี

สำหรับสมาชิก

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์ขนมจีนคือ ผู้ซื้อชาวไทยตามตลาดสดต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ ชาวต่างชาติ เช่น สิงคโปร์ และออสเตรเลีย โดยส่งสินค้าเป็นพริกแกงเพียงอย่างเดียว ใช้วิธีการนำเสนอให้กับลูกค้าทดลองก่อนและให้มีการสั่งซื้อ รวมถึงการบอกต่อจากลูกค้าด้วยตนเอง ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับองค์กร คือ เส้นขนมจีน และพริกแกงประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบกับการทำอาหาร ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นประเภท OTOP 4 ดาว , ทางองค์กรมีการออกแบบตราสินค้าขององค์กรเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกสำหรับการขายปลีก และใช้ถุงพลาสติกแบบสุญญากาศเพื่อบรรจุพริกแกงประเภทต่าง ๆ ส่งให้ลูกค้าชาวต่างชาติ ผ่านทางระบบขนส่งทางไปรษณีย์

องค์กรมีวิธีการกำหนดราคา คือ ราคาขายของผลิตภัณฑ์เส้นขนมจีนคิดแบบบวกเพิ่มจากต้นทุนรวมประมาณ 50 % และ ราคาขายส่งพริกแกงให้กับชาวต่างชาติจะบวกเพิ่มจากต้นทุนรวม ประมาณ 100 % โดยคิดค่าขนส่งจากลูกค้าแยกออกมาต่างหาก

องค์กรมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 1 แห่งคือ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนขนมจีน เท่านั้น

องค์กรใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาด เช่น การใช้สื่อวิทยุชุมชน การออกบู๊ثر่วมกับหน่วยงานภาครัฐ การบอกต่อกันแบบปากต่อปาก และร่วมกิจกรรมภายในชุมชน ยังไม่มีการใช้สื่อที่ทันสมัย ประกอบกับภายในกลุ่มมีความรู้ด้านเทคโนโลยีค่อนข้างน้อย และต้องการใช้สื่อบุคคลมากกว่า

4. หมูยอพริกไทยดำวิมลรัตน์

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีการปฏิบัติตามแผน มีเป้าหมายในการดำเนินงาน มีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน มีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกด้วยการพบปะอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบเป็นทางการทางลายลักษณ์อักษร และแบบไม่เป็นทางการทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ด้วยการให้สวัสดิการสังคม

การควบคุม

องค์กรให้เจ้าของธุรกิจควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต แรงงานคน การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบสินค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการทำหมูยอ องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิก โดยมีการสอนงานจากเจ้าของธุรกิจและหัวหน้างานในธุรกิจแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผล การปฏิบัติงานโดยเจ้าของธุรกิจและหัวหน้างานอย่างไม่เป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นเดือน มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรจะให้หัวหน้างานเข้าบริหารจัดการความขัดแย้ง ไกล่เกลี่ยเบื้องต้นและส่งต่อให้เจ้าของธุรกิจตามลำดับขั้น

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยการคาดคะเนจากภาวะความต้องการของตลาดผู้ซื้อ และข้อมูลในอดีต องค์กรมีโรงงานผลิตเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงานและวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสดและเงินเชื่อ ได้รับเครดิตจากผู้ขายปัจจัยการผลิต 30 วัน แหล่งวัตถุดิบมาจากเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากฝ่ายจัดซื้อในองค์กร ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นสลิปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 300-

500 กิโลกรัมต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ เช่น เครื่องโม่ เครื่องบด และเครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังจากใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานบุคคล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม และจ้างบริษัทตรวจสอบระบบบัญชี มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 300,000 บาท จากเงินลงทุนของเจ้าของธุรกิจ โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 12,000 บาทต่อวัน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงานทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์คือ นักท่องเที่ยว และกลุ่มเป้าหมายรองคือ ผู้ซื้อทั่วไป ใช้วิธีการนำเสนอให้กับลูกค้าทดลองก่อนและให้มีการสั่งซื้อ รวมถึงการบอกต่อจากลูกค้าด้วยกันเอง ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับองค์กร คือ หมูยอพริกไทยดำ หมูยออัดแท่ง แหนมอัดแท่ง และไส้ฉั้วสูตรโบราณ ที่ผ่านมาได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นประเภท OTOP 4 ดาว , ทางองค์กรมีการออกแบบตราสินค้าขององค์กรเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เป็นใบตองห่อหุ้มด้วยพลาสติกอีกชั้นหนึ่งสำหรับการขายปลีก

องค์กรมีวิธีการกำหนดราคาคือ ราคาขายของผลิตภัณฑ์คิดแบบบวกเพิ่มจากต้นทุนรวมประมาณ 50 %

องค์กรมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 3 แห่งคือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และ บ้านหมูยอวิมลรัตน์

องค์กรใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายวิธี เช่น การโฆษณาเน้นการทำแผ่นพับใบปลิว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายผ้า วิทยุชุมชน , การประชาสัมพันธ์เน้นการทำกิจกรรมร่วมกับภาครัฐและเอกชน , การขายโดยพนักงานขายหน้าร้านเน้นให้ข้อมูลกับลูกค้าผ่านทางพนักงานที่มีความรู้แบบมืออาชีพ และ การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจแบบมืออาชีพเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชม

5. ฟาร์มฝั่งสายัณห์

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ



การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบเป็นทางการ ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ด้วยการให้สวัสดิการสังคม

การควบคุม

องค์กรให้เจ้าของธุรกิจให้ควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบสินค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการผลิตน้ำผึ้ง องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยหน่วยงานภาครัฐให้การฝึกอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงาน มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยเจ้าของธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายเดือน มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กร เจ้าของธุรกิจจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลคำสั่งซื้อ องค์กรมีโรงงานผลิตเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงานและวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินเชื่อโดยได้รับเครดิต 45 วัน แหล่งวัตถุดิบมาจากเชียงใหม่และกรุงเทพฯ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากเจ้าของกิจการเอง ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรอบ 1 เดือน มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 20 ตันต่อปี มีการใช้เครื่องจักรในการผลิตสินค้าและบำรุงรักษาหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานบุคคล งบกำไรขาดทุน บัญชีรายรับรายจ่าย และจ้างให้บริษัทบัญชีตรวจสอบระบบบัญชีขององค์กร มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 500,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 700,000 – 800,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงานทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักและรองของผลิตภัณฑ์คือ ผู้บริโภคในประเทศ มีส่วนครองตลาดในท้องถิ่นประมาณ 10% มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยอาศัยเกณฑ์ภูมิศาสตร์เน้นภูมิภาคในประเทศไทย. ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้มากที่สุดคือ น้ำผึ้งและรวงผึ้ง โดยมีสัดส่วนการขายประมาณ 70 : 30 ผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทดังนี้ รวงผึ้ง , น้ำผึ้ง , เกสรผึ้ง , ไขผึ้ง ฯลฯ คุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ คุณภาพที่ได้รับรองมาตรฐานและชื่อเสียงรวมถึงความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมช่วยให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นเช่น good packaging , OTOP 4 ดาว , ชนะเลิศผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งโลก เป็นต้น มีการกำหนดตราสินค้าเป็นของตนเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยได้รับการออกแบบจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดความเสียหาย

องค์กรมีวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์บวกเพิ่มจากต้นทุน โดยคิดเป็นแบบลูกโซ่ให้ผลประโยชน์กับคนกลางทางการตลาดด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ ต้นทุนของวัตถุดิบ ราคาของตลาด และความสามารถของคู่แข่งชั้น ผู้ประกอบการมีส่วนลดการขายให้กับลูกค้าบ้างในบางกรณีเช่น Tesco lotus ต้องการสั่งผลิตในจำนวนมากก็จะให้ส่วนลดการค้า ถ้าเป็นผู้สั่งรายย่อยจะให้ส่วนลดเงินสด มีการใช้ระบบการขายเป็นเงินเชื่อแบบฝากขาย โดยมีระยะเวลาในการชำระเงินของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ 60 วัน เมื่อเปรียบเทียบราคาขายของผลิตภัณฑ์กับคู่แข่งชั้นจะสูงกว่าประมาณ 10%

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มี 2 แห่งคือ 1) กรุงเทพมหานครผ่านไปยังห้างสรรพสินค้ารูปแบบใหม่ (เทสโก โลตัส , ท็อป มาเก็ตเพลส, ฟู้ดแลนด์, เดอะมอลล์) และ 2) เชียงใหม่ผ่านไปยังห้างสรรพสินค้าขนาดกลาง (ริมปิง) และ ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (โรบินสัน) มีการขายส่งและขายปลีกในสัดส่วน 50 : 50 ทางผู้ประกอบการใช้วิธีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือแบบการสั่งซื้อแบบประหยัดที่สุด โดยจะเก็บสต็อกเพื่อการพยากรณ์ยอดการสั่งซื้อในอนาคต

ผู้ประกอบการใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เน้นที่โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร , การประชาสัมพันธ์เน้นที่เข้าร่วมกิจกรรมของภาครัฐและเอกชน การออกบูทในงานแสดงต่าง ๆ , การตลาดทางตรงเน้นการขายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และออกอากาศกระจายเสียง และการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำธุรกรรมที่มีต้นทุนน้อยแต่ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

6. กลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านต้นจันทร์

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการ ผู้นำกลุ่มจะให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน ไม่มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงาน

การควบคุม

องค์กรให้ประธานกลุ่มควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบสินค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการผลิตน้ำพริกขิงไข่เค็ม องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยประธานกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยประธานกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายวัน ไม่มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรประธานกลุ่มจะเข้ามาบริหารจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลคำสั่งซื้อ องค์กรมีโรงงานผลิตเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงานและวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากประธานกลุ่ม ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรอบ 1 เดือน มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ใช้วิธีการตรวจเช็คจำนวนสินค้าคงคลังทุกสัปดาห์ องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 70 กิโลกรัมต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรในการผลิตสินค้าเช่น เครื่องไม่พริก เครื่องสไลด์น้ำมัน เครื่องบรรจุภัณฑ์ และมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำบัญชีครัวเรือน มีการลงทุนเริ่มแรก ประมาณ 30,000 บาท จากเงินลงทุนขายหุ้นให้สมาชิก โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 30,000 – 50,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับสมาชิกทุกคนและเก็บไว้เป็นเงินปันผลให้สมาชิกตอนสิ้นปี

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นนักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายรองเป็นคนทั่วไป มีส่วนครองตลาดในท้องถิ่นประมาณ 1 % และมีการกำหนดเกณฑ์ตลาดเป้าหมายไปที่ลักษณะทางจิตวิทยาเน้นรูปแบบการดำเนินชีวิต ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบแบ่งแยกความแตกต่าง และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติเพื่อสุขภาพที่ดี

ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการคือ น้ำพริกขิงไข่เค็ม มีสัดส่วนการขาย 70 : 30 ผลิตภัณฑ์มีอยู่ 1 รูปแบบ คือ น้ำพริกขิงไข่เค็ม ผู้ประกอบการเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าคู่แข่งชั้น ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งคือ เน้นความแปลกใหม่และสรรพคุณของขิงที่เป็นส่วนผสมสำคัญ ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP 4 ดาว ผลิตภัณฑ์ใช้ตราสินค้าของตนเองโดยได้รับการออกแบบและการใช้ชื่อจากการออกแบบจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ใช้บรรจุภัณฑ์จากพลาสติกเพราะจะดูแลได้สะดวก หาซื้อง่ายและทนทานต่อการเคลื่อนย้าย มีการรับประกันสินค้าแต่ไม่รับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดการชำรุดเสียหาย

ผู้ประกอบการใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาขายโดยใช้การบวกเพิ่มจากต้นทุน 30 % (Mark up on cost) เช่น ต้นทุน 10 บาท บวกกำไรที่ต้องการ 3 บาท ดังนั้นราคาขายจะเป็น 13 บาท โดยปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ ต้นทุนด้านวัตถุดิบ ผู้ประกอบการได้มีการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า เช่น ถ้าลูกค้าซื้อในราคา 500 บาทจะแถมน้ำพริกขิงไข่เค็ม 2 กระปุก ผู้ประกอบการไม่มีนโยบายในการขายเป็นเงินสด เมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับคู่แข่งชั้นแล้ว ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีราคาที่สูงกว่าราคาตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งชั้นด้านที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ

ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 2 แห่ง คือ ภายในตลาดวโรรส และห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ผู้ประกอบการมีสัดส่วนการขายส่งประมาณ 20% และการขายปลีก 80 % ผู้ประกอบการไม่มีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือที่แน่นอนใช้ความเคยชินในการผลิต ผู้ประกอบการไม่มีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า

ผู้ประกอบการใช้รูปแบบการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ของไทยโดยปรับให้เข้ากับทุกเทศกาล เช่น เทศกาลปีใหม่จัดกระเช้ารวมผลิตภัณฑ์ของร้านเป็นของฝาก การแสดงสินค้า OTOP ที่เมืองทองธานี และ เทศกาลอาหารของจังหวัดเชียงใหม่ก็ทำอาหารที่ปรุงด้วยผลิตภัณฑ์เข้าแข่งขันเพื่อประกวด เป็นต้น , การโฆษณาจะใช้สื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายผ้า การบอกต่อแบบปากต่อปาก , การประชาสัมพันธ์จะใช้การเข้าร่วมกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน , การขายโดยพนักงานขายหน้าร้านโดยให้ค่าตอบแทน 5% ถ้าขายได้มากกว่า 100 กระปุกขึ้นไปต่อเดือน

7. น้ำพริกเผาเห็ดหอม

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานปีละครั้ง

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการ ผู้นำกลุ่มจะให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานเช่น สวัสดิการสังคม เป็นต้น

การควบคุม

องค์กรให้เจ้าของธุรกิจควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบสินค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการผลิตน้ำพริกเผาเห็ดหอม องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ความสามารถให้กับสมาชิกโดยเจ้าของธุรกิจแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยเจ้าของธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายวัน มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรเจ้าของธุรกิจจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลคำสั่งซื้อ องค์กรมีโรงงานผลิตเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงานและวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากเจ้าของธุรกิจ ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรอบสัปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ใช้วิธีการตรวจเช็คจำนวนสินค้าคงคลังทุกเดือน องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 100 กิโลกรัมต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรในการผลิตสินค้าเช่น เครื่องไม่พริก เครื่องบรรจุภัณฑ์ และมีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำบัญชีครัวเรือน มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 10,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 40,000 – 60,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับสมาชิกทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้าเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์เป็นผู้ซื้อในท้องถิ่นและกลุ่มเป้าหมายรองเป็นผู้ซื้อในต่างถิ่น มีส่วนครองตลาดในท้องถิ่นประมาณ 20 % และมีการกำหนดเกณฑ์ตลาดเป้าหมายไปที่ลักษณะทางจิตวิทยาเน้นรูปแบบการดำเนินชีวิต ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบไม่แบ่งแยกความแตกต่าง และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่ผลิตจากท้องถิ่นและเป็นสินค้าของกลุ่มเกษตรกรอำเภอสันทราย

ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการคือ น้ำพริกเห็ดหอม ผลิตภัณฑ์มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ น้ำพริกเห็ดหอม และ น้ำพริกเผาะธรรมดา ผู้ประกอบการเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าคู่แข่งชั้น ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งคือ เน้นความเข้มข้นของส่วนผสมและรสชาติที่ถูกปากลูกค้าเป็นสำคัญ ในอนาคตอันใกล้ยังไม่มีการคิดค้นผลิตสินค้าใหม่ที่ผ่านมาได้รับรางวัลมาตรฐานชุมชนและรางวัลคุณภาพ OTOP 4 ดาว ผลิตภัณฑ์ใช้ตราสินค้าของตนเอง ใช้บรรจุภัณฑ์จากพลาสติกเพราะจะดูแลได้สะดวก หาซื้อง่ายและทนทานต่อการเคลื่อนย้าย มีการจัดส่งให้ลูกค้าที่ต้องการสั่งซื้อไปขายต่อในต่างพื้นที่หรือต่างจังหวัด มีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดการเสียหาย

ผู้ประกอบการใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาขายโดยใช้การบวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % (Mark up on cost) เช่น ต้นทุน 10 บาท บวกกำไรที่ต้องการ 5 บาท ดังนั้นราคาขายจะเป็น 15 บาท โดยปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ ต้นทุนด้านวัตถุดิบ ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าเลยเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า ผู้ประกอบการไม่มีนโยบายในการขาย

เป็นเงินเชื่อ เมื่อเปรียบเทียบราคาขายกับคู่แข่งแล้วผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการมีราคาที่สูงกว่าราคาตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อได้โดยให้เกิดความแตกต่างเพื่อแสดงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ

ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 3 แห่ง คือ ภายในตลาดสดอำเภอสันทราย , ตลาดวโรรส และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว ผู้ประกอบการมีส่วนแบ่งการขายส่งประมาณ 10% และการขายปลีก 90% ผู้ประกอบการไม่มีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือที่แน่นอนใช้ความเคยชินในการผลิตและจะไม่มีเหลือเก็บเพราะจะขายหมดทุกวัน ผู้ประกอบการมีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าต่างพื้นที่และต่างจังหวัด

ผู้ประกอบการใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดเช่น การโฆษณาตามสื่อในท้องถิ่นผ่าน ป้ายผ้า วิทยุชุมชน และการบอกต่อแบบปากต่อปาก , การประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐ อาทิ การจัดแสดงสินค้าตามเทศกาลประจำปีของอำเภอสันทราย เป็นต้น ส่วนการใช้สื่อเทคโนโลยีทางองค์กรยังไม่มีความชำนาญ แต่คาดว่าจะใช้ในเวลาอันสั้น

8. Yellow Bean Coffee

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงานปีละครั้ง

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการพบปะอย่างเป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบเป็นทางการ ผู้นำกลุ่มจะให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงานเช่น สวัสดิการสังคม เป็นต้น

การควบคุม

องค์กรให้เจ้าของธุรกิจควบคุมการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการคัดเลือกวัตถุดิบการผลิต การบรรจุภัณฑ์ การส่งมอบสินค้า และการขายสิทธิ์ทางการค้า (franchise)

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการขายสิทธิ์ทางการค้า และมีความชำนาญเรื่องเกี่ยวกับร้านขายกาแฟ องค์กร

มีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยเจ้าของธุรกิจแบบเป็นทางการให้กับผู้รับสิทธิ์ทางการค้า (Franchisee) มีการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยเจ้าของธุรกิจอย่างเป็นทางการ ใช้การกำหนดอัตราผลตอบแทนให้กับพนักงานองค์กรโดยคิดเฉลี่ยจากผลตอบแทนการขายสิทธิ์ทางการค้าให้ผู้รับสิทธิ์ มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับพนักงาน เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรเจ้าของธุรกิจจะเข้ามาจัดความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

ทางองค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลความต้องการของตลาด องค์กรมีโรงงานคั่วเมล็ดกาแฟเอง มีการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโดยอาศัยเกณฑ์ใกล้แหล่งแรงงานและวัตถุดิบ มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสดจากเกษตรกร แหล่งวัตถุดิบมาจากเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบผ่านการคัดเลือกจากเจ้าของธุรกิจ ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรอบสัปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ใช้วิธีการตรวจเช็คจำนวนสินค้าคงคลังทุกสัปดาห์ องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 300 กิโลกรัมต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรในการผลิตสินค้าเช่น เครื่องบดเมล็ดกาแฟ เครื่องชงกาแฟ และมีคู่มือการบำรุงรักษาเครื่องจักรแจกให้กับผู้รับสิทธิ์ รวมถึงมีบริการตรวจเช็ค ซ่อม ให้กับสมาชิกตลอดอายุการใช้งาน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำบัญชีรายรับ รายจ่าย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม และว่าจ้างบริษัทดูแลระบบบัญชีขององค์กร มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 500,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว โดยมีรายได้จากการขายสิทธิ์ทางการค้าเฉลี่ย 40,000 – 60,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงาน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์คือ ผู้ซื้อสิทธิ์ในประเทศ กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ผู้ซื้อสิทธิ์ในต่างประเทศ มีส่วนครองตลาดในท้องถิ่นประมาณ 30% มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยอาศัยเกณฑ์ภูมิศาสตร์เน้นภูมิภาคในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้มากที่สุดคือ เมล็ดกาแฟประเภทต่าง ๆ ผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทดังนี้ Espresso roast, Espresso, Mocha, Arabica, Blue Mountain, ชาโบราณ ฯลฯ คุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ คุณภาพที่ได้รับรองมาตรฐานและชื่อเสียงรวมถึงความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์, OTOP 4 ดาว , มีการกำหนดตราสินค้าเป็นของตนเอง มีบริการจัดส่งทางรถขนส่งไม่เกิน 7 วันทำการ ในกรณีที่มีการสั่งซื้อปริมาณมากมีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดความเสียหาย

ผู้ประกอบการมีวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์บวกเพิ่มจากต้นทุนประมาณ 100 % ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ ต้นทุนของวัตถุดิบ ราคาของตลาด และความสามารถของคู่แข่ง ผู้ประกอบการมีส่วนลดการขายให้กับลูกค้าบ้างในบางกรณี ต้องการสั่งผลิตในจำนวนมากก็จะให้ส่วนลดการค้า ถ้าเป็นผู้สั่งรายย่อยจะให้ส่วนลดเงินสด เมื่อเปรียบเทียบราคาขายของผลิตภัณฑ์กับคู่แข่งจะสูงกว่าประมาณ 20%

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มี 2 แห่งคือ 1) ตัวแทนจำหน่ายที่กรุงเทพมหานคร และ 2) โรงงานผลิตที่เชียงใหม่ มีการขายสิทธิ์ทางการค้าและขายปลีกในสัดส่วน 70 : 30 ทางผู้ประกอบการใช้วิธีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือแบบการสั่งซื้อแบบประหยัดที่สุด โดยจะเก็บสต็อกเพื่อการพยากรณ์ยอดการสั่งซื้อในอนาคต ผู้ประกอบการจะจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าซื้อแบบปลีกทางรถทัวร์และไปรษณีย์ และจะจัดส่งสินค้าขึ้นรถขนส่งขนาดใหญ่ให้ลูกค้าซื้อแบบส่งใช้ระยะเวลาจัดส่งต่างพื้นที่ไม่เกิน 7 วัน

ผู้ประกอบการใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เน้นที่โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร , การประชาสัมพันธ์ เน้นที่เข้าร่วมกิจกรรมของภาครัฐและเอกชน การออกบูทในงานแสดงต่าง ๆ , การตลาดทางตรง เน้นการขายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และออกอากาศกระจายเสียง และการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำธุรกรรมที่มีต้นทุนน้อยแต่ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

9. วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บผ้าบ้านดลฤดี

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการประชุมและพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน ไม่มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงาน

การควบคุม

มีการกำหนดหัวหน้างานให้ควบคุมการปฏิบัติงานในด้านการผลิต การตัดเย็บ การประกอบ และการส่งมอบงานให้ลูกค้า ถ้าเกิดสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบเบื้องต้นแล้วจะมีผู้ตรวจสอบคุณภาพซ้ำอีกครั้งก่อนนำไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ด้านการทอผ้า ตัดเย็บ องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากหัวหน้างานในแต่ละส่วนของงานแต่ไม่เป็นทางการ และไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายชิ้นที่รับผิดชอบ ไม่มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรประธานกลุ่มจะเข้ามาจัดความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

องค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีสถานที่ผลิตสินค้า มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่และน่าน มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบจากการตัดสินใจเลือกของสมาชิกในวิสาหกิจ ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรายเดือน มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตทุกชิ้นเพราะต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีที่สุด องค์กรจะมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจม องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 30-40 ชิ้นต่อเดือน มีการใช้จักรเย็บผ้าอัตโนมัติ และมีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานบัญชีครัวเรือน มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 20,000 บาท จากเงินลงทุนของสมาชิก โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 20,000-30,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กู้ได้ที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ ผู้ซื้อทั่วไป มีส่วนครองตลาดประมาณ 10 -15 % มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ด้านจิตวิทยาเน้นที่รูปแบบการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับกลุ่มคือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าฝ้าย และสินค้าผ้าฝ้าย กลุ่มผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายดังนี้ เสื้อ 5 แบบ , กางเกง 3 แบบ , ผ้าพันคอ 2 แบบ ฯลฯ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ

ลดรายจ่ายที่เป็นเอกลักษณ์ ทางกลุ่มอาศัยแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าชาวต่างชาติ ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นประเภท OTOP 4 ดาว , ทางกลุ่มมีการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์จากถุงและกล่องเป็นการขายปลีก ทางกลุ่มให้บริการติดต่อกับผู้ขนส่ง (shipping) ให้ในกรณีส่งออกต่างประเทศ มีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการขนส่งก่อนถึงมือลูกค้า

องค์กรมีวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์ให้ผลตอบแทนแบบลูกโซ่ ร่วมกับการให้ส่วนลดการค้า เช่น ให้ส่วนลดการค้า 15% และ 30% โดยอาศัยปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ ราคาของวัตถุดิบ และต้นทุนรวม ทางกลุ่มมีส่วนลดการค้าขายให้กับลูกค้าปลีกในบางโอกาส แต่ทางกลุ่มผู้ประกอบการไม่มีการขายเป็นเงินสด เมื่อเปรียบเทียบราคายขายของผลิตภัณฑ์กับคู่แข่งจะมีราคาสูงกว่า 20 %

องค์กรมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 2 แห่งคือ ที่ทำการของกลุ่มในอำเภอสันทราย และร้านขายผลิตภัณฑ์ที่ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า บริเวณชั้น Northern Village โดยมีการขายผลิตภัณฑ์ทั้งขายส่งและขายปลีก มีสัดส่วน 60 : 40 ทางกลุ่มมีวิธีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือโดยใช้ระบบคุณภาพแบบสากล เช่น Quality Control เป็นต้น กลุ่มผู้ประกอบการมีการจัดส่งสินค้าโดยต้องมัดจำค่าสินค้า 50 % ก่อนสั่งผลิตและต้องจ่ายเงินให้ครบ 100 % แล้วจะส่งของให้ผ่านตัวแทนการส่งออกสินค้าเอกชน

องค์กรใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายวิธี เช่น การโฆษณาเน้นการทำแผ่นพับใบปลิว หนังสือพิมพ์ต่างชาติ ป้ายผ้า วิทยุชุมชน , การประชาสัมพันธ์เน้นการทำกิจกรรมร่วมกับภาครัฐและเอกชน มีการรวมกลุ่มผู้ผลิตประเภทเดียวกันจัดแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ , การขายโดยพนักงานขายเน้นการออกบู๊ทและให้ข้อมูลกับลูกค้าผ่านทางพนักงานที่มีความรู้แบบมืออาชีพ , การตลาดทางตรงมีการติดต่อกับลูกค้าต่างประเทศโดยตรงจากฐานข้อมูล และ การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจแบบมืออาชีพเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชม

10. กลุ่มผู้ผิ่ดิน

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการประชุมและพบปะอย่างเป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบเป็นทางการทางลายลักษณ์อักษรและทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน ไม่มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงาน

การควบคุม

มีการกำหนดประธานกลุ่มควบคุมการปฏิบัติงานในด้านการผลิต การประกอบ การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพ รักธรรมชาติ องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากประธานกลุ่มในแต่ละส่วนของงานแต่ไม่เป็นทางการ และไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายชิ้นที่รับผิดชอบ ไม่มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรประธานกลุ่มจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

องค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีสถานที่ผลิตสินค้า มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบจากการตัดสินใจเลือกของสมาชิกในกลุ่ม ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรายสัปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบสุ่ม องค์กรจะมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจม องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 100-200 ชิ้นต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติเช่น เครื่องบรรจุภัณฑ์ เครื่องบด เครื่องกรองตะกอน เป็นต้น และมีการบำรุงรักษาหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานบัญชีรายรับ รายจ่าย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 30,000 บาท จากเงินซื้อหุ้นลงขันของสมาชิก โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 40,000 - 50,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์คือ คนที่รักสุขภาพ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรองคือ คนทั่วไป กิจกรรมมีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ด้านจิตวิทยาเน้นรูปแบบการดำเนินชีวิต ใส่ใจในสุขภาพและต้องการใช้สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติ มีการกำหนดตลาดเป้าหมายเน้นการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบแบ่งแยกความแตกต่าง ให้ลูกค้ามีโอกาสในการเลือกบริโภคสินค้าสมุนไพรที่มีอยู่หลากหลายสรรพคุณ มีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เน้นประโยชน์ผู้ใช้ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมมีหลากหลายเช่น สมุนไพรถ่ายไส้หมัน สมุนไพรวุ้นขี้กมดลูก สมุนไพรกวาวเครือขาว สมุนไพรสตรีตำรับทอง สมุนไพรบุษตำรับทอง น้ำลูกยอ ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมมีคุณภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ มีการผสมผสานสมุนไพรแบบลงตัวให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละรูปแบบ แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์จะมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าพร้อมกับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาจะมีระยะเวลาปรับปรุงประมาณ 1-2 ปีต่อการเปลี่ยนแปลง ที่ผ่านมามีได้รับรางวัลคุณภาพ OTOP 4 ดาว มีการใช้ชื่อตราผลิตภัณฑ์ของตนเอง กิจกรรมมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เข้ากับธรรมชาติด้วยการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายในธรรมชาติได้พวกผลิตภัณฑ์ที่ทำจากชีวมวล (biomass) เป็นต้น กิจกรรมให้บริการส่งสินค้าให้ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางรถทัวร์และไปรษณีย์ มีนโยบายการรับประกันสินค้าและการรับคืนสินค้าในกรณีเกิดความเสียหายจากการขนส่ง

กลุ่มผู้ประกอบการมีวิธีการกำหนดราคาโดยใช้เกณฑ์การกำหนดราคาแบบบวกเพิ่มจากต้นทุน 50% เช่น ต้นทุน 10 บาท ต้องการกำไร 5 บาท จะตั้งราคาขาย 15 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาคือ ราคาวัตถุดิบในตลาด กิจกรรมให้ส่วนลดในการขายคือ ให้ส่วนลดการค้า 30 % 10 % ตามลำดับ กิจกรรมไม่มีนโยบายในการขายเป็นเงินเชื่อ ราคาขายผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมเท่ากับคู่แข่งชั้นในตลาดเพราะต้องการหลีกเลี่ยงสงครามราคา

กลุ่มผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายต่างพื้นที่ 10 แห่ง คือ กรุงเทพ , นครราชสีมา , นครปฐม , ชลบุรี , พัทธยา , ฉะเชิงเทรา , พิษณุโลก , กระบี่ , เชียงราย , ลำพูน และศูนย์จำหน่ายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีการขายส่งและขายปลีกในสัดส่วนประมาณ 70 : 30 ตามลำดับ กิจกรรมมีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือด้วยการคาดคะเนจากคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ผ่านมาในอดีต ร่วมกับการผลิตแบบทันเวลาพอดีกับคำสั่งซื้อของลูกค้า กิจกรรมจะขนส่งสินค้าให้ลูกค้าทั้งในและนอกจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางบริการขนส่งทั่วไป รวมถึงการส่งด้วยตนเองในบางกรณีเร่งด่วนและระยะทางไม่ไกลมาก

กลุ่มผู้ประกอบการมีการใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เช่น การส่งเสริมการขายเน้นการให้ส่วนลดการค้าเพื่อเน้นการกระจายสินค้า เป็นต้น ด้านการโฆษณาเน้นการแจก

ใบปลิวตามร้านอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น ด้านการประชาสัมพันธ์เน้นการเข้าร่วมกับกิจกรรมทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ด้านการตลาดทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการขายด้วยการจัดทำเว็บไซต์เพื่อขายสินค้าแบบออนไลน์ เป็นต้น

11. กลุ่มประติษฐ์เศษผ้าบ้านบวกเปา

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการประชุมและพบปะอย่างเป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางลายลักษณ์อักษรและทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน ไม่มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงาน

การควบคุม

มีการกำหนดประธานกลุ่มควบคุมการปฏิบัติงานในด้านการผลิต การตัดเย็บ การประกอบ การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีประสบการณ์ในการตัดเย็บเสื้อผ้า องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากประธานกลุ่มในแต่ละส่วนของงานแต่ไม่เป็นทางการ และไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายชิ้นที่รับผิดชอบ ไม่มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรประธานกลุ่มจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

องค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีสถานที่ผลิตสินค้า มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบจากการตัดสินใจเลือกของสมาชิกในกลุ่ม ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรายสัปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบ

ส้ม องค์การจะมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจม องค์การมีกำลังการผลิตประมาณ 200 ชิ้นต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติเช่น จักรเย็บผ้าอัตโนมัติ เครื่องกรอ ด้าย เครื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และมีการบำรุงรักษาหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์การมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานบัญชีครัวเรือน มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 10,000 บาท จากเงินซื้อหุ้นลงทุนของสมาชิก โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 15,000 - 20,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้าเป้าหมายหลักของกิจการคือ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป้าหมายรองคือ กลุ่มบุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ กิจการมีส่วนครองตลาดในท้องถิ่นประมาณ 20% กิจการมีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดเน้นเกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ รายได้ การกำหนดตลาดเป้าหมายเน้นการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งมีการใช้วัสดุธรรมชาติ หรือเศษผ้าที่ไม่มีประโยชน์แล้วมาผลิตสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการและสมาชิกได้มาก กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เน้นเรื่องคุณภาพวัตถุดิบและราคาที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับกลุ่มคือ อุปกรณ์สำหรับโต๊ะอาหาร ที่รองจาน

ที่รองแก้ว กิจการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเช่น พรมเช็ดเท้า ที่รองจาน ที่รองแก้ว ผ้าเช็ดมือ มือจับอุปกรณ์ครัว ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ของกิจการมีคุณภาพที่สูงกว่าคู่แข่งในตลาด มีลักษณะเด่นที่มีความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่เลือกสรรเป็นอย่างดี กิจการได้แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้มีการ recycle วัสดุเหลือใช้ที่ไร้ค่าให้มีราคา ที่ผ่านมาเคยได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) กิจการมีการใช้ตราสินค้าของกลุ่มที่กำหนดขึ้นเอง ไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้า กิจการมีการให้บริการส่งสินค้าให้ลูกค้าในต่างจังหวัดด้วยรถทัวร์และพัสดุไปรษณีย์เก็บเงินปลายทาง มีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าทุกกรณี

ผู้ประกอบการใช้วิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์เน้นการบวกจากต้นทุน 50 % เช่น ต้นทุน 10 บาทต้องการกำไร 5 บาท ราคาขายจะเป็น 15 บาท ปัจจัยด้านต้นทุนและคู่แข่งมีผลต่อการกำหนดราคา กิจการมีส่วนลดให้กับลูกค้าบ้างในบางโอกาส และพิจารณาจากปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง มีการขายเป็นเงินเชื่อให้กับลูกค้าเพื่อการขายต่อในต่างจังหวัด กำหนดระยะเวลาชำระเงิน 1 เดือน เมื่อเปรียบเทียบราคาขายของกิจการจะเท่ากับราคาขายของคู่แข่งในตลาด

ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 2 แห่ง คือที่ตั้งของกิจการ และถนนคนเดินวันเสาร์ – อาทิตย์ มีการขายส่ง ขายปลีกในสัดส่วน 10 : 90 กิจการมีวิธีการกำหนดระดับ

สินค้าคงเหลือโดยการตรวจสอบปริมาณสินค้าที่ผลิตแล้วเหลือจากการขายในแต่ละเดือนและพยากรณ์การผลิตในเดือนต่อไป โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีสินค้าคงเหลือน้อยที่สุด ถ้าลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัดสั่งซื้อต้องการให้ส่งให้จะส่งไปทางรถทัวร์เป็นหลัก

ผู้ประกอบการให้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีเช่น ด้านการส่งเสริมการขายเน้นการให้ส่วนลดในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ การให้ส่วนลดปริมาณกับลูกค้าประจำ ด้านการโฆษณาเน้นการใช้สื่อวิทยุชุมชน แผ่นพับ ใบปลิว ด้านการประชาสัมพันธ์เน้นการเข้าร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง ด้านการขายโดยพนักงานเน้นการให้บริการที่ดีกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ด้านการตลาดทางอินเทอร์เน็ตเน้นการใช้เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐที่จัดเตรียมไว้ให้ เป็นต้น

12. กลุ่มภูตอยออร์คิด (ดอกกุหลาบชูปทอง)

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการประชุมและพบปะอย่างเป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางลายลักษณ์อักษรและทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน ไม่มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงาน

การควบคุม

มีการกำหนดเจ้าของธุรกิจควบคุมการปฏิบัติงานในด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และมีใจรักรวมถึงมีความละเอียดรอบคอบ มีฝีมือทางศิลปะ องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการจากเจ้าของธุรกิจ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากเจ้าของธุรกิจในแต่ละส่วนของงานแต่ไม่เป็นทางการ และไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นราย

ชั้นที่รับผิดชอบ มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กรเจ้าของธุรกิจจะเข้ามาบริหารจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

องค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีสถานที่ผลิตสินค้า มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพฯ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบจากการตัดสินใจเลือกของเจ้าของธุรกิจ ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรายปี มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบรายชิ้น เพราะต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีที่สุด องค์กรจะมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจม องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 200-300 ชิ้นต่อวัน มีการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติเช่น ตู้ซูปทอง, เครื่องเชื่อม , เครื่องซูป Silica , เครื่อง Vacuum เป็นต้น และมีการบำรุงรักษาหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำบัญชีรายรับ รายจ่าย งบดุล งบกำไร ขาดทุน งบกำไรสะสม มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 50,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว และกู้ยืมจากธนาคารอีก 300,000 บาท โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 50,000 – 70,000 บาท ต่อเดือน ลูกค้ายืมเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ กำไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ ชาวยุโรป และลูกค้าเป้าหมายรองคือ ชาวไทย โดยมีสัดส่วนประมาณ 70 : 30 ตามลำดับ มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เน้นที่ตั้งของลูกค้า มีการกำหนดตลาดเป้าหมายโดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างไม่สามารถเลียนแบบได้ มีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยเน้นที่คุณภาพและประโยชน์ใช้สอย ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับกิจการคือ กิจการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเช่น ดอกกล้วยไม้ซูปทอง ดอกกุหลาบซูปทอง ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ของกิจการมีคุณภาพที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้น มีลักษณะเด่นที่แสดงถึงความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคือ บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าไหมที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร มีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากความต้องการของลูกค้าที่สั่งผลิต แต่ถ้าลูกค้าต้องการให้ทางกิจการออกแบบให้กิจการจะหาแบบจากหนังสือประเภทการออกแบบของต่างประเทศ ที่ผ่านมาก็มีการได้รับการรับรองคุณภาพ OTOP 4 ดาว กิจการมีการใช้ตราผลิตภัณฑ์โดยคิดเอง กิจการมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าโดยดูจากแนวโน้มตลาดและความต้องการของลูกค้า รวมถึงปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละภูมิภาค กิจการมีบริการขนส่งสินค้าให้ผ่าน

ตัวแทนสำหรับลูกค้าต่างประเทศ และผ่านบริการรถทัวร์สำหรับลูกค้าในประเทศ รวมถึงมีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าในกรณีที่เกิดความเสียหายจากการขนส่งในทุกกรณี

กลุ่มผู้ประกอบการมีวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์การบวกเพิ่มจากต้นทุน 200% เช่น ต้นทุน 50 บาท ต้องการกำไร 100 บาท จะตั้งราคาขาย 150 บาท เป็นต้น มีปัจจัยที่ใช้ประกอบการกำหนดราคา คือ ต้นทุนวัตถุดิบ และราคาตลาด กิจกรรมมีส่วนลดทางการค้าให้กับลูกค้าในบางกรณี เช่น ให้ส่วนลดการค้า 30 % 20% ตามลำดับ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าผลักดันสินค้าออกไปให้มากที่สุด มีนโยบายในการให้สินเชื่อหรือขายเชื่อกับลูกค้าไม่เกิน 5% และกำหนดระยะเวลาชำระเงินไม่เกิน 15 วัน ราคาขายของกิจการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจะสูงกว่าคู่แข่งในตลาด

กลุ่มผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ 3 แหล่งคือ ฟาร์มกล้วยไม้จังหวัดเชียงใหม่, ฟาร์มผีเสื้อ และศูนย์อัญมณีจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสร้างความสะดวกสบายให้ลูกค้าสามารถพบเจอผลิตภัณฑ์ได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการในทุกแหล่งซื้อ กิจกรรมมีการขายส่ง ขายปลีกและขายตรง ในสัดส่วน 40 : 30 : 30 ตามลำดับ กิจกรรมมีการใช้โปรแกรมกำหนดระดับสินค้าคงเหลือในการควบคุมการผลิตและเก็บสินค้าโดยได้รับการอบรมวิธีการใช้มาจากหน่วยงานราชการ กิจกรรมให้บริการขนส่งสินค้าทั้งในและต่างประเทศผ่านผู้ให้บริการทุกประเภท ตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น ถ้าลูกค้าอยู่ต่างประเทศต้องการให้ส่งแบบรวดเร็วจะจัดส่งผ่าน UPS FedEx DHL แต่ถ้าลูกค้าอยู่ต่างประเทศและไม่จำเป็นต้องให้ส่งแบบรวดเร็วก็จะจัดส่งผ่านตัวแทน shipping เป็นต้น ถ้าเป็นลูกค้าในประเทศจะจัดส่งทางผู้ให้บริการทั่วไป

กลุ่มผู้ประกอบการใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลากหลายเช่น การส่งเสริมการขายเน้นการให้ส่วนลดเงินสด และส่วนลดการค้า เป็นต้น ด้านการโฆษณาเน้นการใช้สื่อวิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โฆษณากลางแจ้ง และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ด้านการประชาสัมพันธ์เน้นการเข้าร่วมกับกิจกรรมทั้งภาครัฐและเอกชน ด้านการตลาดทางตรงเน้นการขายโดยผู้ประกอบการเอง และด้านการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตเน้นการทำเว็บไซต์สวยงาม น่าเข้าเยี่ยมชม เป็นต้น

13. เกศรินผ้าคลุมเตียงดันมือ

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการ

การวางแผน

องค์กรมีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้กำหนดไว้ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

การจัดองค์กร

มีแผนภูมิองค์กรอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์กร มีการติดต่อประสานงานและสื่อสารระหว่างสมาชิกในแต่ละคนด้วยการประชุมและพบปะอย่างไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ

การนำ

องค์กรใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการทางลายลักษณ์อักษรและทางวาจา ผู้นำให้ความสำคัญกับคนและงานเท่า ๆ กัน ไม่มีการจูงใจให้สมาชิกปฏิบัติงาน

การควบคุม

มีการกำหนดเจ้าของธุรกิจควบคุมการปฏิบัติงานในด้านการคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปให้ลูกค้า

ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

องค์กรคัดเลือกสมาชิกเข้าทำงานโดยอาศัยเกณฑ์และคุณสมบัติคือ เป็นคนในท้องถิ่น และประสบการณ์ในการตัดเย็บผ้า มีฝีมือทางศิลปะ องค์กรมีการถ่ายทอดทักษะความรู้ความสามารถให้กับสมาชิกโดยมีการสอนงานแบบไม่เป็นทางการจากเจ้าของธุรกิจ มีการประเมินผลการปฏิบัติงานจากเจ้าของธุรกิจในแต่ละส่วนของงานแต่ไม่เป็นทางการ และไม่มีระยะเวลาที่แน่นอน ใช้การกำหนดอัตราค่าจ้างของสมาชิกและจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายชิ้นที่รับผิดชอบ ไม่มีการให้สวัสดิการทางสังคมกับสมาชิก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้นในองค์กร เจ้าของธุรกิจจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วยตนเอง

ข้อมูลด้านการบริหารการผลิต

องค์กรมีการวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา องค์กรมีสถานที่ผลิตสินค้า มีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด แหล่งวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบจากการตัดสินใจเลือกของเจ้าของธุรกิจ ใช้วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยสั่งเป็นรายเดือน มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบรายชิ้นเพราะต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีที่สุด องค์กรจะมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดต้นทุนจม องค์กรมีกำลังการผลิตประมาณ 10-20 ชิ้นต่อเดือน มีการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ เช่น จักรเย็บผ้าอัตโนมัติ เครื่องตัดผ้าขนาดใหญ่ เป็นต้น และมีการบำรุงรักษาหลังการใช้งานทุกวัน

ข้อมูลด้านการบริหารการเงินและบัญชี

องค์กรมีการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการเงินด้วยการทำงานบัญชีรายรับ รายจ่าย งบดุล งบกำไร ขาดทุน งบกำไรสุทธิ มีการลงทุนเริ่มแรกประมาณ 30,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว

โดยมีรายได้จากการขายเฉลี่ย 20,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด ทำให้ลดปัญหาเรื่องหนี้สงสัยจะสูญได้ ถ้าไรที่ได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจะปันผลคืนให้ผู้ถือหุ้นทุกคน

ข้อมูลด้านการบริหารการตลาด

ลูกค้าเป้าหมายหลักของกิจการคือ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป้าหมายรองคือ กลุ่มบุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ กิจการมีส่วนครองตลาดในท้องถิ่นประมาณ 5% กิจการมีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดเน้นเกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ การกำหนดตลาดเป้าหมายเน้นการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งมีการใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีมาผลิตสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการและสมาชิกได้มาก กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เน้นเรื่องคุณภาพวัตถุดิบและราคาที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายให้กับกลุ่มคือ ผ้าคลุมเตียง กิจการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเช่น ผ้าคลุมเตียง กระเป๋าผ้า ที่รองจาน ผ้าเช็ดมือ ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ของกิจการมีคุณภาพที่สูงกว่าคู่แข่งในตลาด มีลักษณะเด่นที่มีความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์จากวัสดุที่เลือกสรรเป็นอย่างดี กิจการได้แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากนิทรรศการต่างประเทศ ที่ผ่านมายุคเคยได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) กิจการมีการใช้ตราสินค้าของกลุ่มที่กำหนดขึ้นเอง มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทำด้วยกล่องกระดาษสา กิจการมีการให้บริการส่งสินค้าให้ลูกค้าในต่างประเทศทางผู้จัดส่งที่ทันสมัย เช่น UPS FedEx เป็นต้น และขนส่งให้ลูกค้าในประเทศด้วยรถทัวร์และพัสดุไปรษณีย์เก็บเงินปลายทาง มีการรับประกันสินค้าและรับคืนสินค้าทุกกรณี

ผู้ประกอบการใช้วิธีการกำหนดราคาสินค้าเน้นการบวกจากต้นทุน 50 % เช่น ต้นทุน 10 บาทต้องการกำไร 5 บาท ราคาขายจะเป็น 15 บาท ปัจจัยด้านต้นทุนและคู่แข่งมีผลต่อการกำหนดราคา กิจการมีส่วนลดให้กับลูกค้าบ้างในบางโอกาสเช่น การออกงานแสดงสินค้าประจำปี ที่เมืองทองธานี เป็นต้น และพิจารณาจากปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง มีการขายเป็นเงินเชื่อให้กับลูกค้าเพื่อการขายต่อในต่างจังหวัด กำหนดระยะเวลาชำระเงิน 1 เดือน เมื่อเปรียบเทียบราคาขายของกิจการจะเท่ากับราคาขายของคู่แข่งในตลาด

ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 2 แห่ง คือที่ตั้งของกิจการ และถนนคนเดินวันเสาร์ – อาทิตย์ มีการขายส่ง ขายปลีกในสัดส่วน 20 : 80 กิจการมีวิธีการกำหนดระดับสินค้าคงเหลือโดยการตรวจสอบปริมาณสินค้าที่ผลิตแล้วเหลือจากการขายในแต่ละเดือนและพยากรณ์การผลิตในเดือนต่อไป โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีสินค้าคงเหลือน้อยที่สุด ถ้าลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัดสั่งซื้อต้องการให้ส่งให้จะส่งไปทางรถทัวร์เป็นหลัก ส่วนลูกค้าต่างประเทศจะจัดส่งทางบริษัทรับส่งระดับสากล

ผู้ประกอบการใช้รูปแบบการส่งเสริมการตลาดหลายวิธีเช่น ด้านการส่งเสริมการขายเน้นการให้ส่วนลดในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ด้านการโฆษณาเน้นการใช้สื่อวิทยุชุมชน แผ่นพับ

กลุ่มธุรกิจ / ข้อมูลการดำเนินงาน	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิต	ด้านการเงิน บัญชี	ด้านการตลาด
1. กลุ่มผู้ผลิตผ้าใยสัปปะรด	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ ให้ความสำคัญต่อการประสานงานอย่าง เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่เป็น ทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมเป็นคนที่ และมีความประพฤติดี มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ ถ่าย ย่า ค่าตอบแทนเป็นรายวัน มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และประธานกลุ่มจะจัดการ ขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่น คัดเลือกผู้ขายปัจจัย การผลิตด้วยการทำสัญญาล่วงหน้า มีการ ตั้งซื้อสินค้าเป็นรายเดือน มีการ ตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 100 ชิ้นต่อเดือน มีการบำรุงรักษา เครื่องจักรหลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 100,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว มีรายได้ 250,000 บาทต่อเดือน ส่วนตัว มีรายได้ 250,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด หรือ ให้เครดิต 2 สัปดาห์ ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่ายปันผลคืน ให้ผู้ถือหุ้น	ลูกค้าหลัก คือ ชาวญี่ปุ่น ลูกค้ารองคือ ชาวไทย ผลิตภัณฑ์หลัก คือ เสื้อผ้าใย สัปปะรด และสินค้าผ้าใย ได้รับ รางวัล OTOP 5 ดาว ใช้เกณฑ์ราคาแบบ ลูกค้า มีช่องทางการจำหน่าย 2 แห่ง ขาย ปลีก 70 % ขายส่ง 30 % ใช้การส่งเสริม การตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน
2. รองทำเส้นใยพืช	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่ เป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมเป็นคนที่ และมีความประพฤติดี มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ ถ่าย ย่า ค่าตอบแทนเป็นรายวัน มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และเจ้าของธุรกิจจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตจากเจ้าของกิจการ ตั้งซื้อสินค้าเป็นรายเดือน มีการ ตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 300 คู่ต่อวัน มีการบำรุงรักษา เครื่องจักรหลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 100,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว มีรายได้ 200,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่ายค่าจ้างให้พนักงาน	ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวไทยและ ต่างชาติ ลูกค้ารองคือ คนในพื้นที่ ผลิตภัณฑ์หลัก คือ รองทำเส้นใยพืช ได้รับรางวัล OTOP 5 ดาว ใช้เกณฑ์ราคา บวกเพิ่มจากต้นทุน 30 % มีช่องทางการ จำหน่าย 3 แห่ง ใช้การส่งเสริมการตลาด หลากหลายวิธีร่วมกัน
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำขนมจีน และเครื่องแกง	ไม่มีการวางแผน ไม่ปฏิบัติตามแผน และไม่ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่าง สม่ำเสมอ ไม่มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อ ประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ ใช้การ สั่งการแบบไม่เป็นทางการ จูงใจสมาชิก ด้วยการให้สวัสดิการสังคม มีการ ควบคุมการปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมเป็นคนที่ และมีความประพฤติดี มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ ถ่าย ย่า ค่าตอบแทนเป็นรายเดือน มีการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และประธาน กลุ่มจะจัดการขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตจากเจ้าของกิจการ ตั้งซื้อสินค้าเป็นรายสัปดาห์ มีการ ตรวจสอบคุณภาพ มีกำลังการผลิต 700 กิโลกรัมต่อวัน มีการบำรุงรักษา เครื่องจักรหลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 30,000 บาท จากเงินของสมาชิก มีรายได้ 10,000 บาทต่อวัน ชำระเป็นเงินสด ถ้าไรหลังหัก ค่าใช้จ่ายค่าจ้างให้สมาชิกและปันผลให้ สมาชิกตอนสิ้นปี	ลูกค้าหลัก คือ ชาวไทย ลูกค้ารองคือ ชาวต่างชาติ ผลิตภัณฑ์หลัก คือ เส้น ขนมจีนและพริกแกง ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % มีช่องทางการจำหน่าย 1 แห่ง ใช้ การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธี ร่วมกัน

กลุ่มธุรกิจ / ข้อมูลการค้าเนินงาน	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิต	ด้านการเงิน บัญชี	ด้านการตลาด
4. หนุ่ยขอพรทิพย์ไทยคั่วมัลติมีเดีย	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบเป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกใช้เฉพาะที่เป็นคนในพื้นที่ และมีประสิทธิภาพ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ คำตอบแทนเป็นรายเดือน มีการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และหัวหน้า งานจะจัดความขัดแย้งเบื้องต้นและส่งต่อ ให้เจ้าของธุรกิจตามลำดับ	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินเชื่อ ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างประเทศ คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตจากผ่านฝ่ายจัดซื้อ ตั้งซื้อสินค้าเป็นรายสัปดาห์ มีการ ตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 500 กิโลกรัมต่อวัน มีการ บำรุงรักษาเครื่องจักรหลังการใช้งาน อย่างต่อเนื่อง	ทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม ลงทุนเริ่มแรก 300,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว มีรายได้ 12,000 บาทต่อวัน ชำระ เป็นเงินสด ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่ายค่าจ้าง ให้พนักงาน	ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยว ลูกจ้างคือ ผู้ซื้อทั่วไป ผลิตภัณฑ์หลัก คือ หนุ่ยขอพรทิพย์ไทยคั่วมัลติมีเดีย OTO 5 ดาว ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % มีช่องทางการจำหน่าย 3 แห่ง ใช้การ ส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน
5. บริษัท ฟาร์มผสมสายพันธุ์ จักกิด	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบเป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกใช้เฉพาะที่เป็นคนในพื้นที่ และมีประสิทธิภาพ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ คำตอบแทนเป็นรายเดือน มีการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และเจ้าของ ธุรกิจจะเข้ามาจัดการความขัดแย้งด้วย ตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินเชื่อ ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างประเทศ คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตโดยเจ้าของธุรกิจ ตั้งซื้อสินค้าเป็นรายเดือน มีการ ตรวจสอบคุณภาพ มีกำลังการผลิต 20 ตันต่อปี มีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลัง การใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม ลงทุนเริ่มแรก 500,000 บาท จากเงินออมส่วนตัว มีรายได้ 800,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่าย ค่าจ้างให้พนักงาน	ลูกค้าหลักและลูกจ้างคือ ผู้ซื้อใน ประเทศ ผลิตภัณฑ์หลัก คือ หนุ่ยขอพรทิพย์ไทยคั่วมัลติมีเดีย OTO 4 ดาว ใช้ เกณฑ์ราคาแบบบวกใช้ มีช่องทางการ จำหน่าย 2 แห่ง ใช้การส่งเสริมการตลาด หลากหลายวิธีร่วมกัน
6. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมบ้าน ดันจันทร์	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่ เป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกใช้เฉพาะที่เป็นคนในพื้นที่ และมีประสิทธิภาพ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ คำตอบแทนเป็นรายวัน มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และประธานกลุ่มจะจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินเชื่อ ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่น คัดเลือกผู้ขายปัจจัย การผลิตจากประธานกลุ่ม ตั้งซื้อสินค้า เป็นรายเดือน มีการตรวจสอบคุณภาพ ทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 70 กิโลกรัม ต่อวัน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลัง การใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 30,000 บาท จากเงินของสมาชิก มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด ถ้าไรหลัง หักค่าใช้จ่ายค่าจ้างให้สมาชิกและเก็บไว้ เป็นผลคอนเงินปี	ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยว ลูกจ้างคือ ผู้ซื้อทั่วไป ผลิตภัณฑ์หลัก คือ น้ำพริกขี้ ไช้เต็ม ได้รับรางวัล OTO 4 ดาว ใช้ เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 30 % มี ช่องทางการจำหน่าย 2 แห่ง ใช้การ ส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน

กลุ่มธุรกิจ / ข้อมูลการดำเนินงาน	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิต	ด้านการเงิน บัญชี	ด้านการตลาด
7. น้ำพริกเผเห็ดหอม	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ แผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่ เป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เฉพาะเป็นคนที่ มีคุณสมบัติ และมีความประพฤติดี มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ จ่าย ค่าตอบแทนเป็นรายวัน มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และใช้ของกิจการจะจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่น คัดเลือกผู้ขายปัจจัย การผลิตจากเจ้าของธุรกิจ ส่งซื้อสินค้า เป็นรายเดือน มีการตรวจสอบคุณภาพ ทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 100 กิโลกรัม ต่อวัน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลัง การใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 10,000 บาท จากเงินยืมส่วนตัว มีรายได้ 60,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายต่ำจึงให้สมาชิก	ลูกค้าหลัก คือ คนในท้องถิ่น ลูกค้ารอง คือ ผู้ซื้อต่างถิ่น ผลิตภัณฑ์หลัก คือ น้ำพริกเผเห็ดหอม ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % มีช่องทางการจำหน่าย 3 แห่ง ใช้ การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธี ร่วมกัน
8. Yellow Bean Coffee	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ แผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบเป็น ทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เฉพาะเป็นคนที่ มีคุณสมบัติ และมีความประพฤติดี มีการถ่ายทอด ความรู้แบบเป็นทางการ จ่ายค่าตอบแทน ตามผลตอบแทนการขายสิทธิการค้า มี การประเมินผลการปฏิบัติงาน และ ใช้ของธุรกิจจะจัดความขัดแย้งด้วย ตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่น คัดเลือกผู้ขายปัจจัย การผลิตจากเจ้าของธุรกิจ ส่งซื้อสินค้า เป็นรายสัปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพ ทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 300 กิโลกรัม ต่อวัน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลัง การใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรระยะ สม งบลงทุนเริ่มแรก 500,000 บาท จากเงินของ สมาชิก มีรายได้ 60,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด กำไรหลังหักค่าใช้จ่าย ค่าจ้างให้สมาชิกและเก็บไว้เป็นผลตอน สิ้นปี	ลูกค้าหลัก คือ ผู้ซื้อสิทธิในประเทศ ลูกค้ารองคือ ผู้ซื้อสิทธิในต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์หลัก คือ เมล็ดกาแฟ ได้รับ รางวัล OTOP 4 ดาว ใช้เกณฑ์ราคาบวก เพิ่มจากต้นทุน 100 % มีช่องทางการ จำหน่าย 2 แห่ง ใช้การส่งเสริมการตลาด หลากหลายวิธีร่วมกัน
9. วิสาหกิจชุมชนตัดเย็บ เสื้อผ้าบ้านคลองคู้	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ แผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่ เป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เฉพาะเป็นคนที่ มีคุณสมบัติ และมีความประพฤติดี มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ จ่าย ค่าตอบแทนเป็นรายวัน มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และประธานกลุ่มจะจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตจากสมาชิก ส่งซื้อ สินค้าเป็นรายเดือน มีการตรวจสอบ คุณภาพทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 40 ชิ้นต่อเดือน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักร หลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 20,000 บาท จากเงินของสมาชิก มีรายได้ 30,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด กำไรหลัง หักค่าใช้จ่ายต่ำจึงให้สมาชิกและเก็บไว้ เป็นผลตอนสิ้นปี	ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ลูกค้ารองคือ ผู้ซื้อทั่วไป ผลิตภัณฑ์หลัก คือ เสื้อผ้าฝ้าย ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้เกณฑ์ผลตอบแทนแบบถูกใจ มี ช่องทางการจำหน่าย 2 แห่ง ใช้การ ส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน

กลุ่มธุรกิจ / ข้อมูลการค้า	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิต	ด้านการเงิน บัญชี	ด้านการตลาด
10. กลุ่มประติมากรรมบ้านบวกลำ	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่างเป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมกับพื้นที่ และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ จ่าย ค่าตอบแทนเป็นรายชิ้น มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และประธานกลุ่มจะจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตจากประธานกลุ่ม สั่งซื้อสินค้าเป็นรายสัปดาห์ มีการ ตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 200 ชิ้นต่อวัน มีการบำรุงรักษา เครื่องจักรหลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำบัญชีครัวเรือน ลงทุนเริ่มแรก 10,000 บาท จากเงินของสมาชิก มีรายได้ 20,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่ายค่าจ้างให้สมาชิกและเก็บไว้เป็นผลตอนสิ้นปี	ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และไทย ลูกค้ารองคือ ผู้ซื้อทั่วไป ผลิตภัณฑ์หลัก คือ อุปกรณ์สำหรับโต๊ะอาหาร ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้ เกษตรราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % มี ช่องทางการจำหน่าย 2 แห่ง ใช้การ ส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน
11. กลุ่มผู้ตัดดิน	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่างเป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบเป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมกับพื้นที่ และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ จ่าย ค่าตอบแทนเป็นรายชิ้น มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และประธานกลุ่มจะจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่น คัดเลือกผู้ขายปัจจัย การผลิตจากสมาชิก สั่งซื้อสินค้าเป็นราย สัปดาห์ มีการตรวจสอบคุณภาพทุก ชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 200 ชิ้นต่อวัน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลังการใช้ งานอย่างต่อเนื่อง	ทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรระยะสม ลงทุนเริ่มแรก 30,000 บาท จากเงินของ สมาชิก มีรายได้ 50,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่าย ค่าจ้างให้สมาชิกและเก็บไว้เป็นผลตอน สิ้นปี	ลูกค้าหลัก คือ คนรักสุขภาพ ลูกค้ารอง คือ ผู้ซื้อทั่วไป ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้เกษตรราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % มีช่องทางการจำหน่าย 10 แห่ง ใช้ การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธี ร่วมกัน
12. กลุ่มอุตสาหกรรม	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คัดต่อประสานงานอย่างเป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการ จูงใจสมาชิกด้วยการให้ สวัสดิการสังคม มีการควบคุมการ ปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมกับพื้นที่ และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ จ่าย ค่าตอบแทนเป็นรายชิ้น มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และเจ้าของธุรกิจจะจัด ความขัดแย้งด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น คัดเลือก ผู้ขายปัจจัยการผลิตจากเจ้าของธุรกิจ สั่งซื้อสินค้าเป็นรายสัปดาห์ มีการตรวจสอบ คุณภาพทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 300 ชิ้นต่อวัน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักร หลังการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทำงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรระยะสม ลงทุนเริ่มแรก 50,000 บาท จากเงินของ ส่วนตัว และกู้ยืมธนาคาร 300,000 บาท มี รายได้ 70,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงิน สด ถ้าไรหลังหักค่าใช้จ่ายค่าจ้างให้ สมาชิกและเก็บไว้เป็นผลตอนสิ้นปี	ลูกค้าหลัก คือ ชาวยุโรป ลูกค้ารองคือ ผู้ ซื้อชาวไทย ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ถั่วไม่ หุบทอง ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้ เกษตรราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน 200 % มี ช่องทางการจำหน่าย 3 แห่ง ใช้การ ส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน

กลุ่มธุรกิจ / ข้อมูลการดำเนินงาน	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิต	ด้านการเงิน บัญชี	ด้านการตลาด
1.3. เกษตรินค้ากลุ่มเลี้ยงโคนม	มีการวางแผน ปฏิบัติตามแผน และ ทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีแผนภูมิองค์กร คิดต่อประสานงานอย่าง ไม่เป็นทางการ ใช้การสั่งการแบบไม่เป็นทางการ ไม่มีการจูงใจสมาชิกด้วยการให้สวัสดิการสังคม มีการควบคุม การปฏิบัติงาน	คัดเลือกสมาชิกให้เหมาะสมกับพื้นที่ และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอด ความรู้แบบไม่เป็นทางการ ง่าย คัดอบรมแทนเป็นราชัน มีการประเมินผล การปฏิบัติงาน และเจ้าของธุรกิจจะจัด ความจัดแข่งขันด้วยตนเอง	มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด ใช้แหล่ง วัตถุดิบในท้องถิ่น คัดเลือกผู้ขายป้อนดิบ ส่งซื้อสินค้า การผลิตจากเจ้าของธุรกิจ ส่งซื้อสินค้า เป็นรายเดือน มีการตรวจสอบคุณภาพ ทุกชิ้นงาน มีกำลังการผลิต 20 ชิ้นต่อ เดือน มีการบำรุงรักษาเครื่องจักรหลัง การใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ทางบุคคล-งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสม ลงทุนเริ่มแรก 30,000 บาท จากเงินของ สมาชิก มีรายได้ 30,000 บาทต่อเดือน ชำระเป็นเงินสด กำไรหลังหักค่าใช้จ่าย ค่าจ้างให้สมาชิกและเก็บไว้เป็นผลตอบแทน	ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ลูกค้ารองคือ ผู้ซื้อทั่วไป ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ผักลุ่มเลี้ยง ได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว ใช้เกษตรกรคา บวกเพิ่มจากต้นทุน 50 % มีช่องทางการ จำหน่าย 2 แห่ง ใช้การส่งเสริมการตลาด หลายหลายวิธีร่วมกัน

ตารางที่ 4.1 ตารางสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละด้านของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OPC

[illegible]

ลำดับของธุรกิจ / ธรรมชาติปัญหา															
A = เกิดปัญหามาก B = เกิดปัญหาปานกลาง C = เกิดปัญหาน้อย D= ไม่เกิดปัญหา															
ปัญหาด้านการบริหารการตลาด															
-ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	C	D	A	B	A	A	A	A	A	B	A	B	A	8	3
-ขาดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์	C	C	B	B	A	A	B	A	A	A	B	B	A	6	5
-ขาดสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	C	C	A	A	A	A	B	A	A	A	B	B	A	8	3
-ขาดความรู้ในการทำกาส่งเสริมการขาย	C	B	A	A	B	A	A	A	A	A	B	B	A	8	4
-อื่น ๆ (โปรดระบุ).....															
ปัญหาด้านอื่น ๆ															
-ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ	B	A	A	A	A	A	B	A	B	A	A	A	A	9	4
-สภาวะการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบันที่รุนแรง	B	A	A	B	A	A	A	A	A	A	B	B	A	8	5
-สภาวะการแข่งขันของคู่แข่งในอนาคตดูรุนแรงมากขึ้น	B	A	A	A	A	A	B	A	A	B	A	B	A	9	4
-อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อเพิ่มมากขึ้น	B	A	A	B	A	A	A	A	A	A	B	B	A	9	4
-อำนาจการต่อรองของสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์ของเรามากขึ้น	C	A	A	B	A	A	B	A	A	A	A	B	B	8	4
-สภาพเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ส่งผลถึงยอดขายสินค้าของเราลดลง	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	B	A	B	10	3
-อิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อยอดจำหน่ายสินค้าของเราลดลง	B	A	A	A	A	A	A	B	A	B	B	B	A	8	5
-สถานการณ์ทางการเมืองที่มีความรุนแรงส่งผลต่อความไม่ปลอดภัยในการซื้อสินค้าของเรา	B	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	B	A	11	2
-เกิดการต่อต้านจากกลุ่มผลประโยชน์ภายนอก เช่น NGOs	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	-	-
-การไม่ยอมรับผลิตภัณฑ์ของเราจากคนในชุมชน	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	-	-
-ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาคธุรกิจ เช่น สมาคมการค้า หอการค้า ฯลฯ	B	B	A	B	C	B	B	C	B	B	B	A	C	2	7
-อื่น ๆ (โปรดระบุ).....															
รวมระดับปัญหาของกิจการมาก	3	9	17	8	13	15	8	13	12	8	7	3	12		
รวมระดับปัญหาของกิจการปานกลาง	10	4	6	11	3	5	11	1	7	10	13	17	7		