



การสำรวจและวินิจฉัยธุรกิจ กลุ่มน้ำมันสมุนไพรสกัดเย็น



โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการเป็น Smart SME OTOP และก้าวสู่ 4.0
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
โดย สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

คำนำ

รัฐบาลมีนโยบายมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ประกอบการและผลักดันผู้ประกอบการให้เติบโตและแข็งแกร่งมีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส เล็งเห็นความสำคัญต่อการพัฒนาโอท็อปและวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากและมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศให้เติบโตเข้มแข็งมีขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน ข้อมูลแผนธุรกิจ แผนการพัฒนาปรับปรุงรายวิสาหกิจ (ระยะสั้น กลาง และระยะยาว) ภายใต้โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการเป็น Smart SME OTOP และก้าวสู่ 4.0 ประจำปี 2562 จึงเป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ของโอท็อปและวิสาหกิจชุมชน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับรองรับการพัฒนาสู่ 4.0 ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการและขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส
ประจำปีงบประมาณ 2562

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	1
สารบัญ	2
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	3
การสำรวจและวินิจฉัยธุรกิจ	4-12

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

กลุ่มน้ำมันนวดสมุนไพรสกัดเย็น เป็นกลุ่มโอท็อปด้านของใช้ วัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและสมาชิกกลุ่มฯ อีกทั้ง ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรในกับเกษตรกรในชุมชน ความได้เปรียบในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คือ มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและมีการใช้วัตถุดิบในชุมชนในการผลิต ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ กลุ่มฯ มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ มีการออกบูธจำหน่ายสินค้าร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หน้าร้าน เนื่องจากร้านมีบริเวณที่สามารถแสดงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว และยังมีการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อรับไปจำหน่ายต่อทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ในการทำกิจการที่มีการกระจายผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายช่องทาง โดยกลุ่มฯ มีลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าทั่วไปในพื้นที่ลูกค้าในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และลูกค้าต่างประเทศ

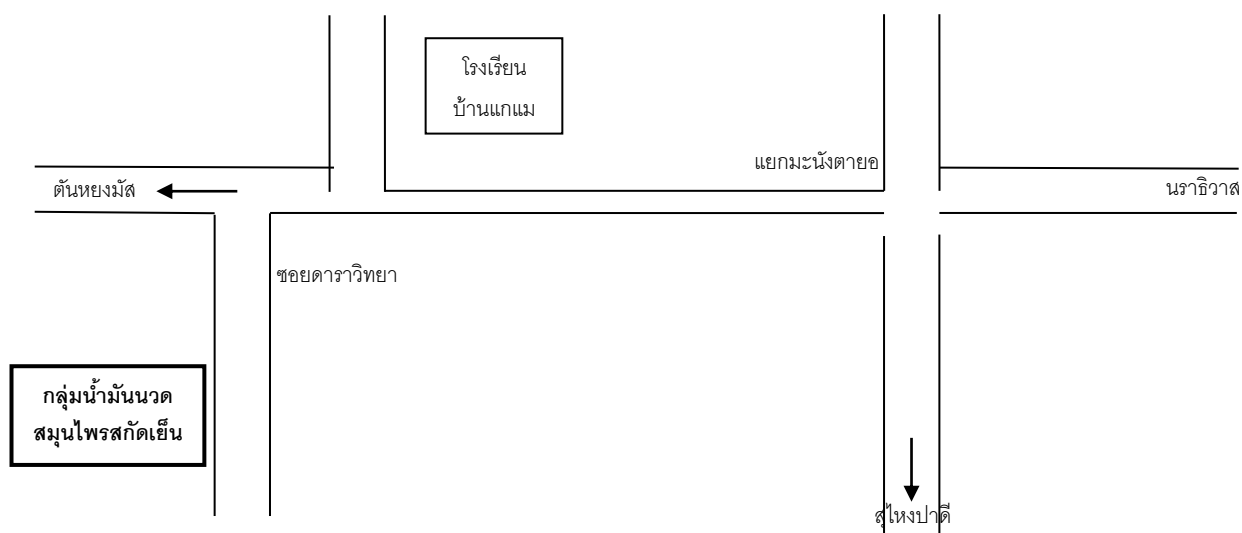
กลุ่มน้ำมันนวดสมุนไพรสกัดเย็น จึงได้พยายามพัฒนากลุ่มฯ และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง ด้วยประสบการณ์และความรู้ความสามารถของสมาชิกในกลุ่มฯ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับตลาดและลูกค้า ตามสถานการณ์และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง เพื่อให้กลุ่มฯ สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

หมวด 1 การบริหารจัดการ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

- 1) ชื่อกิจการ กลุ่มน้ำมันนวดสมุนไพรสกัดเย็น
- 2) เลขทะเบียนนิติบุคคล -
- 3) สถานที่ประกอบกิจการปัจจุบัน 36 หมู่ 9 ตำบลตันหยงมัส อำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส
- 4) ผู้ติดต่อ คุณมะหรรณี ดาแม
- 5) ตำแหน่ง ประธานกลุ่ม
- 6) เบอร์โทรศัพท์ 087-2877341
- 7) E-mail : -
- 8) Website -

1.2 แผนที่ พร้อมเส้นทาง



1.3 ประเภทของกิจการ

เป็นกิจการประเภทโอท็อป

1.4 ประวัติกิจการ

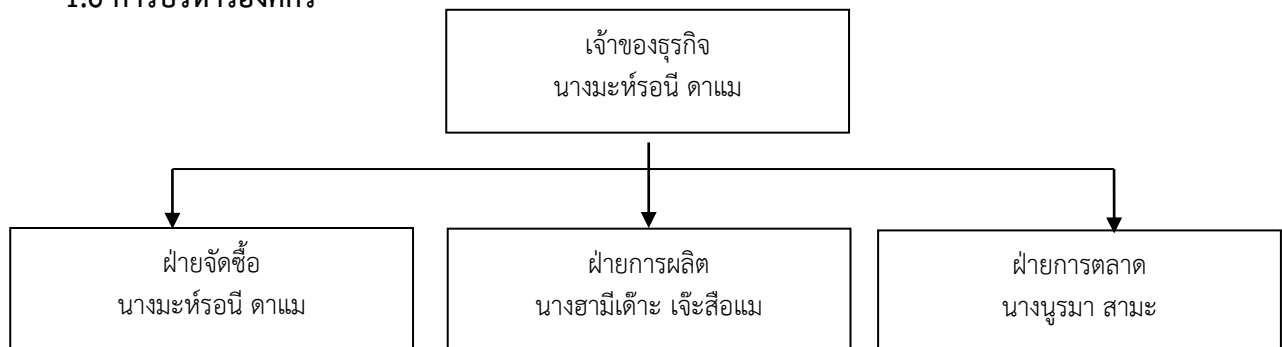
เริ่มจัดตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ.2552 โดยนางมะหรรณี ดาแม ได้รับการสนับสนุนจากผู้ใหญ่บ้าน หน่วยงานพัฒนาอำเภอระแงะ โดยได้รับความรู้มาจากวิทยาลัยชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และในปี พ.ศ.2558 กลุ่มฯ ได้รับเงินสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลในการจัดตั้งอาคารโรงเรือน ในปี พ.ศ. 2560 ได้รับเงินสนับสนุนเพื่อซื้อเครื่องคั้นกะทิ ในปี พ.ศ.2561 ได้รับเงินสนับสนุนจากกรมวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และในปี พ.ศ.2562 ได้ประกาศรับสมัครใหม่เพิ่ม ทำให้มีจำนวนสมาชิกเพิ่มมากขึ้น สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้จำนวนมากขึ้น

1.5 ประเภทของผลิตภัณฑ์

เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ คือ ยาหม่องสมุนไพรสกัดเย็น



1.6 การบริหารองค์กร



1.7 วิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

1) S-STRENGTH

- 1.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเนื่องจากการผลิตที่ได้มาตรฐาน
- 1.2 ราคามีความเหมาะสม
- 1.3 ใช้วัตถุดิบในชุมชนซึ่งทำให้มีต้นทุนในการผลิตต่ำ

2) W-WEAKNESS

- 2.1 บรรจุภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย
- 2.2 ขาดความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ
- 2.3 ขาดความรู้ด้านการตลาด
- 2.4 ยังขาดความรู้ในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย

3) O-OPPORTUNITY

- 3.1 กลุ่มฯ ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ เช่น หน่วยงานพัฒนาชุมชน วิทยาลัยชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล กรมวิทยาศาสตร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

4) T-THREAT

- 4.1 สภาพเศรษฐกิจผันผวน ทำให้ยอดการจำหน่ายไม่แน่นอน

หมวด 2

การตลาด

2.1 ศักยภาพด้านการตลาด

1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นลูกค้าทั่วไปในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 20 ลูกค้าต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50 และส่งขายในพื้นที่ภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 30

2) ส่วนประสมทางการตลาด

2.1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรบรรจุกระปุกขวดแก้ว

2.2) ราคา (Price)

ตารางที่ 1 แสดงราคาการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์	ราคาขาย	
	ขายปลีก (บ./ชุด)	ขายส่ง (บ./ชุด)
1.ยาหม่องสมุนไพรสกัดเย็น	50	45

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- จำหน่ายหน้าร้าน เนื่องจากร้านมีบริเวณที่สามารถแสดงผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าเห็นได้ง่ายและตัดสินใจเข้ามาซื้อในร้านได้โดยตรง

- จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางเพื่อนำไปจำหน่ายต่อในต่างจังหวัดและต่างประเทศ

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หากลูกค้าสั่งซื้อจำนวนมาก จะลดราคาให้

2.2 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด

- แผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มฯ ได้พยายามพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและสะดวกแก่การใช้งาน

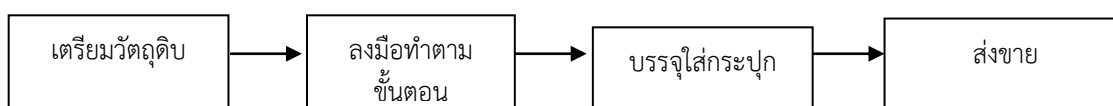
- กลยุทธ์ด้านราคา กลุ่มฯ ได้จำหน่ายทั้งในราคาปลีกและราคาส่ง และหากลูกค้าสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก จะลดราคาให้

- กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มฯ มีแนวโน้มจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการสร้างเว็บไซต์ของกลุ่ม เพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

หมวด 3

การจัดการด้านการผลิต

3.1 ศักยภาพด้านการผลิต



ขั้นตอนการผลิต เตรียมวัตถุดิบที่สำคัญในการทำยาหม่องสมุนไพรสกัดเย็น ซึ่งได้แก่ ไพล การบูร เมนทอล วาสลีน พิมเสน น้ำมันตะไคร้หอม น้ำมันระกำ เมื่อเตรียมวัตถุดิบเสร็จเรียบร้อยแล้วถึงขั้นตอนการลงมือทำ โดยเริ่มจากการนำไพลมาทอดในน้ำมันสกัดเย็นให้สุกเหลือง นำมากรองและพักไว้ให้เย็น เมื่อไพลเย็นได้ที่แล้วนำมาใส่การบูร เมนทอล วาสลีน พิมเสน น้ำมันตะไคร้หอม และน้ำมันระกำ แล้วนำมานึ่งประมาณ 5 นาที แล้วจึงบรรจุใส่กระปุกขวดแก้ว

หมวด 4 บัญชีและการเงิน

4.1 ศักยภาพด้านการเงินและการบัญชี

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการบันทึกรายละเอียดค่าใช้จ่ายในรอบเดือน

เดือน	รายการต้นทุน วัตถุดิบ	ต้นทุนคงที่รวม	ต้นทุนผันแปร	ยอดผลิตหรือ จำนวนหน่วย ขายต่อเดือน	ยอดจำหน่าย
มิ.ย.62	รายการวัตถุดิบ (ต้นทุนผันแปร) - ไพลแห้ง 2 กก. ราคา 300 บาท - ไพลสด 1 กก. ราคา 50 บาท รวม 350 บาท รายการอุปกรณ์ (ต้นทุนคงที่) - กระปุกขวดแก้ว 3,500 บ.	3,500 บ. ใช้งานได้ประมาณ 10 ปี (120 เดือน) $\times 100$ กระปุก $= 12,000$ กระปุก) ดังนั้น ต้นทุนคงที่ ต่อหน่วย คือ 0.29 บ. $(3,500 / 12,000)$	350 บ. ต้นทุนผันแปร ต่อหน่วย คือ 3.5 บ. $(350 / 100)$	100 กระปุกต่อเดือน ราคาขายต่อหน่วย คือ 50 บาท ได้กำไร 46.21 บ.	7,000 บ.

4.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงิน จะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงรายละเอียดของกิจการมากขึ้น นอกเหนือจากการพิจารณาเพียงตัวเลขในงบการเงิน เครื่องมือการวิเคราะห์ทางการเงินหนึ่งที่มีความนิยมและสามารถช่วยผู้ประกอบการในการวางแผนการขาย กำหนดราคาขาย คำนวณปริมาณการผลิตหรือขายที่กิจการจะมีกำไรและไม่ขาดทุนในแต่ละเดือนได้ เครื่องมือทางการเงินนั้นคือ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน หรือ Break-even point มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

สูตรคำนวณหาจุดคุ้มทุน (Break-even point)

คำนวณหาปริมาณหน่วยขายที่ทำให้คุ้มทุน

$$B.E.(Q) = \frac{\text{Fixed expenses}}{\text{Price} - \text{Variable cost}}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (จำนวนหน่วย)} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายคงที่ทั้งสิ้น}}{\text{ราคาค่าบริการต่อหน่วย} - \text{ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วย}}$$

เพราะฉะนั้น จุดคุ้มทุนของกลุ่ม น้ำมันนวดสมุนไพรสกัดเย็น

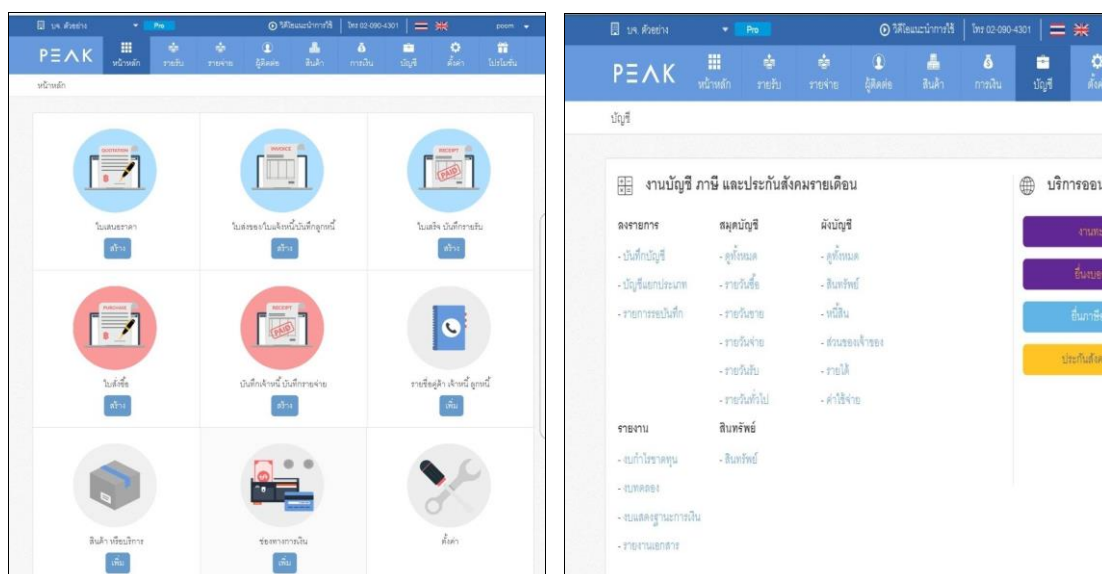
$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน} &= \frac{3,500}{50 - 3.5} \\ &= 75 \text{ กระปุก ต่อ เดือน} \end{aligned}$$

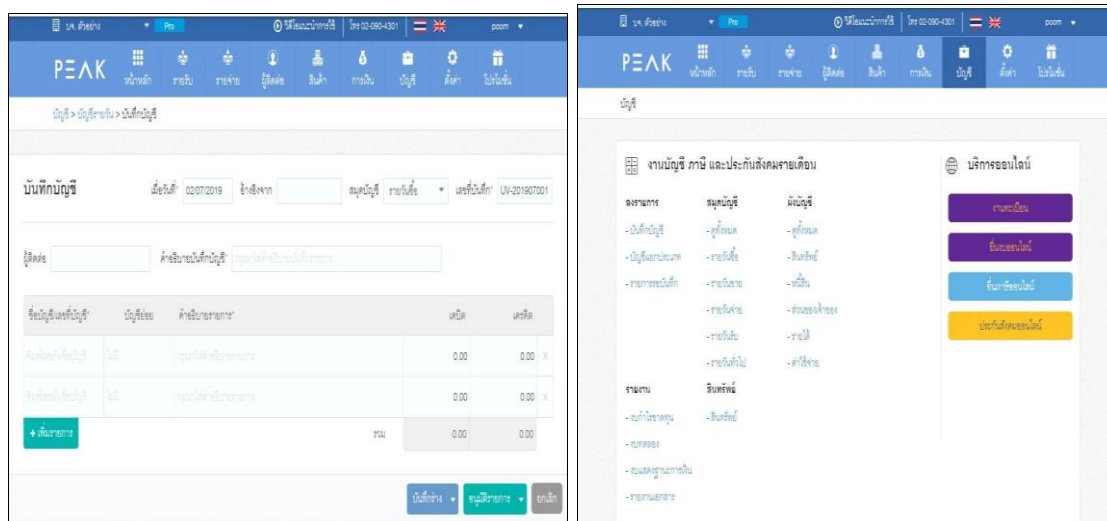
นั่นหมายความว่า กลุ่มน้ำมันนวดสมุนไพรสกัดเย็นต้องผลิตและขายน้ำมันนวดสมุนไพรให้ได้ 75 กระปุก ต่อ เดือน หรือ 900 กระปุก ต่อ ปี เพื่อให้เกิดความคุ้มทุน และต้องขายให้ได้มากกว่า 75 กระปุก ต่อเดือน (900 กระปุก ต่อปี) เพื่อให้กลุ่มมีกำไร

ข้อเสนอแนะ

โดยส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังไม่ได้คำนึงถึงการจัดเก็บและจัดทำข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้องหรือได้มาตรฐาน ค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนโดยส่วนใหญ่จึงมาจากการประมาณ หรือคาดการณ์ราคาโดยคร่าว ทำให้กิจการเกิดภาวะการขาดทุนโดยไม่ทันตั้งตัว เช่น บางกิจการไม่ได้คำนวณค่าแรงงานของสมาชิกกลุ่มในการทำงาน การใช้เงินส่วนตัวในการจับจ่ายเพื่อซื้อวัตถุดิบ หรือการจัดการเกี่ยวกับลูกหนี้ที่ล้มเหลวจนเกิดเป็นหนี้สูญ ประเด็นต่างๆ เหล่านี้ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานและส่งผลกระทบต่อกิจการในระยะยาวได้

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีแนวทางการจัดทำบัญชี หรือจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน การซื้อ การขาย หรือการลงทุนในกิจการอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา ซึ่งในปัจจุบันมีโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีหลากหลายโปรแกรม ที่สามารถอำนวยความสะดวกและวิธีการใช้งานไม่ซับซ้อนเพื่อตอบสนองแก่ผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น เช่น โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป Express, โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป Autoflight, โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป Easy Acc หรือ โปรแกรมบัญชี PEAK ซึ่งใช้สัญลักษณ์เป็นลักษณะรูปภาพการหมุนในการสื่อสารทำให้เข้าใจง่าย และมีการแยกหมวดหมู่รายการที่ต้องการดำเนินการอย่างชัดเจน ง่ายต่อการใช้งาน ตัวอย่างเช่น





ทั้งนี้ หากมีการจัดทำข้อมูลทางบัญชีอย่างถูกต้อง ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในหลายมุมมอง ได้แก่ มุมมองการวางแผนการต้นทุนการผลิต ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นต้นทุนที่ไม่จำเป็น มุมมองการวางแผนและการพยากรณ์การขาย ซึ่งผู้ประกอบการจะสามารถกำหนดราคาขายและอัตราผลตอบแทนได้อย่างแม่นยำและไม่ขาดทุน มุมมองการประมาณการและบริหารลูกหนี้ ผู้ประกอบการจะรับรู้ได้ว่าปัจจุบันมีลูกหนี้ที่ร้าย รายละเท่าไร และระยะเวลาในการเก็บหนี้ควรมีระยะเวลากี่วัน หรือแม้แต่มุมมองด้านการวางแผนเพื่อขยายกิจการหรือลดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลให้เกิดรายได้ในอนาคต ทั้งนี้ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินงานและมีแนวทางการทำงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

หมวด 5 แผนการพัฒนา

ประเด็น ด้านการ พัฒนา	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด เป้าประสงค์	แผนระยะสั้น (ปฏิบัติได้ทันที)	แผนระยะกลาง (ไม่เกิน 2 ปี)	แผนระยะยาว (ไม่เกิน 5 ปี)	หน่วยงาน สนับสนุน
1.การบริหาร จัดการ องค์กร	เพิ่มศักยภาพ การบริหารจัดการ องค์กรและ ศักยภาพการ ประกอบธุรกิจ	1. แนวทางการ ปฏิบัติตาม โครงสร้างบริหาร องค์กรชัดเจน 100% 2. บุคลากรแต่ละ ฝ่ายได้รับการ พัฒนาทักษะ เฉพาะด้าน 100% 3. มีเครือข่ายธุรกิจ ที่เข้มแข็งอย่าง น้อย 3 ราย	1. กำหนดเป้าหมาย ภาระเบียบหรือ ข้อบังคับขององค์กรเป็นลายลักษณ์อักษร และเผยแพร่ให้สมาชิกทุกคนรับทราบ 2. รวบรวมข้อมูลขององค์กรเพื่อใช้เป็น พื้นฐานในการบริหารจัดการและวางแผน องค์กรโดยปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ 3. ทบทวนภาระเบียบหรือข้อบังคับเป็น ระยะในรอบปีหรือเป็นระยะเวลาตาม ความเหมาะสม 4. จัดอบรม/เข้าร่วมกิจกรรมฝึกทักษะให้ สมาชิกที่รับผิดชอบแต่ละฝ่าย	1. จัดหาแรงงานและพัฒนาทักษะ ทั้ง ทักษะในการทำงานเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น การควบคุมเครื่องจักรสีข้าว การ ควบคุมคุณภาพข้าวเปลือก เป็นต้น 2. สร้างจิตวิญญาณในการเป็น ผู้ประกอบการ และมีทักษะในการบริหาร จัดการที่มีประสิทธิภาพ	-หาพันธมิตรเพื่อช่วยพัฒนาธุรกิจ เช่น พันธมิตรที่มีศักยภาพด้าน การตลาด ศักยภาพด้านการขาย ศักยภาพด้านนวัตกรรม เป็นต้น โดยอาจขอให้หน่วยงานภาครัฐ ช่วยเป็นผู้ประสานหรือจับคู่ธุรกิจ ให้	- สำนักงาน ส่งเสริม อุตสาหกรรม - กรมพัฒนา ชุมชน
2.การตลาด	เพิ่มช่องทาง การตลาดทั้ง ภายในประเทศ และต่างประเทศ	1. ฝ่ายการตลาด สามารถใช้สื่อ ออนไลน์สร้าง ร้านค้าออนไลน์ และรับคำสั่งซื้อได้ 2. ลดการใช้ สารเคมีใน กระบวนการผลิต ได้ 80% เพื่อเข้าสู่ ตลาด Green	1. ศึกษาแนวโน้มความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายเพื่อผลิตสินค้าได้ตรงกับ ความต้องการของลูกค้า 2. กำหนดแผนการขาย/แผนการตลาดใน รอบปีหรือตามระยะเวลาที่เหมาะสม หา ช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ตรงและ ถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมาย	1.พัฒนาช่องทางกระจายสินค้าและบริการ ออนไลน์เพื่อลดอำนาจการต่อรองจาก ร้านค้าปลีก 2. หาตลาดกลุ่มเป้าหมายของตนเอง โดย เลือกส่วนตลาดเฉพาะ (Niche Market) เนื่องจากเป็นส่วนตลาดที่ธุรกิจขนาดใหญ่ ไม่ค่อยให้ความสนใจหรือมองข้ามไป จะ ได้หลีกเลี่ยงการเจอคู่แข่งในธุรกิจขนาด ใหญ่ได้ แต่ผู้ประกอบการต้องให้ ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมสินค้า	1. สร้างภาพลักษณ์ความเป็นอัต ลักษณ์ท้องถิ่นและความเป็นเอเชีย ด้วยการค้นหาลักษณะ และ เรื่องราวเฉพาะกลุ่มของตน เพื่อ สร้างจุดแข็งและถ่ายทอดเรื่องเล่า ผ่านสื่อโซเชียล ประชาสัมพันธ์ คุณค่าผลงานของกลุ่ม 2. ส่งผลิตภัณฑ์เข้าประกวด พร้อม ทั้งใช้สื่อโซเชียลต่างๆ เพื่อโปรโมท และเป็นช่องทางกระจายสินค้า	- กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม - กรมการค้า ภายใน - สถาบันการศึกษา

ประเด็น ด้านการ พัฒนา	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด เป้าประสงค์	แผนระยะสั้น (ปฏิบัติได้ทันที)	แผนระยะกลาง (ไม่เกิน 2 ปี)	แผนระยะยาว (ไม่เกิน 5 ปี)	หน่วยงาน สนับสนุน
		Product		ใหม่และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนออกสินค้าใหม่เรื่อยๆ	เป็นต้น	
3.การผลิต และงาน สนับสนุน การผลิต	มีนวัตกรรมใหม่ๆ ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และ การรับรอง มาตรฐานที่เป็น สากล	1.มีผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ที่เป็น นวัตกรรม และ ผ่านการรับรอง มาตรฐานที่เป็น มาตรฐาน 2.มีช่างเชี่ยวชาญ เฉพาะที่สร้างสรรค์ งานได้แตกต่างจาก ธุรกิจในกลุ่ม เดียวกัน	1. บันทึกรายละเอียดในการจัดซื้อ/จัดหา วัตถุดิบ/ปัจจัยการผลิต แหล่งที่มา โดย จัดเก็บ บันทึกเหล่านั้นในระยะเวลาตาม ความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการ อ้างอิงในการผลิตครั้งต่อไป จัดทำ แนวทางการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบให้ ตรงกับความต้องการ 2. อบรม/ฝึกทักษะสมาชิกฝ่ายผลิตให้มี ความชำนาญในการตัดเย็บและแปรรูป สินค้าได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ควบคุม คุณภาพสินค้าของกลุ่มให้เป็นมาตรฐาน เดียวกัน ตลอดจนจัดทำเป็นคู่มือปฏิบัติ ขั้นตอนการผลิตที่ชัดเจนและเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ สร้างเกณฑ์ที่เหมาะสมในการตรวจสอบ คุณภาพผลิตภัณฑ์	1. พัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้าง ผลิตภาพ (Productivity) เพื่อรองรับการ สั่งซื้อคราวละมากๆ โดยการสร้าง เครือข่ายระหว่างกันและมีกลไกในการ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิต ทั้งในรูปแบบ กลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และ กลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่ อุปทาน 2. จัดหางบประมาณจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ สำหรับงานไม้ เนื่องจากขาดอุปกรณ์ที่ ทันสมัยเพื่อช่วยในกระบวนการบรรจุที่ได้ มาตรฐาน	1.พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อม ทานเพื่อสุขภาพที่เป็น Clean label และเฉพาะกลุ่มบุคคลหรือ บุคคลที่เป็นโรค เช่นอาหารพร้อม ทานไร้กลูเตน อาหารพร้อมทาน ออร์แกนิก อาหารพร้อมทาน มังสวิรัต เป็นต้น 2. พัฒนาระบบการผลิตที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้ประโยชน์ จากเศษวัตถุดิบในกระบวนการ ผลิต 3. พัฒนาระบบการผลิตให้ได้รับ รองมาตรฐานสินค้าของแต่ละ ประเทศเป้าหมาย เช่น GMP 4. พัฒนาความร่วมมือกับธุรกิจ ขนาดใหญ่ที่สามารถแข่งขันได้ทั้ง ในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อสนับสนุนการผลิตสินค้าจาก ชุมชนที่มีเรื่องเล่าจากความคิด และแนวทางปฏิบัติที่ดีในการสร้าง รายได้ที่เกิดจากแนวทางการ	- สถาบันการศึกษา - กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม

ประเด็น ด้านการ พัฒนา	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด เป้าประสงค์	แผนระยะสั้น (ปฏิบัติได้ทันที)	แผนระยะกลาง (ไม่เกิน 2 ปี)	แผนระยะยาว (ไม่เกิน 5 ปี)	หน่วยงาน สนับสนุน
					อนุรักษ์ท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม	
4.บัญชีและ การเงิน	ระบบบัญชีที่ได้ มาตรฐาน สามารถวิเคราะห์ จุดคุ้มทุน , รายงานรายรับ- รายจ่ายได้อย่าง เป็นปัจจุบัน	จัดการระบบบัญชี แบบมีมาตรฐาน ได้ 100%	1.ทำบันทึกรายรับ/รายจ่ายในรูปแบบที่ เหมาะสม เพื่อให้ได้ข้อมูลการรับ-จ่ายที่ ถูกต้องและตรวจสอบได้ 2.สรุปผลกำไร ขาดทุน ตามรอบ ระยะเวลาที่เหมาะสม 3.จัดทำกติกาการจ่ายผลตอบแทนแก่ สมาชิก 4.จัดทำแผนระเบียบการใช้เงินเพื่อเป็น ข้อมูลในการบริหาร 5.จัดทำรายการทรัพย์สินหนี้สินที่องค์กรมี และที่ได้รับจากการสนับสนุนของ หน่วยงานต่างๆ หรือที่องค์กรจัดซื้อเอง	1. พัฒนาระบบการเงินและบัญชี ให้มีการ จัดทำงบการเงินที่ถูกต้องในทุกปีเพื่อให้ สามารถวางแผนและควบคุมการดำเนิน ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. นำระบบบัญชีที่ดีมาใช้ในองค์กร ต้องมี ความรู้ในเรื่องต้นทุนและจุดคุ้มทุน เพื่อให้ ง่ายต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ ในการวางแผนการผลิต ทำให้สามารถ วางแผนควบคุมต้นทุน วางแผนการขาย และวางแผนกำไรได้เป็นอย่างดี	ทำระบบบัญชีให้ได้มาตรฐาน แสดงสถานะทางการเงินและการ หมุนเวียนของเงินในธุรกิจ จากการ วางระบบบัญชีและการเงินที่ดี เพื่อ ช่วยในการเข้าสู่แหล่งเงินทุนจาก สถาบันการเงินต่างๆ	- สถาบันการศึกษา - สำนักงาน พาณิชย์จังหวัด - กรมพัฒนาธุรกิจ การค้า

อ้างอิง

- ฉันทชัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร, 14(1), 177-191.
- Brandinside. (2562). สรุป 10 เทรนด์ที่นักการตลาดควรรู้ในปีี้ แต่มีอิทธิพลในปี 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2562, จากเว็บไซต์ <https://brandinside.asia/10-trends-digital-marketing-2018/>