



รายงานการวิจัย

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอฉวาง
จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร

Analysis of Cost, Volume and Profit on Community Product in
Chawang District, Nakhon Si Thammarat Province for cost management and
profitability

อรอุม่า สำลี

Onuma Romyen

เจษฎา ร่มเย็น

Jasada Romyen

กนกนาถ ศรีกาญจน์

Kanognart Sregarn

คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประจำปี พ.ศ. 2563

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม(ววน.) ที่สนับสนุนทุนวิจัยงบประมาณประจำปี 2563 ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่สนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บแบบสอบถาม

อรอุมา สำลี
เจษฎา ร่มเย็น
กนกนาถ ศรีกาญจน์
คณะผู้วิจัย



การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร

อรอุมา สำลี¹ กนกนถ ศรีกาญจน์² เจษฎา ร่มเย็น³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ(1)ศึกษาลักษณะการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าชุมชน (2) คำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าชุมชนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ (3) วิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา เพื่อหาแนวทางในการบริหารต้นทุนและวางแผนกำไร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 5 ประเภท จำนวน 5 กลุ่ม เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและสังเกตการณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประธานกลุ่ม จำนวน 5 ราย

ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบันทึกบัญชีไม่สม่ำเสมอและไม่เป็นระเบียบ และไม่เก็บเอกสารทางการเงินที่สำคัญ ทำให้ไม่สามารถทราบต้นทุน รายได้และผลตอบแทน และการคำนวณต้นทุนของสินค้าจะมีต้นทุนเพียงชนิดเดียวคือ ค่าวัตถุดิบทางตรง ไม่มีการคำนวณค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต และการตั้งราคาสินค้าส่วนใหญ่มีการตั้งราคาสินค้าตามราคาตลาดและเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่งผล 2 กรณี (1) ผลิตภัณฑ์บางชนิดขาดทุนเนื่องจากตั้งราคาขายไว้ต่ำกว่าทุน และ (2) ผลิตภัณฑ์บางชนิดมียอดขายน้อยเนื่องจากตั้งราคาสินค้าตามราคาตลาดแต่ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก และคุณภาพไม่คู่แข่ง (2) ผลการคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้า 5 ประเภท ดังนี้ เสื้อมัดย้อมต้นทุน 160.71 บาท/ตัว ราคาสินค้า 250 บาท/ตัว ซากกระเจี๊ยบต้นทุน 63.30 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 159 บาท/กล่อง ครีมนวดกระชับสัดส่วน ต้นทุน 271.91 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 500 บาท/กล่อง มันทอดรสคาราเมลต้นทุน 106.94 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 160 บาท/กล่อง มีดพกต้นทุน 814.18 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 1,200 บาท/กล่อง (3)ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้า 5 ประเภท โดยวิธีกำไรส่วนเกิน ดังนี้ เสื้อมัดย้อม จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 3,497.65 บาท ตัวซากกระเจี๊ยบ จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 5,515.40 กล่อง ครีมนวดกระชับสัดส่วน จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 633.07 บาท บาท กล่อง มันทอดรสคาราเมล จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 306.73 บาท กล่อง และมีดพก จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 1,579.74 เล่ม กล่อง

สำหรับแนวทางในการบริหารต้นทุน จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และร่วมสังเกตการณ์ในการกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการบริหารต้นทุนในภาพรวมดังนี้ (1) กลุ่มผู้ผลิตควรทำการวิเคราะห์ Value Chain ในภาพรวมเพื่อจะได้พิจารณาถึงกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ว่ามีกิจกรรมอะไรบ้าง และนำระบบต้นทุนฐานกิจกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารต้นทุน โดยทำการวิเคราะห์ว่ากิจกรรมใดบ้างที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าและกิจกรรมใดที่ต้นทุนสูงเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นข้อมูลให้ผู้ผลิตก็ทำการควบคุมและลดต้นทุนของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2)

เทคนิคการบริหารต้นทุนวิธีการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) มาประยุกต์ใช้ โดยในกระบวนการผลิตพนักงานทุกคนจะต้องควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงหรือเกินความต้องการลูกค้า เพื่อการดำรงอยู่และการแข่งขันขององค์กร ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และเป็นการพัฒนาพนักงานให้มุ่งมั่นและทุ่มเทในการทำงาน

คำสำคัญ : ต้นทุนผลิตภัณฑ์, การกำหนดราคา, จุดคุ้มทุน

^{1 2}อาจารย์ สาขาการบัญชีและการเงิน คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช

³ อาจารย์ สาขาการจัดการนวัตกรรมการบริหารและสารสนเทศทางธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช



Cost, Volume and Profit Analysis of Community Products in Chawang District, Nakhon Si Thammarat Province For Cost Management and Profitability

Onuma Romyen¹ Jasada Romyen² Jasada Romyen³

Abstract

This research aimed to (1) study accounting characteristics, cost calculation and community product pricing (2) calculate cost and pricing for community products, prototype product that has been developed in Chawang District, Nakhon Si Thammarat Province and (3) analyze the breakeven point of the prototype product that has been developed to find ways in cost management and profit planning. The research population was the producer and distributor of community products in Chawang District, Nakhon Si Thammarat Province. The sample in this present research was manufacturer and distributor of community products classified by product category divided into 5 types, amount of 5 groups. Interview and observation form were employed to collect the data from the chairman from 5 manufacturers.

The research results showed that (1) the community enterprise group recorded irregular and disorderly accounts and did not keep any important financial documents making it impossible to know the cost income and rewards. There was only the cost calculation of direct raw materials without the calculation of labor costs and production cost. The pricing of most products was priced according to market prices and compared from competitors. These influenced in two cases: (1) some products were at a loss because their selling prices were lower than their cost and (2) some products had little sales because they were priced according to market prices, but the products were not known and the quality was not competitive. The results of cost calculation and pricing for 5 types of products were as follows: a tie dye shirt cost was 160.71 baht and product price was 250 baht, roselle tea cost was 63.30 baht per a box and product price was 159 baht / box, slimming massage cream cost was 271.91 baht per a box and product price was 500 baht / box, caramelized potato chips cost was 106.94 baht per a box and product price was 160 baht / box, and pocket knife cost was 814.18 baht per a box and product price was 1,200 baht / box. and (3) the analysis of the breakeven point of 5 types of products by the excess profit method showed as follows: Tie dye shirts had a breakeven point at the sales volume of 3,497.65 baht roselle tea had a breakeven point at sales volume of 5,515.40 baht, slimming massage cream had breakeven point at sales volume of 633.07 baht, caramelized potato chips had breakeven point at sales volume of 306.73 baht and pocket knives had breakeven point at sales volume of 1,579.74 boxes.

For cost management guidelines, after interviewed and observed the production process of the developed prototype, then the researchers propose the overall cost management approach as follows: (1) the producers should conduct an overall value chain analysis in order to consider activities from upstream, midstream to downstream if what activities are there and apply the activity-based cost system in cost management by analyzing which activities do not generate value and which activities are too costly. This provides information for manufacturers to effectively control and reduce the cost of activities and (2) apply total quality management (TQM) technique. That is, in the production process, all employees are required to control the production quality of products and services to meet or exceed customer requirements for the existence and competition of the organization which creates satisfaction for customers and to develop employees to be committed and dedicated in their work.

Keywords: Product cost, pricing, breakeven point

^{1 2}Accounting and Finance of Management Technology Rajamangala University of Technology Srivijaya Thung Song District Nakhon Si Thammarat

³ Lecturer Innovation Management and Business Information System Faculty of Management Technology Rajamangala University of Technology Srivijaya Thung Song District Nakhon Si Thammarat



สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญเรื่อง	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์โครงการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของโครงการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน	7
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
การวิเคราะห์ข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
กลุ่มมีดพร้าบ้านนาสีญญา	60
กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านนาสีญญา	70

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพัฒนาอาชีพด้านหัตถกรรมรายชา	77
วิสาหกิจมิสเตอร์มัน	84
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนภูมิปัญญาหมอฟันบ้าน บ้านหมอไทย	92
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	99
อภิปรายผล	100
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	101
บรรณานุกรม	102



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การจำแนกประเภทของต้นทุน	15
2	แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตเม็ด	66
3	แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตเม็ดพวก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	67
4	แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตเม็ดพวก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	68
5	แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเม็ดพวก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	68
6	แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	69
7	แสดงต้นทุนรวมในการผลิตเม็ดพวก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	69
8	แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตเส้นมด்ய้อม	73
9	แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตเส้นมด்ய้อม / 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)	74
10	แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตเส้นมด்ய้อม / 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)	74
11	แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเส้นมด்ய้อม / 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)	75
12	แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร/ 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)	75
13	แสดงต้นทุนรวมในการผลิตเส้นมด்ய้อม (ปริมาณการผลิต 100 ตัว/รอบ)	76
14	แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตซากกระเจี๊ยบ	79
15	แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตซากกระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	80
16	แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตซากกระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	81
17	แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตซากกระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	82
18	แสดงต้นทุนรวมในการผลิตซากกระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	82
19	แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล	87
20	แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	88
21	แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	89
22	แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	90
24	แสดงต้นทุนรวมในการผลิตมันทอเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	91
25	แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตครีมนวดกระชับสัดส่วน	95
26	แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตครีมนวดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	96
27	แสดงค่าแรงงานทางตรงของการผลิตครีมนวดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	96
28	แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตครีมนวดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	97
29	แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)	97
30	แสดงต้นทุนรวมในการผลิตครีมนวดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)	98



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2	วงจรต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้า	9
3	กระบวนการทำไบomid	62
4	กระบวนการทำด้ามomid	63
5	กระบวนการทำปลอกomid	64
6	กระบวนการประกอบomid	65
7	กระบวนการผลิตผ้ามัดย้อม	72
8	กระบวนการผลิตชากระเจี๊ยบ	79
9	กระบวนการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล	86
10	กระบวนการทำน้ำมันสารสกัดสมุนไพร	93
11	กระบวนการทำครีมนวดกระชับสัดส่วน	94



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ประเทศไทยได้มีการวางแผนพัฒนาในระยะยาวโดยจัดทำยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่น่าสนใจ คือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านความมั่นคง ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญคือประชาชนอยู่ดี กินดี และมีความสุข ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้าน การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจคือการสร้างความหลากหลายด้าน การท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ที่ต้องการลดความเหลื่อมล้ำทุกมิติ สร้างความเป็นธรรม และการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง เพื่อสร้างสังคมคุณภาพ (ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580, 2561) ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติฉบับดังกล่าว ให้ความสำคัญ การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ และสอดคล้องกับนโยบายหลักรัฐบาล 12 ด้าน ข้อที่ 7 ของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีคนที่ 29 สมัยที่ 2 ซึ่งนโยบายหลัก 12 ด้าน ข้อที่ 7 ในเรื่องของการพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก โดยรัฐบาลให้ความสำคัญกับชุมชนในการนำความรู้และทรัพยากรในพื้นที่มาผลิตเป็นสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถสร้างรายได้กระจายรายได้สู่ชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชนและยกระดับให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาช่องทางตลาดเชื่อมโยงกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสร้างพลังสังคม พลังชุมชน รวมทั้งสร้างการเรียนรู้ ฝึกอาชีพกลุ่มอิสระในการร่วมขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศ รัฐบาลจึงมีนโยบายดำเนินการดังนี้ (1) ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) สร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ ยกระดับคุณภาพตลาดชุมชน ท่องเที่ยวชุมชน และส่งเสริมการขายตลาดออกสู่ต่างประเทศ (คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา, 2562)

จากยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และนโยบาย ที่ต้องการเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถสร้างรายได้กระจายรายได้สู่ชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชนและยกระดับให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้การเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากเห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน จะต้องกำหนดพื้นที่กลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการขายตลาดออกสู่ต่างประเทศ

อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราชพื้นที่กลุ่มเป้าหมายที่มีความน่าสนใจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก เนื่องจากเป็นแหล่งธรรมชาติ และเป็นเมืองเก่าขึ้นอยู่กันครศรีธรรมราชมาแต่โบราณ เป็นเมืองรองที่มีความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เนื่องจากมีลักษณะทางภูมิศาสตร์

เหมาะที่จะเป็นจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยว ทางด้านทิศตะวันออกของอำเภอมีอาณาเขตติดต่อกับอุทยานแห่งชาติเขาลง ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอเวียงสระจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอพิปูนและอำเภอลานสกา ซึ่งเป็นอำเภอเพื่อนบ้านที่กล่าวได้ว่าอากาศดีที่สุดในประเทศไทย และทิศใต้ติดต่อกับอำเภอช้างกลาง ซึ่งมีสถานที่ธรรมชาติที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นน้ำตก ป่าเขา และนอกจากนี้ยังมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ คือวัดธาตุน้อย ที่มีความศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของประชาชนภาคใต้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเชื่อว่าวาจาของพ่อท่านคล้ายมีความศักดิ์สิทธิ์ พุดอะไรเป็นอย่างนั้น นอกจากอำเภอฉวางจะมีความโดดเด่นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวก็ยังมีผลิตภัณฑ์ชุมชน มีจำนวนทั้งหมด 111 ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 5 ประเภท ได้แก่ ของใช้ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผ้าและเครื่องแต่งกาย อาหาร และเครื่องดื่ม สามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์เมื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นอำเภอฉวางมีความเหมาะสมในการเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถสร้างรายได้กระจายรายได้สู่ชุมชนทั้งส่งเสริมการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อม ส่งเสริมการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศเพราะฉะนั้นทางทีมโครงการวิจัยของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้เล็งเห็นถึงการศักยภาพอำเภอฉวาง และได้จัดทำโครงการวิจัยขึ้นภายใต้แผนงานการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว อำเภอฉวาง ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมั่นคงและยั่งยืนโดยมีการแบ่งทีมเป็นโครงการใหญ่เพื่อพัฒนาในแต่ละด้านซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมทีมชุดโครงการวิจัยในหัวข้อการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและรองรับการส่งออก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์พัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวซึ่งจะทำการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านการคำนวณต้นทุน การตั้งราคาสินค้าชุมชน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และด้านช่องทางการตลาด เพื่อสร้างรายได้กระจายรายได้สู่ชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชนและยกระดับให้มีความเข้มแข็งขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ และจากการลงพื้นที่เบื้องต้นกับทีมวิจัยชุดโครงการการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถสรุปประเด็นปัญหาได้ดังนี้ (1) กลุ่มผู้ผลิตมักจะไม่นำต้นทุนแรงงานมาคิดคำนวณต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธานินทร์ ไชยเชษฐ์ (2558) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ในการดำเนินการที่ผ่านมา การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตยังไม่ถูกต้องตามหลักวิชา เช่น ทางกลุ่มจะไม่คำนวณค่าใช้จ่ายและค่าแรงเป็นต้นทุน (2) ประเด็นการตั้งราคาสินค้า บางกลุ่มมีการใช้การประมาณการณส่งผลให้ราคาแพงเกินไปไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ บางกลุ่มก็ขาดทุน เนื่องจากตั้งราคาไม่ได้คิดต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สลักฤทัย สัมฤทธิ์(2554) การบริหารต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา พบว่า การผลิตผ้าทอไทลื้อมีปัญหาอุปสรรคหลายประการเช่น ต้นทุนการผลิตสูง สมาชิกขาดความรู้ในเรื่องของต้นทุน ทำให้วางแผนหรือตัดสินใจผิดพลาด การตั้งราคาสินค้าชุมชนขาย การควบคุมต้นทุน (3) ปัญหาด้านการตลาด ไม่สามารถพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายมีจำกัด (4) ปัญหาด้านการเงินและการบัญชี ไม่มีความรู้ด้านการเงินและบัญชี ขาดระบบ

บัญชีที่ดี ไม่ทราบต้นทุน และแหล่งเงินทุน (5) ผู้ประกอบการยังขาดแนวคิดเชิงธุรกิจ (6) ขาดการกำหนดระเบียบในการดำเนินงานกลุ่มเป็นต้น และ(7) ปัญหาจำนวนการผลิตสินค้าที่พอเหมาะ ไม่ค้างสต็อก เป็นต้น

จากการลงพื้นที่เบื้องต้นกับทีมวิจัยชุดโครงการอำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราชผู้วิจัยสอบถามเบื้องต้นและสังเกตถึงประเด็นปัญหาและนำมากำหนดหัวข้อวิจัยโครงการย่อยในหัวข้อการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำ โดยมีจุดมุ่งหมาย (1) เป็นแนวทางการคำนวณต้นทุนต้นทุนสินค้า การตั้งราคาสินค้า และวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และสามารถประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) เป็นแนวทางในการบริหารจัดการต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และใช้ในการวางแผนการซื้อวัตถุดิบ รวมทั้งการต่อรองราคากับผู้ขายวัตถุดิบ และ (3) แนะนำการจัดทำบัญชีเบื้องต้น

วัตถุประสงค์โครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าชุมชนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบข้อมูลสภาพที่แท้จริงของกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่าย ผู้ประกอบการ ในการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าชุมชน อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อจะได้แนวทางในการออกแบบสมุดบัญชี การคำนวณต้นทุนที่ครบถ้วนถูกต้อง และสามารถกำหนดราคาขายที่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง
2. ทราบข้อมูลกระบวนการผลิต ระยะเวลาตลอดห่วงโซ่ และข้อมูลด้านต้นทุน นำข้อมูลใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และใช้ในการวางแผนด้านการผลิต ด้านการตลาด

ขอบเขตของโครงการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร มีขอบเขตเนื้อหาที่ทำการศึกษาคือ 4 ประเด็นคือ

- ประเด็นที่ 1 คำนวณต้นทุนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา

ประเด็นที่ 2 การตั้งราคาสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา

ประเด็นที่ 3 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

ประเด็นที่ 4 แนวทางในการบริหารต้นทุน

ขอบเขตด้านพื้นที่ที่เลือกศึกษา

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 5 ประเภท ได้แก่ ของใช้ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผ้าและเครื่องแต่งกาย อาหาร และเครื่องดื่ม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยเลือกจากความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการในการผลิต ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์มีดพร้าบ้านนาสัญญา ตำบลห้วยปรึก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ผลิตภัณฑ์น้ำมันนวด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มภูมิปัญญาหมอพื้นบ้าน บ้านหมอไทย ตำบลห้วยปรึก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมบ้านนาสัญญา ตำบลห้วยปรึก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ผลิตภัณฑ์ชากระเจี๊ยบ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพัฒนาอาชีพบ้านห้วยทรายขาว ตำบลนาแวง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ
5. ผลิตภัณฑ์มันทอดกรอบ วิสาหกิจกลุ่มมิสเตอร์มัน ตำบลละอาย อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 5 ราย จากผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่ม ซึ่งทำการเลือกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง โดยพิจารณาผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จาก ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มตั้งแต่การวางแผน การผลิต และจำหน่าย

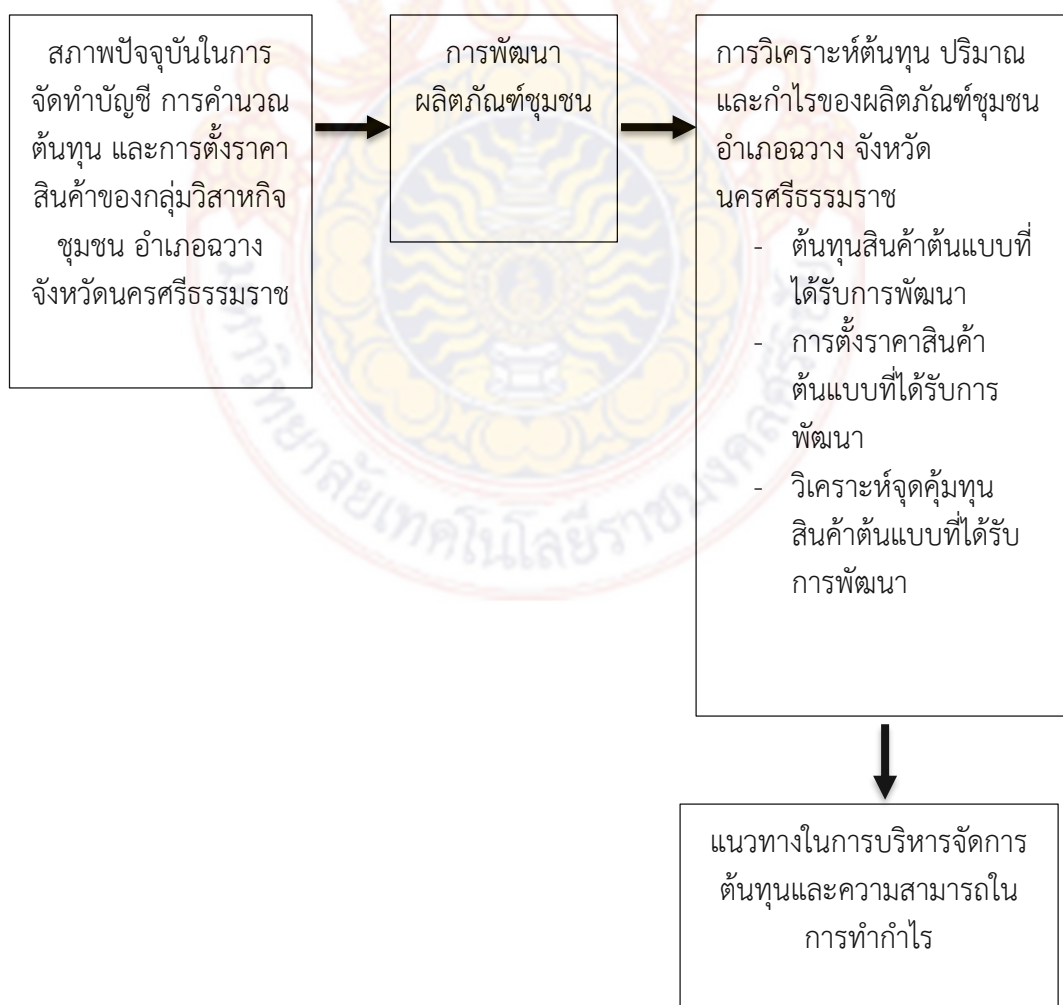
นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ ประเภทของใช้ 1 กลุ่ม ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1 กลุ่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย 1 กลุ่ม และประเภทอาหาร 2 กลุ่ม
2. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์** หมายถึง การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดของชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ ประเภทของใช้ 1 กลุ่ม ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1 กลุ่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย 1 กลุ่ม และประเภทอาหาร 2 กลุ่ม
3. **การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร** หมายถึง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยใช้วิธีกำไรส่วนเกิน
4. **การคำนวณต้นทุน** หมายถึง การเลือกใช้การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ตามวิธีต้นทุนเต็ม

5. การตั้งราคาสินค้า หมายถึง การตั้งราคาสินค้าชุมชนผลิตภัณฑ์ชุมชน

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร” กำหนดกรอบแนวความคิดที่จะศึกษาไว้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน ปริมาณ และกำไร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารต้นทุน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน

ก่อนที่จะศึกษาถึงระบบบัญชีต้นทุนในวิธีการต่างๆ ของกิจการที่ทำการผลิตสินค้า ก็ควรที่จะทำความเข้าใจของลักษณะการดำเนินงานที่สำคัญของกิจการที่ผลิตสินค้า และวงจรต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้า

กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจผลิต

ในการดำเนินงานของธุรกิจผลิตนั้นถึงแม้ว่าแต่ละธุรกิจจะผลิตสินค้าชนิดที่แตกต่างกันแต่กระบวนการดำเนินงานโดยสรุปแล้วคล้ายกัน ซึ่งจำเป็นที่ผู้บริหารต้องเข้าใจกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจและลักษณะขั้นตอนการดำเนินงาน และที่สำคัญที่สุดคือการเกิดขึ้นของต้นทุนในแต่ละขั้นตอน โดยทั่วไปกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจผลิตสามารถแบ่งออกดังนี้ (พัชนีจ เนาพันธ์, 2555, หน้าที่ 6-8)

1. กระบวนการจัดหา คือ กระบวนการจัดหาทรัพยากรต่างๆ เพื่อใช้ในการผลิต ซึ่งอาจจะเริ่มตั้งแต่สร้างโรงงาน การจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุโรงงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการผลิต จนกระทั่งโรงงานอยู่ในสภาพพร้อมการผลิตจึงเริ่มจัดซื้อวัตถุดิบมาเก็บในคลังเพื่อรอนำไปทำการผลิต ซึ่งจากที่กล่าวมาพบว่ากระบวนการจัดหานั้น มีต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้วก็คือ ค่าเสื่อมราคา อาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต ต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบคือค่าขนส่งเข้า ค่าใช้จ่ายในการเก็บและดูแลรักษาวัตถุดิบในคลัง

2. กระบวนการผลิต คือ ขั้นตอนในการแปลงสภาพวัตถุดิบเป็นสินค้าสำเร็จรูป โดยในการผลิตแรงงานทางตรงจะใช้เวลาเฉพาะด้านของตนที่มีในโรงงานแปลงสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือแม้แต่โรงงานที่ใช้เครื่องจักรเป็นสำคัญก็ตามก็จะมีผู้ควบคุมเครื่องจักรแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งโดยทั่วไปในการผลิตต่างๆ เริ่มตั้งแต่การนำปัจจัยนำเข้า (input)

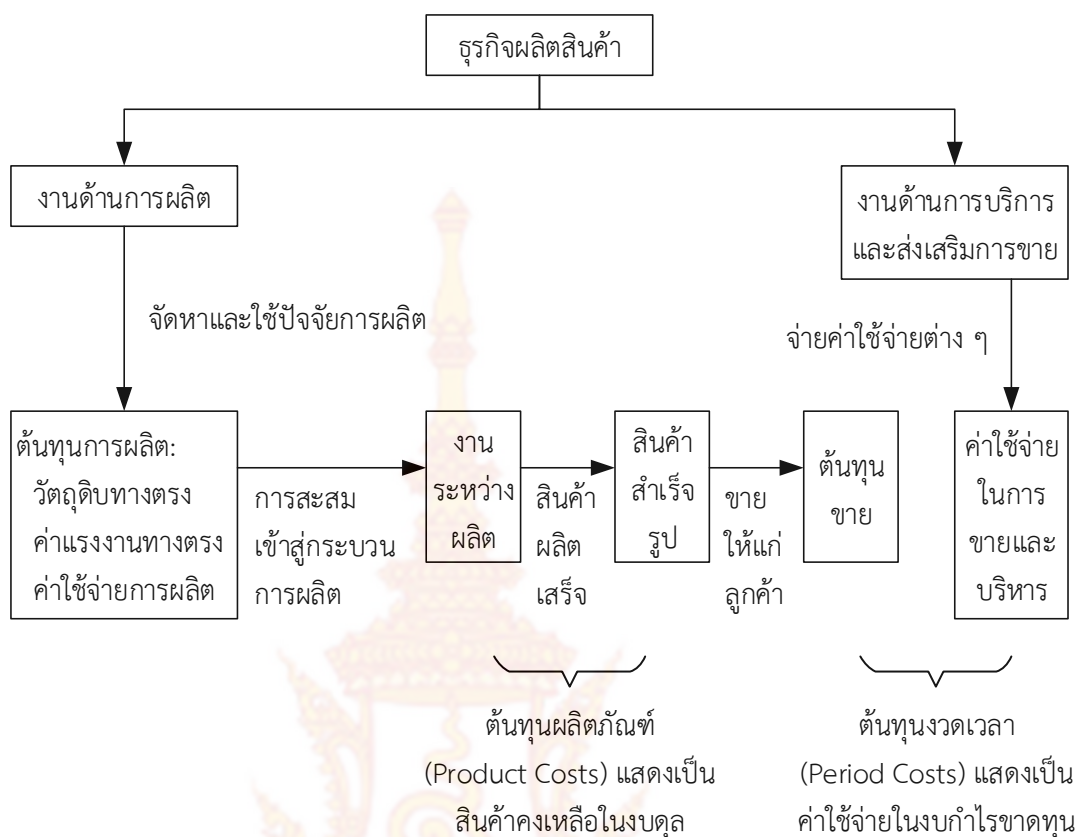
ต่างๆ เข้าสู่กระบวนการ (process) การผลิต จึงได้ผลลัพธ์ (output) ออกมา โดยปัจจัยการนำเข้า ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตต่างๆ เข้าสู่กระบวนการผลิต ซึ่งกระบวนการผลิตเป็นช่วงที่กำลังแปรสภาพและงานยังผลิตไม่เสร็จ เราจึงเรียกต้นทุนปัจจัยการผลิตที่กำลังถูกแปรสภาพเหล่านี้ว่า งานระหว่างทำ (work-in process) และเมื่องานระหว่างทำผลิตเสร็จก็จะกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป (Finished good) ส่งเข้าจัดเก็บในคลังเพื่อรอจำหน่ายต่อไป

3. การเก็บสินค้า (warehousing) สินค้าที่ผลิตเสร็จเป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้วถูกส่งไปเก็บไว้ในคลังสินค้าเพื่อรอการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตามกำหนดส่งมอบสินค้า หรือเพื่อรอจนกว่าจะมีการขายเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะธุรกิจ ว่าธุรกิจนั้นเป็นธุรกิจชนิดรับจ้างผลิตตามคำสั่งลูกค้า หรือผลิตสินค้าเพื่อรอจำหน่าย โดยสินค้าสำเร็จรูปในคลังสินค้าซึ่งได้ถูกบันทึกบัญชีไว้เป็นสินทรัพย์ เมื่อสินค้าได้ส่งมอบให้กับลูกค้าเสร็จสิ้น ก็จะบันทึกตัดบัญชีสินค้าสำเร็จรูปเป็นต้นทุนขาย (cost of goods sold)

4. การขาย (selling) เมื่อสินค้าอยู่ในสภาพพร้อมขายส่วนที่เหลือก็จะเป็นหน้าที่ของฝ่ายการตลาดที่จะต้องทำการวางแผนการตลาด และการปฏิบัติงานทางการตลาดเพื่อให้สามารถขายสินค้าได้สำหรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นจากการขายและการบริหารงานอื่นๆ ถือเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในการจัดทำรายงานการเงิน มักจะแยกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับแผนการตลาดหรือที่นิยมแสดงในงบการเงินในหมวดค่าใช้จ่ายการขายและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบริหารแยกออกจากกัน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดกับค่าใช้จ่ายในการบริหาร หรือการวัดความคุ้มค่าระหว่างค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่ลงทุนไปเมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับกลับคืนมา

วงจรต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้า

การศึกษาวงจรต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้าจะช่วยให้มีพื้นฐานความเข้าใจต่อการศึกษาระบบบัญชีต้นทุนในรูปแบบต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 2-2 แสดงวงจรต้นทุน (Flow of Costs) ของธุรกิจผลิตสินค้า



2.1 แสดงวงจรต้นทุน (Flow of Costs) ของธุรกิจผลิตสินค้า

แหล่งที่มา: การบัญชีต้นทุน (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2551)

ระบบบัญชีต้นทุน

ระบบบัญชีต้นทุนที่ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตแต่ละแห่งที่ใช้อยู่กัน มีความซับซ้อนในขั้นตอนการปฏิบัติที่แตกต่างกันไป และมีรูปแบบระบบบัญชีต้นทุนที่แตกต่างกันออกไป แต่มีจุดมุ่งหมายในความต้องการข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้อง รวดเร็ว และมีคุณภาพในการนำไปใช้ด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการกำหนดระบบบัญชีต้นทุนเพื่อใช้ในกิจการใดกิจการหนึ่งจะต้องคำนึงถึงความพร้อม ความเหมาะสม และความต้องการข้อมูลที่จะใช้ประโยชน์ในการบริหารกิจการ ด้วยเหตุนี้ ระบบบัญชีต้นทุนที่จะนำมาใช้จึงอาจจะแตกต่างกันออกไปตามประเด็นเหล่านี้ คือ

1. ระบบการสะสมต้นทุน (Cost Accumulation Systems)
 - การสะสมต้นทุนแบบสิ้นงวด (Periodic Cost Accumulation Systems)
 - การสะสมต้นทุนแบบต่อเนื่อง (Perpetual Cost Accumulation Systems)
2. ลักษณะของกระบวนการผลิต (Production Systems)
 - ระบบต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order Cost Systems)
 - ระบบต้นทุนกระบวนการ (Process Cost Systems)
3. ชนิดของต้นทุน (Cost Systems)

- ต้นทุนจริง (Actual Cost Systems)
 - ต้นทุนปกติ (Normal Cost Systems)
 - ต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost Systems)
4. ระบบการคิดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ (Product Costing Systems)
- ระบบต้นทุนเต็ม หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) หรือต้นทุนเต็ม (Full Costing)
 - ระบบต้นทุนตรง หรือต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือวิธีต้นทุนทางตรง (Direct Costing)

อย่างไรก็ตามการใช้ระบบบัญชีต้นทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมแบบการผลิตที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงก็อาจจะมีระบบบัญชีต้นทุนที่แตกต่างจากประเด็นดังกล่าวก็ได้เช่น การใช้ระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in time) หรือการใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing) เป็นต้น (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. 2551 หน้าที่ 45-46)

ข้อมูลต้นทุนเป็นข้อมูลที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง ที่ฝ่ายบริหารขององค์กรธุรกิจต้องทราบว่าการดำเนินงานของธุรกิจในส่วนต่าง ๆ นั้นมีต้นทุนอะไรเกิดขึ้นบ้าง เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ประกอบการวางแผน ควบคุม ตัดสินใจ ตลอดจนประเมินผลการปฏิบัติที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในกิจกรรมขององค์กรธุรกิจนั้นๆ (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ, 2555, หน้าที่ 22) ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับต้นทุนประกอบด้วย ความหมายของต้นทุน ประเภทของต้นทุน ระบบการคิดต้นทุนของผลิตภัณฑ์

ความหมายของต้นทุน

เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ (2555) ได้ให้ความหมายของต้นทุนไว้ว่า ต้นทุน(Cost) หมายถึงรายการที่เกิดขึ้นหรือคาดว่าจะเกิดขึ้น และทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือผลตอบแทนในรูปของสินทรัพย์หรือบริการ ต้นทุนที่เกิดขึ้นของธุรกิจ สามารถแยกพิจารณาตามการใช้ประโยชน์ที่พึงจะได้รับในช่วงเวลาหนึ่งๆได้ดังนี้ คือ (1) ต้นทุนที่ยังไม่หมดประโยชน์ เป็นต้นทุนส่วนที่ยังมีมูลค่าของสินทรัพย์หรือบริการเหลืออยู่ ซึ่งจะถูกนำไปตัดเป็นค่าใช้จ่ายในงวดต่อไปตามประโยชน์ที่พึงจะได้รับจากการใช้สินทรัพย์ถาวรหรือการบริการนั้นๆเช่น ต้นทุนของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ยังเหลืออยู่หลังจากหักค่าเสื่อมราคาในงวดนั้นๆแล้ว ต้นทุนสินค้าที่ยังไม่ได้ถูกจำหน่ายออกไป และ (2) ต้นทุนหมดประโยชน์ เป็นต้นทุนของสินทรัพย์หรือบริการที่ได้นำไปใช้ประโยชน์หรือตัดเป็นค่าใช้จ่ายไปแล้ว เช่น ค่าโฆษณา ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร อุปกรณ์ และต้นทุนสินค้าที่ขาย เป็นต้น

Anthony, Robert N., and Welsch Glenn (1981, อ้างถึงใน สุปราณี ศุกระเศรณี, ศุภสิน สุริยะ, อำนาจ รัตนสุวรรณ, และอรรถพล ตรีตานนท์, 2550) กล่าวว่า “ต้นทุน จะมีความหมายต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้” โดยวัตถุประสงค์ของการใช้ข้อมูลต้นทุน จะเป็นตัวกำหนดวิธีการวัดค่าต้นทุนของรายการนั้น โดยความหมายของต้นทุนนี้ประกอบด้วยแนวคิด 3 ประการคือ (1)เป็นการวัดค่าของปริมาณทรัพยากรที่ใช้ไป ได้แก่ ปริมาณของวัตถุดิบ ปริมาณของแรงงาน และปริมาณของบริการอื่น ๆ ที่มีจำนวนทั้งสิ้นเท่าใด (2)เป็นการวัดค่าออกมาในรูปของหน่วยเงินตรา คือการแปลงหน่วยวัดค่าของแต่ละชนิดให้อยู่ในรูปของหน่วยเงินตรา ทำให้เราสามารถรวบรวมมูลค่าของทรัพยากรทุกชนิดเข้าด้วยกันได้ (3)การวัดค่าต้นทุนจะต้องสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์เสมอ ต้นทุนจะถูกนำไปใช้ในหลายๆวัตถุประสงค์ เช่น ใช้รายงานต่อบุคคลภายนอก ใช้วางแผน และใช้ในการตัดสินใจ ดังนั้น ต้นทุนของรายการเดียวกันอาจมีหลายค่า เช่น ต้นทุนสินค้าต่อหน่วย รายงานต่อบุคคลภายนอกใช้ตัวเลข 50 บาทต่อหน่วย รายงานต่อผู้บริหารภายในใช้ตัวเลข 45 บาทต่อหน่วย

ต้นทุนอาจจะจำแนกเป็นต้นทุนที่ยังไม่ได้ใช้ และ ต้นทุนที่ใช้ไปแล้ว โดยต้นทุนที่ยังไม่ได้ใช้ หมายถึง ต้นทุนในส่วนที่เราจะได้รับประโยชน์ในรอบบัญชีหน้าแสดงรายการเป็นสินทรัพย์ในงบดุล เช่น สินค้าคงเหลือ ค่าเบี้ยประกันจ่ายล่วงหน้า อาคารและอุปกรณ์ เป็นต้น ส่วนต้นทุนที่ใช้ไปแล้ว หมายถึง ต้นทุนในส่วนที่ได้ใช้ในการหารายได้ในรอบบัญชีปัจจุบันจัดเป็นค่าใช้จ่าย (Expenses) โดยนำไปแสดงเป็นรายการหักจากรายได้ในงบกำไรขาดทุน เช่น ค่าเช่าของงวดปัจจุบัน ค่าโฆษณา และ เงินเดือน เป็นต้น ตัวอย่าง ซื้อกระดาษมาใช้ในแผนกบัญชี 10 ริม ราคา 100 บาท ต้นทุนเกิดขึ้น 1,000 บาท ในระหว่างปีใช้ไป 6 ริม ต้นทุนที่ใช้ไปแล้วจะเท่ากับ 600 บาท (100 บาท x 6 บาท) ซึ่งจะนำไปแสดงเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน ส่วนต้นทุนที่ยังไม่ได้ใช้ จะเท่ากับ 400 บาท (100 บาท x 4 บาท) และนำไปแสดงรายการเป็นสินทรัพย์ในงบดุล

ลำไย มากเจริญ (2551) ได้ให้ความหมายของต้นทุนไว้ว่า ต้นทุน (Cost) หมายถึง การใช้ทรัพยากรของกิจการเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ทรัพยากรที่ใช้ อาจเป็นเงินสด การหมดไปของมูลค่าสินทรัพย์หรือการเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ โดยต้นทุนแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ (1)ต้นทุนที่ยังไม่หมดประโยชน์ หมายถึงต้นทุนที่กิจการยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ และ (2)ต้นทุนที่หมดประโยชน์ใช้แล้ว

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ได้ให้ความหมายของต้นทุนไว้ว่า ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรืออนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปแล้วทั้งสิ้น ต้นทุนนั้นก็จะเป็น ค่าใช้จ่าย (Expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้น และสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า สินทรัพย์ (Assets) เมื่อ ค่าใช้จ่าย (Expenses) คือต้นทุนที่ก่อให้เกิดรายได้ (Revenues) โดยปกติแล้วก็จะนำไปเปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นในงวดเดียวกันเพื่อคำนวณหากำไรสุทธิ (Profit) หรือขาดทุนสุทธิ (Loss) และในทางปฏิบัติแล้วการใช้คำว่า “ต้นทุน” และ “ค่าใช้จ่าย” มักจะมีการใช้ทดแทนกันอยู่เสมอตามความเหมาะสม และความคุ้นเคยของนักบัญชี

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ได้ให้ความหมายของต้นทุนไว้ว่า ต้นทุน(Cost) หมายถึง ทรัพยากรของกิจการที่สามารถกำหนดมูลค่าเป็นตัวเงิน ที่จะต้องสูญเสียไปเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการที่จะได้รับมา เพราะฉะนั้นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะนำข้อมูลต้นทุนมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจก็คือแนวคิดและประเภทของต้นทุนที่แตกต่างกันจะมีวัตถุประสงค์ในการนำมาใช้ประเมิณผลที่แตกต่างกันไปด้วย

วิจิตรา พูลเพิ่มทรัพย์ (2547) ได้ให้ความหมายของต้นทุน และค่าใช้จ่ายไว้ดังนี้ ต้นทุน (Cost) หมายถึง จำนวนเงินที่สามารถวัดได้ โดยการจ่ายเป็นเงินสดหรือสินทรัพย์ โดยการออกทุนเรือนหุ้น โดยการให้บริการ หรือโดยการก่อหนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ และค่าใช้จ่าย หมายถึง การใช้ต้นทุนให้หมดไปโดยหักจากรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่งๆ ดังนั้นคำว่า ค่าใช้จ่าย หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดำเนินงาน เช่น ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ถ้าเป็นค่าใช้จ่ายที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์นั้นมักจะเรียกว่า “ต้นทุน” เช่น วัสดุทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต รวมเรียกว่าต้นทุนของผลิตภัณฑ์ จะไม่เรียกเป็นค่าใช้จ่ายของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขายนั้น หมายถึง สินค้าคงเหลือนั่นเอง ซึ่งถือเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนของกิจการ

อรรวรรณ กิจปราชญ์ (2550) ได้กล่าวถึงต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต หรือการให้บริการ เป็นส่วนที่เรียกว่า มูลค่าของปัจจัยเข้า(Input Value) ของระบบต้นทุน จึงเป็นเงินสดหรือค่าใช้จ่ายในรูปแบบอื่นที่จ่ายไปเพื่อจะให้ได้มาซึ่งบริการหรือผลผลิต ในทางธุรกิจ ต้นทุน คือ ค่าใช้จ่ายส่วนที่จ่ายไปเพื่อให้ได้ผลตอบแทนหรือรายได้ ต้นทุนจึงเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยประเภทกิจการที่มีลักษณะแตกต่างกันลักษณะของต้นทุนก็จะแตกต่างกันตามบริบท เช่น (1)กิจการประเภทบริการ ต้นทุนจะหมายถึง จำนวนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ต้นทุนบริการซ่อมรถ มีต้นทุนประกอบด้วยค่าอะไหล่รถยนต์ ค่าน้ำมัน ค่าแรงสำหรับทำการซ่อม เป็นต้น (2)กิจการประเภทจำหน่ายสินค้า ต้นทุนหมายถึง มูลค่าของสินค้าสำเร็จรูปที่ซื้อมาบวกค่าขนส่งในการจัดซื้อสินค้า และ(3)กิจการประเภทอุตสาหกรรม ต้นทุนหมายถึง จำนวนเงินที่จ่ายไปเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าทุกขั้นตอนตั้งแต่การแปรสภาพวัตถุดิบจนเปลี่ยนสภาพเป็นสินค้าสำเร็จรูป

ดวงมณี โกมารทัต (2555) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและการจำแนกประเภทต้นทุนไว้ว่า หากจะกล่าวคำว่า “ต้นทุน” ลอยๆโดยไม่มีคำมาต่อท้ายเพื่อแสดงลักษณะของต้นทุน อาจจะมีผู้เข้าใจความหมายของต้นทุนนั้นคลาดเคลื่อนไปจากวัตถุประสงค์ที่นำไปใช้ ดังนั้นการทราบวัตถุประสงค์ในการใช้ต้นทุนจึงมีบทบาทสำคัญต่อการจำแนกประเภทต้นทุน ปกติวัตถุประสงค์หลักในการใช้ต้นทุนก็คือเพื่อจัดทำงบการเงินและรายงานต้นทุนเสนอต่อบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในกิจการ ในแง่การจัดทำงบการเงินภายนอกจะมีการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costing) เพื่อตีราคาสินค้าคงเหลือ และคำนวณต้นทุนสินค้าขายประจำงวด ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ ส่วนการจัดทำงบการเงินภายในนั้นจะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ในการใช้ต้นทุนของผู้บริหารระดับต่างๆของกิจการ เมื่อความต้องการในข้อมูลต้นทุนแตกต่างกันจึงต้องมีความเข้าใจในหลักการและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่อง (1)ความหมายของต้นทุน ค่าใช้จ่าย และขาดทุน (2)วัตถุประสงค์ในการใช้ต้นทุน และ(3)การ

จำแนกประเภทต้นทุน ก่อนที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ โดยอธิบายความหมายของต้นทุน ค่าใช้จ่าย และขาดทุนดังนี้

สถาบันการบัญชีที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายต้นทุนคล้ายคลึงกันดังนี้

AAA (1952) “Cost is a foregoing measured in monetary terms, incurred or potentially to be incurred to achieve a specific objective”

AICPA (1983) “Cost is defined as an exchange price, a foregoing, a sacrifice made to secure benefit”

IMA (1983) “The cash or cash equivalent value required to attain an objective such as acquiring the goods and services used, complying with a contract, performing a function, or producing and distributing a product”

ประมวลความหมายจากบัญชีศัพท์ข้างต้น คำว่าต้นทุนน่าจะหมายถึง “มูลค่าที่วัดได้ เป็นจำนวนเงินของสินทรัพย์ หรือความเสียสละที่กิจการได้ลงทุนไปเพื่อให้ได้สินค้า สินทรัพย์หรือ บริการต่างๆ ซึ่งกิจการคาดว่าจะนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในภายหลัง” เมื่อวิเคราะห์ ความหมายของต้นทุนดังกล่าว ต้นทุนอาจจะเกิดขึ้นจากรายการหนึ่งรายการใด หรือทั้ง 2 รายการ ดังต่อไปนี้

1. การจ่ายเงินสดหรือมีภาระหนี้สินเกิดขึ้นจากการซื้อสินค้า สินทรัพย์หรือบริการต่างๆ มาไว้เพื่อขายหรือใช้ให้เกิดประโยชน์ในกิจการ
2. การเสียสละผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับเมื่อปฏิเสธทางเลือกอื่นๆ แล้วหันไปใช้ ทางเลือกที่เป็นอยู่ในขณะนั้นแทน ซึ่งการเสียสละจึงเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส

ค่าใช้จ่าย(Expense) หมายถึงต้นทุนที่ถูกใช้ประโยชน์ไปบางส่วนหรือทั้งหมดในระยะเวลา ที่กำหนดไว้ซึ่งตามปกติก็คืองวดบัญชี หรือกล่าวได้ว่า สภาพการเป็นต้นทุนจะสิ้นสุดลง(Expired cost) เมื่อกิจการได้ใช้ประโยชน์ในจำนวนต้นทุนนั้น จึงมีการตัดจำหน่าย(Expiration) ต้นทุนเป็น ค่าใช้จ่ายแทน การใช้ประโยชน์ในต้นทุนอาจจะสัมพันธ์กับการเกิดรายได้โดยตรง เช่นกิจการซื้อ สินค้าเพื่อรอไว้ขาย เมื่อขายสินค้าส่วนใดไปก็จะคำนวณต้นทุนขาย ผลรวมของต้นทุนขายทั้งหมด จะนำไปหักจากค่าขายสินค้าประจำงวด เพื่อหาค่าไรขั้นต้นของงวดบัญชีนั้น ต้นทุนขายตามกรณีนี้ เป็น “ค่าใช้จ่าย” ไม่ใช่ต้นทุนตามชื่อที่เรียกกัน เพราะเป็นรายการที่ก่อให้เกิดรายได้ (ประโยชน์) แก่กิจการแล้ว สำหรับสินค้าส่วนที่ยังขายไม่ได้ยังคงแสดงเป็น “ต้นทุน” สินค้าคงเหลือในงบดุล ณ วันสิ้นงวดบัญชี อย่างไรก็ตามมีค่าใช้จ่ายบางรายการที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้โดยตรง หรือไม่มี ความสัมพันธ์กับรายได้ แต่เป็นรายการที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน เช่น เงินเดือนผู้จัดการและ พนักงาน ค่าซ่อมบำรุงสินทรัพย์ถาวร ค่าพาหนะ ค่ารับรอง ฯลฯ ปกติจะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายทันที ที่เกิดรายการ เนื่องจากรายการนี้มักจะเกิดขึ้นเป็นประจำในแต่ละงวดบัญชี จึงมีผู้เรียกว่า “ต้นทุน ประจำงวดหรือค่าใช้จ่ายประจำงวด” เมื่อถึงวันสิ้นงวดจะนำรายการที่ถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายประจำ งวดทั้งหมดไปหักจากกำไรขั้นต้นเพื่อคำนวณกำไรขาดทุนจากการดำเนินงาน

ขาดทุน(Loss) หมายถึงส่วนของต้นทุนทั้งหมดสิ้นไปโดยไม่ให้ผลประโยชน์แก่กิจการต่อไป ตัวอย่างเช่นจากการสำรวจสินค้าคงเหลือพบว่า สภาพของสินค้าชำรุดเสียหายจนไม่อาจจะขาย ตามราคาปกติได้ กรณีที่สามารถขายสินค้านั้นได้ในราคาต่ำกว่าต้นทุนก็จะเกิดการขาดทุนบางส่วน

แต่ถ้าพบว่าสินค้านั้นชำรุดเสียหายมากจนต้องทิ้ง กรณีนี้จะต้องจำหน่ายต้นทุนสินค้าดังกล่าวเป็นขาดทุนทั้งหมดโดยทันที

จากความหมายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตราต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะถือเป็น “ค่าใช้จ่าย” (Expenses) ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้นและสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์ (Assets) เมื่อค่าใช้จ่าย (Expenses) คือ ต้นทุนที่ก่อให้เกิดรายได้ (Revenue) โดยปกติแล้วก็จะนำไปเปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นในงวดเดียวกันเพื่อคำนวณหากำไรสุทธิ (Profit) หรือขาดทุนสุทธิ (Loss) ซึ่งรายได้ก็จะหมายถึง ราคาขายของสินค้าหรือบริการคูณกับปริมาณ

ประเภทของต้นทุน

ธุรกิจมีดำเนินงานหลายกิจกรรม ซึ่งการจะนำข้อมูลของต้นทุนเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานในด้านต่างๆให้เกิดประสิทธิภาพนั้น การเลือกใช้ต้นทุนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด หากมีการนำต้นทุนไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ก็อาจทำให้การตัดสินใจผิดพลาดได้ จึงจำเป็นต้องมีการจำแนกประเภทของต้นทุน เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ (เบญจมาศ อภิสัทธีภิญญ, 2555 : 23) ผู้วิจัยได้ศึกษาการจำแนกประเภทของต้นทุนและสรุปได้ดังตารางที่ 2-1 การจำแนกประเภทของต้นทุน ได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 การจำแนกประเภทของต้นทุน

ชื่อ	การจำแนกประเภทต้นทุน
วิจิตรา พูลเพิ่มทรัพย์ (2547)	<ol style="list-style-type: none"> 1. รวบรวมตามหน้าที่ 2. รวบรวมตามส่วนประกอบการผลิต 3. รวบรวมตามผลิตภัณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ของต้นทุน 4. รวบรวมตามแผนของต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง 5. รวบรวมตามมูลเหตุที่ก่อให้เกิดรายได้ 6. รวบรวมตามพฤติกรรมต้นทุนที่มีต่อปริมาณ 7. รวบรวมตามรอบระยะเวลาบัญชี 8. รวบรวมตามผลเฉลี่ย
สุปราณี ศุกระเศรณี, ศุภสิน สุริยะ, อานาจ รัตนสุวรรณ, และ อรรถพล ตรีตานนท์ (2550)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจำแนกต้นทุนตามหน้าที่การทำงาน 2. การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน 3. การจำแนกต้นทุนตามสิ่งที่ต้องการคิดต้นทุน 4. การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุมต้นทุน 5. การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ
อรวรรณ กิจปราชญ์ (2550)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ชื่อ	การจำแนกประเภทต้นทุน
	<ol style="list-style-type: none"> 2. การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับการผลิต 3. การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมต้นทุน 4. การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์ของต้นทุนกับสิ่งที่ต้องการคิดต้นทุน 5. การจำแนกต้นทุนตามงวดเวลาที่ก่อประโยชน์ 6. การจำแนกต้นทุนตามหน้าที่ในการบริหารกิจการ 7. การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุม 8. การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ
ลำไย มากเจริญ (2551)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ 2. การจำแนกต้นทุนตามลักษณะของต้นทุนการผลิต 3. การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อกิจกรรม 4. การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับหน่วยต้นทุน 5. การจำแนกต้นทุนตามลักษณะหน้าที่ 6. การจำแนกต้นทุนตามงวดบัญชี 7. การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ 8. การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระยะเวลา
ดวงมณี โกมารทัต (2555)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจำแนกต้นทุนตามระยะเวลา 2. การจำแนกต้นทุนตามลักษณะการดำเนินงาน 3. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ 4. การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม 5. การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุมและวัดผลการปฏิบัติงาน 6. การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ
เบญจมาศ อภิสิทธิ์ ภิญโญ (2555)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจำแนกตามหน้าที่การผลิต 2. ต้นทุนตามรายงานในงบการเงิน 3. การจำแนกต้นทุนตามลักษณะพฤติกรรมของต้นทุน 4. การจำแนกต้นทุนตามความสามารถระบุสาเหตุของการเกิดต้นทุน 5. การจำแนกต้นทุนตามความจำเป็นที่ต้องจ่าย 6. การจำแนกต้นทุนตามความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
ลำไย มากเจริญ (2556)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ 2. การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม 3. การจำแนกต้นทุนตามระยะเวลา 4. การจำแนกต้นทุนตามลักษณะการดำเนินงาน 5. การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับหน่วยต้นทุน

ชื่อ	การจำแนกประเภทต้นทุน
	6. การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุมและวัดผลการปฏิบัติงาน 7. การจำแนกต้นทุนโดยพิจารณาจากช่วงเวลาในการคำนวณกำไร 8. การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ
พรรณนิภา รอดวรรณะ (2556)	1. การจำแนกตามลักษณะหรือองค์ประกอบ 2. การจำแนกตามหน้าที่ 3. การจำแนกเป็นทางตรงและทางอ้อม 4. การจำแนกตามความผันแปร 5. การจำแนกตามความสามารถในการควบคุม 6. การจำแนกตามความเป็นปกติ
สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	1. ต้นทุนตามหน้าที่ 2. ต้นทุนตามความสามารถในการจำแนกตามหน่วยต้นทุน 3. ต้นทุนตามความสัมพันธ์กับรายได้ในช่วงเวลาหนึ่ง 4. ต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน 5. ต้นทุนตามความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาด้านต้นทุน 2 ประเภท ได้แก่ (1)ตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ และ (2)ตามพฤติกรรมต้นทุน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ในธุรกิจที่ผลิตสินค้าจำเป็นต้องคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost) ไม่ว่าจะธุรกิจจะผลิตสินค้าในรูปลักษณะใด มีขนาดเล็กหรือใหญ่ ส่วนประกอบของต้นทุนผลิตภัณฑ์จะเหมือนกันคือประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายการผลิต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ดวงมณี โภมารทัต, 2555)

1.1 วัตถุดิบ (Materials) คือวัตถุดิบที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสำเร็จรูป ต้นทุนวัตถุดิบแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

1.1.1 วัตถุดิบทางตรงหรือวัตถุดิบโดยตรง (Direct Materials) หมายถึงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต และสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งจัดเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ เช่น ไม้แปรรูปจัดเป็นวัตถุดิบทางตรงของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ผ้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า ยางดิบที่ใช้ในการผลิตยางรถยนต์ แร่เหล็กที่ใช้ในอุตสาหกรรมถลุงเหล็ก กระดาษที่ใช้ในธุรกิจสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

1.1.2 วัตถุดิบทางอ้อมหรือวัตถุดิบโดยอ้อม (Indirect Materials) หมายถึงวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมกับการผลิตสินค้านั้น แต่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักหรือวัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้เป็นจำนวนน้อย เป็นการยากที่จะทราบได้ว่าจะต้องใช้วัตถุดิบเหล่านี้ในการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วยเท่ากับเท่าใด ตัวอย่างเช่น กาว ตะปู ด้าย น้ำมันหล่อลื่น เป็นต้น กิจกรรมบางแห่งอาจใช้คำว่าวัสดุ

โรงงาน (Factory Supplies) หรือวัสดุสิ้นเปลือง (Supplies) แยกเป็นรายการอีกรายการหนึ่งต่างหากจากรายการวัตถุดิบทางอ้อม

ในการพิจารณาว่ารายการใดเป็นวัตถุดิบทางตรงหรือทางอ้อมนั้นต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญ 2 ประการประกอบกัน กล่าวคือวัตถุดิบซึ่งถือว่าเป็นวัตถุดิบทางตรงนั้นจะต้องเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสินค้าโดยตรง และสามารถคำนวณต้นทุนเข้าตัวสินค้าได้โดยง่าย ถ้าขาดปัจจัยข้อใดข้อหนึ่งเสียแล้ว ย่อมถือว่าเป็นวัตถุดิบทางอ้อมและจะนำรายการวัตถุดิบทางอ้อมนี้ไปแสดงไว้ในรายการค่าใช้จ่ายการผลิตดังจะกล่าวในอันดับต่อไป

1.2 ค่าแรง (Labor) คือจำนวนเงินที่กิจการจ่ายเป็นค่าตอบแทนแรงงานในการผลิตสินค้าหรือบริการการจ่ายค่าแรงอาจจะอยู่ในรูปต่างๆ เช่น ในรูปของเงินเดือน ค่าแรงรายชั่วโมง ค่าแรงรายชิ้น (ตามหน่วยสินค้าที่ผลิต) หรือในรูปของผลตอบแทนอื่นๆ เช่นค่าล่วงเวลา โบนัสและเงินรางวัลอื่นๆ โดยปกติจะแยกค่าแรงเป็น 2 ประเภท คือ

1.2.1 ค่าแรงทางตรง (Direct Labor) คือค่าแรงที่ต้องเกิดขึ้นเพื่อเปลี่ยนสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือเป็นค่าแรงที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้านั้นๆ โดยตรง และสามารถคำนวณต้นทุนค่าแรงที่ใช้ในการผลิตสินค้าแต่ละหน่วยได้โดยง่าย ตัวอย่างเช่น ค่าแรงของพนักงานคุมเครื่องจักรในแผนกประกอบ ค่าแรงของช่างตัดเสื้อในกิจการผลิตเสื้อสำเร็จรูป เป็นต้น

1.2.2 ค่าแรงทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึงค่าแรงที่ไม่ได้ใช้หรือไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง เช่น ค่าแรงหัวหน้าผู้ควบคุมงาน (Supervisors) เงินเดือนของยาม ภารโรงหรือพนักงานทำความสะอาด เงินเดือนของผู้จัดการโรงงาน เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าโดยตรง ทั้งยังเป็นกรยากที่จะติดตามรายการดังกล่าวเข้าในหน่วยที่ผลิต ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนค่าแรงเข้าในการผลิตสินค้าได้ นิยมจัดรายการนี้ไว้ในค่าใช้จ่ายการผลิต

1.3 ค่าใช้จ่ายการผลิตหรือโสหุ่ยการผลิตหรือค่าใช้จ่ายโรงงาน (Factory Overhead หรือ Manufacturing Overhead หรือ Indirect Manufacturing Costs) หมายถึงต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งนอกเหนือจากรายการวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรง โดยปกติรายการต้นทุนที่รวบรวมไว้ในรายการค่าใช้จ่ายในการผลิต ได้แก่

1.3.1 วัตถุดิบทางอ้อม วัสดุโรงงาน น้ำมันหล่อลื่น ฯลฯ

1.3.2 ค่าแรงทางอ้อม และหรือเงินเดือนผู้จัดการโรงงาน พนักงานจัดซื้อ ยามผู้ควบคุมงาน ฯลฯ

1.3.3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้สาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์

1.3.4 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้อาคารสถานที่ เช่น ค่าเช่า ค่าเบี้ยประกันภัย ภาษีทรัพย์สินน้อย ๆ ที่ใช้ในโรงงาน

1.3.5 ต้นทุนค่าเครื่องมือเครื่องใช้เล็กๆ น้อยๆ ที่ใช้ในโรงงาน

1.3.6 ค่าเสื่อมราคาโรงงาน ของอาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ในโรงงาน

1.3.7 ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาสินทรัพย์ในโรงงาน

1.3.8 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ ในโรงงาน

แต่อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายการผลิต จะต้องเป็นค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่เกิดขึ้นในโรงงานหรือเกี่ยวข้องกับการผลิตหรือการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปทั้งสิ้น

การแยกประเภทดังกล่าวข้างต้นนี้อาจจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของกิจการ ตัวอย่างเช่น เงินเดือนของพนักงานซ่อมแซมจะถือว่าเป็นค่าแรงทางอ้อมของกิจการผลิตเฟอร์นิเจอร์ แต่ในกิจการที่ขายบริการเช่นร้านซ่อมแซมเฟอร์นิเจอร์ รายการนี้ถือเป็นค่าแรงทางตรงในการให้บริการลูกค้า

เนื่องจากทั้งวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรงเป็นส่วนประกอบต้นทุนหลักที่นำไปคิดเข้ากับตัวสินค้าได้โดยตรง จึงเรียกรวมของต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรงว่าเป็นต้นทุนขั้นต้น (Prime Costs) และเรียกรวมของต้นทุนค่าแรงทางตรง กับค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้น ต้นทุนแปรสภาพหรือต้นทุนเปลี่ยนสภาพ (Conversion Costs) ซึ่งหมายถึงต้นทุนที่ใช้ในการเปลี่ยนสภาพวัตถุดิบทางตรงให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

การจำแนกต้นทุนประเภทนี้ จะให้ประโยชน์แก่ผู้บริหารในการเปรียบเทียบโครงสร้างต้นทุนการผลิตของสินค้าประเภทต่างๆ ในกิจการ ตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปจะคำนวณเฉพาะต้นทุนการผลิตเป็นต้นทุนของสินค้าสำเร็จรูป หรือเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ซึ่งกิจการผลิตรอไว้ขาย ส่วนต้นทุนของฝ่ายบริหารและฝ่ายตลาดไม่ถือว่าเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ แต่เป็นต้นทุนตามงวดเวลา เพราะได้ใช้ประโยชน์ไปหมดแล้วในงวดบัญชีที่พิจารณา

2. การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมต้นทุน

การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน (Cost Behavior) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนแต่ละรายการ มีความสัมพันธ์กับปริมาณกิจกรรมอย่างไร เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณกิจกรรมหรือไม่ เช่น ปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้นสี่เท่าตัว ต้นทุนเพิ่มขึ้นสี่เท่าตัวด้วย และ ปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น แต่ต้นทุนยังเท่าเดิม เป็นต้น ปริมาณกิจกรรมนี้อาจอยู่ในรูปของ จำนวนหน่วยของสินค้าที่ผลิต จำนวนหน่วยของสินค้าที่ขาย ชั่วโมงแรงงาน ชั่วโมงเครื่องจักร จำนวนครั้งของการเตรียมเครื่องจักรเพื่อผลิต จำนวนระยะทางที่รถวิ่ง และจำนวนหน่วยกิตที่นักศึกษาลงทะเบียน เป็นต้น บางครั้งเราเรียกปริมาณกิจกรรมว่าตัวผลักดันต้นทุน (สุปราณี ศุภระเศรณี, ศุภสิน สุริยะ, อานาจ รัตนสุวรรณ, และอรธพล ตรีตานนท์, 2550)

ต้นทุนผันแปร (Variable Costs)

ต้นทุนรวมของต้นทุนใดก็ตาม เปลี่ยนแปลงเป็นสัดส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรม ในขณะที่ต้นทุนต่อหน่วยจะคงที่เท่ากันทุกๆ หน่วย ต้นทุนนั้นจึงจัดเป็นต้นทุนผันแปร

ตัวอย่าง สมมติว่า ในการผลิตเข็มขัด 1 เส้น จะต้องใช้หนังสัตว์คิดเป็นเงิน 300 บาท ต้นทุนรวมและต้นทุนต่อหน่วยของหนังสัตว์ ณ ปริมาณการผลิตในระดับต่างๆจะเป็นดังนี้

ปริมาณการผลิต (เส้น)	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)
1	300	300
10	300	3,000
50	300	15,000

จากตัวอย่างสรุปได้ว่า เมื่อปริมาณกิจกรรมเปลี่ยนแปลง ต้นทุนรวมจะเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกับปริมาณกิจกรรม (ปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น ต้นทุนรวมจะเพิ่มขึ้น ปริมาณกิจกรรมลดลง ต้นทุนรวมจะลดลง) แต่ต้นทุนต่อหน่วย (Unit Cost) จะยังคงเท่าเดิม ตัวอย่างของต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า ค่าแรงงานทางตรง (จ่ายตามชั่วโมงที่ทำงานหรือผลงานที่ทำได้) และค่านายหน้าของพนักงานขาย เป็นต้น

ดังนั้น ถ้าทราบว่ารายการใดเป็นต้นทุนผันแปร เราสามารถประมาณต้นทุนรวมได้ดังนี้

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \times \text{จำนวนหน่วย}$$

ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)

ต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่ หรือต้นทุนที่มีได้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับการผลิตในช่วงของการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยก็จะเปลี่ยนแปลงในทางลดลงถ้าปริมาณการผลิตเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้

ตัวอย่าง สมมติว่า ค่าเช่าโรงงานเดือนละ 20,000 บาท ในแต่ละเดือนจะผลิตสินค้าได้สูงสุด 1,000 หน่วย ต้นทุนรวม และต้นทุนต่อหน่วยของค่าเช่า ในระดับการผลิตต่างๆใน 1 เดือนจะเป็นดังนี้

ปริมาณการผลิต (หน่วย)	ต้นทุนรวม (บาท)	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)
100	20,000	200
400	20,000	50
800	20,000	25
1,000	20,000	20

จากตัวอย่างสรุปได้ว่า เมื่อปริมาณกิจกรรมเปลี่ยนแปลง ต้นทุนรวมต้องวัดจะยังคงเท่าเดิม แต่ต้นทุนต่อหน่วยจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณกิจกรรม ตัวอย่างของต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อมราคา (คิดวิธีเส้นตรง) ค่าเช่า และเงินเดือน เป็นต้น ต้นทุนคงที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเข้าสู่ช่วงเวลาใหม่ เช่น ในปีถัดไปจะมีการเพิ่มเงินเดือน ผู้ให้เช่าโรงงานขอขึ้นค่าเช่า เป็นต้น

ต้นทุนคงที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อช่วงปริมาณกิจกรรมที่กำหนด เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ในแต่ละเดือนต้องการผลิตสินค้า 1,500 หน่วย (เกินกว่าช่วงปริมาณกิจกรรมที่กำหนดไว้) ดังนั้น อาจจะต้องเช่าโรงงานเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งแห่ง หรืออาจจะต้องไปเช่าโรงงานแห่งอื่นที่มีกำลังการผลิตไม่ต่ำกว่า 1,500 หน่วย ซึ่งทำให้ต้องจ่ายค่าเช่าโรงงานในแต่ละเดือนมากกว่า 20,000 บาท

ต้นทุนคงที่ในมุมมองของการวางแผนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนคงที่ตามข้อผูกมัด (Committed Fixed Cost) และต้นทุนคงที่ตามดุลยพินิจ (Discretionary Fixed Costs) ต้นทุนคงที่ตามข้อผูกมัด เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรและโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าภาษีทรัพย์สิน ค่าประกันภัย และเงินเดือนผู้บริหาร เป็นต้น ต้นทุนประเภทนี้ไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ในระยะสั้น ส่วนต้นทุนคงที่ตามดุลยพินิจ เป็นต้นทุนที่เกิดจากการ

ตัดสินใจของผู้บริหารเป็นรายปี บางปี (หรือเดือน) อาจจะมีมาก บางปี (หรือเดือน) อาจจะมีน้อย เช่น ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา และค่าฝึกอบรมพนักงาน เป็นต้น

ต้นทุนผสม (Mixed Costs)

ต้นทุนรวมของต้นทุนใดก็ตาม เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณกิจกรรม แต่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงเป็นสัดส่วนโดยตรง กับการเปลี่ยนแปลงของปริมาณกิจกรรม ต้นทุนนั้นจัดเป็นต้นทุนผสม ต้นทุนผสมเป็นต้นทุนที่มีทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรรวมกัน ในส่วนของต้นทุนคงที่นั้น เป็นต้นทุนขั้นต่ำที่จะต้องเกิดขึ้น ไม่ว่าจะมีความกิจกรรมเกิดขึ้นหรือไม่ก็ตาม และในส่วนของต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นตามปริมาณการใช้บริการหรือปริมาณกิจกรรม

ตัวอย่าง บริษัทแห่งหนึ่งต้องเสียค่าเช่าเครื่องจักรเดือนละ 10,000 บาท นอกจากเสียค่าเช่าเป็นรายเดือนแล้ว ต้องเสียตามปริมาณสินค้าที่ผลิตอีกในอัตรา 2 บาทต่อหน่วย ต้นทุนรวมและต้นทุนต่อหน่วยของค่าเช่าเครื่องจักร ณ ปริมาณการผลิตในระดับต่างๆใน 1 เดือนจะเป็นดังนี้

ปริมาณการผลิต (หน่วย)	ต้นทุนรวม (บาท)	ต้นทุนต่อหน่วย (บาท)
1,000	12,000 [10,000+(2×1,000)]	12
2,000	14,000 [10,000+(2×2,000)]	7
5,000	20,000 [10,000+(2×5,000)]	4

จากตัวอย่างสรุปได้ว่า เมื่อปริมาณกิจกรรมเปลี่ยนแปลง ต้นทุนรวมจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงในปริมาณกิจกรรม ส่วนต้นทุนต่อหน่วย จะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงข้ามกับปริมาณกิจกรรม ตัวอย่างของต้นทุนผสม ได้แก่ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

ดังนั้น ถ้าทราบว่ารายการใดเป็นต้นทุนผสม (ต้นทุนกึ่งผันแปร) เราสามารถประมาณต้นทุนรวมได้ดังนี้

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนคงที่ต่องวด} + (\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \times \text{จำนวนหน่วย})$$

ต้นทุนตามขั้น (Step Costs)

ต้นทุนรวมของต้นทุนรายการใดก็ตาม ที่ไม่เปลี่ยนแปลงภายในช่วงระดับกิจกรรมหนึ่ง แต่เมื่อช่วงระดับกิจกรรมเปลี่ยนไปที่อีกหนึ่ง ต้นทุนรวมจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย แต่ก็คงที่ในช่วงกิจกรรมใหม่นี้ (แม้ว่าปริมาณกิจกรรมในแต่ละช่วงกิจกรรมจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง แต่ต้นทุนรวมในแต่ละช่วงกิจกรรมจะไม่เปลี่ยนแปลง) ต้นทุนที่มีพฤติกรรมในลักษณะนี้เรียกว่าต้นทุนตามขั้น

ตัวอย่างที่ 1 โรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าแห่งหนึ่ง จ้างช่างเย็บเสื้อผ้าเป็นรายวัน โดยจ่ายค่าแรงงานวันละ 300 บาท ช่างเย็บเสื้อแต่ละคนจะเย็บเสื้อได้วันละ 10 ตัว ถ้ามีเสื้อที่ต้องเย็บในแต่ละวันเกิน 10 ตัว แต่ไม่เกิน 20 ตัว ต้องจ้างช่าง 2 คน ถ้าเกิน 20 ตัวแต่ไม่เกิน 30 ตัว ต้องจ้างช่าง 3 คน จำนวนเสื้อที่ต้องเย็บในแต่ละวัน และ ค่าแรงงานที่ต้องจ่ายเป็นดังนี้

จำนวนเสื้อที่ต้องเย็บ (ตัว)	ค่าแรงงาน (บาท)
-----------------------------	-----------------

1-10	300
11-20	600
21-30	900

ตัวอย่างที่ 2 โรงงานแห่งหนึ่งผลิตสินค้าเป็นกะ (กะละ 8 ชั่วโมงต่อวัน) แต่ละกะผลิตสินค้าได้สูงสุด 20,000 หน่วยต่อเดือน เงินเดือนผู้ควบคุมงานในแต่ละกะจ่ายเท่ากันคือเดือนละ 30,000 บาท ถ้าในแต่ละเดือนต้องการผลิตมากกว่า 20,000 หน่วยแต่ไม่เกิน 40,000 หน่วย ต้องทำการผลิต 2 กะ และต้องจ่ายเงินเดือนผู้ควบคุม 60,000 บาทต่อเดือน ถ้าในแต่ละเดือนต้องการผลิตมากกว่า 40,000 หน่วยแต่ไม่เกิน 60,000 หน่วย ต้องทำการผลิต 3 กะ และต้องจ่ายเงินเดือนผู้ควบคุม 90,000 บาท

ต้นทุนตามขั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ต้นทุนผันแปรตามขั้น (Step Variable Costs) และต้นทุนคงที่ตามขั้น (Step Fixed Costs) ช่วงกิจกรรมของต้นทุนผันแปรตามขั้นจะแคบ ค่าแรงงานเย็บเสื้อ (ในตัวอย่างที่ 1) จัดเป็นต้นทุนผันแปรตามขั้น แต่ช่วงกิจกรรมของต้นทุนคงที่ตามขั้น จะมีความกว้างกว่าของต้นทุนผันแปรตามขั้น เงินเดือนผู้ควบคุมงานตามตัวอย่างที่ 2 จัดเป็นต้นทุนคงที่ตามขั้น

ตัวอย่างของต้นทุนตามขั้น ได้แก่ เงินเดือนผู้ควบคุมงาน ค่าใช้จ่ายในการเตรียมเครื่องจักร ค่าใช้จ่ายในการขนย้ายวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า เป็นต้น

ข้อสังเกต พฤติกรรมต้นทุนของรายการหนึ่งจะเปลี่ยนไป เมื่อนำไปเทียบกับตัวหลักต้นทุนอีกตัวหนึ่ง เช่น ค่าใช้จ่ายในการเตรียมเครื่องจักรจัดเป็นต้นทุนตามขั้น ถ้าใช้จำนวนหน่วยของสินค้าที่ผลิตเป็นตัวหลักต้นทุน แต่จะจัดเป็นต้นทุนผันแปร ถ้าใช้จำนวนครั้งของการเตรียมเครื่องจักรเป็นตัวหลักต้นทุน การทราบพฤติกรรมของต้นทุนแต่ละรายการ จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานในหลายด้าน เช่น ในการจัดทำงบประมาณ เราสามารถจะประมาณได้ว่า ในปีถัดไปต้นทุนแต่ละรายการจะเกิดขึ้นเท่าใด พฤติกรรมของต้นทุนในลักษณะต่างๆพอสรุปได้ดังนี้

ประเภทของต้นทุน	ต้นทุนรวม	ต้นทุนต่อหน่วย
ต้นทุนผันแปร	เพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น ลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง	เท่ากัน (คงที่) ทุกระดับกิจกรรม
ต้นทุนคงที่	ไม่เปลี่ยนแปลง (เท่าเดิม) แม้ว่าปริมาณกิจกรรมจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ตาม	ลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง
ต้นทุนผสม	เพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น ลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง	ลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง
ต้นทุนตามขั้น	คงที่ในแต่ละช่วงกิจกรรม	

ในการศึกษาบัญชีต้นทุนนั้น สิ่งที่คุณศึกษาควรที่จะทำความเข้าใจและศึกษาอย่างละเอียด คือ การศึกษาแนวคิดในการคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องในวิธีการต่างๆ และหลังจากนั้นจึงควรไปทำการศึกษาเกี่ยวกับการนำข้อมูลทางด้านบัญชีต้นทุนไปใช้เพื่อการวางแผน ควบคุม ประเมินผลการดำเนินงาน และตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในเชิงการบริหาร

การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์

ในธุรกิจที่ผลิตสินค้าจำเป็นต้องคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost) ไม่ว่าจะธุรกิจจะผลิตสินค้าในรูปลักษณะใด มีขนาดเล็กหรือใหญ่ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์) เพื่อ กำหนดมูลค่าของสินค้าสำเร็จรูป และ ผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการวางแผนควบคุม และตัดสินใจในปัญหาที่อาจจะพบได้ (เบญจมาศ อภิสวัสดิ์ภิญโญ, 2555) ส่วนประกอบของต้นทุนผลิตภัณฑ์จะเหมือนกันคือ ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ดังนี้

ต้นทุนการผลิตสินค้า = วัตถุดิบทางตรง + ค่าแรงงานทางตรง + ค่าใช้จ่ายในการผลิต

เบญจมาศ อภิสวัสดิ์ภิญโญ (2555) ได้อธิบายการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ในหนังสือการบัญชีบริหารว่า สามารถทำได้ 2 วิธีด้วยกันคือ วิธีที่ 1 การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ตามวิธีต้นทุนรวม (Absorption Costing) วิธีนี้จะใช้เมื่อจัดทำรายงานทางการเงินให้แก่บุคคลภายนอกองค์กร และวิธีที่ 2 วิธีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) วิธีนี้จะคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารภายในองค์กร และจะต้องใช้ในการทำงบกำไรขาดทุนตามรูปแบบของกำไรส่วนเกินด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ลำไย มากเจริญ (2551) ได้อธิบายการคำนวณต้นทุนการผลิตในหนังสือการบัญชีเพื่อการจัดการ ว่าการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อนำมา กำหนดเป็นต้นทุนขายในงบกำไรขาดทุนและเป็นต้นทุนสินค้าคงเหลือในงบแสดงฐานะทางการเงิน สามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวคิด คือ (1) วิธีต้นทุนรวม (Absorption Costing) หรือต้นทุนเต็ม (Full Costing) และ (2) วิธีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือวิธีต้นทุนทางตรง (Direct Costing) ซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ กิ่งกนก รัตนมณีและคณะ(2560) ทำการศึกษาการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตรัง ได้กล่าวถึง การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 วิธีคือ

1. วิธีต้นทุนเต็ม (Absorption Costing Full Costing) เป็นวิธีการคำนวณต้นทุนสินค้าที่ผลิตโดยคำนวณต้นทุนการผลิตทุกชนิดที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้นซึ่งเป็นไปตามหลักการบัญชีรับรองทั่วไป ต้นทุนผลิตภัณฑ์ตามวิธีนี้ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง (Direct material cost = DM) ต้นทุนแรงงานทางตรง (Direct labor cost = DL) และค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing overhead) ซึ่งแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ (Fixed manufacturing overhead = MOFC) และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร (Variable manufacturing overhead = MOVOC) ส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารนั้นจะถือเป็นค่าใช้จ่ายประจำงวด และคำนวณต้นทุนตามวิธีต้นทุนเต็ม ถือว่าต้นทุนคงที่แม้จะไม่มีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับสินค้าแต่ละหน่วยที่ผลิตได้ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าไม่ควรถือเป็นต้นทุนสินค้า ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่จึงควรถูกป็น

ส่วนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนของสินค้า รวมทั้งวัตถุดิบทางตรง แรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร ดังนี้ $Product\ cost = DM + DL + MOFC + MOVE$

2. วิธีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) บางครั้งเรียกว่า วิธีต้นทุนทางตรง (costing) เป็นวิธีการคิดต้นทุนสินค้าที่ผลิต โดยคิดเฉพาะต้นทุนการผลิตผันแปร คือคิดเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปรเท่านั้นเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ส่วนต้นทุนการผลิตคงที่ถือว่าไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณสินค้าที่ผลิตได้ เนื่องจากไม่ว่าจะผลิตสินค้าเท่าใด ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่จะยังคงเกิดขึ้นเท่าเดิม ให้อธิบายเป็นค่าใช้จ่ายเต็มจำนวนในงวดที่เกิดขึ้น โดยถือเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับงวด วิธีต้นทุนผันแปรมักจะใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจ ของผู้บริหาร $Product\ cost = DM + DL + MOVE$

3. วิธีต้นทุนขั้นต้น (Prime Costing) เป็นวิธีคิดต้นทุนสินค้าที่ผลิตโดยคิดเฉพาะ ต้นทุนสินค้าที่ผลิตโดยคิดเฉพาะต้นทุนการผลิตขั้นต้น คือ คิดเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและต้นทุนแรงงานทางตรงเท่านั้นเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตทั้งหมดให้อธิบายเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับงวด $Product\ cost = DM + DL$

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2552) ได้อธิบายระบบการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ไว้ 2 ระบบ คือ ระบบต้นทุนตรงและระบบต้นทุนเต็ม(Direct Costing and Absorption Costing)

(1)ระบบต้นทุนตรง หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบต้นทุนผันแปร (Direct Costing or Variable Costing) เป็นวิธีการในการคำนวณต้นทุนสินค้าหรือบริการ โดยใช้แนวคิดในเชิงพฤติกรรมของต้นทุน กล่าวคือ ต้นทุนของสินค้าหรือบริการนั้นจะประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปรเท่านั้น ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่จะถือเป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายสำหรับงวดบัญชีนั้นๆ (Period Cost) ทั้งจำนวน ซึ่งโดยปกติแล้วการใช้ระบบต้นทุนตรงหรือระบบต้นทุนผันแปรนี้ นักบัญชีมักจะใช้สำหรับการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำรายงานทางการเงินเสนอต่อฝ่ายบริหารของกิจการ (Internal Financial Reports) และ (2) ระบบต้นทุนเต็ม เป็นระบบต้นทุนที่ใช้ในการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ โดยนำค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ รวมเข้าไปในการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ตามระบบต้นทุนเต็มนี้คือ วิธีที่นักบัญชีต้นทุนได้ใช้สำหรับการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำงบการเงินเสนอต่อบุคคลภายนอก โดยทั่วไป (External Financial Reports)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้อธิบายถึงการคำนวณต้นทุนการผลิตแบบง่ายไว้ว่าต้นทุนแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ

1. ต้นทุนผันแปร คือต้นทุนที่ผันแปรตามจำนวนหน่วยที่ผลิตหรือขาย เช่น วัตถุดิบ ค่าแรงทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิตทางตรง เป็นต้น

2. ต้นทุนคงที่ คือต้นทุนที่เกิดขึ้นไม่ว่ากิจการจะได้ขายสินค้าหรือไม่ ต้นทุนนี้จะไม่เปลี่ยนแปลงตามจำนวนหน่วยที่ผลิตหรือขาย เช่น เงินเดือนพนักงานหน้าร้าน ค่าเช่าร้าน ค่าเสื่อมราคา ค่าประกันภัย เป็นต้น

ดังนั้นต้นทุนการผลิตจะประกอบไปด้วยวัตถุดิบ+ค่าแรงงาน + ค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่งทั้งสามรายการนี้เป็นเพียงส่วนของการผลิตเท่านั้น หากเราจะคิดต้นทุนรวมของสินค้าแล้วเราจำเป็นต้องนำค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินการมารวมด้วยเช่น เงินเดือน , ค่าคอมมิชชั่น

พนักงานขาย, ค่าแรงพนักงานขายหน้าร้าน, ค่าการตลาด (โฆษณา, แผ่นพับ), ค่าเช่าสำนักงานและร้าน, ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา, ค่าโทรศัพท์, ค่าน้ำมันรถ, ดอกเบี้ย, ค่าเช่ารถ, ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ฯลฯ เพื่อการคำนวณต้นทุนให้ใกล้เคียงความจริง หากเราคำนวณแค่วัตถุดิบ ค่าแรงงานและค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ก็อาจทำให้เราได้ต้นทุนสินค้าที่น้อยกว่าความเป็นจริงและมีผลทำให้ตั้งราคาขายที่ต่ำไปและอาจขาดทุนได้

วิธีการคำนวณหาต้นทุนการผลิตแบบง่ายมีสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนการผลิต} &= \frac{\text{ต้นทุนวัตถุดิบ} + \text{ค่าแรงงาน} + \text{ค่าใช้จ่ายในการผลิต}}{\text{จำนวนสินค้าที่ผลิตในงวดนั้น}} \\ &= \text{ต้นทุนต่อหน่วย (ชิ้นหรือกล่อง)} \end{aligned}$$

การคำนวณแบบง่ายเช่นนี้เหมาะกับผู้ประกอบการรายเล็กที่มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์น้อยชนิดซึ่งเหมาะกับการคำนวณสินค้าประเภทโอท็อปที่มีความชัดเจนในเรื่องการใช้วัตถุดิบ ค่าแรงงานต่อรอบการผลิตและไม่มีการเก็บสต็อกวัตถุดิบไว้ การคำนวณจำเป็นต้องคิดเพื่อให้ทราบถึงต้นทุนผลิตต่อหน่วย และนำต้นทุนผลิตไปรวมกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพื่อให้ทราบถึงต้นทุนรวมของสินค้าอีกครั้งหนึ่ง

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ตามวิธีต้นทุนเต็ม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุน ปริมาณ และกำไร

เครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนกำไรได้คือ การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร หรือเรียกว่าการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนคือ การพิจารณาปริมาณยอดขายที่ทำให้รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม หรือกำไรเท่ากับศูนย์ ธุรกิจจะไม่มีผลกำไรและไม่เกิดผลขาดทุนเมื่อขายปริมาณเท่ากับจุดคุ้มทุน สิ่งสำคัญของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนคือ ต้นทุน ซึ่งต้นทุนที่สำคัญกับการวิเคราะห์ปริมาณที่คุ้มทุนประกอบด้วย ต้นทุนผันแปรกับต้นทุนคงที่ ปริมาณคือยอดขายที่ทำให้กำไรเท่ากับศูนย์ และการวางแผนกำไรโดยใช้ปริมาณจุดคุ้มทุนเป็นเกณฑ์เพื่อกำหนดยอดขายกำไรในอนาคต การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณหรือจำนวนที่คุ้มทุน และกำไรที่ต้องการในอนาคต (เฉลิมขวัญ คุรุบัญญัติ, 2555) โดยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ต้นทุนที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์จะเป็นต้นทุนที่จำแนกตามพฤติกรรมต้นทุน ซึ่งพฤติกรรมต้นทุนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปร และ ต้นทุนคงที่ (ลำไย มากเจริญ, 2551)

ความสำคัญของการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ กำไร จัดเป็นลักษณะของการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนทางด้านกำไร (Profit Planning) ในระยะสั้นอย่างหนึ่งของกิจการ ทั้งนี้เพื่อให้กิจการสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องถึงผลกระทบที่จะมีผลต่อต้นทุน

สินค้า ปริมาณหรือจำนวนสินค้าที่จะทำการผลิตและจำหน่าย ตลอดจนเป้าหมายทางด้านกำไรที่กิจการต้องการ ดังนั้น โดยสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ กำไร เป็นเทคนิคที่จะทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในต้นทุน รายได้ และกำไร เพื่อตอบคำถามต่างๆเหล่านี้ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)

1. ปริมาณการขายจะเป็นเท่าไร ถ้าจะต้องการให้คุ้มทุน
2. ปริมาณการขายจะเป็นเท่าไร จึงจะทำให้กิจการได้กำไรตามต้องการ
3. กำไรจะเป็นเท่าไร จากการขาย ที่จะเป็นไปตามคาดหวัง
4. ราคาขายควรเป็นเท่าไร

ดังนั้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ กำไร สามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายทางด้านการตลาดของกิจการอีกด้วย

ข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไรนี้ มีข้อสมมติฐานที่สำคัญคือ(สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)

1. ต้นทุนทั้งหมดจะต้องสามารถจำแนกได้เป็น ต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่เท่านั้น ในกรณีที่มีต้นทุนผสม (Mixed Cost) จะต้องสามารถจำแนกออกได้เป็นต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ได้โดยใช้เทคนิคการประมาณต้นทุน

2. รายได้และต้นทุนทั้งหมดมีพฤติกรรมที่เป็นเส้นตรง นั่นก็คือ การสมมติให้ ราคาขาย และต้นทุนผันแปรต่อหน่วยคงที่ ตลอดจนต้นทุนคงที่ ให้คงที่ในช่วงของการวิเคราะห์ ซึ่งเรียกว่าเป็นการวิเคราะห์ในช่วงที่มีความหมาย (Relevant range) กล่าวคือในช่วงของการผลิตและจำหน่าย ไม่ว่าจะผลิตและจำหน่ายมากเท่าไร ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ต้นทุนคงที่รวม และราคาขายต่อหน่วยจะไม่มีเปลี่ยนแปลง

3. ปริมาณจะเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่จะมีผลกระทบต่อต้นทุน สำหรับข้อสมมติฐานนี้หมายความว่าจำนวนต้นทุนจะมากขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียว ซึ่งสมมติฐานนี้ไม่เป็นเหตุผลที่สมเหตุสมผล เนื่องจากยังคงมีปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน เช่น การเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิต ความไม่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

4. ในกรณีที่เป็นการขายสินค้าหลายชนิด ส่วนผสมของการขายจะคงที่ทุกระดับการขาย เช่น กิจการขายสินค้า 2 ชนิด คือ สินค้า ก และสินค้า ข โดยกิจการเมื่อขายสินค้า ก 10 หน่วย จะขายสินค้า ข ได้ 5 หน่วยเสมอ เป็นต้น

5. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในระดับของสินค้าคงเหลือต้นงวดและปลายงวด หมายความว่าในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร จะสมมติให้ว่าปริมาณการขายจะเท่ากับปริมาณการผลิตพอดี นั่นคือ ผลิตสินค้าได้เท่าไร ก็จะถือว่าได้จำหน่ายหมดไปทั้งสิ้นเท่านั้น

6. ช่วงระยะเวลาของการวิเคราะห์ จะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านมูลค่าของเงิน เช่น ไม่เกิดภาวะเงินเฟ้อรุนแรงหรือไม่มีการประกาศค่าเงินในช่วงที่มีการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ เป็นต้น

ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับ CVP สิ่งสำคัญประการแรกก็คือ สามารถวิเคราะห์และจำแนกประเภทของต้นทุนต่างๆ ตามพฤติกรรมของต้นทุนให้เป็นเพียง 2 ประเภท คือต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ รวมทั้งจะต้องเข้าใจในหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับกำไรส่วนเกิน (Contribution Margin) ทั้งนี้เพราะถือว่าเป็นจุดสำคัญต่อกิจการที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ CVP และจุดคุ้มทุน

กำไรส่วนเกิน (Contribution Margin)

กำไรส่วนเกิน (Contribution Margin = CM) คือ กำไรในส่วนที่จะไปชดเชยต้นทุนคงที่ ดังนั้นกำไรส่วนเกินก็คือ ส่วนเกินของยอดขายจากต้นทุนแปรผันของการดำเนินงานในกิจการ สูตรในการคำนวณโดยทั่วไปคือ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์)

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร
หรือใช้เป็นสัญลักษณ์

$$CM = S - VC$$

ซึ่งการใช้ข้อมูลของกำไรส่วนเกินในการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประเด็นปัญหาแต่โดยทั่วไปมักจะอยู่ในลักษณะดังนี้

1. กำไรส่วนเกินต่อหน่วย (Unit Contribution Margin = UCM) ก็คือ ส่วนเกินของราคาขายต่อหน่วยต่อต้นทุนผันแปรต่อหน่วย สูตรในการคำนวณ

$$UCM = P - V$$

โดย P = ราคาขายต่อหน่วย

V = ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

2. อัตรากำไรส่วนเกิน (Contribution Margin Ratio = CMR) เป็นการกำหนดกำไรส่วนเกินในรูปของสัดส่วนหรืออัตราร้อยละที่มีต่อยอดขาย ดังนั้น การคำนวณหาอัตรากำไรส่วนเกินสามารถคำนวณได้จาก

$$CMR = \frac{CM}{S} = \frac{S-vc}{S} = 1 - \frac{VC}{S}$$

หรือ

$$CMR = \frac{UCM}{P} = \frac{P-V}{P} = 1 - \frac{V}{P}$$

จะเห็นได้ว่า อัตรากำไรส่วนเกิน ก็คือ 1-อัตรากำไรต้นทุนผันแปรนั่นเอง เช่น ถ้าอัตรากำไรต้นทุนผันแปรเท่ากับ 70% ของราคาขาย อัตรากำไรส่วนเกินก็เท่ากับ 30% ของราคาขาย ซึ่งคำนวณได้จาก $(1-.70) = .30$ หรือ 30%

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) หมายถึง จุดการดำเนินงานที่กิจการไม่มีกำไร และไม่ขาดทุน ซึ่ง ณ จุดการดำเนินงานนี้กิจการจะมียอดขายส่วนเกินรวมเท่ากับต้นทุนคงที่ทั้งหมดของกิจการพอดี การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสามารถวิเคราะห์ได้ 3 วิธีคือ(ลำไย มากเจริญ, 2551)

1. วิธีการใช้สมการ (The Equation Approach)
2. วิธีกำไรส่วนเกิน (The Contribution Approach)
3. วิธีแผนภาพ (The Graphical Approach)

เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจของกิจการประเภทต่างๆ จะขออธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ

1. วิธีวิเคราะห์จุดคุ้มทุนวิธีสมการ (The Equation Approach)

เป็นการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน จากการใช้สมการในงบกำไรขาดทุนแบบกำไรส่วนเกินคือ กำไรสุทธิจะเท่ากับรายได้ หักค่าใช้จ่าย โดยที่ค่าใช้จ่ายแยกเป็นค่าใช้จ่ายผันแปร และค่าใช้จ่ายคงที่ สามารถแสดงในรูปสมการได้ดังนี้

$$\text{ยอดขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร} - \text{ต้นทุนคงที่} = \text{กำไรสุทธิ}$$

$$\text{หรือ} \quad \text{ยอดขาย} = \text{ต้นทุนผันแปร} + \text{ต้นทุนคงที่} + \text{กำไรสุทธิ}$$

$$\text{ณ จุดคุ้มทุน กำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ} = 0$$

ตัวอย่างที่ 1 บริษัท ไทยผลิต จำกัด จำหน่ายสินค้าราคาหน่วยละ 400 บาท มีต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 200 บาท มีต้นทุนคงที่ 80,000 บาท บริษัท ไทยผลิต จำกัด จะต้องขายสินค้ากี่หน่วยถึงจะคุ้มทุน

วิธีการคำนวณจุดคุ้มทุน คือ ยอดขายเท่ากับผลรวมของต้นทุนผันแปร + ต้นทุนคงที่ พอดี กำไรสุทธิเท่ากับศูนย์

$$\text{ยอดขาย} = \text{ต้นทุนผันแปร} + \text{ต้นทุนคงที่} + \text{กำไร}$$

$$400X = 200X + 80,000 + 0$$

$$200X = 80,000$$

$$X = 400 \text{ หน่วย}$$

นั่นคือ บริษัทจะต้องขายสินค้าจำนวน 400 หน่วยจึงจะคุ้มทุน และถ้าจะจุดคุ้มทุนเป็นจำนวนเงินจะเท่ากับ 400 หน่วย \times 400 บาท เท่ากับ 160,000 บาท

แต่ถ้าต้องการคำนวณหาจุดคุ้มทุนเป็นจำนวนเงิน จะต้องใช้สมการคำนวณหาจุดคุ้มทุนเป็นจำนวนเงินโดยแสดงต้นทุนผันแปรในรูปร้อยละของราคาขาย เช่น

$$\text{ต้นทุนผันแปรในรูปร้อยละของราคาขาย} = \frac{200}{400} \times 100 = 50\%$$

จุดคุ้มทุนเป็นจำนวนเงินของ บริษัท ไทยผลิต จำกัด คำนวณได้ดังนี้

$$\text{ยอดขาย} = \text{ต้นทุนผันแปร} + \text{ต้นทุนคงที่} + \text{กำไร}$$

$$X = .50X + 80,000 + 0$$

$$.50X = 80,000 + 0$$

$$X = 160,000 \text{ บาท}$$

นั่นคือ บริษัท ไทยผลิต จำกัด จะต้องขายสินค้าจำนวน 160,000 บาท จึงจะคุ้มทุน

2. วิธีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนวิธีกำไรส่วนเกิน (The Contribution Approach)

วิธีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนวิธีกำไรส่วนเกิน วิธีนี้จะเป็นการนำกำไรส่วนเกินต่อหน่วยของสินค้าที่ขายมาชดเชยต้นทุนคงที่ว่าจะต้องขายสินค้าให้ได้กี่หน่วย จึงจะมีกำไรส่วนเกินไปชดเชยต้นทุนคงที่พอดี วิธีนี้จึงนำกำไรส่วนเกินต่อหน่วยไปหารต้นทุนคงที่ สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนวิธีกำไรส่วนเกินได้ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}}$$

จากตัวอย่างที่ 1 สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนวิธีกำไรส่วนเกินได้ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{80,000}{(400-200)}$$

$$= 400 \text{ หน่วย}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}}$$

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกิน} = \frac{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย}} \times 100$$

$$= \frac{200}{400} \times 100$$

$$= 50\%$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{80,000}{.50}$$

$$= 160,000 \text{ บาท}$$

$$\text{หรือ } 400 \times 400 = 160,000 \text{ บาท}$$

3. วิธีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนวิธีแผนภาพ (The Graphical Approach)

การหาจุดคุ้มทุน จากแผนภาพนั้น สามารถทำได้ดังนี้ (เบญจมาศ อภิสัทธีภิญโญ, 2555)

3.1 กำหนดให้แกนตั้งแทนข้อมูลเกี่ยวกับยอดขาย ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปรที่เกิดขึ้น และกำหนดให้แกนนอนแทนข้อมูลของจำนวนหน่วยสินค้า

3.2 นำข้อมูลของยอดขายที่เกิดขึ้น ณ ระดับหน่วยขายใดหน่วยขายหนึ่งเพื่อให้สามารถกำหนดจุดของต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรที่เกิดขึ้น ณ ระดับหน่วยขายหนึ่งๆ ได้อย่างสอดคล้องกัน

3.3 ลากเส้นผ่านจุดต่างๆ ที่กำหนดไว้ โดยเส้นของต้นทุนคงที่นั้นจะลากขนานกับแกนนอนของระดับกิจกรรมต่างๆ ส่วนเส้นของต้นทุนผันแปรอยู่เหนือเส้นของต้นทุนคงที่ขึ้นไปซึ่งจะรวมพื้นที่ของต้นทุนคงที่เข้าไว้ด้วย จึงเรียกได้ว่าเป็นเส้นของต้นทุนรวม (ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร) ส่วนเส้นของยอดขายลากจากจุดเริ่มต้นที่จุดศูนย์ของแผนภาพให้ผ่านจุดต่างๆ ที่กำหนดไว้

3.4 เส้นของยอดขายที่ลากไปนั้นตัดกับเส้นของต้นทุนรวมที่จุดใด จุดนั้นแสดงถึงจุดคุ้มทุนของการดำเนินงานภายใต้ราคาขายต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ ณ สถานการณ์ขณะนั้น

การวางแผนกำไร

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นการวิเคราะห์ปริมาณขายสินค้าที่ทำให้บริษัทไม่เกิดผลขาดทุนและไม่มีกำไร หรือรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม ส่วนมากผู้บริหารไม่เพียงแต่ต้องการหาจุดพอดีทุน แต่ต้องการวางแผนกำไรในอนาคต โดยใช้จุดคุ้มทุนเป็นฐานในการวางแผนเพื่อหากำไร เมื่อธุรกิจต้องการกำไรสามารถวิเคราะห์ปริมาณที่ได้กำไรดังนี้ (เฉลิมขวัญ ครุฑบัญชา, 2555)

$$\text{ปริมาณขายที่ได้กำไร} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม} + \text{กำไรก่อนหักภาษี}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

ตัวอย่างเช่น บริษัท สบายดี จำกัด มีต้นทุนรวมคงที่ 80,000 บาทต่อเดือน มีต้นทุนผันแปร 1,800 บาทต่อหน่วย ถ้าบริษัทต้องการกำไรก่อนหักภาษี 30,000 บาท ราคายขายสินค้าบาทต่อหน่วย 2000 บาท บริษัทจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวนเท่าใด

$$\text{ปริมาณขายที่ได้กำไร} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม} + \text{กำไรก่อนหักภาษี}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณขายที่ได้กำไร} &= \frac{80000 + 30000}{(2000 - 1800)} \\ &= 550 \text{ ใบ} \end{aligned}$$

การแปลงค่ากำไรหลังหักภาษีเป็นกำไรก่อนหักภาษีทำได้ดัง

$$\text{กำไรก่อนหักภาษี} = \frac{\text{กำไรหลังหักภาษี}}{(1 - \text{อัตราภาษี})}$$

ตัวอย่างเช่น บริษัท สบายดี จำกัด มีต้นทุนรวมคงที่ 80,000 บาทต่อเดือน มีต้นทุนผันแปร 1,800 บาทต่อหน่วย ถ้าบริษัทต้องการกำไรก่อนหักภาษี 70,000 บาท โดยมีอัตราภาษี 25% ราคาขายสินค้าบาทต่อหน่วย 2000 บาท บริษัทจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวนเท่าใด

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณขายที่ได้กำไร} &= \frac{80000 + 70000/(1 - 0.25)}{(2000 - 1800)} \\ &= 867 \text{ ใบ} \end{aligned}$$

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์

ราคาเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ปริมาณขายของสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อคูณกับราคาสินค้าชนิดนั้นจะทำให้เกิดรายได้จากการขายสินค้า ซึ่งราคาเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้จากการขายและกำไร เมื่อผู้บริโภคยอมรับในราคาของสินค้าและบริการ ย่อมทำให้สินค้าและบริการขายได้ดี ทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงและมีกำไรและราคามีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจากว่าราคาเป็นตัวกำหนดความต้องการซื้อของลูกค้าธุรกิจ การตั้งราคาที่เหมาะสมจะทำให้สินค้าขายได้มาก เกิดรายได้สูง และมีแนวโน้มที่จะเกิดกำไรสูงด้วย ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ ขณะเดียวกัน ธุรกิจก็จะเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ เมื่อธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีย่อมทำให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมมีผลดีขึ้นด้วย ดังนั้นราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมเพื่อความอยู่รอดของกิจการ และสิ่งที่นักการตลาดต้องระมัดระวังต่อการกำหนดราคา คือ การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย เนื่องจากราคาประกอบด้วยต้นทุนบวกค่าใช้จ่ายและกำไรที่ต้องการ ฉะนั้นเมื่อต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเปลี่ยนแปลงจะกระทบต่อกำไรและราคาสินค้าด้วย นักการตลาดต้องระมัดระวังต่อการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงราคาให้มากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อต้นทุนสินค้าสูงขึ้น การขึ้นราคาอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ยอมรับก็ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

ประเภทของราคา

อาจจะจัดประเภทของราคาได้ 3 ประเภท ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

1. **ราคาที่ธุรกิจตั้ง (Business Controlled price)** เป็นราคาที่ผู้ขายหรือผู้ผลิตกำหนดขึ้น โดยมีเกณฑ์ด้านต้นทุน (Cost) ความต้องการซื้อของลูกค้า (Customer need) และภาวะการแข่งขัน (Competitive) รวมทั้งปัจจัยอื่นที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ (Controllable) และควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable) เช่นการตั้งราคาสินค้าโดยทั่วไปท้องตลาดซึ่งธุรกิจสามารถกำหนดราคาขึ้นมาเองได้ ทั้งนี้ไม่รวมถึงสินค้าเกษตรกรรม เช่น ข้าวเปลือก มันสำปะหลัง อ้อย เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาขายด้วยตนเองได้

2. **ราคาตลาด (Market Price)** เป็นราคาที่กำหนดขึ้นโดยความต้องการซื้อทั้งสิ้น กับความต้องการขาย หรือ อุปสงค์ตลาด(Demand)กับอุปทานตลาด (Supply) เป็นราคาที่เกิดขึ้นตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ โดยราคาตลาดนี้จะพบในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ เช่น สินค้าเกษตรกรรมขั้นปฐมภูมิ ได้แก่ข้าวเปลือก

3. **ราคาที่รัฐบาลกำหนด (Government Controller price)** เป็นวิธีการที่รัฐบาลเข้ามาแทรกแซงการกำหนดราคาของธุรกิจ โดยทั่วไปมีรูปแบบดังนี้

3.1 การกำหนดราคาขึ้นสูง หรือการควบคุมราคา เป็นวิธีการที่รัฐใช้ควบคุมราคาสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ขายด้วยการกำหนดราคาสินค้าไว้ในระดับที่ต่ำกว่าราคาตลาด (ราคาดุลยภาพ) ของสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคไม่ได้รับความเดือดร้อนจากการซื้อสินค้าที่มีราคาตลาดสูงเกินไป สินค้าส่วนใหญ่ที่รัฐบาลเข้ามากำหนดราคาขึ้นสูงนั้นจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ข้าวสาร น้ำตาลทราย เนื้อหมู ผักต่างๆ น้ำมันรถยนต์ แก๊สหุงต้ม หรือสินค้าประเภทสาธารณสุขบริโภค เช่น รถเมล์ ไฟฟ้า น้ำประปา

3.2 การกำหนดราคาขึ้นต่ำ หรือการประกันราคาขึ้นต่ำ เป็นวิธีการที่รัฐบาลใช้เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้ผลิตรายเล็กๆ โดยกำหนดราคาสินค้าขึ้นต่ำของผู้ขายไว้ในระดับที่สูงกว่าตลาด ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกษตรที่อยู่ในขั้นปฐมภูมิ เช่น ข้าวเปลือก อ้อย น้ำมัน ปาล์ม เป็นต้น

3.3 การพยุงราคา เป็นวิธีการต่างๆ เพื่อให้ระดับราคาสินค้าสูงขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกษตรที่อยู่ในขั้นปฐมภูมิ โดยการพยุงราคาทำได้ 2 กรณี คือ

3.3.1 การรับซื้อและการขยายตลาดหรือการเพิ่มอุปสงค์

3.3.2 การลดการผลิตหรือการลดอุปทาน

ขั้นตอนในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์

ขั้นในการการตั้งราคาผลิตภัณฑ์มีขั้นตอนดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา (Factors influencing pricing analysis) : การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation analysis)

ขั้นที่ 2 การเลือกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Selecting the pricing objectives)

ขั้นที่ 3 การคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้า (Determining demand)

ขั้นที่ 4 การคาดคะเนต้นทุน (Estimating costs)

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ต้นทุน ราคาและผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (Analyzing competitors' cost, prices, and offers)

ขั้นที่ 6 เลือกวิธีการตั้งราคา (Selecting a pricing method)

- 6.1 การตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน (Cost oriented pricing)
 - (1) การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเฉลี่ย (Average cost pricing)
 - (2) การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average variable cost pricing) หรือต้นทุนที่เพิ่มขึ้น (Incremental cost)
 - (3) การตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากเงินลงทุนตามเป้าหมาย (Target return pricing)
 - (4) การตั้งราคาโดยการบวกเพิ่มเข้าไปในราคาขาย (Mark up on selling price)
 - (5) การบวกเพิ่มแบบลูกโซ่ (Mark up chain)
- 6.2 การตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ (Demand oriented pricing)
 - (1) อุปสงค์ยืดหยุ่นมาก (Elastic demand)
 - (2) อุปสงค์ยืดหยุ่นน้อย (Inelastic demand)
- 6.3 การตั้งราคาโดยประยุกต์ใช้จุดคุ้มทุน (Modified break-even point analysis)
- 6.4 การตั้งราคาโดยมุ่งที่การแข่งขัน (Competition oriented pricing)
- ขั้นที่ 7 การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา (Price policies and strategies)
- ขั้นที่ 8 การตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย (Selecting the final price)



ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา (Factors influencing pricing analysis) : การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation analysis)

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคา (Major factors influencing pricing) แม้ว่าจะมีปัจจัยมากมายที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคา แต่ปัจจัยที่สำคัญมากที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงมี 4 ประการ หรือเรียกว่า 4C_s ดังนี้

1. ลูกค้า (Customers) เป็นสิ่งสำคัญมากที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคา ราคาสินค้านั้นอาจจะสูงหรือต่ำไม่ใช่ประเด็นสำคัญ แต่สิ่งสำคัญที่ว่าเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับและพอใจที่จะซื้อสินค้านั้น วิธีการตั้งราคาที่มุ่งที่ลูกค้านี้เราเรียกว่า วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ (Demand oriented pricing)
2. คู่แข่งขัน (Competitors) ในการตั้งราคานั้นต้องศึกษาการตั้งราคาและกลยุทธ์ในการตั้งราคาของคู่แข่งด้วย การตั้งราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งมีทางเลือก 3 ทาง คือ (1)การตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง วิธีนี้จะใช้ในกรณีที่แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณค่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (2)การตั้งราคาเท่ากับคู่แข่ง ในกรณีนี้จะเกิดขึ้นเมื่อพิจารณาว่า ราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีลักษณะคล้ายคลึงกับราคาผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (3)การตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ในกรณีที่พิจารณาว่า ผลิตภัณฑ์ของบริษัทดีต่อกว่าคู่แข่ง วิธีการตั้งราคาสินค้าโดยพิจารณาคู่แข่งนี้
3. ต้นทุน (Cost) เป็นที่ทราบกันแล้วว่า ราคาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ต้นทุนบวกด้วยกำไร ดังสมการ

$$\text{ราคา (ต่อหน่วย)} = \text{ต้นทุน (ต่อหน่วย)} + \text{กำไร (ต่อหน่วย)}$$

ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องพิจารณาว่า ต้นทุนในการผลิตสินค้า ต้นทุนทางการตลาด และต้นทุนอื่นๆที่เกิดขึ้นเป็นเท่าใดแล้วหาค่าเฉลี่ยต้นทุนสินค้าต่อหน่วยออกมา แล้วบวกกำไร (ต่อหน่วย) ที่ต้องการ

4. ผลิตภัณฑ์ นโยบาย และกลยุทธ์ของบริษัท (Company's products, policies and strategies) ในที่นี้จะต้องพิจารณา 2 กรณี ดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Company's products) การตั้งราคาจะต้องสอดคล้องกับคุณสมบัติ ประโยชน์ และตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เช่น เราตั้งตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ว่าเป็นสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง ในกรณีนี้จำเป็นต้องตั้งราคาสูง แต่ในกรณีที่กำหนดว่าเป็นสินค้าประหยัดเราก็ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำได้

4.2 นโยบายและกลยุทธ์ของบริษัท (Company policies and strategies) การกำหนดราคานั้น จะต้องสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทด้วย ตัวอย่างเช่น ถ้านโยบายกำหนดไว้ว่าเป็นการตั้งราคาเพื่อช่วยเหลือสังคมหรือเป็นการให้บริการสังคมของหน่วยงานของรัฐบาล ก็จะใช้นโยบายการตั้งราคาต่ำ เช่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง โรงพยาบาลของรัฐ เป็นต้น แต่ถ้าบริษัทตั้งนโยบายไว้ว่า “เป็นบริษัทที่มีสินค้าเป็นเลิศกว่าคู่แข่ง” หรือ “เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ” ในกรณีนี้จำเป็นต้องตั้งราคาสูง แต่ต้องสอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆของบริษัท

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Selecting pricing objectives)

ในการตั้งราคานี้ จะต้องทราบถึงวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาก่อน เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการตั้งราคามีได้หลายด้านแตกต่างกันไป ในที่นี้จะเน้นวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาเป็น 6 ด้านใหญ่ๆ ดังนี้

1. มุ่งรายได้จากการขาย (Total revenue)
2. มุ่งกำไร (Profit)
3. มุ่งยอดขาย (ปริมาณขาย) [Sales (quantity)]
4. มุ่งการแข่งขัน (Competition)
5. มุ่งด้านสังคม (Social)
6. มุ่งด้านภาพลักษณ์ (Image)

ขั้นที่ 3 การคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้า (Determining demand)

ในขั้นนี้จะต้องคาดคะเนความต้องการซื้อของตลาด (Market demand) เมื่อพิจารณาถึงความต้องการซื้อทั้งสินค้าที่มีต่อสินค้า ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการวางแผน เพื่อกำหนดปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าที่มีต่อสินค้าของบริษัท (Company demand) จากการตั้งราคา ณ ระดับต่าง

การคาดคะเนอุปสงค์เพื่อศึกษาถึงความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการตั้งราคาและพิจารณาการเปลี่ยนแปลงราคาว่า จะมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อมากหรือน้อย

1. การสำรวจความตั้งใจของผู้ซื้อ (Survey of buyers' intentions)
2. รวบรวมจากความคิดเห็นของพนักงานขาย (Composites of sales force opinions)
3. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Expert opinions)
4. การทดสอบตลาด (Market test method)
5. การวิเคราะห์อนุกรมเวลา (Time series analysis)
6. การวิเคราะห์ความต้องการซื้อในเชิงสถิติ (Statistical demand analysis)

ขั้นที่ 4 การคาดคะเนต้นทุน (Estimating costs)

ต้นทุนเป็นพื้นฐานในการกำหนดราคาฉะนั้นบริษัทต้องตั้งราคาให้ครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดซึ่งมีต้นทุนการผลิต ต้นทุนในการจำหน่าย ต้นทุนในการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งกำไรที่ต้องการ ต้นทุนบางส่วนจะผันแปรไปตามปริมาณความต้องการซื้อของลูกค้า ซึ่งเราได้อาศัยข้อมูลการคาดคะเนอุปสงค์ในขั้นที่สอง วิธีการใช้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นวิธีที่ประหยัดที่สุด โดยการใช้ต้นทุนอย่างจำกัดเกินไป หรือพยายามลดต้นทุนให้ต่ำเสมอ แต่ต้องมีเทคนิคในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ดังนี้

1. ปริมาณการผลิตที่เหมาะสม (Economy of scale) เมื่อธุรกิจมีการผลิตมากขึ้นจะทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลงเรื่อยๆ เพราะเกิดการประหยัดจากการขยายขนาดกำลังการผลิตจนกระทั่งถึงจุดหนึ่ง หากมีการขยายขนาดการผลิตมากขึ้นจะกลับทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยสูงขึ้น เพราะเกิดการไม่ประหยัดจากการขยายขนาดการผลิต

2. เส้นประสบการณ์ (Experience curve) ธุรกิจที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจะมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าธุรกิจที่ยังไม่มีประสบการณ์ ตัวอย่างที่ทำให้เกิดการขาดประสบการณ์ในการทำงาน เช่น การมีคนเข้าออกเสมอ การสับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่บ่อยเกินไป การขาดการฝึกอบรม และการถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงาน

3. ความเป็นอัตโนมัติ (Degree of automation) ธุรกิจที่มีการใช้เครื่องจักรอัตโนมัติในการผลิต การจัดระบบงานที่เหมาะสม จะช่วยลดต้นทุนในการผลิตลงได้

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ต้นทุน ราคา และผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (Analyzing competitors' costs, prices, and offers)

บริษัทต้องศึกษาถึงต้นทุนของคู่แข่ง เพื่อทราบข้อได้เปรียบหรือข้อเสียเปรียบจากต้นทุน บริษัทต้องเรียนรู้ถึงราคา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง โดยส่งผู้สังเกตการณ์ไปสำรวจราคาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ การตลาดของคู่แข่ง รายการราคาสินค้าต่างๆ ตลอดจนทำการวิจัยผู้ซื้อเกี่ยวกับราคาที่รับรู้ในผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง เมื่อทราบถึงราคาและผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งแล้วจะได้นำมาใช้ในการตั้งราคาของตน โดยอาจเสนอราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง ถ้ามีผลิตภัณฑ์และลูกค้าที่คล้ายคลึงกัน ถ้าผลิตภัณฑ์ด้อยกว่าจะไม่สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าคู่แข่ง แต่ถ้าผลิตภัณฑ์เหนือกว่าก็จะสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าธุรกิจต้องระสีกว่าคู่แข่งสามารถเปลี่ยนแปลงราคา เพื่อโต้ตอบกับบริษัท จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะใช้ราคาประเมินตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

ขั้นที่ 6 การเลือกวิธีการตั้งราคา (Selecting a pricing method)

วิธีการตั้งราคามีด้วยกันมากมายหลายวิธี ในที่นี้จะมีการจัดประเภทวิธีการตั้งราคาจาก 4 หลักเกณฑ์ด้วยกัน คือ

1. วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน (Cost oriented pricing)
2. วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ (Demand oriented pricing)
3. วิธีการตั้งราคาโดยประยุกต์ใช้จุดคุ้มทุน (Modified break-even point analysis)
4. วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่การแข่งขัน (Competition oriented pricing)

ขั้นที่ 7 การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา (Price policies and strategy)

นโยบายและกลยุทธ์ด้านราคามีมากมาย ซึ่งธุรกิจสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม

ขั้นที่ 8 การตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย (Selecting the final price)

บริษัทจะต้องพิจารณาปัจจัยต่อไปนี้

1. การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological pricing) เป็นการตั้งราคาที่ต้องคำนึงถึงหลักจิตวิทยาของลูกค้าที่มีต่อสินค้าของบริษัท โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคากับการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าของบริษัท

2. อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ที่มีราคา (The influence of other marketing mix element on price)

3. นโยบายการตั้งราคาของบริษัท (Company pricing policies) ราคาขั้นสุดท้ายจะต้องสอดคล้องกับนโยบายในการตั้งราคาของบริษัท เช่น การกำหนดภาพลักษณ์ของราคาที่ต้องการ การกำหนดนโยบายลดราคาและปรัชญาในการโต้ตอบราคาของคู่แข่ง เป็นต้น

4. ผลกระทบของราคาต่อฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Impact of price on other parties) เป็นการพิจารณาถึงปฏิกิริยาของฝ่ายต่างๆที่มีต่อราคาขั้นสุดท้ายที่กำหนด เช่น ผู้จัดจำหน่าย ผู้ขาย พนักงานขาย คู่แข่งขัน ผู้ขายวัตถุดิบ และรัฐบาล เป็นต้น

วิธีการตั้งราคาตามต้นทุน

ต้นทุนเป็นพื้นฐานในการกำหนดราคา ฉะนั้นผู้ผลิตจะคิดต้นทุนทั้งหมดให้ครอบคลุมและบวกกำไรที่ต้องการแล้วจึงตั้งราคาขาย แต่ราคาขายที่ตั้งไม่ควรจะสูงกว่าราคาซื้อขายในตลาด โดยงานวิจัยนี้ขอแนะนำวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน 3 วิธีคือ (1) วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน (2) วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากราคาขาย และ (3) วิธีการตั้งราคาแบบลูกโซ่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน

วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน (Cost-plus method) เป็นวิธีการตั้งราคาโดยกำหนดส่วนบวกเพิ่ม (Mark up) หรือกำไร (Profit) เข้าไปในต้นทุน เพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนอื่นๆ และมีกำไรตามต้องการ ดังนั้น วิธีการตั้งราคาโดยการบวกเพิ่มจากต้นทุน มี 3 วิธีคือ (1) วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเฉลี่ย (Average cost pricing) (2) วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปร

เฉลี่ย (Average variable cost pricing) (3) วิธีการตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากเงินลงทุนตามเป้าหมาย (Target return) โดยมีรายละเอียดในการตั้งราคาแต่ละวิธีดังนี้

1.1 วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเฉลี่ย [Average Cost (AC) pricing] หรือต้นทุนเต็มจำนวน (Full cost pricing) เป็นวิธีการตั้งราคาโดยใช้ต้นทุนเฉลี่ย แล้วบวกกำไรต่อหน่วยจากต้นทุนที่เฉลี่ยที่ทำได้ แต่เนื่องจากต้นทุนเฉลี่ยเกิดจากต้นทุนรวมหารด้วยปริมาณการผลิต

$$\begin{aligned} \text{ราคา (P)} &= \text{ต้นทุนเฉลี่ย (AC)} + \text{กำไรต่อหน่วย} \\ P &= AC + \text{กำไรต่อหน่วย} \end{aligned}$$

1.2 วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average Variable Cost (AVC) Pricing) หรือต้นทุนที่เพิ่มขึ้น (Incremental cost pricing) เป็นวิธีการตั้งราคาโดยใช้ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยหรือต้นทุนที่เพิ่มขึ้น คือ กำไรที่ต้องการในการตั้งราคา (มักนิยมใช้ต้นทุนตัวนี้ ในเวลาที่ต้องตัดสินใจนโยบายบางอย่างมาใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งมีผลให้ต้นทุนสินค้าเปลี่ยนแปลง) ต้นทุนผันแปรหาได้จากต้นทุนทผันแปรรวมหารด้วยปริมาณการผลิต

$$\begin{aligned} \text{ราคา (P)} &= \text{ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC)} + \text{กำไรต่อหน่วย} \\ P &= AVC + \text{กำไรต่อหน่วย} \end{aligned}$$

การตั้งราคาโดยใช้เกณฑ์ตามวิธีที่ 2 นี้ เหมาะสำหรับใช้พิจารณาการตั้งราคาสินค้าที่ได้รับคำสั่งซื้อเป็นพิเศษ นอกเหนือจากการผลิตปกติที่มีอยู่ หรือใช้ในกรณีที่มีการแข่งขันด้านราคารุนแรง โดยใช้ราคาขั้นต่ำที่เป็นไปได้เท่ากับต้นทุนผันแปรเฉลี่ย หรือต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งถ้ากิจการใช้วิธีการตั้งราคาตามวิธีต้นทุนเต็มจำนวนอาจทำให้ราคาสูงไป ไม่สามารถสู้กับคู่แข่ง และพลาดโอกาสที่ควรจะได้รับได้

1.3 วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนส่วนเพิ่ม [Marginal Cost (MC) pricing] เป็นวิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มกำไรต่อหน่วยจากต้นทุนส่วนเพิ่มต่อหน่วย ตามสมการ

$$\begin{aligned} \text{ราคา (P)} &= \text{ต้นทุนส่วนเพิ่มต่อหน่วย (MC)} + \text{กำไรต่อหน่วย} \\ P &= MC + \text{กำไรต่อหน่วย} \end{aligned}$$

1.4 วิธีการตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากเงินลงทุนตามเป้าหมาย (Target return pricing) เป็นวิธีการตั้งราคาซึ่งทำให้อัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนตามเป้าหมาย ราคาที่ดังนั้นจะต้องครอบคลุมเงินกำไรตามเป้าหมาย ต้นทุนคงที่รวม และต้นทุนผันแปรเฉลี่ย ดังสมการ

$$\text{ราคา (P)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม (TFC) + กำไรตามเป้าหมาย}}{\text{ปริมาณการผลิต (Q)}} + \text{ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (AVC)}$$

$$P = \frac{\text{TFC} + \text{กำไรตามเป้าหมาย}}{Q} + \text{AVC}$$

วิธีการนี้ใช้ในการตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนตามต้องการ เหตุที่ต้องเอากำไรตามเป้าหมายบวกเข้ากับต้นทุนคงที่ก่อน เนื่องจากกำไรตามเป้าหมายเป็นสิ่งที่ธุรกิจกำหนดเอาไว้ตายตัว เปรียบเสมือนเป็นต้นทุนคงที่ที่ธุรกิจต้องทำให้ได้ วิธีนี้ทำให้กิจการมั่นใจได้ว่า ราคานั้นทำให้เกิดกำไรตามเป้าหมาย โดยมีเงื่อนไขว่าต้องขายให้ได้หมดตามปริมาณที่ผลิต

2. วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากราคาขาย

วิธีการตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากราคาขาย (Mark up on selling price หรือ mark up pricing) เป็นการตั้งราคาแบบบวกกำไรส่วนเพิ่มเข้าไปในราคาขาย กำไรส่วนเพิ่มนี้จะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาขาย การตั้งราคาวิธีนี้ใช้กันมากในการค้าปลีกและการค้าส่ง

กำไรส่วนเพิ่ม (Mark up) จำนวนเงินที่บวกเพิ่มจากต้นทุนของสินค้า เพื่อให้ได้ราคาขาย ส่วนที่บวกเพิ่มนี้จะต้องครอบคลุมค่าใช้จ่ายอื่นๆ และยังมีเหลือเป็นกำไรให้กับกิจการด้วย วิธีการตั้งราคาแบบนี้นิยมใช้กันมากในระบบการค้าปลีก และค้าส่งของพ่อค้าคนกลาง ปกติอัตรากำไรส่วนเพิ่มนี้จะคิดจากราคาขาย เรียกว่า Mark up on selling price หรือเรียกสั้นๆ ว่า Mark up แต่ถ้าอัตรากำไรส่วนเพิ่มคิดจากต้นทุน เรียกว่า Mark up on cost หรือ Mark on percentage หรือเรียกสั้นๆ ว่า Mark on ดังสมการ

$$\text{อัตรากำไรส่วนเพิ่มของราคาขาย} = \frac{\text{จำนวนเงินที่บวกเพิ่มจากต้นทุน}}{\text{ราคา}} \times 100$$

$$\text{อัตรากำไรส่วนเพิ่มจากต้นทุน} = \frac{\text{จำนวนเงินที่บวกเพิ่มจากต้นทุน}}{\text{ต้นทุน}} \times 100$$

ถ้าเราทราบต้นทุนของสินค้า และอัตรากำไรส่วนเพิ่มในราคาที่ต้องการ เราจะสามารถหาราคาขายของสินค้าได้ดังนี้

$$\text{ราคา} = \frac{\text{ต้นทุน}}{100\% - \text{อัตรากำไรส่วนเพิ่มในราคาขาย}}$$

3. วิธีการตั้งราคาแบบลูกโซ่

วิธีการตั้งราคาแบบลูกโซ่ในช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นวิธีการตั้งราคาโดยบวกกำไรส่วนเพิ่มจากราคาขายในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย โดยราคาขายของผู้ผลิตจะกลายเป็นต้นทุนของผู้ค้าส่ง เมื่อผู้ค้าส่งนำต้นทุนบวกกับกำไรส่วนเพิ่มที่ต้องการก็จะกลายเป็นราคาขายของผู้ค้าส่ง ซึ่งราคาขายของผู้ค้าส่งก็จะกลายเป็นต้นทุนของผู้ค้าปลีก เมื่อผู้ค้าปลีกนำต้นทุนบวกกับกำไรส่วนเพิ่มก็จะกลายเป็นราคาขายปลีก การบวกกำไรส่วนเพิ่มในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีจำนวนมากพอที่จะคุ้มกับค่าใช้จ่ายในการขายและการบริการ รวมทั้งกำไรที่ต้องการ โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์กำไรส่วนเพิ่มจากราคา

ข้อดีและข้อเสียของการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน

ข้อดีของการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน

1. เป็นกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนในการตั้งราคา
2. เป็นวิธีที่สามารถกำหนดได้ชัดเจนว่าธุรกิจจะมีกำไรเท่าไร เนื่องจากเป็นการตั้งราคาโดยบวกกำไรจากต้นทุน
3. ธุรกิจได้ใช้ประโยชน์จากโครงสร้างต้นทุน เช่น สามารถใช้ส่วนลดได้มากถ้าต้นทุนลดลง หรือตั้งราคาให้ต่ำกว่ากรณีมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง

ข้อเสียของการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน

1. ราคาที่คิดจากต้นทุนนั้นเป็นเกณฑ์ ถ้าต้นทุนเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงราคาทำได้ยาก ไม่สามารถทำได้ทันที เนื่องจากจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. ราคาไม่ได้พิจารณาจากต้นทุนการผลิตอย่างเดียว ธุรกิจยังมีต้นทุนอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ต้นทุนด้านการขาย การวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เมื่อต้นทุนเหล่านี้เปลี่ยนแปลงจะทำให้ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย
3. ต้นทุนที่ใช้เป็นเกณฑ์การตั้งราคาคิดจากปริมาณการผลิตเพื่อขาย จึงเป็นการยากที่จะคาดคะเนยอดขายได้ถูกต้อง จนกว่าจะมีการตั้งราคาขายเสียก่อน ดังนั้นการคาดคะเนต้นทุนจึงยากที่จะคาดคะเนให้แม่นยำ เพราะปริมาณการผลิตและปริมาณการขายไม่เท่ากันในทางปฏิบัติ
4. วิธีนี้ขัดต่อแนวความคิดด้านการตลาด ที่ไม่คำนึงถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อราคา เพราะเป็นการมุ่งที่ต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตเพียงฝ่ายเดียว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารต้นทุน

กลยุทธ์การบริหารต้นทุน เป็นเครื่องมือแนวคิดทางด้านบัญชีต้นทุน โดยมีเป้าหมายอยู่ 2 ประการ คือ (1)บทบาทในการช่วยตัดสินใจ และ(2)บทบาทในการบริหารต้นทุนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลยุทธ์การบริหารต้นทุนได้แก่ การบริหารโดยกิจกรรม ต้นทุนเป้าหมาย วงจรชีวิตต้นทุน การบริหารต้นทุนโดยรวม การบริหารแบบทันเวลา การผลิตแบบลีน และการบัญชีเพื่อความยั่งยืน เป็นต้น กลยุทธ์ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร ทำให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเหนือกว่าคู่แข่ง อันจะเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ (สุวรรณ หวังเจริญเดช , 2557) เทคนิคการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. ต้นทุนฐานกิจกรรม เป็นการระบุและจัดต้นทุนที่มีเพิ่มมูลค่า (Non Value-Added Cost) หมายความว่า กิจกรรมหรือต้นทุนที่ถูกตัดออกไปนั้น ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในทางตรงกันข้ามกับช่วยลดระยะเวลาในการผลิต

2. ต้นทุนเป้าหมาย การกำหนดแนวทางการลดต้นทุนเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย นั้นมีอยู่ 2 แนวทาง ได้แก่ (1) การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต หรือ การปรับเพิ่มหรือลด คุณสมบัติของสินค้าและบริการ (2) ทบทวนหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถผลิตสินค้า หรือบริการได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าด้วยการใช้เทคนิค Kaizen ซึ่งเป็นเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง ดังนั้น ต้นทุนเป้าหมายจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ ช่วยเปลี่ยนแรงกดดันของตลาดไปสู่การแสวงหาความร่วมมือเพื่อลดต้นทุนและการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยเฉพาะการกำหนดราคาขายที่ แข่งขันได้ และการกำหนดกำไรที่ต้องการ ซึ่งต้นทุนเป้าหมายคำนวณได้โดยการหักกำไรที่ต้องการ (Target Profit Margin) จากราคาเป้าหมาย (Target Price) ซึ่งเป็นราคาที่ประมาณขึ้นโดยอิงกับ กลุ่มลูกค้าที่ยินดีจะจ่ายให้ พิจารณาประกอบกับราคาที่กำหนดโดยคู่แข่งสำหรับสินค้าที่มี ลักษณะและคุณภาพทำนองเดียวกัน ดังนั้น แนวคิดต้นทุนเป้าหมายจึงมีความสอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน คือการผลิตในปัจจุบันไม่ได้ผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตแต่เป็นไปตาม ความต้องการของลูกค้า

3. วงจรชีวิตต้นทุน เป็นแนวคิดในการคำนวณต้นทุนสินค้าหรือบริการที่ให้ความสำคัญกับ การดำเนินงานในระยะยาวโดยนำเอาต้นทุนตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนสินค้าหรือ บริการ เหมาะสำหรับการใช้ในการกำหนดราคาขายและประสิทธิภาพในการทำกำไรของสินค้าและ บริการในระยะยาว ซึ่งวงจรชีวิตต้นทุนมีผลต่อการตัดสินใจในเรื่องของราคา

4. การบริหารคุณภาพโดยรวม ในกระบวนการผลิตพนักงานทุกคนจะต้องควบคุมคุณภาพ การผลิตสินค้าหรือบริการให้ได้ตรงหรือเกินกว่าความต้องการของลูกค้า เพราะฉะนั้นการ ประยุกต์ใช้การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) ในองค์กร จะทำ ให้เกิดการพัฒนาคูณภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด เป็นการทำให้องค์กรมี ศักยภาพในการแข่งขัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และเป็นแนวทางที่ช่วยให้ องค์กรสามารถลดต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานได้ ซึ่งนอกเหนือจากจะมีผลผลิตแล้ว ยังทำ ให้ทุกกระบวนการมีความคล่องตัว และประสานงานกันเป็นอย่างดี ก่อให้เกิดการพัฒนาการของ องค์กรในระยะยาว โดยผลลัพธ์ที่องค์กรจะได้รับจากการบริหารคุณภาพโดยรวม คือ การมีสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพสูง มีการกำจัดของเสีย หรือทำให้ของเสียในองค์กรลดลง

5. ระบบการผลิตแบบทันเวลา โดยระบบนี้จะเน้นการดำเนินงานให้ทันเวลา ไม่มีงานคงเหลือ ระหว่างขั้นตอน และการจัดส่งสินค้าจะส่งเมื่อผลิตเสร็จ การผลิตแต่ละครั้งจะผลิตเมื่อลูกค้าสั่ง และจะไม่เหลือสินค้าสำเร็จรูปไว้ในคลัง (Zero Stock) (หรือน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็น) เพื่อช่วยปรับ ลดต้นทุนให้กับกิจการ โดยการผลิตแต่ละครั้งจะผลิตเท่าที่ลูกค้าสั่งหรือเท่าที่จำเป็น โดยลดการ สิ้นเปลืองที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าใดๆ เพิ่มขึ้น อาทิ การมีสินค้าคงคลังมากเกินไป การมีพื้นที่โรงงาน มากเกินไป ตลอดจนเวลาและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่สูญเสียเปล่า เป็นต้น

ระบบการผลิตแบบทันเวลาเป็นปรัชญาการผลิตที่ญี่ปุ่นพัฒนาขึ้นมา โดยเน้นความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่องในการยกระดับคุณภาพสินค้าให้สูงขึ้น และลดของเสียจากการผลิตให้น้อยลง สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้เร็ว พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเมื่อมีปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิต เพื่อไม่ให้เกิดการผลิตหยุดงักเป็นเวลานาน ถือเป็นแนวทางปฏิบัติของการบริหารจัดการที่มีความสำคัญต่อการวัดความสำเร็จของกลยุทธ์การผลิตอีกวิธีหนึ่งของการบริหารต้นทุนในยุคโลกาภิวัตน์

6. ระบบการผลิตแบบลีน ระบบการผลิตแบบโตโยต้าเป็นพื้นฐานสำหรับความพยายามเกี่ยวกับการผลิตแบบลีน ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวโน้มด้านการผลิต เน้นการไหลของงานอย่างต่อเนื่อง ปราศจากความสูญเสียและความสิ้นเปลือง ซึ่งมีหลักการอยู่ 5 ประการคือ (1) การระบุคุณค่าของสินค้าและบริการสู่ลูกค้า เพื่อสนองความพึงพอใจความคาดหวังของลูกค้าเป็นหลัก (2) การระบุสายธารแห่งคุณค่าทำให้เกิดคุณค่าในตัวสินค้าและบริการ (3) การดำเนินการให้เกิดกระบวนการไหลอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเสียเปล่า (4) กระบวนการดึงกลับจากความต้องการของลูกค้า คือลูกค้าเป็นตัวกำหนดจำนวนสินค้าที่กิจการจำทำการผลิต ซึ่งแตกต่างจากการผลิตแบบหลักที่กิจการทำการผลิตโดยไม่พิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า และ (5) การพยายามปรับปรุงแก้ไขไปสู่ความเป็นเลิศ เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งระบบการผลิตแบบลีนให้ความสำคัญกับการลดระยะเวลาและต้นทุนในการผลิตสินค้า/บริการ สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

7. การบัญชีเพื่อความยั่งยืน เป็นแนวคิดบัญชีกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมมีระหว่างผลประโยชน์จากการพัฒนากับการอนุรักษ์ธรรมชาติ ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตที่ประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีแนวทางคือ (1) แนวทางสินค้าคงคลัง การระบุ การบันทึก การควบคุม และการรายงาน ซึ่งอาจระบุข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นเชิงปริมาณที่ไม่ใช่ตัวเงิน รวมทั้งรายการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทุนธรรมชาติ และการเสื่อมสิ้นและผลดีที่กิจการได้รับในอนาคต (2) แนวทางต้นทุนที่ยั่งยืน มีรากฐานโดยตรงมาจากแนวคิดทางการบัญชีในเรื่องเกี่ยวกับกิจการต้องรักษาระดับทุนหมายความว่า กิจการที่ยั่งยืนต้องไม่ปล่อยให้สิ่งแวดล้อม ฝน สิ้นปีบัญชีแย้ หรือต่ำกว่าสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ ณ วันต้นปีบัญชี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพะยอม นาจันทร์และคณะ (2550) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านชุมพอ ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ(1)ศึกษาข้อมูลของต้นทุน ผลตอบแทนในการลงทุน (2) วิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุน ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนวิเคราะห์ตามหลักบัญชีและตามหลักผู้ผลิต โดยการวิเคราะห์ผลตอบแทนจะใช้อัตราส่วนทางการเงิน 2 อัตราส่วน คือ อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อสินทรัพย์รวม และอัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อยอดขายสุทธิ มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ จากสมาชิก 5 คน ตามแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ซึ่งมี 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนในการผลิต ตะกร้าไม้ไผ่ ส่วนที่ 3 ผลตอบแทนจากการผลิตตะกร้าไม้ไผ่ และส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย พบว่า การคำนวณตามหลักการบัญชีอัตราผลตอบแทนจะมีค่าเป็นลบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานเกิดผลขาดทุน ในขณะที่การคำนวณตามหลักผู้ผลิต อัตราผลตอบแทนจะมีค่าเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานเกิดผลกำไร ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างคือ ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายในการผลิต เพราะการคำนวณตามผู้ผลิตจะไม่มีการนำค่าแรงงานทางตรงมาคำนวณเนื่องจากใช้แรงงานตนเอง ไม่มีการจ้างแรงงานภายนอก มีต้นทุนเพียงชนิดเดียวคือ ค่าวัตถุดิบทางตรง นอกจากนี้ยังพบว่าสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต ไม่มีการจดบันทึกบัญชีแต่อย่างใด ไม่ว่าจะต้นทุน รายได้ หรือปริมาณการผลิตทำให้ไม่สามารถทราบต้นทุนรายได้และผลตอบแทน ที่ถูกต้องได้

สลักฤทัย สัมฤทธิ์ (2555) การบริหารต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ(1)ศึกษาบริบทชุมชนและกระบวนการทอผ้าของกลุ่มทอผ้าไทลื้อ ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา (2) วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา และ(3)หาแนวทางในการบริหารต้นทุนของผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ประชากรคือ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทลื้อ ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา จำนวน 54 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และใช้สถิติพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า (1) บริบทชุมชน ตำบลหย่วนเป็นหนึ่งในสิบตำบลของอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ซึ่งประกอบด้วยหมู่บ้านทั้งหมด 15 หมู่บ้าน มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ประชาชนส่วนใหญ่มีความร่วมมือในกิจกรรมและโครงการของชุมชน มีแกนนำที่เข้มแข็ง มีการใช้กลุ่มอาชีพขับเคลื่อนเศรษฐกิจรากฐานของชุมชน โดยกลุ่มผ้าทอไทลื้อมีผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นหญิง 54 คน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป สมรสแล้ว ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา และประกอบอาชีพทอผ้าไทลื้อเป็นอาชีพเสริมทั้งหมด ทอผ้าหลังจากเสร็จสิ้นจากฤดูกาลทำไร่ทำนา หรือหลังจากว่างจากการค้าขาย กระบวนการทอผ้าส่วนใหญ่ใช้การทอมือและเครื่องจักรผสมผสานกัน (2) วิเคราะห์วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน

ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไหม โดยต้นทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไหมเฉลี่ยต่อกลุ่มต่อผืน ดังนี้ ผ้าชิ้นไหล่ มีต้นทุนการผลิตเท่ากับ 300.81 บาท ผ้าตัดชุด มีต้นทุนการผลิตเท่ากับ 541.47 บาท ผ้าเช็ดหน้า ต้นทุนการผลิตเท่ากับ 18.05 บาท ผ้าปูโต๊ะ มีต้นทุนการ

ผลิตเท่ากับ 240.65 บาท ผ้าคลุมเตียง มีต้นทุนการผลิตเท่ากับ 1203.26 บาท เสื้อยืด มีต้นทุนการผลิตเท่ากับ 550.81 บาท กุญแจม มีต้นทุนการผลิตเท่ากับ 110.24 บาท และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ปี พ.ศ. 2553 ดังนี้ ผ้าชิ้นไหล่ มีรายได้เท่ากับ 16,800บาท/ปี ผ้าตัดชุด มีรายได้เท่ากับ 15,600 บาท/ปี ผ้าเช็ดหน้า มีรายได้เท่ากับ 16,000 บาท ผ้าปูโต๊ะ มีรายได้เท่ากับ 12,000 บาท ผ้าคลุมเตียง มีรายได้เท่ากับ 18,000 บาท เสื้อยืด มีรายได้เท่ากับ 40,800 บาท กุญแจม มีรายได้เท่ากับ 16,000 บาท และ(3)แนวทางในการบริหารต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไหม ดังนี้ ต้นทุนวัตถุดิบเป็นต้นทุนที่สูงซึ่งควรที่จะบริหารโดยการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูก ควรจะมีการวางแผนการผลิตไว้ล่วงหน้าซึ่งจะทำให้ทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนที่จะได้รับ เพื่อสามารถกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ และการลดต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าคงเหลือให้เหลือน้อยที่สุด โดยใช้เทคนิคระบบประมาณการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด EOQ หรือระบบการผลิตทันเวลาพอดีมาใช้(JIT)

รานิษฐ์ ไชยเย็น (2558) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ(1)ศึกษาต้นทุนและรายได้จากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ (2)วิเคราะห์ผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ และ(3)วิเคราะห์จุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ โดย (1) ต้นทุนในการศึกษาครั้งนี้เป็นการจำแนกตามลักษณะส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (2) การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ ภายใต้สมมติฐาน 2 กรณี คือ กรณีรวมต้นทุนค่าแรงทางตรง และกรณีไม่รวมต้นทุนค่าแรงทางตรง โดยทั้งสองกรณีเป็นการวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน(ROI) และอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย(NPM) (3) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ทั้งรายได้จากการขายและปริมาณการขาย ภายใต้สมมติฐาน 2 กรณีคือ คือกรณีรวมต้นทุนค่าแรงทางตรง และกรณีไม่รวมต้นทุนค่าแรงทางตรง และ(4) ทดสอบการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจุดคุ้มทุน 3 กรณี คือ เมื่อต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเพิ่มขึ้นขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ เมื่อราคาขายเพิ่มขึ้นขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ และเมื่อต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและราคาขายเพิ่มขึ้นขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่

ผลการวิจัย พบว่า (1) ผู้ผลิตในกลุ่มผ้าไหมบางรายใช้แรงงานตนเอง หรือไม่ก็เป็นแรงงานในครอบครัว (2) ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มผ้าไหมบ้านหนองตาไก่อ่อนข้างเป็นที่น่าพอใจ ทั้งในแง่อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน(ROI) และอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย(NPM) และ รายได้รวมและปริมาณขายที่ได้รับสูงกว่ารายได้รวมและปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน อ่อนข้างมาก แต่เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางการเงินทางกลุ่มต้องคำนึงถึง (1) การจ่ายค่าแรงงานทางตรง เนื่องจากบางกลุ่มใช้แรงงานในครอบครัวหรือแรงงานตนเอง จึงไม่คิดค่าแรง แต่ตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ ถือเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง แม้ไม่ได้จ่ายเป็นตัวเงิน ต้องนำมา

คำนวณเป็นต้นทุนการผลิต และ(2) ทางกลุ่มเผชิญกับต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่เพิ่มขึ้น ทำให้ปรับราคาขายเพิ่มขึ้น ซึ่งการปรับราคาอาจจะส่งผลต่อการซื้อของลูกค้าในอนาคตได้ กรณีมีสินค้าทดแทนหรือราคาสูงกว่าราคาตลาดและคู่แข่ง

เพชรไพรริน อุปปิงและคณะ (2559) การเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา:กลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายพื้นเมืองย้อมคราม จังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการลดต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และ (3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มแปรรูปผ้าฝ้ายพื้นเมืองย้อมคราม จังหวัดสกลนคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลโดยนักวิจัยและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองย้อมคราม เพื่อหาแนวทางในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสกลนคร

ผลการศึกษาพบว่า (1)แนวทางในการลดต้นทุนการผลิต คือ กลุ่มควรมีการวางแผนการผลิตและแผนการจัดซื้อกับผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านวัตถุดิบในการย้อมควรใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้คุ้มค่าและมีการขยายผู้ปลูกต้นคราม ด้านแรงงานควรแบ่งกลุ่มตามทักษะและความชำนาญ และควรจ่ายค่าแรงตามมาตรฐาน ด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตควรมีการปันส่วนอย่างถูกต้องแม่นยำ จำทำให้การคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์มีความถูกต้อง (2) แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพ พบว่าการแปรรูปผ้าฝ้ายย้อมครามจะทำให้สินค้ามีมูลค่าสูงขึ้น และทำให้รายได้ส่วนเพิ่มจากการแปรรูปสูงกว่าต้นทุนส่วนเพิ่ม จึงทำให้ได้กำไรเพิ่มมากขึ้น สำหรับ(3) แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มที่มีการสร้างเอกลักษณ์ในการผลิตและมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาจะสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ด้านการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ กลุ่มมีการวัดผลการดำเนินงานทุกด้าน ด้านการเงิน ลูกค่านวัตกรรมภายใน และการเรียนรู้และการพัฒนา แต่ยังไม่มีการเชื่อมโยงการวัดผลการดำเนินงานเข้าด้วยกัน

กิงกนก รัตนมณีและคณะ (2560) การศึกษาการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตรัง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา(1)ความครบถ้วนในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ(2)การกำหนดราคาขายเปรียบเทียบกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในจังหวัดตรัง จำนวน 10 ราย รวมทั้งสิ้น 63 ผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า รายการต้นทุนส่วนใหญ่ที่ทางกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่ได้นำมาคำนวณรวมเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีต้นทุนเต็มได้แก่ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตประเภท ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 63 ผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 23 ผลิตภัณฑ์คำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ครบถ้วนตามหลักการบัญชีต้นทุน ในขณะที่อีกจำนวน 40 ผลิตภัณฑ์คำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน เมื่อพิจารณาผลการศึกษากำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์พบว่าส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาขายโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์

จำนวน 25 ผลิตภัณฑ์กำหนดราคาขายไว้ต่ำกว่าต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจึงมีผลขาดทุนขั้นต้น

เกษมณี การินทร์ , รพีวรรณ อุตรินทร์, และกนกเกล้า แก้วเกล้า (2561) การศึกษาต้นทุนทางการเงินที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม ระดับ 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ต้นทุนที่แท้จริงในด้านการผลิต การตลาด และทางการเงินในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (2) เพื่อหาแนวทางการควบคุมต้นทุนในกระบวนการผลิต การตลาด การเงิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม ระดับ 5 ดาว จำนวน 5 กลุ่ม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 10 คน ซึ่งใช้วิธีการคัดเลือกจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มละ 2 คน โดยเป็นประธานกลุ่ม 1 คน และสมาชิกในกลุ่ม 1 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) สถานการณ์ต้นทุนที่แท้จริงในด้านการผลิตมีต้นทุนที่สูง เฉลี่ยประมาณ 856.80 บาทต่อเมตร ส่วนด้านการตลาด จะเป็นในลักษณะของการทำบรรจุภัณฑ์ และการทำเอกสารเรื่องราวที่มาของผ้าไหม โดยต้นทุนต่อชิ้นเฉลี่ยแล้วประมาณ 15.20 บาท และต้นทุนทางการเงิน โดยเป็นการกู้ยืมเงินจากกองทุนเงินกู้ยืมสำหรับทำธุรกิจของผ้าไหมของสมาชิก มีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดทั่วไป (2) แนวทางการควบคุมต้นทุนในกระบวนการผลิต ควรหาแหล่งผู้ผลิตเส้นไหมที่หลากหลาย เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต และการบริหารจัดการสินค้าให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด การสั่งซื้อวัตถุดิบควรสั่งซื้อ ณ จุดปริมาณที่ประหยัด (EOQ) และรวมกลุ่มกันซื้อ ด้านการตลาด ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ควรหาแหล่งผลิตบรรจุภัณฑ์ และแหล่งพิมพ์เอกสารผ้าพับที่หลากหลาย เพื่อเปรียบเทียบราคา อีกทั้งการขยายฐานลูกค้า โดยวิธีการขายสินค้าแบบออนไลน์ (E-commerce) และด้านการเงิน ควรก่อตั้งกองทุนเพื่อการกู้ยืมเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าท้องตลาดให้แก่สมาชิกในกลุ่มได้กู้ยืม อีกทั้งควรมีการจัดสรรเงินรายได้จากการให้กู้ยืมคืนสู่สมาชิกในรูปของเงินปันผล เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เศรษฐกิจชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเข้มแข็งต่อไป

ทศพร ไชยประคอง และปฐมชัย กรเลิศ (2561) การศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ: กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองอายช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ: กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองอายช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาโดยเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการลงพื้นที่ทำการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบบันทึกการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร โดยทำการสัมภาษณ์บุคลากรที่ประกอบไปด้วยผู้รับการสัมภาษณ์ 10 คน

ผลการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ พบว่า สินค้าส่วนใหญ่ได้แก่ ชุดพื้นเมืองนักเรียน เสื้อผ้าฝ้ายสตรี เสื้อผ้าฝ้ายบุรุษ และอื่นๆภายใต้ค่าใช้จ่ายคงที่ต่อ

เดือน 59,920 บาท ทำให้มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ณ จุดคุ้มทุนแบบขายรวมผสม 116.75 บาท ส่งผลให้ยอดขายรวม ณ จุดคุ้มทุนเป็น 174,440 บาท (100%) จากต้นทุนผันแปร 123,497.81 บาท (70.80%) ต่อเดือน ทำให้มีกำไรขั้นต้นเป็น 50,942.19 บาท (29.20%) จะเห็นว่า กลุ่มผู้ผลิตสามารถดำเนินธุรกิจได้ด้วยตัวเอง แต่ภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มีความเป็นมืออาชีพ

ศรिता นวลประดิษฐ์(2561) การพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนข้าวสังข์หยด : กรณีศึกษาบ้านเขากลาง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนข้าวสังข์หยดบ้านเขากลาง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมถูกนำมาใช้ในการศึกษา วิธีการวิจัยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงนักวิจัย ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และเอกสารทางการเงินในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยจะนำไปสู่การออกแบบและพัฒนาตัวแบบสมุดบัญชีสำหรับโรงสีข้าวชุมชนจำนวน 6 เล่ม ตัวแบบสำหรับการคำนวณและจัดสรรต้นทุนผลิตภัณฑ์และบริการ และตัวแบบสำหรับงบกำไรขาดทุนแบบหลายชั้น ผลการพัฒนาระบบทำให้กลุ่มได้รับความรู้และแนวทาง : (1) การคำนวณต้นทุนต่อหน่วยสำหรับแป้งข้าว จมูกข้าว การรับจ้างสีข้าว และการรับจ้าง บรรจุข้าว ซึ่งสินค้าและบริการเหล่านี้ยังขาดระบบการคิดต้นทุน และการคำนวณต้นทุนต่อหน่วยที่ถูกต้องมากขึ้นสำหรับข้าวสาร และ (2) การจัดทำบัญชีและออกงบกำไรขาดทุนที่ถูกต้อง

อรุณี นุสิทธิ์และคณะ (2562) การวิเคราะห์ต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนการแปรรูปมะขามของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มมะขามแปรรูปไร่บุญคง ตำบลวังชุมพู่ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนการแปรรูปมะขามของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มมะขามแปรรูปไร่บุญคง ตำบลวังชุมพู่ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การจำแนกประเภทต้นทุนตามลักษณะกิจการผู้ผลิต โดยจำแนกเป็นต้นทุนการผลิต และต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ 2561 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำการผลิตผลิตภัณฑ์ 4 ชนิดคือ มะขามปรุงรสเปรี้ยวแซ่บ มะขามคลุกปวย มะขามแช่อิ่ม และกล้วยไส้มะขาม มีต้นทุนการผลิตทั้งหมดเฉลี่ยต่อไตรมาส 396,438.65 บาท โครงสร้างต้นทุนการแปรรูปมะขามประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และ ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตจากเกณฑ์หน่วยผลิต(กิโลกรัม) จึงอาจส่งผลต่อการปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตบางรายการ ดังนั้น การวิเคราะห์ต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนในการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรใช้เกณฑ์ฐานกิจกรรม เพื่อให้ค่าใช้จ่ายการผลิตแต่ละรายการสอดคล้องกับระดับกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริง

อรปวีณ์ เลิศไกรและ กนกพร ศรีปฐมสวัสดิ์(2562) การบริหารต้นทุนโดยใช้เอปซีในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอการประยุกต์ใช้ระบบบริหารต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ โดยประยุกต์กับผลิตภัณฑ์บันไดไม้สำเร็จรูป เพื่อหา

ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์และเปรียบเทียบกับวิธีการประเมินต้นทุนในรูปแบบดั้งเดิม โดยใช้ระบบต้นทุนกิจกรรมหรือระบบต้นทุนเอบีซี (Activity-Based Costing : ABC) ต้นทุนการผลิตของโรงงานประกอบด้วย ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม ในส่วนของต้นทุนทางอ้อมรูปแบบเดิม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตและต้นทุนโสหุ่ยนั้น ยังไม่ได้มีวิธีการจัดสรรเข้าสู่ผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม เนื่องจากระบบการประเมินต้นทุนในรูปแบบดั้งเดิมไม่สอดคล้องกับปริมาณและเวลาที่ใช้จริงในการผลิต งานวิจัยนี้จึงทำการประยุกต์ระบบต้นทุนเอบีซี และนำเสนอตัวผลักดันต้นทุนในกิจกรรมการผลิต และพัฒนาโปรแกรมการคำนวณต้นทุนการผลิตโดยประยุกต์ใช้วิธีประเมินต้นทุนกิจกรรม โดยเริ่มจำแนกต้นทุนในกิจกรรมการผลิตและออกแบบระบบการเก็บและประเมินต้นทุน จากนั้นวิเคราะห์คุณค่ากิจกรรม กำหนดตัวผลักดันต้นทุนเกณฑ์การปันส่วนที่เหมาะสมในแต่ละกิจกรรม และทำการจัดสรรต้นทุนของกิจกรรมที่ได้จากการคำนวณลงสู่ผลิตภัณฑ์ ผลการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์จากระบบต้นทุนเอบีซีพบว่า เมื่อเปรียบเทียบการคำนวณแบบเดิม ต้นทุนที่แม่นยำยิ่งขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนลดลงประมาณ 5.98% ผลการวิจัยนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าและกิจกรรมที่ต้นทุนการผลิตสูงเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับผู้บริหารในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและใช้ในการจัดการต้นทุนผลิตในอนาคต

ภาวิณี ธนาอนวัช (2563) การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (2) เสนอแนวทางการบริหารต้นทุน การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และการวางแผนกำไรให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก (Deep interview) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง คือ กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารผู้ผลิตมันอีกาทอด เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต กำหนดราคาขาย และการวางแผนกำไรในรูปแบบการคำนวณทางบัญชี

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมาชิกจำนวน 25 คน ลักษณะการผลิตเป็นแบบช่วยกันทำภายในกลุ่ม โดยทำเป็นอาชีพเสริม งบประมาณในการจัดตั้งกลุ่มเริ่มแรกได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริม ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตพบว่า การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย การกำหนดราคาขายใช้วิธีกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ศักยภาพการทำระบบบัญชี ต้นทุนของกลุ่มทำได้แต่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชีและไม่ครบถ้วน การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตพบว่า ต้นทุนรวมทั้งหมดเท่ากับ 24,700 บาทต่อหนึ่งรอบการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 6.175 บาท/หน่วย การวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์โดยทำการวิเคราะห์ราคาขายจากต้นทุนรวม กรณีขายปลีกราคาขายจะเท่ากับ 25 บาท/หน่วย โดยกำหนดอัตราส่วนเพิ่ม 300% กรณีขายส่งจะเท่ากับ 20 บาท/หน่วย โดยกำหนดอัตราส่วนเพิ่ม 220% แนวทางการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ต้นทุนด้านการผลิตจะใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองภายในชุมชนทั้งหมด 100% แรงงานที่ทำการผลิตเป็นการรวมกลุ่มจากชุมชนที่ว่างจากการทำงานประจำ โดยจะได้รับ

ผลตอบแทนจากกำไรเมื่อปิดบัญชีรายเดือน ด้านการตลาดใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มชุมชนการออกบูท OTOP ตามห้างสรรพสินค้า ด้านการเงินใช้แนวทางการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า เพื่อลดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้า ทำบัญชีรายรับรายจ่ายและจ่ายชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดเวลา ด้านการบริหารจัดการมีการคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัสดุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการนำเปลือกมันที่ไม่ใช้แล้วมาทำปุ๋ยหมักเพื่อขายให้เกษตรกรในชุมชนซื้อปุ๋ยหมักได้ในราคาถูก



บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร” โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช (2)คำนวณต้นทุนและกำหนดราคาสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ(3) เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยได้มีวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำไปวิเคราะห์ ต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 5 ประเภท ได้แก่ (1)ของใช้ (2)สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (3) ผ้า และเครื่องแต่งกาย (4) อาหาร และ (5)เครื่องดื่ม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยเลือกจากความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการในการผลิต ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์มีดพร้าบ้านนาสัญญา ตำบลห้วยปรึก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ผลิตภัณฑ์ครีมนวดกระชับสัดส่วน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มภูมิปัญญาหม้อพื้นบ้าน บ้านหม้อไทย ตำบลห้วยปรึก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมบ้านนาสัญญา ตำบลห้วยปรึก อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ผลิตภัณฑ์ชากระเจียบ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพัฒนาอาชีพบ้านห้วยทรายขาว ตำบลนาแ้ว อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ
5. ผลิตภัณฑ์มันทอดกรอบ วิสาหกิจกลุ่มมีสเตอร์มัน ตำบลละอาย อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 5 ราย จากผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่ม ซึ่งทำการเลือกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์สูงสุดของกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และ กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเนื้อหาจากเอกสารต่างๆ บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยโดยทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี ต้นทุนผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้า จุดคุ้มทุน และการบริหารต้นทุนนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือครั้งนี้

2. ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ฉบับร่าง โดยงานวิจัยในครั้งนี้มีแบบสัมภาษณ์จำนวน 2 ชุดด้วยกัน คือชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 1 และชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 2

3. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือที่เป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างพร้อมแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญทางด้านต้นทุน ด้านบัญชี พิจารณาแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ได้แก่ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) แล้วหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Index of Consistency: IOC) เลือกข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67-1.00 มาใช้ แต่หากค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามข้อใดมีค่าต่ำกว่า 0.67 จะต้องนำแบบสัมภาษณ์ข้อนั้นมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

4. จัดทำแบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างฉบับสมบูรณ์แล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีเครื่องมือที่จำนวน 2 ชุด คือชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 1 และชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 2

แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างชุดที่ 1 ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างชุดที่ 2 ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น และนำความรู้ที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสัมภาษณ์ แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษาจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบและนำคำแนะนำที่ได้มาปรับปรุง และ นำแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ ไปเก็บข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมไว้จากหน่วยงานต่างๆ เช่น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือ วารสารเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการต่างๆ วิทยานิพนธ์ เพื่อนำมาประกอบการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างชุดที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การตั้งราคาสินค้า และ ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ใช้การวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) เพื่ออธิบายเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน การจัดทำบัญชี วิธีการคำนวณต้นทุน และการกำหนดราคาสินค้าแบบเดิม ปัญหาและอุปสรรค โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจากการสังเกตในการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบบรรยาย

แบบสัมภาษณ์ชนิดแบบมีโครงสร้างชุดที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กำหนดราคาสินค้าต้นแบบของวิสาหกิจชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย แบบประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า

ข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ ได้แก่ กระบวนการผลิตสินค้า วัตถุดิบ อุปกรณ์และจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยบรรยายเนื้อหา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของผลิตภัณฑ์

ข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์การผลิตสินค้าต้นแบบ โครงสร้างต้นทุน ได้แก่ วัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิต ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายบริหารทั่วไป

วิเคราะห์ต้นทุนโดยวิธี

วิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยวิธีกำไรส่วนเกิน (The Contribution Approach) สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนวิธีกำไรส่วนเกินได้ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน}}$$

$$\text{หรือ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาต่อหน่วย}$$

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า วิสาหกิจชุมชนมีวิธีการตั้งราคาจาก 4 หลักเกณฑ์ด้วยกัน คือ (1) วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน (Cost oriented pricing) (2) วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ (Demand oriented pricing) (3) วิธีการตั้งราคาโดยประยุกต์ใช้จุดคุ้มทุน (Modified break-even point analysis) (2) วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่การแข่งขัน (Competition oriented pricing) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยบรรยายเนื้อหา

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยบรรยายเนื้อหา

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลจาก ผู้ประกอบการ ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ เลขานุการ เภรัญญิก และกรรมการ เพื่อทราบข้อมูลทั่วไป กระบวนการผลิตสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ต้นทุน กำหนดราคาสินค้า เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามกรอบแนวคิดที่ได้กล่าวมา

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการวางแผนการดำเนินงานวิจัยแล้ว จึงทำการสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ต้นทุนด้วยวิธีการที่กำหนดไว้ในบทที่ 3 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยมีรายละเอียดหัวข้อผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 9 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ใหม่ผู้ประกอบการ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มมีดพร้าบ้านนาสัญญา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้สัมภาษณ์คือ คุณอุเทน จินาภิรมย์ ตำแหน่ง ผู้ประกอบการ ชื่อสถานประกอบการ มีดพร้าบ้านนาสัญญา สถานที่ 248 หมู่ที่ 5 ตำบลห้วยปรือ อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ 080-5268401

ระยะเวลาก่อตั้งเป็นเวลา 10 ปี ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 2 คน สำหรับประเภทวิสาหกิจ มีกิจกรรมผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายและกิจกรรมให้บริการ โดยแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าคือคุณอุเทน จินาภิรมย์ และคุณพิชิต จินาภิรมย์ และคนในครอบครัว ส่วนค่าแรงงานมาจากการซ่อมแซมสินค้าและจำหน่ายสินค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้ได้แก่ (1) มีด (2) พร้า (3) มีดกรีดยาง (4) ขวาน และมีการให้บริการซ่อมแซมสินค้า สำหรับสินค้าที่และบริการที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ได้แก่ (1) มีดกรีดยาง (2) พร้า (3) ขวาน (4) มีด และ (1) การซ่อมแซมสินค้า สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้ามีทั้ง offline และ online โดย สินค้าที่จำหน่าย offline ได้แก่ 1) มีด (2) พร้า (3) มีดกรีดยาง (4) ขวาน และมีการให้บริการ (1) การซ่อมแซมสินค้า สำหรับการขายแบบ online ยังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนา และวิสาหกิจมีแนวทางจะพัฒนาจากมีดครัวเรือนเป็นมีดพกพา

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์และสังเกตทางกลุ่มไม่มีการจัดทำบัญชีและเก็บเอกสารทางบัญชี ทางทีมผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า การบันทึกบัญชีมีขั้นตอนนี้ยุ่งยาก และ ใช้เวลา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์การคำนวณต้นทุน จะนำ (1) วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต (2) ค่าแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการ (ตนเอง บุคคลในครอบครัว สมาชิกในกลุ่ม) มาคำนวณเป็นต้นทุน โดยใช้สูตรในการคำนวณ ได้แก่ การใช้ต้นทุนบวกค่าแรงบวกกำไร และมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาสินค้าตามท้องตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กระบวนการในการผลิตมีดพก สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน คือ การทำใบมีด การทำด้ามมีด การทำปลอกมีด และการประกอบมีด ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการผลิตดังนี้

1) การทำใบมีด

แบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 4.1

(1) ตัดเหล็กให้ได้ขนาดตามความต้องการ

ตัดเหล็กให้ได้ขนาดความยาวตามที่ต้องการ ด้วยเครื่องเจียรโดยใช้แผ่นตัดเหล็ก

(2) เผาเหล็กในเตาและตีขึ้นรูป

นำเหล็กไปเผาไฟในเตาจนเหล็กร้อนแดง จากนั้นนำเหล็กมาวางบนทั่งแล้วใช้ค้อนตีขึ้นรูป เมื่อเหล็กเริ่มแข็งตัวให้นำไปเผาไฟจนเหล็กร้อนแดงแล้วนำมาตีขึ้นรูปต่อไป ทำการตีขึ้นรูปสลับกับการเผาไฟแบบนี้ต่อไปจนได้รูปแบบของมีด ขนาดและความหนาที่ต้องการ

(3) ตกแต่งใบมีด ขัดผิวและลับคม

ใช้เครื่องเชื่อมไฟฟ้า เชื่อมแต่งใบมีดส่วนปลายให้เป็นสันนูนและเชื่อมแต่งคมมีดให้หนาใกล้เคียงทรงกระบอกร จากนั้นใช้เครื่องเจียรโดยใช้แผ่นเจียรและตะไบ ขัดตกแต่งสันของใบมีดส่วนปลายให้สวยงาม ขัดตกแต่งคมมีดให้เป็นทรงกระบอกร และลับคมใบมีด ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสวยงาม

(4) ใช้เหล็กตอกสัญลักษณ์ที่ใบมีด

ใช้ค้อนตีเหล็กตอกสัญลักษณ์ลงบนใบมีด

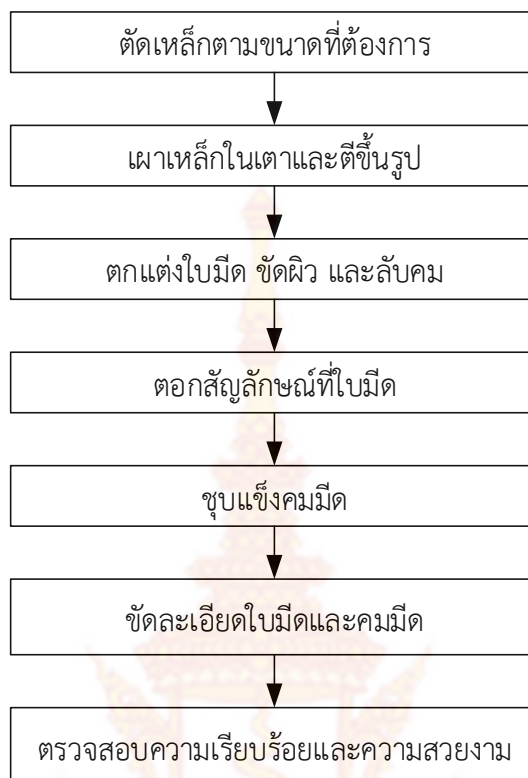
(5) ชุบแข็งคมมีด

นำใบมีดไปเผาไฟในเตาจนคมมีดร้อนแดง แล้วนำใบมีดมาจุ่มลงในน้ำในอ่างชุบแข็งโลหะเฉพาะส่วนของคมมีด

(6) ขัดละเอียดใบมีดและคมมีด

ขัดเก็บงานด้วยตะไบละเอียดและกระดาษทราย

(7) ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสวยงาม

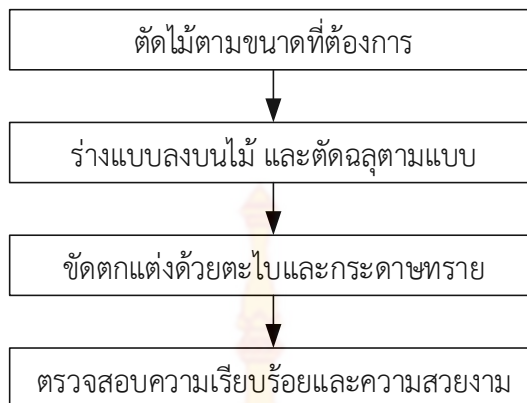


ภาพที่ 4.1 กระบวนการทำใบบ่มิด

2) การทำด้ามมีด

แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 4.2

- (1) ตัดไม้ให้ได้ขนาดตามความต้องการ
นำไม้มาตัดให้ได้ขนาดตามต้องการด้วยเครื่องเลื่อยสายพาน
- (2) ร่างแบบลงบนไม้ และตัดฉลุตามแบบ
เขียนร่างแบบที่ต้องการลงบนไม้ และใช้เครื่องเลื่อยสายพานตัดฉลุตามแบบร่าง
- (3) ขัดตกแต่งด้วยตะไบและกระดาษทราย
ขัดตกแต่งงานด้วยเครื่องเจียร ตะไบและกระดาษทราย และใช้สว่านไฟฟ้าเจาะเจาะรู
ร่องในส่วนที่ใช้สวมเข้ากับใบบ่มิด
- (4) ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสวยงาม



ภาพที่ 4.2 กระบวนการทำด้ามมีด

3) การทำปลอกมีด

แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 4.3

(1) ตัดไม้ให้ได้ขนาดตามความต้องการ

ใช้เครื่องเลื่อยสายพานตัดแผ่นไม้ให้ได้ขนาดตามต้องการ จำนวน 2 แผ่น

(2) ร่างแบบลงบนไม้ และตัดฉลุตามแบบ

เขียนร่างแบบที่ต้องการลงบนแผ่นไม้ และใช้เครื่องเลื่อยสายพานตัดฉลุตามแบบร่าง

(3) ขัดตกแต่งด้วยตะไบและกระดาษทราย

ขัดตกแต่งงานด้วยเครื่องเจียร ตะไบและกระดาษทราย

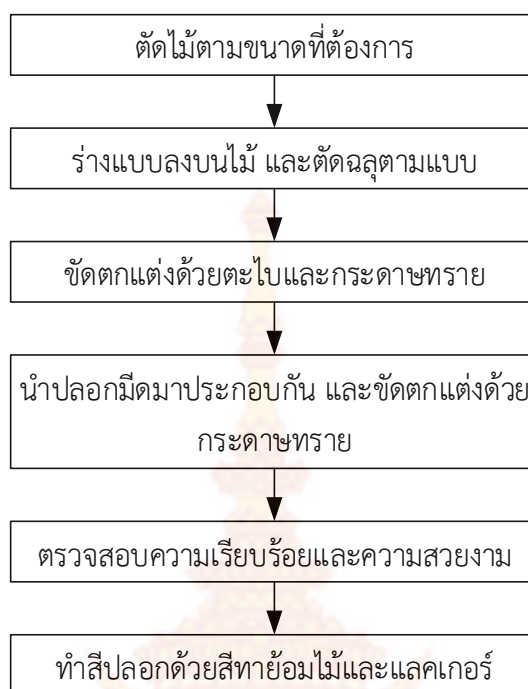
(4) นำปลอกมีดมาประกอบกัน และขัดตกแต่งด้วยกระดาษทราย

นำปลอกมีดทั้งสองแผ่นมาประกอบกันด้วยกาวลาเท็กซ์งานไม้ และขัดตกแต่งงานด้วยกระดาษทราย

(5) ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสวยงาม

(6) ทำสีปลอกด้วยสีทಾಯ้อมไม้และแลคเกอร์

ทาสีปลอกมีดด้วยสีทಾಯ้อมไม้ จำนวน 2 รอบ โดยในการทาสีแต่ละรอบ ต้องรอให้สีแห้งก่อน เมื่อทาสีเสร็จแล้วให้ทาทับด้วยแลคเกอร์ จำนวน 2 รอบ ด้วยวิธีการเดียวกันกับการทาสี



ภาพที่ 4.3 กระบวนการทำปลอกมิด

4) การประกอบมิด

แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 4.4

(1) นำใบมิดและด้ามมิดมาประกอบกัน

นำเศษพลาสติกใส่ลงในร่องของด้ามมิด และนำใบมิดส่วนด้ามไปลงไฟให้ร้อน จากนั้นนำใบมิดสวมลงไปบนด้ามมิดให้แน่น

(2) ทำสีด้ามมิดด้วยสีทಾಯ้อมไม้และแลคเกอร์

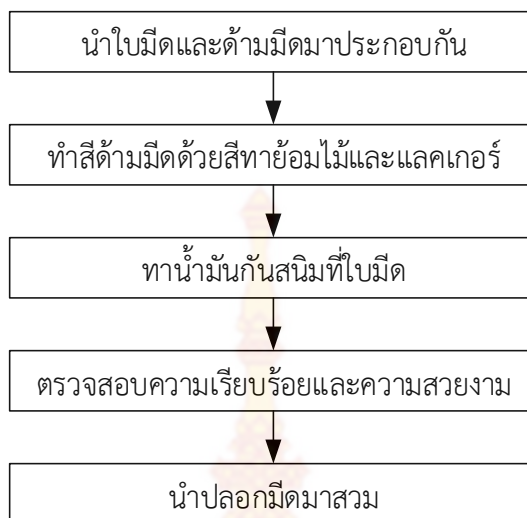
ทาสีด้ามมิดด้วยสีทಾಯ้อมไม้ จำนวน 2 รอบ โดยในการทาสีแต่ละรอบ ต้องรอให้สีแห้งก่อน เมื่อทาสีเสร็จแล้วให้ทาทับด้วยแลคเกอร์ จำนวน 2 รอบ ด้วยวิธีการเดียวกันกับการทาสี

(3) ทาน้ำมันกันสนิมที่ใบมิด

ทาใบมิดด้วยวาสลีน

(4) ตรวจสอบความเรียบร้อยสวยงาม

(5) นำปลอกมิดมาสวม



ภาพที่ 4.4 กระบวนการประกอบมีด

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก (Initial investment cost) ซึ่งถือเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก เพื่อลงทุนสำหรับการซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต ประกอบด้วย โรงเรือน เตาเผาเหล็กก่อด้วยอิฐทนไฟพร้อมพัดลม เครื่องเชื่อมอินเวอร์เตอร์ เครื่องเลื่อยสายพาน เครื่องเจียร 7 นิ้ว 2,200 วัตต์ ส่วนไฟฟ้า 350 วัตต์ ปากกาจับโลหะ 6 นิ้ว ทั้งตีเหล็ก เหล็กตอก Logo อ่างชุบแข็งโลหะ ชุดดอกสว่าน 13 ชิ้น/ชุด ตะไบหยาบและละเอียด แปรงทาสีน้ำมัน ชุดสิ่วแกะสลักไม้ ค้อนตีเหล็ก 3 ขนาด คีมจับชิ้นงาน ชุดเหล็กสกัด ซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุนดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตมีด

รายการ	อายุการใช้งาน(ปี)	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
โรงเรือน	20	20,000.00	1	20,000.00

รายการ	อายุการใช้งาน(ปี)	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
เตาเผาเหล็กก่อด้วยอิฐทนไฟพร้อมพัดลม	20	4,000.00	1	4,000.00
เครื่องเชื่อมอินเวอร์เตอร์	8	4,200.00	1	4,200.00
เครื่องเลื่อยสายพาน	8	5,500.00	1	5,500.00
เครื่องเจียร 7 นิ้ว 2,200 วัตต์	5	5,300.00	1	5,300.00
สว่านไฟฟ้า 350 วัตต์	8	1,000.00	1	1,000.00
ปากกาจับโลหะ 6 นิ้ว	10	4,050.00	1	4,050.00
ทั้งตีเหล็ก	10	1,000.00	1	1,000.00
เหล็กตอก Logo	5	1,500	1	1,500.00
อ่างชุบแข็งโลหะ	10	700.00	1	700.00
ชุดดอกสว่าน 13 ชั้น/ชุด	5	380.00	1	380.00
ตะไบหยาบและละเอียด	2	450.00	1	450.00
แปรงทาสีน้ำมัน	0.2	39.00	2	78.00
ชุดสิ่วแกะสลักไม้	10	530.00	1	530.00
ค้อนตีเหล็ก 3 ขนาด	10	770.00	1	770.00
คีมจับชิ้นงาน	10	290.00	2	580.00
ชุดเหล็กสกัด	5	360.00	1	360.00
รวม				50,398

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.1 พบว่าสินทรัพย์ในการลงทุนผลิตมีดพก รวมเป็นเงิน 50,398 บาท ประกอบด้วย โรงเรือน 20,000 บาท เตาเผาเหล็กก่อด้วยอิฐทนไฟพร้อมพัดลม 4,000.00 บาท เครื่องเชื่อมอินเวอร์เตอร์ 4,200.00 บาท เครื่องเลื่อยสายพาน 5,500.00 บาท เครื่องเจียร 7 นิ้ว 2,200 วัตต์ 5,300.00 บาท สว่านไฟฟ้า 350 วัตต์ 1,000.00 บาท ปากกาจับโลหะ 6 นิ้ว 4,050.00 บาท ทั้งตีเหล็ก 1,000.00 บาท เหล็กตอก Logo 1,500.00 บาท อ่างชุบแข็งโลหะ 700.00 บาท ชุดดอกสว่าน 13 ชั้น/ชุด 380.00 บาท ตะไบหยาบและละเอียด 450.00 บาท แปรงทาสีน้ำมัน 78.00 บาท ชุดสิ่วแกะสลักไม้ 530.00 บาท ค้อนตีเหล็ก 3 ขนาด 770.00 บาท คีมจับชิ้นงาน 580.00 บาท ชุดเหล็กสกัด 360.00 บาท เป็นต้น

2) ต้นทุนการผลิต (Production cost) ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต มีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบหลักที่นำไปใช้ในการผลิตสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตมีดพก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

วัตถุดิบทางตรง	จำนวน (หน่วย)/วัน	ราคาต่อหน่วย (บาท/หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/ วัน (บาท)
----------------	----------------------	-----------------------------	-------------------------------

การทำมีด			
- เหล็ก آهنบมือสอง	300 g	28.00 บาท/kg	8.40
การทำด้ามมีด			
- ไม้ท่อน	1 ท่อน	30.00 บาท/ท่อน	30.00
การทำปลอก			
- ไม้แผ่น	2 แผ่น	30.00 บาท/แผ่น	60.00
รวม			98.40

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงในการผลิตมีดพก 1 เล่ม มีวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไปจำนวนทั้งสิ้น 98.40 บาท ประกอบด้วย เหล็ก آهنบมือสอง 8.40 บาท ไม้ท่อน 30.00 บาท และไม้แผ่น 60.00 บาท ดังนั้นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงต่อหน่วยการผลิตมีดพก เท่ากับ 98.40 บาท เป็นต้น

2.2 ค่าแรงงานทางตรง หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการผลิตมีดพก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตมีดพก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

ค่าแรงงานทางตรง	จำนวน คน	ค่าแรง(บาท)/ ชั่วโมง	จำนวนชั่วโมง การทำงาน	ต้นทุนรวม (บาท)/เล่ม
ค่าแรงงานในการตีมีด	2	39.38	1	78.76
ค่าแรงงานในการตกแต่งใบมีด	1	39.38	3	118.14
ค่าแรงงานในการทำด้ามมีด	1	39.38	1	39.38
ค่าแรงงานในการทำปลอกมีด	1	39.38	3	118.14

ค่าแรงงานในการประกอบใบมีดกับ ด้ามมีด และเก็บรายละเอียดงาน สุดท้าย	1	39.38	1	39.38
รวม			9	393.75

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ค่าแรงงานทางตรงของการผลิตมีดพก 1 เล่ม มีจำนวนทั้งสิ้น 393.75 บาท ซึ่งเป็นค่าแรงงานในการตีมีด 78.76 บาท ค่าแรงงานในการตกแต่งใบมีด 118.14 บาท ค่าแรงงานในการทำด้ามมีด 39.38 บาท ค่าแรงงานในการทำปลอกมีด 118.14 บาท ค่าแรงงานในการประกอบใบมีดกับด้ามมีดและเก็บรายละเอียดงานสุดท้าย 39.38 บาท เป็นต้น

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต หมายถึง แหล่งรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร และ ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตมีดพก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

ค่าใช้จ่ายในการผลิต	มูลค่ารวม (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	166.17
ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	53.55
รวม	219.72

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิตมีดพก 1 เล่ม มีจำนวนทั้งสิ้น 219.72 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร 166.17 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ 53.55 บาท เป็นต้น

3) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์การดำเนินงาน พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	จำนวน	ราคาต่อหน่วย(บาท/ หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/ตัว (บาท)
บรรจุภัณฑ์	1 กล่อง	102.94	102.94
รวม			102.94

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มีจำนวนทั้งสิ้น 102.94 บาท ได้แก่ บรรจุกัญชี 102.94 บาท เป็นต้น

จากข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิตข้างต้น นำมาสรุปรายการ ต้นทุนรวมเป็นเงินสด สำหรับผลิตได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงต้นทุนรวมในการผลิตเม็ดพริก (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
วัตถุดิบทางตรง	98.40
ค่าแรงงานทางตรง	393.75
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	219.72
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	102.94
รวม	814.81

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ต้นทุนรวมในการผลิตเม็ดพริก 1 เล่ม มีจำนวนทั้งสิ้น 814.81 บาท/เล่ม ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง จำนวน 98.40 บาท ค่าแรงงานทางตรง 393.75 บาท และ ค่าใช้จ่ายในการผลิต 219.72 บาท และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 102.94 เป็นต้น

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น ผู้ประกอบการนำมากำหนดราคาขายเม็ดพริก ได้เท่ากับ 1,200 บาท/เล่ม โดยผู้ประกอบการใช้การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเต็มจำนวน และ เปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง

จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนโดยวิธีกำไรส่วนเกิน ได้ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \text{ต้นทุนคงที่} / \text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}$$

$$= 642.60 / 488.13$$

$$= 1.32 \text{ เล่ม}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

$$= 1.32 \text{ เล่ม} \times 1,200 \text{ บาท}$$

= 1,579.74 เล่ม

กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านนาสัญญา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้สัมภาษณ์คือ สุมาลี ห้วยหลี่ ตำแหน่ง ประธานกลุ่ม ชื่อสถานประกอบการ กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านนาสัญญา สถานที่ 297 หมู่ที่ 5 ตำบลห้วยปรือ อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เบอร์โทรศัพท์ 095-0143943, 061-5291502 ระยะเวลาก่อตั้งเป็นเวลา 4 ปี ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 20 คน สำหรับประเภทวิสาหกิจ มีกิจกรรมผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายและกิจกรรมให้บริการ โดยแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าคือคุณสุมาลี ห้วยหลี่ และคนในครอบครัว ส่วนค่าแรงมาจากรายได้ลบค่าใช้จ่ายหารกับจำนวนผู้ที่มาผลิตสินค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้ได้แก่ (1) เสื้อมัดย้อม (2) ผ้าพันคอ (3) กระเป๋ามัดย้อม (4) ผ้าฝืน สำหรับสินค้าและบริการที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ได้แก่ (1) เสื้อมัดย้อม (2) ผ้าพันคอ (3) กระเป๋ามัดย้อม (4) ผ้าฝืน สำหรับช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามีทั้ง offline และ online โดย สินค้าที่จำหน่าย offline ได้แก่ (1) เสื้อมัดย้อม (2) ผ้าพันคอ (3) กระเป๋ามัดย้อม (4) ผ้าฝืน สำหรับการขายแบบ online ได้แก่ (1) เสื้อมัดย้อม และวิสาหกิจมีแนวทางจะพัฒนาสายเสื้อและบรรจุภัณฑ์ในการบรรจุเสื้อมัดย้อมให้หลากหลาย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์และสังเกตทางกลุ่มไม่มีการจัดทำบัญชีและเก็บเอกสารทางบัญชี ทางทีมผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการให้เหตุผลว่าการบันทึกบัญชีมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และ ใช้เวลา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์การคำนวณต้นทุน จะนำ (1) วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต (2) ค่าแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการ (ตนเอง บุคคลในครอบครัว สมาชิกในกลุ่ม) (3) ค่าบรรจุภัณฑ์ (4) ค่าน้ำมัน/ค่าน้ำมันพาหนะ มาคำนวณเป็นต้นทุน โดยใช้สูตรในการคำนวณ ได้แก่ การใช้ราคาตลาดในการคำนวณ และมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาสินค้าตามท้องตลาด

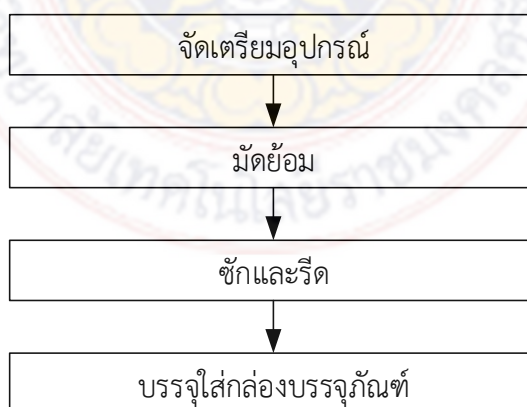
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กระบวนการในการผลิตผ้ามัดย้อม สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่

4.5

- 1) จัดเตรียมอุปกรณ์

- (1) เตรียมอุปกรณ์ ได้แก่ กะละมังซักผ้า ซ้อนซ้อม ซ้อนตัก/คนสาร เขี่ยกตวงน้ำ ปีกเกอร์ ขนาด 250 มล. ราวตากผ้าราวเดียว ไม้แขวนเสื้อลวดเคลือบ โตะรีดผ้า เตารีด กาท้มน้ำไฟฟ้า ถุงพลาสติก หนังกาย บรรจุภัณฑ์
 - (2) เตรียมสารที่จะใช้ในการมดย้อม ได้แก่ โซเดียมซัลไฟด์ สี เกลือ ผงซักฟอก
 - (3) เตรียมเสื้อขาวที่จะใช้มดย้อม
- 2) มดย้อม
- (1) นำเสื้อขาวมดเป็นลายที่ต้องการ เช่น ลายกันหอย ลายขลุ่ย ลายทะเลแยง โดยใช้ หนังกายและซ้อน
 - (2) นำเสื้อไปแช่ในน้ำเปล่า ประมาณ 30 นาที เพื่อให้ผ้าซับน้ำ
 - (3) ผสมน้ำเปล่า 4 ลิตร กับ โซเดียมซัลไฟด์ 0.8 ลิตร จากนั้นนำเสื้อลงไปแช่ประมาณ 30 นาที
 - (4) ผสมสี 100 กรัม กับ น้ำอุ่น 100 มล. จากนั้นนำไปลงสีเสื้อ
 - (5) นำเสื้อที่ลงสีเสร็จแล้วใส่ในถุงพลาสติก ทิ้งไว้ 8-10 ชั่วโมง
- 3) ซักและรีด
- (1) นำเสื้อออกจากถุงพลาสติก แกะยางออกและซักด้วยน้ำเปล่า 2 ครั้ง
 - (2) นำเสื้อไปซักในน้ำผสมผงซักฟอกและเกลือ จากนั้นนำเสื้อไปซักด้วยน้ำเปล่า 4-5 ครั้ง จนกว่าน้ำจะไม่มีสีลอกออกมา
 - (3) นำเสื้อใส่ไม้แขวนเสื้อและนำไปตากแดด
 - (4) นำเสื้อที่แห้งแล้วมารีดให้เรียบ
- 4) บรรจุใส่กล่องบรรจุภัณฑ์
- นำเสื้อมดย้อมที่รีดเรียบแล้วมาพับใส่บรรจุภัณฑ์และใส่กล่อง



ภาพที่ 4.5 กระบวนการผลิตผ้ามดย้อม

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก (Initial investment cost) ซึ่งถือเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก เพื่อลงทุนสำหรับการซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต ประกอบด้วย อาคาร กะละมังซักผ้า ซ้อน ซ่อม ซ้อนตัก/คน สาร เขี่ยกตวงน้ำ ปีกเกอร์ ขนาด 250 มล. ราวตากผ้าราวเดียว ไม้แขวนเสื้อลวด เคลือบ โตะรีดผ้า เตารีด กาดัมน้ำไฟฟ้า ซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุนดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตเสื้อมัดย้อม

รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
อาคาร	20	20,000.00	1	20,000.00
กะละมังซักผ้า	2	50.00	5	250.00
ซ้อนซ่อม	2	10.00	5	50.00
ซ้อนตัก/คนสาร สแตนเลส ยาว 15 ซม. (ซ้อน 20 มม. พาย 20 มม.)	3	50.00	2	100.00
เขี่ยกตวงน้ำ	3	120.00	1	120.00
ปีกเกอร์ ขนาด 250 มล.	3	20.0	3	60.00
ราวตากผ้าราวเดียว	5	500.00	2	1,000.00
ไม้แขวนเสื้อลวดเคลือบ	2	50.00	15	750.00
โตะรีดผ้า	5	500.00	2	1,000.00
เตารีด	10	500.00	2	1,000.00
กาดัมน้ำไฟฟ้า	5	300.00	1	300.00
รวม				24,630.00

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.7 พบว่า สินทรัพย์ในการลงทุนผลิตเสื้อมัดย้อม รวมเป็นเงิน 24,630.00 บาท ประกอบด้วย อาคาร 20,000.00 บาท กะละมังซักผ้า 250.00 บาท ซ้อนซ่อม 50.00 บาท ซ้อนตัก/คนสาร 100.00 บาท เขี่ยกตวงน้ำ 120.00 บาท ปีกเกอร์ ขนาด 250 มล. 600.00 บาท ราวตากผ้าราวเดียว 1,000.00 บาท ไม้แขวนเสื้อลวดเคลือบ 750.00 บาท โตะรีดผ้า 1,000.00 บาท เตารีด 1,000.00 บาท กาดัมน้ำไฟฟ้า 300.00 บาท เป็นต้น

2) ต้นทุนการผลิต (Production cost) ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต มีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบหลักที่นำไปใช้ในการผลิตสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตเสื้อมดย้อม / 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)

วัตถุดิบทางตรง	จำนวน	ราคาต่อหน่วย(บาท/หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/ตัว (บาท)
เสื้อมด	1/ตัว	90.00	90.00
สีย้อมผ้า	1g/ตัว	5.00	5.00
รวม			95.00

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงในการผลิตเสื้อมดย้อม 1 ตัว มีวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไปจำนวนทั้งสิ้น 95.00 บาท ประกอบด้วย เสื้อมด 90.00 บาท สีย้อมผ้า 5.00 บาท ดังนั้นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงต่อการผลิตเสื้อมดย้อม 95.00 บาท

2.2 ค่าแรงงานทางตรง หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการผลิตมีดพก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตเสื้อมดย้อม / 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าแรง (บาท)/ ชั่วโมง	จำนวน ชั่วโมงการทำงาน	ต้นทุนรวม (บาท)/รอบ
ค่าแรงงานในการมัดลาย	5	39.38	1	196.88
ค่าแรงงานในการย้อมสี	2	39.38	4	315.00
ค่าแรงงานในการซักรีดและPack	2	39.38	3	237.00
รวม			8	748.88
ต้นทุนรวม(บาท)/ตัว				7.49

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่าแรงงานทางตรงของการผลิตเสื้อมดย้อม 1 ตัว มีจำนวนทั้งสิ้น 7.49 บาท ซึ่งเป็นค่าแรงงานในการ มัดลาย 1.97 บาท ย้อมสี 3.15 บาท ทำด้ามมีด 2.37 บาท เป็นต้น ดังนั้นค่าแรงงานทางตรงการผลิตเสื้อมดย้อม 1 ตัว เท่ากับ 7.49 บาท เป็นต้น

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต หมายถึง แหล่งรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร และ ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตเสื้อมดย้อม / 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)

ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	2.54
ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	1.69
รวม	4.23

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิตเสื่อมด้อยอม 1 ตัว มีจำนวนทั้งสิ้น 4.23 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร 2.54 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ 1.69 บาท เป็นต้น

3) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์การดำเนินงาน พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร/ 1 ตัว (1 รอบการผลิต 100 ตัว)

ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	จำนวน	ราคาต่อหน่วย(บาท/ หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/ตัว (บาท)
บรรจุภัณฑ์	1 กล่อง	39.00	39
ค่าน้ำมันรถ	5 รอบ	300.00	15
รวม			54.00

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มีจำนวนทั้งสิ้น 54.00 บาท ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ 39 บาท และ ค่าน้ำมัน 15 บาท เป็นต้น

จากข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิตข้างต้น นำมาสรุปรายการต้นทุนรวมเป็นเงินสด สำหรับผลิตได้ดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงต้นทุนรวมในการผลิตเสื่อมด้อยอม (ปริมาณการผลิต 100 ตัว/รอบ)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
วัตถุดิบทางตรง	95.00
ค่าแรงงานทางตรง	7.49
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	4.24

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	54.00
รวม	160.71

แหล่งที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ต้นทุนการผลิตเสื่อมด้อยมี มีจำนวนทั้งสิ้น 160.71 บาท/ตัว ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง จำนวน 95.00 บาท ค่าแรงงานทางตรง 7.49 บาท และ ค่าใช้จ่ายในการผลิต 4.24 บาท และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 54.00 บาท เป็นต้น

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น ผู้ประกอบการนำมากำหนดราคาขายมีตกได้เท่ากับ 250 บาท/เล่ม โดยผู้ประกอบการใช้การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเต็มจำนวน และ เปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนโดยวิธีกำไรส่วนเกิน ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} &= \text{ต้นทุนคงที่} / \text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} \\ &= 2,028.33 / 144.98 \\ &= 13.99 \text{ ตัว} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \\ &= 13.99 \text{ ตัว} \times 250 \text{ บาท} \\ &= 3,497.65 \text{ บาท} \end{aligned}$$

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพัฒนาอาชีพด้านหัตถกรรมรายชา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้สัมภาษณ์คือ คุณนุชนภา ยศหมีก ตำแหน่ง ประธานกลุ่ม ชื่อสถานประกอบการ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและพัฒนาอาชีพด้านหัตถกรรมรายชา สถานที่ 459 หมู่ที่ 10 ตำบลนาแวน อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เบอร์โทรศัพท์ 095-4401315

ระยะเวลาก่อตั้ง 1 ปี สมาชิกในกลุ่มเริ่มก่อตั้งจำนวน 28 คน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ (1) กระเจี๊ยบแห้ง (2) ชากระเจี๊ยบ (3) ห้องพัก (4) เครื่องดื่ม (5) ผ้าบาติก ผลิตภัณฑ์ที่เลือกพัฒนาได้แก่ ชากระเจี๊ยบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ชากระเจียบ (2) สบู่เปลือกมังคุด (3) กระเจียบแห้ง (3) ห่อพัก (4) เครื่องดื่ม (5) ผ้าบาติก สำหรับสินค้าที่และบริการที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ชากระเจียบ (2) สบู่เปลือกมังคุด (3) กระเจียบแห้ง สำหรับช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามีทั้ง offline และ online โดย สินค้าที่จำหน่าย offline ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ชากระเจียบ (2) สบู่เปลือกมังคุด (3) กระเจียบแห้ง สำหรับการขายแบบ online ได้แก่ (1) ที่พัก (2) อาหาร และวิสาหกิจมีแนวทางจะพัฒนาบำรุงผลิตภัณฑ์ชากระเจียบให้มีหลายรสชาติ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์และสังเกตทางกลุ่มไม่มีการจัดทำบัญชีและเก็บเอกสารทางบัญชี ทางทีมผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า การบันทึกบัญชีมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และ ใช้เวลา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์การคำนวณต้นทุน จะนำ (1) วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต (2) ค่าแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการ (ตนเอง บุคคลในครอบครัว สมาชิกในกลุ่ม) (3) ค่าใช้จ่ายในการผลิต เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าแก๊ส ค่าแก๊สหุงต้ม (4) ค่าบรรจุภัณฑ์ (5) ค่าน้ำมัน/ค่าน้ำมันพาหนะ มาคำนวณเป็นต้นทุน โดยใช้สูตรในการคำนวณ ได้แก่ การใช้ราคาตลาดในการคำนวณ และมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาสินค้าตามท้องตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กระบวนการในการผลิตชากระเจียบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่

4.6

- 1) เตรียมวัตถุดิบ
 - (1) กระเจียบแดง นำมาล้างน้ำให้สะอาด แล้วนำไปตากแดดให้แห้ง ใช้เวลาในการตากนาน 2 วัน
 - (2) ใบเตย นำมาล้างน้ำให้สะอาด หั่นเป็นท่อนเล็กๆ แล้วนำเข้าตู้อบ นาน 4 ชั่วโมง
 - (3) ตะไคร้ นำมาล้างน้ำให้สะอาด หั่นเป็นท่อนเล็กๆ แล้วนำเข้าตู้อบ นาน 3-4 ชั่วโมง
 - (4) ชิง นำมาล้างน้ำให้สะอาด หั่นเป็นท่อนเล็กๆ แล้วนำเข้าตู้อบ นาน 8 ชั่วโมง
 - (5) ข่า นำมาล้างน้ำให้สะอาด หั่นเป็นท่อนเล็กๆ แล้วนำเข้าตู้อบ นาน 8 ชั่วโมง
 - (6) หญ้าหวานแห้ง นำมาหั่นเป็นท่อนเล็กๆ
- 2) ชั่งน้ำหนักตามสัดส่วนและผสมให้เข้ากัน

นำวัตถุดิบที่ได้เตรียมไว้แล้ว มาชั่งน้ำหนักตามส่วนผสม จากนั้นนำวัตถุดิบมาผสมให้เข้ากัน
- 3) บรรจุใส่ถุงกระดาษกรองชา

นำสมุนไพรมะเขี้ยวที่ผสมเข้ากันดีแล้วบรรจุใส่ถุงกระดาษกรองชา ซึ่งน้ำหนักให้ได้ตามปริมาณ การบรรจุต่อถุง

4) นำใส่กล่องบรรจุภัณฑ์

นำถุงกระดาษกรองชาที่บรรจุสมุนไพรมะเขี้ยวแล้วมาใส่ห่อฟรอยด์ เพื่อป้องกันความชื้น และนำ ห่อฟรอยด์ใส่กล่องบรรจุภัณฑ์





ภาพที่ 4.6 กระบวนการผลิตชากระเจียบ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก (Initial investment cost) ซึ่งถือเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก เพื่อลงทุนสำหรับการซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต ประกอบด้วย อาคาร เตอบอกแก๊ส เครื่องชั่งสำหรับชั่งน้ำหนักใหญ่ เครื่องชั่งสำหรับชั่งน้ำหนักเล็ก เครื่องบดสมุนไพร มีด เขียง กะลั่งมั่งสแตนเลสขนาดกลาง กะลั่งมั่งสแตนเลสขนาดใหญ่ กล่องอาหาร ซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุนดังนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตชากระเจียบ

รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
อาคาร	20	20,000.00	1	20,000.00
เตอบอกแก๊ส	20	16,000.00	1	16,000.00
เครื่องชั่งสำหรับชั่งน้ำหนักใหญ่	10	2,500.00	1	2,500.00
เครื่องชั่งสำหรับชั่งน้ำหนักเล็ก	10	1,500.00	1	1,500.00
เครื่องบดสมุนไพร	3	500.00	1	500.00
มีด	3	150.00	3	450.00
เขียง	2	100.00	3	300.00
กะลั่งมั่งสแตนเลสขนาดกลาง	3	250.00	6	1,500.00
กะลั่งมั่งสแตนเลสขนาดใหญ่	3	450.00	1	450.00
กล่องอาหาร	3	300.00	1	300.00
รวม				43,500

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตาราง 4.12 พบว่า สินทรัพย์ในการลงทุนทำชากระเจียบ รวมเป็นเงิน 43,500 บาท ประกอบด้วย อาคาร 20,000.00 บาท เตอบอกแก๊ส 16,000.00 บาท เครื่องชั่งสำหรับชั่งน้ำหนักใหญ่ 2,500.00 บาท เครื่องชั่งสำหรับชั่งน้ำหนักเล็ก 1,500.00 บาท เครื่องบดสมุนไพร 500.00 บาท มีด

450.00 บาท เชียง 300.00 บาท กะลั้งมั่งสแตนเลสขนาดกลาง 1,500.00 บาท กะลั้งมั่งสแตนเลสขนาดใหญ่ 450.00 บาท กล่องอาหาร 300.00 บาท เป็นต้น

2) ต้นทุนการผลิต (Production cost) ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต มีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบหลักที่นำไปใช้ในการผลิตสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตซากกระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

วัตถุดิบทางตรง	จำนวน	ราคาต่อหน่วย(บาท/หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/วัน (บาท)
กระเจี๊ยบแดง (แห้ง)	7.2 g	0.35	2.52
ส่วนผสมให้ความหวาน	1.4 g	0.80	1.12
ส่วนผสมที่มีสรรพคุณด้านขับลมในลำไส้	5.7 g	0.15	0.86
ส่วนผสมด้านรสชาติและกลิ่นหอม	4.3 g	0.25	1.08
ส่วนผสมด้านสรรพคุณด้านขับลมในลำไส้	0.7 g	0.71	0.50
ส่วนผสมด้านสรรพคุณด้านขับลมในลำไส้	0.7 g	0.40	0.28
ซองชา	10 ซอง	2.09	20.90
กล่อง	1 กล่อง	14.98	14.98
ถุงกรองชาพร้อมเชือกขนาด 5*7 ซม.	10 ซอง	0.30	3.00
รวม			45.24

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงในการผลิตซากกระเจี๊ยบ 1 กล่อง มีวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไปจำนวนทั้งสิ้น 45.24 บาท ประกอบด้วย กระเจี๊ยบแดง (แห้ง) 2.52 บาท ส่วนผสมให้ความหวาน 1.12 บาท ส่วนผสมที่มีสรรพคุณด้านขับลมในลำไส้ 0.86 บาท ส่วนผสมด้านรสชาติและกลิ่นหอม 1.08 บาท ส่วนผสมที่มีสรรพคุณด้านขับลมในลำไส้ 0.50 บาท ส่วนผสมที่มีสรรพคุณด้านขับลมในลำไส้ 0.28 บาท ซองชา 20.90 บาท กล่อง 14.98 บาท และ ถุงกรองชาพร้อมเชือกขนาด 5*7 ซม. 3.00 บาท

2.2 ค่าแรงงานทางตรง หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการผลิตมีดพก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตซากกระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าแรง (บาท)/ ชั่วโมง	จำนวน ชั่วโมงการ ทำงาน	ต้นทุนรวม (บาท)/1 รอบ
ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-กระเจี๊ยบ	1	39.38	2	78.75
ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-ด้าน สรรพคุณ	1	39.38	3	118.13
ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-รสชาติ	1	39.38	3	118.13
ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-ด้าน สรรพคุณ	1	39.38	4	157.50
ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-ด้าน สรรพคุณ	1	39.38	4	157.50
ผลิต	1	39.38	2	78.75
บรรจุ	1	39.38	6	236.25
รวม				945.00
รวมค่าแรง/กล่อง				9.45

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่าแรงงานทางตรงของการผลิตชากระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง) มีจำนวนทั้งสิ้น 9.45 บาท ประกอบด้วย ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-กระเจี๊ยบ 78.75 บาท ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-ด้านสรรพคุณ 118.13 บาท ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-รสชาติ 118.13 บาท ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-ด้านสรรพคุณ 157.50 บาท ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบ-ด้านสรรพคุณ 157.50 บาท ผลิต 78.75 บาท บรรจุ 236.25 บาท

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต หมายถึง แหล่งรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร และ ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตชากระเจี๊ยบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	5.77
ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	2.85
รวม	8.62

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิต มีจำนวนทั้งสิ้น 8.62 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร เท่ากับ 5.77 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ เท่ากับ 2.85 บาท เป็นต้น

3) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จาก

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์การดำเนินงาน พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนี้จากข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิตข้างต้น นำมาสรุปรายการต้นทุนรวมเป็นเงินสด สำหรับผลิตได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงต้นทุนรวมในการผลิตชากระเจียบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
วัตถุดิบทางตรง	45.23
ค่าแรงงานทางตรง	9.45
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	8.62
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	-
รวม	63.30

แหล่งที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ต้นทุนการผลิตชากระเจียบ (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง) มีจำนวนทั้งสิ้น 63.30 บาท/กล่อง ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง จำนวน 45.23 บาท ค่าแรงงานทางตรง 9.45 บาท และ ค่าใช้จ่ายในการผลิต 8.62 บาท

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น ผู้ประกอบการนำมากำหนดราคาขายมีดพก ได้เท่ากับ 159 บาท/กล่อง โดยผู้ประกอบการใช้การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเต็มจำนวน และ เปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนโดยวิธีกำไรส่วนเกิน ได้ดังนี้

จุดคุ้มทุน (หน่วย) = ต้นทุนคงที่ / กำไรส่วนเกินต่อหน่วย

$$= 3416.66 / 98.55$$

$$= 34.67 \text{ กล่อง}$$

$$\begin{aligned}
 \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \\
 &= 34.67 \text{ กล้อง} \times 159 \text{ บาท} \\
 &= 5,515.40 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

วิสาหกิจมิสเตอร์มัน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้สัมภาษณ์คือ คุณจักรพงษ์ นวกิจสิริโกคิน ตำแหน่ง ประธาน ชื่อสถานประกอบการ วิสาหกิจกลุ่มมิสเตอร์มัน สถานที่ 63 หมู่ที่ 16 ตำบลละฮาย อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช เบอร์โทรติดต่อ 098-9656074 ระยะเวลาก่อตั้งเป็นเวลา 5 ปี ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 15 คน สำหรับประเภทวิสาหกิจ มีกิจกรรมผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายและกิจกรรมให้บริการ โดยแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าคือคุณจักรพงษ์ นวกิจสิริโกคิน และคนในครอบครัว ส่วนค่าแรงมาจากการจ่ายค่าแรงงานแบบเหมาจ่ายตามชั่วโมงทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอดง

จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้ได้แก่ (1) มันปรุงรส ได้แก่ รสปาก้า สหรัย บาร์บิคิว ไก่แซ่บ จัดจำหน่ายในราคา 10, 20, 50 บาท (2) มิสเตอร์มันมินิ ราคา 5 บาท และ (3) มิสเตอร์มันสแนค ข้าวเกรียบผสมมัน ราคา 5 บาท สำหรับสินค้าที่และบริการที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ได้แก่ (1) มันปรุงรส ได้แก่ รสปาก้า สหรัย บาร์บิคิว ไก่แซ่บ จัดจำหน่ายในราคา 10, 20, 50 บาท (2) มิสเตอร์มันมินิ ราคา 5 บาท และ (3) มิสเตอร์มันสแนค ข้าวเกรียบผสมมัน ราคา 5 บาท สำหรับช่องทางการจำหน่ายสินค้ามีทั้ง offline และ online โดย สินค้าที่จำหน่าย offline ได้แก่ 1) มันปรุงรส ได้แก่ รสปาก้า สหรัย บาร์บิคิว ไก่แซ่บ จัดจำหน่ายในราคา 10, 20, 50 บาท (2) มิสเตอร์มันมินิ ราคา 5 บาท และ (3) มิสเตอร์มันสแนค ข้าวเกรียบผสมมัน ราคา 5 บาท สำหรับการขายแบบ online ได้แก่ 1) มันปรุงรส ได้แก่ รสปาก้า สหรัย บาร์บิคิว ไก่แซ่บ จัดจำหน่ายในราคา 10, 20, 50 บาท (2) มิสเตอร์มันมินิ ราคา 5 บาท และ (3) มิสเตอร์มันสแนค ข้าวเกรียบผสมมัน ราคา 5 บาท การส่ง

สินค้าทาง Kerry ไปรษณีย์ไทย รถมิสเตอร์มัน lineman และวิสาหกิจมีแนวทางจะพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์รองรับการขายออนไลน์ พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้แพร่หลายผ่าน facebook Application ต่าง ๆ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์และสังเกตทางกลุ่มไม่มีการจัดทำบัญชีและเก็บเอกสารทางบัญชี ทางทีมผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า การบันทึกบัญชีมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และ ใช้เวลา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์การคำนวณต้นทุน จะนำ (1) วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต (2) ค่าแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการ (ตนเอง บุคคลในครอบครัว สมาชิกในกลุ่ม) (3) ค่าใช้จ่ายในการผลิต เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าแก๊ส ค่าแก๊สหุงต้ม (4) ค่าบรรจุภัณฑ์ (5) ค่าน้ำมัน/ค่ายานพาหนะ มาคำนวณเป็นต้นทุน โดยใช้สูตรในการคำนวณ ได้แก่ การใช้ราคาตลาดในการคำนวณ และมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาแบบ Cost Plus หรือ การตั้งราคาจากต้นทุน

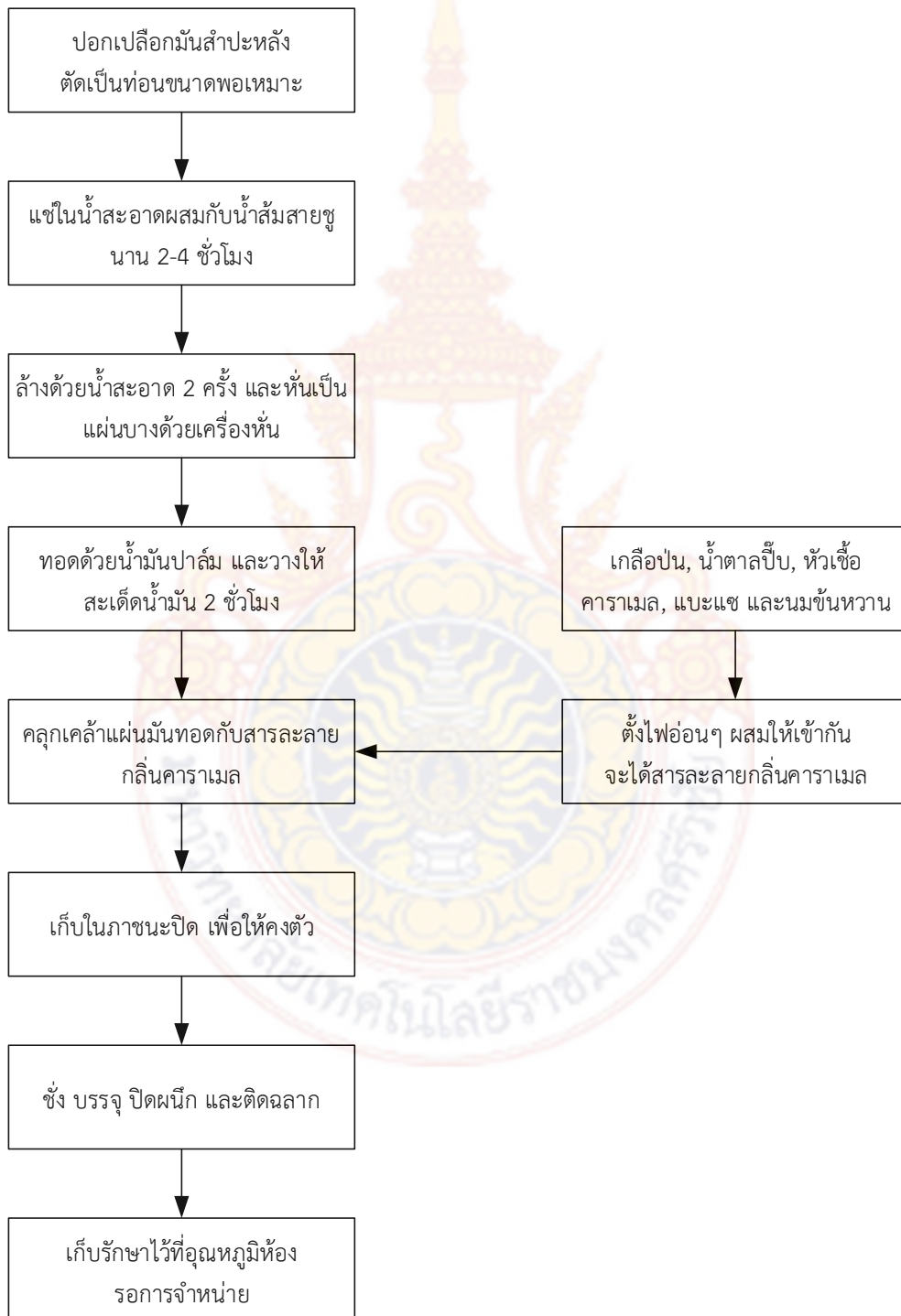
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กระบวนการในการผลิตชากระเจียบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่

4.7

- 1) ปลอกเปลือกมันสำปะหลัง ตัดเป็นท่อนขนาดพอเหมาะ
นำมันสำปะหลังดิบมาปอกเปลือก และตัดเป็นท่อนขนาดพอเหมาะ
- 2) แช่น้ำสะอาดผสมกับน้ำส้มสายชู นาน 2-4 ชั่วโมง
นำมันสำปะหลังมาแช่น้ำสะอาดที่ผสมด้วยน้ำส้มสายชูในอัตราส่วน 10:1 เป็นเวลา 2-4 ชั่วโมง
- 3) ล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง และหั่นเป็นแผ่นบางด้วยเครื่องหั่น
นำมันสำปะหลังมาล้างในน้ำสะอาด 2 ครั้ง แล้วนำไปหั่นเป็นแผ่นบางๆ ด้วยเครื่องหั่น
- 4) ทอดด้วยน้ำมันปาล์มและวางให้สะเด็ดน้ำมัน 2 ชั่วโมง
ทอดมันสำปะหลังด้วยน้ำมันปาล์ม ใช้ตะแกรงสแตนเลสตักมันทอดสะเด็ดน้ำมัน แล้วใส่ในตระกร้าสแตนเลส วางให้สะเด็ดน้ำมันประมาณ 2 ชั่วโมง
- 5) ทำสารละลายกลีนิคาร์ราเมล
นำเกลือป่น น้ำตาลปีบ หัวเชื้อคาร์ราเมล แปะแซ และนมข้นหวาน ใส่ลงในหม้อ นำไปตั้งบนเตาแก๊สด้วยไฟอ่อนๆ ใช้ทัพพีคนส่วนผสมให้เข้ากัน
- 6) คลุกเคล้าแผ่นมันทอดกับสารละลายกลีนิคาร์ราเมล
นำแผ่นมันทอดที่สะเด็ดน้ำมันแล้วมาคลุกเคล้าเข้ากับสารละลายกลีนิคาร์ราเมล
- 7) เก็บในภาชนะปิด เพื่อให้คงตัว
นำมันทอดเคลือบคาร์ราเมลเก็บใส่ในถุงพลาสติกและมัดให้แน่น เพื่อให้คงตัว

- 8) ชั่ง บรรจุ ปิดผนึก และติดฉลาก
นำมันทอดเคลือบคาราเมลที่คงตัวแล้ว บรรจุใส่ถุง ชั่งน้ำหนักให้ได้ตามที่ต้องการ จากนั้นนำไปซีลด้วยเครื่องซีล และใส่ลงกล่องบรรจุภัณฑ์ ติดฉลาก
- 9) เก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิห้อง รอการจำหน่าย



ภาพที่ 4.7 กระบวนการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก (Initial investment cost) ซึ่งถือเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก เพื่อลงทุนสำหรับการซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต ประกอบด้วย อาคาร เครื่องสไลด์ เครื่องซีลปากถุง เตาก๊าซทรงฉาก 1 หัวเตา ถังแก๊ส ปตท. ขนาด 15 กิโลกรัม เครื่องชั่งคานเลื่อน 500 กิโลกรัม เครื่องชั่งสปริง (จานแบน) มีดปอกเปลือกขนาด 6 นิ้ว กะทะทอดขนาดใหญ่ ตระแกรงกลมพลาสติก ตะกร้า ตะแกรงทอดสแตนเลสทรงกลมขนาด 20 ซม. กะละมังพลาสติกทรงกลม กล่องพลาสติกมีล้อ ถังน้ำมีฝา/หูล็อคพลาสติก หม้อ ทัพพี ซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการลงทุนดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล

รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
อาคาร	20	50,000.00	1	50,000.00
เครื่องสไลด์	20	20,000.00	1	20,000.00
เครื่องซีลปากถุง	10	1,000.00	1	1,000.00
เตาก๊าซทรงฉาก 1 หัวเตา	10	1,500.00	1	1,500.00
ถังแก๊ส ปตท. 15 กิโลกรัม	10	1,400.00	1	1,400.00
เครื่องชั่งคานเลื่อน 500 กิโลกรัม	10	10,000.00	1	10,000.00
เครื่องชั่งสปริง (จานแบน)	10	1,400.00	1	1,400.00
มีดปอกเปลือก ขนาด 6 นิ้ว	4	200.00	4	800.00
กะทะทอดขนาดใหญ่	4	800.00	2	1,600.00
ตระแกรงกลมพลาสติก	3	100.00	4	400.00
ตะกร้า ตะแกรงทอดสแตนเลสทรงกลม ขนาด 20 ซม.	3	200.00	3	600.00
กะละมังพลาสติกทรงกลม	3	100.00	4	400.00
กล่องพลาสติกมีล้อ	3	500.00	5	2,500.00
ถังน้ำมีฝา/หูล็อคพลาสติก	3	500.00	2	1,000.00
หม้อ	2	150.00	1	150.00
ทัพพี	2	50.00	1	50.00
รวม				92,800.00

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.16 พบว่า สินทรัพย์ในการลงทุนผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล รวมเป็นเงิน 92,800.00 บาท ประกอบด้วย อาคาร 50,000.00 บาท เครื่องสไลด์ 20,000.00 บาท เครื่องซีลปาก

ถุง 1,000.00 บาท เต้าแก๊สทรงฉาก 1 หัวเต้า 1,500.00 บาท ถังแก๊ส ปตท. ขนาด 15 กิโลกรัม 1,400.00 บาท เครื่องชั่งคานเลื่อน 500 กิโลกรัม 10,000.00 บาท เครื่องชั่งสปริง (จานแบน) 1,400.00 บาท มีดปอกเปลือกขนาด 6 นิ้ว 800.00 บาท กะทะทอดขนาดใหญ่ 1,600.00 บาท ตระแกรงกลมพลาสติก 400.00 บาท ตะกร้าตะแกรงทอดสแตนเลสทรงกลม ขนาด 20 ซม. 600.00 บาท กะละมังพลาสติกทรงกลม 400.00 บาท กล่องพลาสติกมีล้อ 2,500.00 บาท ถังน้ำมีฝา/หูถือคพลาสติก 1,000.00 บาท หม้อ 150.00 บาท ทัพพี 50.00 บาท เป็นต้น

2.1 วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบหลักที่นำไปใช้ในการผลิตสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

วัตถุดิบทางตรง	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท/หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/วัน (บาท)
มันทอด	300g	0.017	5.00
สารปรุงรสคาราเมล	5g	0.13	0.63
ถุงซีลขนาด 25*30 ซม.	1 ใบ	2.95	2.95
รวม			8.60

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล ปริมาณการผลิต 1 กล่อง มีวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไปจำนวนทั้งสิ้น 8.60 บาท ประกอบด้วย มันทอด 5.00 บาท สารปรุงรสคาราเมล 0.63 บาท และถุงซีลขนาด 25*30 ซม. 2.95 บาท

2.2 ค่าแรงงานทางตรง หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการผลิตมีดพก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าแรงงานทางตรงในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	จำนวน(คน)	ค่าแรง/กล่อง	ต้นทุนรวม(บาท)/กล่อง

ทอดวัตถุดิบ กระสอบละ 80 บาท	2	80.00	160.00
ปรุงรู่ เคลือบ กระสอบละ 100 บาท	1	100.00	100.00
บรรจุ 20 กล่อง ใช้เวลา 1 ชั่วโมง คิด ค่าแรงขั้นต่ำประมาณ 40 บาท/ชั่วโมง	1	40.00	40.00
รวม/12 kg			300.00
ค่าแรงเฉลี่ย/กล่อง (300g)			7.50

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่าแรงงานทางตรงของการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง) มีจำนวนทั้งสิ้น 7.50 บาท/กล่อง ประกอบด้วย ทอดวัตถุดิบ กระสอบละ 80 บาท ต้นทุนรวม 160 บาท ปรุงรู่ เคลือบ กระสอบละ 100 บาท ต้นทุนรวม 100 บาท บรรจุ 20 กล่อง ใช้เวลา 1 ชั่วโมง คิดค่าแรงขั้นต่ำประมาณ 40 บาท/ชั่วโมง ต้นทุนรวม 40 บาท

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต หมายถึง แหล่งรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร และค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	8.58
ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	0.07
รวม	8.65

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิต มีจำนวนทั้งสิ้น 8.65 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร เท่ากับ 8.58 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ เท่ากับ 0.07 บาท เป็นต้น

3) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์การดำเนินงาน พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	จำนวน	ราคาต่อหน่วย(บาท/ หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/ตัว (บาท)
บรรจุภัณฑ์	1 กล่อง	60.45	60.45
ค่าน้ำมันรถ	20 รอบ	1.087	21.74
รวม			82.19

แหล่งที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มีจำนวนทั้งสิ้น 82.19 บาท ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ 60.45บาท และ ค่าน้ำมันรถเฉลี่ย 21.74 บาท เป็นต้น

จากข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิตข้างต้น นำมาสรุปรายการ ต้นทุนรวมเป็นเงินสด สำหรับผลิตได้ดังนี้



ตารางที่ 4.21 แสดงต้นทุนรวมในการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
วัตถุดิบทางตรง	8.60
ค่าแรงงานทางตรง	7.50
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	8.65
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	82.19
รวม	106.94

แหล่งที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ต้นทุนการผลิตมันทอดเคลือบคาราเมล มีจำนวนทั้งสิ้น 106.94 บาท/กล่อง ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง จำนวน 8.60 บาท ค่าแรงงานทางตรง 7.50 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิต 8.65 บาท และ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 82.19 บาท

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น ผู้ประกอบการนำมากำหนดราคาขายมีดปก ได้เท่ากับ 160 บาท/เล่ม โดยผู้ประกอบการใช้การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเต็มจำนวน และ เปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนโดยวิธีกำไรส่วนเกิน ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} &= \text{ต้นทุนคงที่} / \text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} \\ &= 259.28 / 135.25 \\ &= 1.92 \text{ กล่อง} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \\ &= 1.92 \text{ กล่อง} \times 160 \text{ บาท} \\ &= 306.73 \text{ บาท} \end{aligned}$$

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนภูมิปัญญาหมอฟันบ้าน บ้านหมอไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้สัมภาษณ์คือ คุณผดุงพร ฤทธิ์ช่วยรอด ตำแหน่ง ประธาน ชื่อสถานประกอบการ วสธ. ภูมิปัญญาหมอฟันบ้าน บ้านหมอไทย สถานที่ 415 หมู่ที่ 6 ตำบลห้วยปรือ อำเภอฉวาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช เบอร์โทรติดต่อ 083-636-3626 ระยะเวลาก่อตั้ง 6 ปี สมาชิกในกลุ่มเริ่มก่อตั้งจำนวน 15 คน สำหรับประเภทวิสาหกิจ มีกิจกรรมผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายและกิจการให้บริการ โดยแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าคือ คุณผดุงพร ฤทธิ์ช่วยรอด และคนในครอบครัว จึงไม่มีการจ่ายค่าแรงงานเป็นเงินสด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้ได้แก่ (1) น้ำมันนวด (2) ยาหม่อง (3) ลูกประคบ (4) ยาลม (5) สเปรย์สำหรับนวด และมีการให้บริการ (1) นวด และ (2) สปา สำหรับสินค้าที่และบริการที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ได้แก่ (1) บริการนวด (2) ลูกประคบสมุนไพร (3) น้ำมันนวด (4) ยาหม่อง (5) สเปรย์นวด (6) ยาลม และ (7) การนวดสปา

สำหรับช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามีทั้ง offline และ online โดย สินค้าที่จำหน่าย offline ได้แก่ (1) น้ำมันนวด (2) ยาหม่อง (3) ลูกประคบ (4) ยาลม (5) สเปรย์สำหรับนวด และมีการให้บริการ (1) บริการนวด (2) นวดสปา สำหรับการขายแบบ online ยังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนา และวิสาหกิจมีแนวทางจะพัฒนาจากน้ำมันนวดเป็นครีมนวดกระชับสัดส่วน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์และสังเกตในกลุ่มไม่มีการจัดทำบัญชีและเก็บเอกสารทางบัญชี ทางทีมผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า การบันทึกบัญชีมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และ ใช้เวลา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

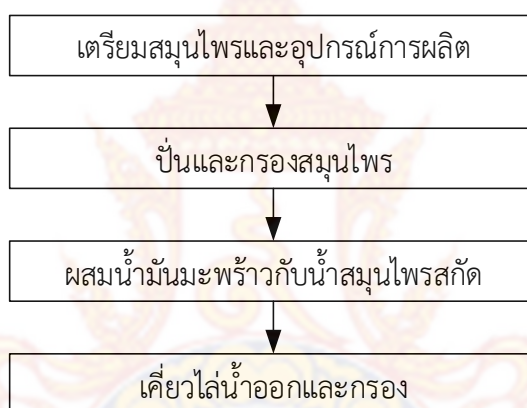
จากการสัมภาษณ์การคำนวณต้นทุน จะนำ (1) วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต (2) ค่าแรงงานหลักที่ปฏิบัติหน้าที่ผลิตสินค้าและบริการ (ตนเอง บุคคลในครอบครัว สมาชิกในกลุ่ม) (3) ค่าบรรจุภัณฑ์ (4) ค่าน้ำมัน/ค่าน้ำมันพาหนะ มาคำนวณเป็นต้นทุน โดยใช้สูตรในการคำนวณ ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง/ปริมาณหน่วยการผลิตและมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาสินค้าตามท้องตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กระบวนการในการผลิตครีมนวดกระชับสัดส่วน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ การทำน้ำมันสารสกัดสมุนไพร และการทำครีมนวดกระชับสัดส่วน ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการผลิตดังนี้

- 1) กระบวนการทำน้ำมันสารสกัดสมุนไพร
 - แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 4.8
 - (1) เตรียมสมุนไพรและอุปกรณ์การผลิต
 - เตรียมอุปกรณ์การผลิต ได้แก่ เครื่องปั่น กระทะไฟฟ้า ไม้พาย ผ้าขาวบาง ภาชนะ และขวด
 - เตรียมสมุนไพร ได้แก่ โพลดำ โพลเหลือง ข่า กระเทียม พริกไทยทั้งห้า ผักเสี้ยนผิ นำมาล้างให้สะอาด ตัดต้นและรากออก และหั่นเป็นชิ้นบางๆ

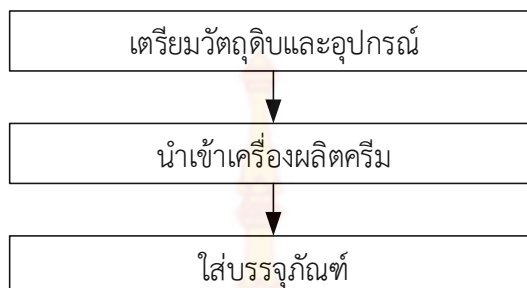
- (2) ปั่นและกรองสมุนไพร
นำสมุนไพรใส่เครื่องปั่นและเติมน้ำ ปั่นให้สมุนไพรละเอียด ใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที แล้วจึงกรองใส่ภาชนะด้วยผ้าขาว โดยการบีบเบาๆ
- (3) ผสมน้ำมันมะพร้าวกับน้ำสมุนไพรสกัด
นำน้ำมันมะพร้าวและน้ำสมุนไพรสกัด ลงในกระทะไฟฟ้า (ยังไม่เปิดไฟ) แล้วกวนให้เข้ากัน
- (4) เคี้ยวไล่น้ำออกและกรอง
 - เปิดไฟความแรงกลาง เคี้ยวที่อุณหภูมิ 40-60 °C จนเดือด และน้ำมันไล่น้ำออกจนหมด เลี้ยงฟองน้ำ ใอน้ำและอากาศ
 - เมื่อเคี้ยวไล่น้ำออกจนหมดแล้ว วางทิ้งไว้ให้เย็นแล้วนำมากรองใส่ขวดด้วยผ้าขาว จะได้น้ำมันสารสกัดสมุนไพร



ภาพที่ 4.8 กระบวนการทำน้ำมันสารสกัดสมุนไพร

- 2) กระบวนการทำครีมขนาดกระชับสัดส่วน
แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 4.9
 - (1) เตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์
 - เตรียมอุปกรณ์ ได้แก่ ภาชนะสำหรับใส่วัตถุดิบต่างๆ ภาชนะสำหรับเก็บโลชั่น หลอดใส่โลชั่น และกล่องใส่ผลิตภัณฑ์
 - เตรียมวัตถุดิบ ได้แก่ น้ำมันสารสกัดสมุนไพร น้ำมันมะพร้าว น้ำมันอัลมอนด์ น้ำมันโจโจ้บาร์ เนยโกโก้ เซียร์บัตเตอร์ น้ำต้มสุกที่เย็นแล้ว กรดอะซิติก GMS น้ำหอม วัตถุกันเสีย พิมเสน การบูร เมนทอล
 - (2) นำวัตถุดิบทั้งหมดเข้าเครื่องผลิตครีม
 - นำวัตถุดิบทั้งหมดไปเข้าเครื่องผลิตครีม
 - นำครีมขนาดกระชับสัดส่วนที่ได้เก็บในภาชนะที่ปิดมิดชิด เพื่อนำไปใส่บรรจุภัณฑ์ต่อไป
 - (3) ใส่บรรจุภัณฑ์

- นำครีมขนาดกระชับสัดส่วน บรรจุลงในหลอดครีมและใส่กล่องผลิตภัณฑ์
- พร้อมนำไปจำหน่าย



ภาพที่ 4.9 กระบวนการทำครีมขนาดกระชับสัดส่วน

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก (Initial investment cost) ซึ่งถือเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก เพื่อลงทุนสำหรับการซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต ประกอบด้วย อาคาร เครื่องปั่นอเนกประสงค์ กะทะไฟฟ้า กระทิกน้ำร้อน ชั่งตวง กะละมังสแตนเลส ขนาด 27 ซม. มีด 145 บาท เข็ยอกน้ำขนาด 1,000 มล. เข็ยง ทัพพี ตะหลิว เทอร์โมมิเตอร์ ซ้อนตักสารสแตนเลส ปีกเกอร์ หลอดหยดสารยาว 10 ซม. เส้นผ่านศูนย์กลาง 6 มม.

ตารางที่ 4.22 แสดงรายละเอียดทรัพย์สินการลงทุนผลิตครีมขนาดกระชับสัดส่วน

รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	มูลค่า (บาท)
อาคาร	20	20,000.00	1	20,000.00
เครื่องปั่นอเนกประสงค์	5	1,790.00	1	1,790.00
กะทะไฟฟ้า	5	1,000.00	1	1,000.00
กระทิกน้ำร้อน	5	1,200.00	1	1,200.00
ชั่งตวง	5	500.00	1	500.00
กะละมังสแตนเลส ขนาด 27 ซม.	3	300.00	1	300.00
มีด	3	145.00	1	145.00
เข็ยอกน้ำขนาด 1,000 มล.	2	100.00	1	100.00
เข็ยง	2	90.00	1	90.00
ทัพพี	2	30.00	1	30.00
ตะหลิว	2	130.00	1	130.00
เทอร์โมมิเตอร์	2	150.00	1	150.00
ซ้อนตักสารสแตนเลส	2	130.00	1	130.00

รายการ	อายุการใช้งาน (ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน	มูลค่า (บาท)
ปิกเกอร์	2	70.00	1	70.00
หลอดหยดสาร ยาว 10 ซม.เส้น ผ่านศูนย์กลาง 6 มม.	2	50.00	1	50.00
ผ้าขาวบาง	1	30.00	1	30.00
รวม				25,715.00

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.22 พบว่าสินทรัพย์ในการลงทุนผลิตครีมขนาดกระชับสัดส่วน รวมเป็น 25,715.00 บาท ประกอบด้วย อาคาร 20,000.00 บาท เครื่องปั่นเนกประสงค์ 1,790 บาท กะทะไฟฟ้า 1,000 บาท กระจกน้ำร้อน 1,200 บาท ชั่งตวง 500 บาท กะละมังสแตนเลส ขนาด 27 ซม. 300 บาท มีด 145 บาท เขี่ยก้นน้ำ 1,000 มล. 100 บาท เขียง 90 บาท ทัพพี 30 บาท ตะหลิว 130 บาท เทอร์โมมิเตอร์ 150 บาท ซ้อนตักสารสแตนเลส 130 บาท ปิกเกอร์ 70 บาท หลอดหยดสาร ยาว 10 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 6 มม. 50 บาท

2) ต้นทุนการผลิต (Production cost) ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต มีรายละเอียดดังนี้

2.1 วัตถุดิบทางตรง หมายถึง วัตถุดิบหลักที่นำไปใช้ในการผลิตสินค้า มีรายละเอียดดังนี้ ตารางที่ 4.22 แสดงปริมาณวัตถุดิบทางตรงในการผลิตครีมขนาดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

วัตถุดิบทางตรง	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย(บาท/ หน่วย)	ราคาวัตถุดิบ รวม/วัน (บาท)
น้ำมันสกัด	5g	0.17	0.86
ส่วนผสมครีม	155g	0.73	113.15
หลอด 150 ml	1หลอด	27.50	27.50
รวม			141.51

แหล่งที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงในการผลิตมันครีมขนาดกระชับสัดส่วน ปริมาณการผลิต 1 หลอด มีวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ไปจำนวนทั้งสิ้น 141.51 บาท ประกอบด้วย น้ำมันสกัด 0.86 บาท ส่วนผสมครีม 113.15 บาท และหลอด 150 ml 27.50 บาท

2.2 ค่าแรงงานทางตรง หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการผลิตมีดพก มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าแรงงานทางตรงของการผลิตครีมขนาดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าแรง (บาท)/ ชั่วโมง	จำนวน ชั่วโมงการ ทำงาน	ต้นทุนรวม (บาท)/กล่อง
ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบน้ำมันสกัด	2	39.38	4	315.00
ค่าแรงงานในการทำน้ำมันสกัด	1	39.38	4	157.50
รวม			8	472.50
ค่าแรง/หลอด 150 ml ใช้น้ำมัน 5 g				1.48

ที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่าแรงงานทางตรงของการผลิตครีมขนาดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง) 1.48 บาท/กล่อง ประกอบไปด้วย ค่าแรงงานในการเตรียมวัตถุดิบน้ำมันสกัด และ ค่าแรงงานในการทำน้ำมันสกัด

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต หมายถึง แหล่งรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า ซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร และ ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าใช้จ่ายในการผลิตครีมขนาดกระชับสัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร	54.54
ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่	31.92
รวม	86.42

ที่มา : จากการสัมภาษณ์

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิต มีจำนวนทั้งสิ้น 86.42 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวข้องในการผลิต เท่ากับ 54.54 บาท ค่าใช้จ่ายไม่เกี่ยวข้องในการผลิต เท่ากับ 31.92 บาท เป็นต้น

3) ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์การดำเนินงาน พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการขาย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ดังนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ปริมาณการผลิต 1 เล่ม)

ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	จำนวน	ราคาต่อหน่วย(บาท/ หน่วย)	ราคาวัตถุดิบรวม/ตัว (บาท)
บรรจุภัณฑ์	1 กล่อง	30.50	30.50
ค่าน้ำมันรถ	4 รอบ	3.00	12.00
รวม			42.52

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร มีจำนวนทั้งสิ้น 42.52 บาท ได้แก่ บรรจุกัญท์ 30.50 บาท และ ค่าน้ำมันรถ 12.00 บาท เป็นต้น

จากข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตและต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับการผลิตข้างต้น นำมาสรุปรายการ ต้นทุนรวมเป็นเงินสด สำหรับผลิตได้ดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงต้นทุนรวมในการผลิตครีมνωดกระชับสกัดส่วน (ปริมาณการผลิต 1 กล่อง)

รายการ	มูลค่ารวม (บาท)
วัตถุดิบทางตรง	141.51
ค่าแรงงานทางตรง	1.48
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	86.42
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	42.52
รวม	271.91

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ต้นทุนการผลิตมันทอเคลือบคาราเมล มีจำนวนทั้งสิ้น 271.91 บาท/กล่อง ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง จำนวน 141.51 บาท ค่าแรงงานทางตรง 1.48 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิต 86.42 บาท และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 42.52 บาท

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัด นครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น ผู้ประกอบการนำมากำหนดราคาขายมีดพก ได้เท่ากับ 500 บาท/เล่ม โดยผู้ประกอบการใช้การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเต็มจำนวน และ เปรียบเทียบราคากับ คู่แข่ง

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลต้นทุนข้างต้น สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนโดยวิธีกำไรส่วนเกิน ได้ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$= \frac{383.02}{302.51}$$

$$= 1.27 \text{ เล่ม}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (บาท)} = \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

$$= 1.27 \text{ เล่ม} \times 500 \text{ บาท}$$

$$= 633.07 \text{ บาท}$$

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอดง จังหวัด นครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) คำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าชุมชนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ3)เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 5 ประเภท จำนวน 5 กลุ่ม เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้างและสังเกตการณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และ การวิเคราะห์เชิงบรรยาย สามารถสรุปผลการศึกษาอภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

การสรุปผลการศึกษาจะแยกพิจารณาตามประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันในการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะจง การสังเกตการณ์สรุปผลได้ ว่า

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบันทึกบัญชีไม่สม่ำเสมอและไม่เป็นระเบียบ และไม่เก็บเอกสารทางการเงินที่ สำคัญ ทำให้ไม่สามารถทราบต้นทุน รายได้และผลตอบแทน และการคำนวณต้นทุนของสินค้าจะมีต้นทุน เพียงชนิดเดียวคือ ค่าวัตถุดิบทางตรง ไม่มีการคำนวณค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิต และการตั้งราคา สินค้าส่วนใหญ่มีการตั้งราคาสินค้าตามราคาตลาดและเปรียบเทียบจากคู่แข่ง ส่งผล 2 กรณี (1) ผลิตภัณฑ์ บางชนิดขาดทุนเนื่องจากตั้งราคาขายไว้ต่ำกว่าทุน และ (2) ผลิตภัณฑ์มียอดจำหน่ายน้อยเนื่องจากตั้ง ราคาสินค้าตามราคาตลาดแต่ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก และคุณภาพไม่คู่แข่ง

2. คำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าชุมชนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะจง การสังเกตการณ์ มาวิเคราะห์เพื่อคำนวณ ต้นทุน และการกำหนดราคา สรุปผลได้ว่า

เส้นมดขี้มอดต้นทุน 160.71 บาท/ตัว ราคาสินค้า 250 บาท/ตัว ซากกระเจี๊ยบต้นทุน 63.30 บาท/ กล่อง ราคาสินค้า 159 บาท/กล่อง ครีมนวดกระชับสัดส่วนต้นทุน 271.91 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 500 บาท/กล่อง มันทอดรสคาราเมลต้นทุน 106.94 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 160 บาท/กล่อง มีดพกต้นทุน 814.18 บาท/กล่อง ราคาสินค้า 1,200 บาท/กล่อง

3. วิเคราะห์จุดคุ้มทุนสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อำเภอดง จังหวัด นครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะจง การสังเกตการณ์ มาวิเคราะห์เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุน สินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สรุปผลได้ว่า

เสื่อม้าย้อม จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 3,497.65 บาท ซากระเจี๊ยบ จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 5,515.40 บาท ครีมนวดกระชับสัดส่วน จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 633.07 บาท มันทอดรสคาราเมล จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 306.73 บาท และมีตพก จุดคุ้มทุนปริมาณการขาย 1,579.74 บาท

อภิปรายผล

จากการศึกษา “การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอฉวาง จังหวัด นครศรีธรรมราช เพื่อการบริหารจัดการต้นทุนและความสามารถในการทำกำไร” นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน คำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ไม่ครบทุกประเภท โดยเฉพาะ ค่าแรงงานทางตรง เนื่องจาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคิดว่าเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และเป็นการช่วยเหลือกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ กิ่งกนก รัตนมณีและคณะ (2560) การศึกษาการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตรัง ผลการวิจัยพบว่า รายการต้นทุนส่วนใหญ่ที่ทางกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ไม่ได้นำมาคำนวณรวมเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีต้นทุนเต็มได้แก่ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตประเภท ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และสอดคล้องกับสุพะยอม นาจันทร์และคณะ (2550) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านชุมพอ ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเมือง จังหวัด สงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตจะไม่มีการนำค่าแรงงานทางตรงมาคำนวณเนื่องจากใช้แรงงานตนเอง ไม่มีการจ้างแรงงานภายนอก มีต้นทุนเพียงชนิดเดียวคือ ค่าวัตถุดิบทางตรง และศิริดา นวลประดิษฐ์(2561) การพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีและการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนข้าวสังข์ หยต : กรณีศึกษาบ้านเขากลาง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุงพบว่า วิสาหกิจชุมชน ยังขาดระบบการคิด ต้นทุน และต้นทุนส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นต้นทุนผันแปรมากกว่าต้นทุนคงที่

ข้อเสนอแนะ

1. วิสาหกิจชุมชน ไม่มีการจดบันทึกบัญชี ไม่ว่าจะรับ-จ่าย ต้นทุน ทำให้ไม่สามารถทราบต้นทุน และรายได้ที่ถูกต้องได้ หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล ควรติดตามและส่งเสริมการจัดทำบัญชีรับ-จ่าย ควบคุมสินค้าคงเหลือ อย่างต่อเนื่อง

2. สำหรับแนวทางในการบริหารต้นทุน จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และร่วมสังเกตการณ์ในการกระบวนการผลิตสินค้าต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการบริหารต้นทุนในภาพรวม ดังนี้(1) กลุ่มผู้ผลิตควรทำการวิเคราะห์ Value Chain ในภาพรวมเพื่อจะได้พิจารณาถึงกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ว่ามีกิจกรรมอะไรบ้าง และนำระบบต้นทุนฐานกิจกรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารต้นทุน โดยทำการวิเคราะห์ว่ากิจกรรมใดบ้างที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าและกิจกรรมใดที่ต้นทุนสูงเกินความจำเป็น ซึ่งเป็นข้อมูลให้ผู้ผลิตก็ทำการควบคุมและลดต้นทุนของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) เทคนิคการบริหารต้นทุนวิธีการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) มาประยุกต์ใช้ โดยในกระบวนการผลิตพนักงานทุกคนจะต้องควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงหรือเกินความต้องการลูกค้า เพื่อการดำรงอยู่และการแข่งขันขององค์กร ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และเป็นการพัฒนาพนักงานให้มุ่งมั่นและทุ่มเทในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งต่อไปควรนำแนวคิดเรื่องต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity – Based Costing : ABC) ในการคำนวณต้นทุน



บรรณานุกรม

- กึ่งกนก รัตนมณี และคณะ. 2560. การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดตรัง. วารสารการจัดการสมัยใหม่ 15(1): 75-84.
- เกษมณี การินทร์, รพีวรรณ อุดรินทร์, และกนกเกล้า แก้วเกล้า. 2561. การศึกษาต้นทุนทางการเงินที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม ระดับ 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์, น.1211-1228. ในการประชุมระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 9 วิจัยและนวัตกรรมเพื่อสังคม, อยุธยา.
- เฉลิมขวัญ คุรุบัญญัติ. 2555. การเงินธุรกิจ. บริษัท วี.พรีนท์ (1991) จำกัด, กรุงเทพฯ.
- ดวงมณี โกมารทัต. 2555. การบัญชีต้นทุน. พิมพ์ครั้งที่ 14. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ธานินทร์ ไชยเย็น. 2553. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองตาไก่ จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี 9(19): 51-61
- ทศพร ไชยประคอง และปฐมชัย กรเลิศ. มปป. การศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองไผ่ ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ 28(1): 71-83.
- เบญจมาศ อภิสสิทธิ์ภิญโญ. 2555. การบัญชีบริหาร. บริษัท ส. เอเชียเพรส (1989) จำกัด, กรุงเทพฯ. (พิชนิจ เนาพันธ์, 2555, หน้า 6-8).
2555. การบัญชีต้นทุน. พิมพ์ครั้งที่ 14. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พรรณนิภา รอดวรรณะ. 2556. การบัญชีต้นทุนและหลักกระบวนการ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เพชรไพโรจน์ อุปปิงและคณะ. 2559. การเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, น. 331-342. โปรแกรมวิชาการบัญชี สาขาการบริหารธุรกิจคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ภาวณิย์ ธนาอนวัช. 2563. การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลนางรำ อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 9(1) :47-56
- ราชกิจจานุเบกษา. 2562. คำแถลงนโยบายของ คณะรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา วันพฤหัสบดีที่ 25 กรกฎาคม 2562. แหล่งที่มา: http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/E/186/T_0001.PDF, 1 ตุลาคม 2562.
- ลำไย มากเจริญ. 2551. การบัญชีเพื่อการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท ทริปปิเล็ กรุ๊ป จำกัด, กรุงเทพฯ.
- วิจิตรา พูลเพิ่มทรัพย์. 2547. หลักการบัญชีต้นทุน. พิมพ์ครั้งที่ 5. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริดา นวลประดิษฐ์. 2561. การพัฒนาระบบการจัดการทำบัญชีและการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการบริการของวิสาหกิจชุมชนข้าวสังข์หยด กรณีศึกษาบ้านเขากลาง อำเภอกวนขนุน จังหวัดสงขลา. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยทักษิณ

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด, กรุงเทพฯ.
- สุพะยอม นาจันทร์, ปทุมพร หิรัญสาลี, จุไรรัตน์ ทองบุญชู, วรกร ภูมิวิเศษ, และลักขณา ดำชู 2561. ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านชุมพอ ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา, น.923-939 ในการประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่2. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา,สงขลา
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. มปป. การบัญชีบริหาร. สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล, กรุงเทพฯ.
- สลักฤทัย สัมฤทธิ์. 2554. การบริหารต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา. วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 5(1): 116-125.
- สำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. มปป. ความหมายวิสาหกิจชุมชน. แหล่งที่มา: <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm>, 1 ตุลาคม 2562.
- สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. 2561. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580 (ฉบับย่อ). แหล่งที่มา: https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf, 1 มีนาคม 2562.
- สุปราณี ศุกระเศรณี, ศุภสิน สุริยะ, อำนาจ รัตนสุวรรณ, และอรรถพล ตรีตานนท์. 2550. การบัญชีบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 5. ห้างหุ้นส่วนจำกัด พิมพ์พรรณการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- อรวรรณ กิจปราษฎ์. 2550. การบัญชีต้นทุน 1. พิมพ์ครั้งที่ 3. โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- อรุณี นุสิทธิ์และคณะ. มปป. การวิเคราะห์ต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนการแปรรูปมะขามของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มมะขามแปรรูปไร่บุญคง ตำบลวังชุมพู่ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 1(2): 31-40.
- อรปวีณ์ เลิศไกรและ กนกพร ศรีปฐมสวัสดิ์. 2560. การบริหารต้นทุนโดยใช้เอปซีในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้. วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 15(2): 1-16.