การวิเคราะห์ต้นทุนและวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากเตยปาหนัน ของชุมชนลุ่มน้ำคลองอู่ตะเภา จังหวัดสงขลา*

THE COST ANALYSIS AND PROFIT PLANNING FOR TOEI PANAN PRODUCTS OF U-TAPAO CANAL COMUNITY, SONGKLA PROVINCE

ระริน เครือวรพันธุ์, สุปราณี วุ่นศรี, สุธีรา ปานแก้ว
Rarin Khuawaraphan, Supranee Wunsri, Suthira Parnkeaw
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
Rajamangala University of Technology Sivijaya
Corresponding Author E-mail: rarin.k@rmutsv.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคา และการวางแผนกำไรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นการผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานเตยปาหนันบ้านหัวนอนวัด อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 22 ราย การวิจัยเชิงปริมาณวิเคราะห์แบบพรรณณาและเชิงคุณภาพวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย วิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต กำหนดราคาขาย การวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น และจุดคุ้มทุน

ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มาจากเตยปาหนัน จำนวน 10 รายการ พบว่า ผลิตภัณฑ์แบบที่ 7 มีต้นทุนการผลิตสูงที่สุด เท่ากับ 337.90 บาท รองลงมาคือแบบที่ 1 เท่ากับ 333.48 บาท และแบบที่ 6 เท่ากับ 332 บาท และผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด คือแบบที่ 2 เท่ากับ 201.62 บาท อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นเมื่อตั้งราคาขายโดยใช้ต้นทุนเป็นฐาน พบว่า ผลิตภัณฑ์แบบที่ 3 มีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นสูงที่สุด เท่ากับ ร้อยละ 48.54 รองลงมาเป็นแบบที่ 4 ร้อยละ 48.33 และแบบที่ 6 ร้อยละ 47.43 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ให้อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นน้อยที่สุดคือแบบที่ 8 ร้อยละ 36.21 และผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พบว่า ผลิตภัณฑ์แบบที่ 7 มีจุดคุ้มทุนน้อยที่สุดเท่ากับ 15.88 หน่วยต่อเดือน รองลงมาเป็นแบบ

*Received September 19, 2023; Revised November 7, 2023; Accepted November 13, 2023

ที่ 1 จุดคุ้มทุน เท่ากับ 16.45 หน่วยต่อเดือน และแบบที่ 9 จุดคุ้มทุนเท่ากับ 16.73 หน่วยต่อเดือน ผลิตภัณฑ์ที่มีจุดคุ้มทุนสูงที่สุด คือ แบบที่ 8 เท่ากับ 26.09 หน่วยต่อเดือน
คำสำคัญ: ต้นทุน; กำไร; ผลิตภัณฑ์จากเตยปาหนัน

Abstract

This research article aims to analyze the production costs, pricing strategies, and profit planning of community enterprise groups. The research methodology comprised a combination of quantitative research utilizing questionnaires and qualitative research employing structured interviews as a means for conducting in-depth interviews and small group meetings. The research participants consisted of members of the Ban Hua Non-Wat Toei Panan basketry community enterprise in Bang Klam District, Songkhla Province, with a purposive sample of 22 individuals selected. The quantitative research focuses on a descriptive analysis, while the qualitative data were subjected to content analysis. This involved a comprehensive examination of production cost data, the determination of appropriate selling prices, and a thorough analysis of initial profit margins and the break-even point.

The research outcomes revealed that among the 10 newly introduced products by Toey Panan, product type 7 incurred the highest production cost, totaling 337.90 baht. This was closely followed by product type 1, with production costs amounting to 333.48 baht, and product type 6 with production costs of 332 baht. On the other hand, the product with the most cost-effective production was found to be type 2, with production costs totaling 201.62 baht. In the calculation of the initial profit ratio, where the cost served as the foundation for setting the selling price, it was evident that product type 3 achieved the highest gross profit ratio at 48.54 percent. Following closely behind were product type 4 with a ratio of 48.33 percent and product type 6 with a ratio of 47.43 percent. Conversely, product type 8 recorded the lowest initial profit ratio at 36.21 percent. The analysis of the break-even point revealed that product type 7 has the most favorable position with the lowest break-even point, requiring only 15.88 units per month to cover costs. Following closely is product type 1, with a break-even point of 16.45 units per month, and product type 9, which required 16.73 units per month

to break even. In contrast, product type 8 presented the highest break-even point, necessitating 26.09 units per month to reach the break-even stage.
Keywords: Cost; Profit; Product from Toei Panan

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ในชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำคลองอู่ตะเภา ของตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากทรัพยากรธรรมชาติบริเวณลุ่มน้ำ คือ เตยปาหนันหรือเตยหนาม ในชุมชนตำบลแม่ทอม มีทั้งสิ้น 6 หมู่บ้าน มีการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อจัดตั้งลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภายใต้ชื่อวิสาหกิจชุมชนจักสานเตยปาหนันบ้านหัวนอนวัด เมื่อปี พ.ศ. 2559 ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 22 ราย วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อนำทรัพยากรเตยปาหนันที่มีในท้องถิ่นมาสร้างเป็นเครื่องจักสานเพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม และถ่ายทอดภูมิปัญญาการจักสานเตยปาหนันไม่ให้สูญหาย

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาทางกลุ่มประสบปัญหาในด้านการขาย มีการส่งคืนสินค้าจากลูกค้า เนื่องจากสินค้าและคุณภาพไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ รวมถึงกลุ่มลูกค้าจำกัดเพียงบางกลุ่ม ไม่สามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย จึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 10 รายการ โดยใช้คำเสนอแนะของลูกค้าในท้องตลาดมาเป็นแนวทางเพิ่มยอดขายในปัจจุบัน

ภาพที่ 1 ต้นเตยปาหนัน

ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม

ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์แบบใหม่

หลังจากเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างยอดขายได้จำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์แบบเก่าที่เคยจำหน่าย แต่เมื่อวิเคราะห์ถึงจำนวนเงินสดคงเหลือทำให้ทราบว่า รายได้ที่ได้รับไม่เพียงพอกับรายจ่าย หรือที่เรียกว่า เกิดยอดขายแต่ไม่เกิดกำไร แนวทางสำคัญในการสร้างกำไร คือรายได้ต้องมากกว่ารายจ่าย โดยการกำหนดราคาขายโดยใช้ต้นทุน (Cost) เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำบวกด้วยกำไร ราคาสินค้าจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับต้นทุนว่าสูงหรือต่ำ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2562) ซึ่งที่ผ่านมาทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการตั้งราคาขายโดยใช้ราคาต่ำเพื่อดึงดูดลูกค้าและเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยไม่ได้นำต้นทุนการผลิตมาเป็นฐานของการตั้งราคา เป็นผลให้มีรายได้ไม่พอจ่ายปันผลคืนแก่สมาชิก

หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาขายจำเป็นต้องวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ซึ่งหมายถึงต้นทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการผลิต มูลค่าของต้นทุนของสินค้าที่เกิดจากการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่าย โดยทั่วไปจะแบ่งเป็นต้นทุนทางตรง (Direct Cost) 2 ชนิด คือ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost) 1 ชนิด คือ ค่าใช้จ่ายในการผลิต สำหรับการกำหนดราคาสินค้าจะต้องพิจารณาผลระยะยาวและหลักการที่สำคัญของการกำหนดราคาจะต้องสามารถทำให้มีกำไรเพียงพอคุ้มกับต้นทุน (พรรณนิณิภา รอดวรรณะ, 2560) ในการกำหนดราคาสินค้ามาตรฐานมีหลักการอยู่ 2 วิธี คือ วิธีต้นทุนเต็ม (Absorption Approach) และวิธีกำไรส่วนเกินหรือวิธีต้นทุนผันแปร (Contribution Approach) โดยทั้ง 2 วิธีจะใช้แนวทางที่คล้ายคลึงกัน คือ ต้นทุนบวกส่วนเพิ่ม (Cost -plus Pricing) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563) ดังนั้นหากทางกลุ่มได้มีการกำหนดราคาขายโดยใช้ต้นทุนเป็นฐานจะส่งผลให้สามารถวางแผนกำไร ทราบอัตรากำไรเบื้องต้น ตลอดจนนำแนวทางการผลิตและการขายโดยใช้จุดคุ้มทุนมาเป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคา และการวางแผนกำไรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเตยปาหนันบ้านหัวนอนวัด อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ

2. ประชากร

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนจักสานเตยปาหนันบ้านหัวนอนวัด อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากจำนวนทั้งหมดของกลุ่มประชากร จำนวน 22 ราย โดยใช้ประชากรทั้งหมด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลการกำหนดราคาและความคาดหวัง เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ คือ รูปแบบการตั้งราคา การคิดต้นทุนสินค้าโดยรวมค่าวัตถุดิบทางตรง การคิดต้นทุนสินค้าโดยรวมค่าแรงงานทางตรง การคิดต้นทุนสินค้าโดยรวมค่าใช้จ่ายในการผลิต การคิดต้นทุนสินค้าโดยรวมต้นทุนค่าเสียโอกาส วัตถุประสงค์ของการตั้งราคาขาย และความคาดหวังกำไร

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย ข้อมูลต้นทุนการผลิต สำหรับต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากเตยปาหนัน จำนวน 10 รายการ เพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต และต้นทุนค่าเสียโอกาส และข้อคิดเห็นเพื่อข้อเสนอแนะ ในการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งเมื่อได้รับคำแนะนำแล้วนำกลับมาแก้ไขในจุดที่ยังบกพร่อง คำถามมีค่าความเที่ยงตรง เท่ากับ 0.86 และนำส่งคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ตามหลักเกณฑ์การสร้างเครื่องมือ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เกี่ยวกับการกำหนดราคา ความคาดหวัง และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เกี่ยวกับต้นทุนการผลิต การวางแผนกำไร และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์ข้อมูลการกำหนดราคา และความคาดหวัง

5.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา วิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคา จุดคุ้มทุน และอัตราส่วนกำไรเบื้องต้น ดังนี้

5.2.1 การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย (ดวงมณี โกมารทัต, 2559) ต้นทุนการผลิต = วัตถุทางตรง + ค่าแรงงานทางตรง + ค่าใช้จ่ายในการผลิต

5.2.2 การกำหนดราคาขาย (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557) ราคาขาย = ต้นทุนการผลิต + (อัตราการบวกเพิ่ม x ต้นทุนการผลิต)

5.2.3 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557)

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกิน}}$$

5.2.4 การวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น (อัจฉรา จันทร์ฉาย และศิพัตม์ ไตรอุโฆษ, 2562)

$$\text{อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น} = \frac{\text{รายได้} - \text{ต้นทุนขาย}}{\text{ขาย}}$$

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาขาย การวางแผนกำไรและการบริหาร ใช้การวิเคราะห์สังเคราะห์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยายและสรุปผล

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคา และการวางแผนกำไรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเตยปาหนันบ้านหัวนอนวัด อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยประยุกต์โดยศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาขาย และการวางแผนกำไร ตลอดจนศึกษาความสามารถของกลุ่มผลิตเกี่ยวกับระบบต้นทุนการผลิตและการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อนำแนวทางการบริหารต้นทุนที่เหมาะสมเพื่อแก้ปัญหาการขาดทุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการกำหนดราคาขายและความคาดหวังของกลุ่ม

ตารางที่ 1 การกำหนดราคาขายและความคาดหวังของกลุ่ม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การคิดต้นทุนสินค้าการผลิตได้รวมค่าวัตถุดิบทางตรง		
รวมค่าวัตถุดิบทางตรง	15	68.18
ไม่รวมค่าวัตถุดิบทางตรง	7	31.81
การคิดต้นทุนสินค้าการผลิตได้รวมค่าแรงงานทางตรง		
รวมค่าแรงงานทางตรง	0	0
ไม่รวมค่าแรงงานทางตรง	22	100
การคิดต้นทุนสินค้าการผลิตได้รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต		
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	16	72.73
ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	6	27.27
การคิดต้นทุนสินค้าการผลิตได้รวมต้นทุนค่าเสียโอกาส		
รวมต้นทุนค่าเสียโอกาส	0	0
ไม่รวมต้นทุนค่าเสียโอกาส	22	100
วัตถุประสงค์ของการตั้งราคาขาย		
มุ่งกำไร	10	45.45
มุ่งยอดขาย	12	54.54
อื่น ๆ	0	0
ความคาดหวังกำไร		
ร้อยละ 50	18	81.81
ร้อยละ 100	4	18.18
มากกว่าร้อยละ 100	0	0
อื่น ๆ ระบุ	0	0

จากตารางที่ 1 พบว่า ในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มได้นำค่าวัตถุดิบมารวมเป็นต้นทุนการผลิต ร้อยละ 68.18 ไม่มีการนำค่าแรงงานมารวมเป็นต้นทุนการผลิต ร้อยละ 100 นำค่าใช้จ่ายในการผลิตมารวมเป็นต้นทุนการผลิต ร้อยละ 72.73 ไม่มีการนำต้นทุนค่าเสียโอกาสมาคำนวณรวมเป็นต้นทุนการผลิต ร้อยละ 100 การตั้งราคามุ่งหวังยอดขาย ร้อยละ 54.54 โดยวัตถุประสงค์ของการตั้งราคาขาย คือ ยอดขาย ร้อยละ 54.54 และความคาดหวังกำไรในอัตราร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิต ร้อยละ 81.81

2. การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต

ผลิตภัณฑ์	ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย			
	วัตถุดิบทางตรง	ค่าแรงงานทางตรง	ค่าใช้จ่ายในการผลิต	ต้นทุนการผลิตรวม
แบบที่ 1 ขนาด 31 x 30 ซม.	145	150	42.23	333.48
แบบที่ 2 ขนาด 17 x 25 x 9 ซม.	61	100	40.62	201.62

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบทางตรง	ค่าแรงงานทางตรง	ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย ค่าใช้จ่ายในการผลิต	ต้นทุนการผลิตรวม
แบบที่ 3 ขนาด 16 x 5 ซม.	41	150	50.7	242.70
แบบที่ 4 ขนาด 37 x 39 ซม.	160	100	30	290
แบบที่ 5 ขนาด 37 x 21 ซม.	120	100	30	250
แบบที่ 6 ขนาด 43 x 49 ซม.	200	100	32	332
แบบที่ 7 ขนาด 45 x 35 x 6.5 ซม.	145	150	42.30	337.90
แบบที่ 8 ขนาด 29 x 16 x 12 ซม.	80	100	30	210
แบบที่ 9 ขนาด 16 x 20 x 10 ซม.	112	150	63.80	323.80
แบบที่ 10 ขนาด 43 x 49 ซม.	200	100	30	330

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์แบบที่ 7 (ขนาด 45 x 35 x 6.5 ซม.) มีต้นทุนการผลิตรวมสูงที่สุด เท่ากับ 337.90 บาท รองลงมาคือแบบที่ 1 (ขนาด 31 x 30 ซม.) เท่ากับ 333.48 บาท และแบบที่ 6 (ขนาด 43 x 49 ซม.) เท่ากับ 332 บาท และผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด คือ แบบที่ 2 (ขนาด 17 x 25 x 9 ซม.) เท่ากับ 201.62 บาท

3. การวิเคราะห์การกำหนดราคาขายและจุดคุ้มทุน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การกำหนดราคาขายและจุดคุ้มทุน

ผลิตภัณฑ์	การกำหนดราคาขาย		จุดคุ้มทุน	
	โดยกลุ่ม	โดยใช้ต้นทุนการผลิตเป็นฐาน	การกำหนดราคาโดยกลุ่ม	กำหนดราคาโดยใช้ต้นทุนการผลิตเป็นฐาน
แบบที่ 1	450	500.22	22.70	16.45
แบบที่ 2	250	302.43	44.26	24.96
แบบที่ 3	250	364.05	108.30	21.16
แบบที่ 4	300	435	150.00	19.35
แบบที่ 5	290	375	60.00	22.22
แบบที่ 6	350	498	107.14	17.05
แบบที่ 7	450	506.85	22.71	15.88
แบบที่ 8	290	315	33.33	26.09
แบบที่ 9	350	485.70	68.81	16.73
แบบที่ 10	350	495	100.00	17.14
แบบที่ 5	290	375	60.00	22.22

จากตารางที่ 3 พบว่า จุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์เมื่อนำต้นทุนมาเป็นฐานในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์แบบที่ 7 มีจุดคุ้มทุนน้อยที่สุด เท่ากับ 15.88 หน่วยต่อเดือน รองลงมาเป็นแบบที่ 1 เท่ากับ 16.45 หน่วยต่อเดือน และแบบที่ 9 เท่ากับ 16.73 หน่วยต่อเดือน และผลิตภัณฑ์ที่มีจุดคุ้มทุนสูงที่สุด คือ แบบที่ 8 เท่ากับ 26.09 หน่วยต่อเดือน

การวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น

ผลิตภัณฑ์	อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น	
	เมื่อกำหนดราคาโดยกลุ่ม	เมื่อกำหนดราคาโดยใช้ต้นทุนการผลิตเป็นฐาน
แบบที่ 1	25.89	37.05
แบบที่ 2	19.35	40.32
แบบที่ 3	2.92	48.54
แบบที่ 4	3.33	34.83
แบบที่ 5	13.79	43.10
แบบที่ 6	5.14	47.43
แบบที่ 7	24.91	37.54
แบบที่ 8	27.59	36.21
แบบที่ 9	7.49	46.26
แบบที่ 10	5.71	47.14

จากตารางที่ 4 พบว่า ในการกำหนดราคาขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งไม่ได้นำต้นทุนมาเป็นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นสูงที่สุดคือ แบบที่ 8 เท่ากับร้อยละ 27.59 รองลงมาเป็นแบบที่ 1 เท่ากับร้อยละ 25.89 และแบบที่ 7 เท่ากับร้อยละ 24.91 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ให้อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นน้อยที่สุดคือ แบบที่ 3 เท่ากับร้อยละ 2.92

เมื่อกำหนดราคาขายโดยใช้ต้นทุนเป็นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นสูงที่สุด คือ แบบที่ 3 เท่ากับร้อยละ 48.54 รองลงมาเป็นแบบที่ 6 เท่ากับร้อยละ 47.43 และแบบที่ 10

เท่ากับร้อยละ 47.14 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ให้อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นน้อยที่สุดคือผลิตภัณฑ์แบบที่ 4 ร้อยละ 34.83

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการตั้งราคาขายของทางกลุ่มใช้ราคาต่ำเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยไม่ได้นำต้นทุนการผลิตมาเป็นฐานของการตั้งราคา ทั้งนี้รูปแบบการตั้งราคาขายมี 3 ประเภท ได้แก่ การมุ่งกำไร มุ่งยอดขาย และอื่น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2562) ซึ่งหากมีการนำข้อมูลต้นทุนมาวิเคราะห์จะสามารถวางแผนการขายและสร้างผลกำไรนำไปสู่การจ่ายคืนเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มได้ สอดคล้องกับการศึกษาของทิพวรรณ รัตนพรหม และคณะ (2565) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กล่องซิปรอบจากกระจูดรายา: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กระจูดบ้านพรุกาบแดง จังหวัดนราธิวาส เพื่อการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม โดยใช้การตั้งราคาโดยนำต้นทุนมาเป็นฐานในการตั้งราคา

1.1 จากการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเตยปาหนันหัวนอนวัดกำหนดราคาขายโดยไม่ได้นำข้อมูลต้นทุนการผลิตมาเป็นฐาน เนื่องจากการไม่จัดทำบัญชีจึงไม่ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง สอดคล้องกับการศึกษาของผกามาศ บุตรสาล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ชุมชนบ้านมาบสมอ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งพบว่า ในการวางแผนกำไรของกิจการจำเป็นต้องทราบต้นทุนของผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปใช้กำหนดราคาขายได้อย่างเหมาะสม และการศึกษาของภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) เรื่อง การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน ได้ศึกษาวิเคราะห์ระบบต้นทุนการผลิต กำหนดราคาขายที่เหมาะสม เพื่อหาแนวทางในการบริหารต้นทุนและการวางแผนกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกำหนดราคาขายใช้วิธีกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ศักยภาพการทำระบบบัญชี ต้นทุนของกลุ่มทำได้แต่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชีและไม่ครบถ้วน ดังนั้น หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเตยปาหนันมีการบันทึกรายการ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตทางกลุ่มจะสามารถนำข้อมูลต้นทุนมาเป็นฐานในการตั้งราคาขาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของกิ่งกนก รัตนมณี และคณะ (2560) ได้ศึกษา การศึกษาการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดตรัง พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นควรจะต้องมีศักยภาพในการคำนวณต้นทุนที่ดีที่มีเสถียรภาพ

1.3 ผลิตภัณฑ์จักสานเตยปาหนันที่ออกแบบใหม่ของทางกลุ่มมีจำนวน 10 รายการ มีระดับจุดคุ้มทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ 3 รายการแรก ที่สามารถขายคุ้มทุนเร็ว คือ แบบที่ 7 เท่ากับ 15.88 หน่วยต่อเดือน รองลงมาแบบที่ 1 เท่ากับ 16.45 หน่วยต่อเดือน

และแบบที่ 9 เท่ากับ 16.73 หน่วยต่อเดือน หมายความว่า หากสามารถขายได้มากกว่าจุดคุ้มทุน ส่วนที่เกินจุดคุ้มทุนคือกำไรนั่นเอง (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557)

1.4 ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มที่คุ้มทุนช้า 3 รายการแรก คือ แบบที่ 8 เท่ากับ 26.09 หน่วยต่อเดือน รองลงมาเป็นแบบที่ 2 เท่ากับ 24.96 หน่วยต่อเดือน และแบบที่ 5 เท่ากับ 22.22 หน่วยต่อเดือน หมายความว่า ทางกลุ่มต้องเพิ่มปริมาณการขายมากกว่าผลิตภัณฑ์แบบอื่นจึงจะคุ้มทุน หากขายได้ช้าต้องแบกภาระค่าใช้จ่ายคงที่ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ (พรรณนิภา รอดวรรณะ, 2560)

1.5 ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มที่มีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นสูงที่สุด 3 รายการ เรียงตามลำดับโดย แบบที่ 3 ร้อยละ 48.54 รองลงมาเป็นแบบที่ 6 ร้อยละ 47.43 และแบบที่ 10 ร้อยละ 47.14 ซึ่งในการวางแผนกำไรจากการดำเนินงานจำเป็นต้องนำอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นมาเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน (ระริน เครือวรพันธุ์, 2560)

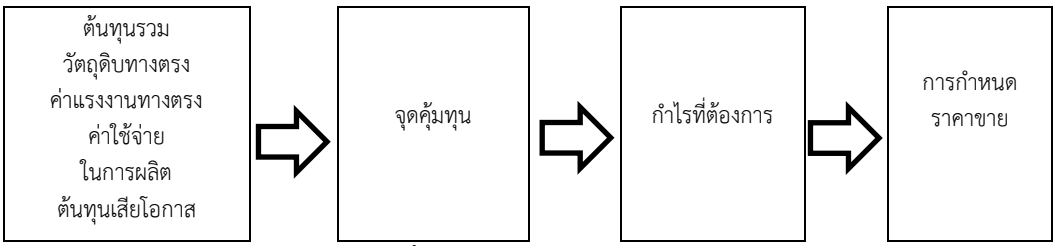
1.6 ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มที่มีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นน้อยที่สุด 3 รายการ แบบที่ 4 ร้อยละ 34.83 แบบที่ 8 ร้อยละ 36.21 และแบบที่ 1 ร้อยละ 37.05 ในกรณีทางกลุ่มมีกำลังการผลิตจำกัด หรือข้อจำกัดในกระบวนการผลิตจำเป็นต้องจัดลำดับการผลิตให้เหมาะสม

1.7 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ให้อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นน้อยที่สุด คือ แบบที่ 4 เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต พบว่า มีต้นทุนการผลิตรวมเท่ากับ 290 บาท ทางกลุ่มได้ตั้งราคาขาย 300 บาท ซึ่งมีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้นเท่ากับ ร้อยละ 3.33 แต่เมื่อมีการนำต้นทุนมาเป็นฐานราคาขายเท่ากับ 435 บาท มีอัตราส่วนกำไรเบื้องต้น ร้อยละ 34.83

1.8 การทราบอัตราส่วนกำไรเบื้องต้น และจำนวนขาย ณ จุดคุ้มทุน จะสามารถวางแผนการผลิต สามารถจัดลำดับการผลิตเพื่อวางแผนกำไรต่อไป

องค์ความรู้จากการวิจัย

ก่อนกำหนดราคาขายทุกครั้งต้องมีการคำนวณต้นทุนการผลิตเสียก่อน โดยต้นทุนขายนั้นต้องคำนวณจากต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่งจะต้องคำนึงถึงต้นทุนที่เป็นตัวเงินและต้นทุนเสียโอกาสทุกตัว เมื่อทราบต้นทุนการผลิตจะสามารถตั้งกำไรตามเป้าหมาย และจำนวนขาย ณ จุดคุ้มทุนได้



ภาพที่ 4 องค์ความรู้จากการวิจัย

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ซึ่งเป็นจุดการดำเนินงานที่กิจการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ซึ่ง ณ จุดการดำเนินงานนี้จะมีกำไรรวมอยู่ด้วย การวางแผนการดำเนินงานโดยใช้จุดคุ้มทุน จะเป็นการกำหนดปริมาณขายหากมีการขายสูงกว่าจุดคุ้มทุนจะทำให้การดำเนินงานได้รับผลกำไร

การวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ของต้นทุนขายต่อรายได้หรือยอดขาย ให้ผลลัพธ์เฉพาะส่วนของกำไรจากการผลิต ทั้งนี้ต้องมียอดขายสุทธิและต้นทุนสินค้าที่ขาย หากมีการขายผลิตภัณฑ์หลายชนิดกลุ่มต้องมีการบันทึกเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรายได้และต้นทุนขายในแต่ละรอบเพื่อนำมาวิเคราะห์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัยพบว่า ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรูปแบบการตั้งราคาขายแบบมุ่งหวังยอดขาย ไม่ได้พิจารณาถึงผลกำไร จึงทำให้ไม่มีผลกำไรเพียงพอมาจัดสรรให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ดังนั้นจึงควรตั้งราคาขายแบบมุ่งกำไรมากกว่ายอดขาย เพื่อให้สามารถจัดสรรผลกำไรคืนแก่สมาชิกได้

2. จากผลการวิจัยพบว่า ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีกำหนดราคาขายโดยไม่ได้นำข้อมูลต้นทุนการผลิตมาเป็นฐาน ดังนั้น ควรมีการตั้งราคาขายโดยใช้ต้นทุนการผลิตเป็นฐานเพื่อให้สามารถวางแผนกำไรตามที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมทักษะให้ความรู้เกี่ยวกับจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายให้แก่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการตั้งราคาขาย การบริหารต้นทุนของผลิตภัณฑ์

3. ประธานกลุ่มวิสาหกิจควรปลูกฝังให้สมาชิกจัดทำบัญชีบัญชีรายรับ รายจ่ายอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ รวมถึงวิธีการต่าง ๆ ที่จะช่วยส่งผลให้มีการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์มากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่ม เพื่อสามารถนำผลที่ได้มากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานบ้านหัวนอนวัดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิ่งกนก รัตนมณีและคณะ. (2560). การศึกษาการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดตรัง. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 15(1), 75-84.

ดวงมณี โกมารทัต. (2559). *การบัญชีต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิพวรรณ รัตนพรหม และคณะ. (2565). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กล่องชิปรอบจากกระจูดรายา : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กระจูด บ้านพรุกาบแดง 110/1 หมู่ที่ 7 ตำบลไพรวัน อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาสเพื่อการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ผกามาศ บุตรสาล. (2565). การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ของชุมชนบ้านมาบสมอ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 16(3), 111-123.

พรรณนิณิภา รอดวรรณะ. (2560). *การบัญชีต้นทุน : หลักและกระบวนการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (2563). การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนาร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 9(1), 47-56.

ระริน เครือวรพันธุ์. (2560). *การรายงานและวิเคราะห์งบการเงิน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดี้ยนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2562). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แมคกรอฮิล (ประเทศไทย).

อัจฉรา จันทร์ฉาย และศิพัตม์ ไตรอุโฆษ. (2562). *การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.