

การใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนเพื่อการวางแผนกำไร: ผลผลิตจากสมุนไพร

กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Use of Cost Accounting Information for Profit Planning: Herbal Products of the Pak Chan Community Enterprise in Nakhon Luang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ภาวินีย์ ธนาอนวัช (Pawinee Thanaanawat)^{1*}ดวงรัตน์ โพธิ์เงิน (Duangrat Phongoen)²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาขาย วิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรผลผลิตจากสมุนไพรให้กับกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก (Deep interview) กลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 20 คน และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการจัดประชุมกลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขาย วิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไร ในรูปแบบการคำนวณทางการบัญชี

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่นมีผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรประกอบด้วย น้ำมันเขียว บาล์มสมุนไพร น้ำมันโพล ยาต้มสมุนไพร ลักษณะการขายเป็นการขายปลีก ไม่มีรูปแบบในการจัดทำบัญชี และไม่สามารถวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยตามหลักการบัญชีได้ กำหนดราคาขายเองตามความเหมาะสมและไม่มีการวางแผนกำไร จากการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์พบว่า น้ำมันเขียวมีต้นทุน 24.53 บาท/หน่วย บาล์มสมุนไพรมีต้นทุน 29.79 บาท/หน่วย น้ำมันโพลมีต้นทุน 36.60 บาท/หน่วย ยาต้มสมุนไพรมีต้นทุน 20.92 บาท/หน่วย การกำหนดราคาขายกำหนดจากต้นทุนส่วนเพิ่มที่ 50% ได้ราคาขายที่เหมาะสมคือ 35,50.50 และ 35 ตามลำดับ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนพบว่า ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุนจากสมุนไพรทั้ง 4 ชนิดเท่ากับ 124 หน่วยคิดเป็นเงิน 5,236.83 บาท การวางแผนกำไร ทางกลุ่มต้องการกำไรตามเป้าหมาย 100 % ของต้นทุนผลิตภัณฑ์ จึงต้องวางแผนการขายให้ได้ 520 หน่วย หรือยอดขายเท่ากับ 21,993.04 บาท เพื่อให้ได้กำไรตามเป้าหมาย 5,660.25 บาทหรือได้กำไร 100 %

คำสำคัญ: บัญชีต้นทุน การวางแผนกำไร ผลผลิตจากสมุนไพร ข้อมูลทางการบัญชี

Abstract

This study aimed to analyze product costs, set selling prices, evaluate break-even points, and plan profits for herbal products produced by the Pak Chan Community Enterprise in Nakhon Luang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research employed a participatory action research design and in-depth interviews. The sample group consisted of 20 Pak Chan Community Enterprise

¹สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา (Department of Accounting, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University) E-mail: pawinee@aru.ac.th

² สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

(Department of Accounting, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University) E-mail: duangrat@aru.ac.th.

*Corresponding author: duangrat@aru.ac.th.

members, selected through purposive sampling. Research tools included interviews, observation, and focus group discussions. Data were analyzed qualitatively through in-depth interviews and quantitatively by calculating product costs, selling prices, break-even points, and profit planning using accounting methods.

The findings revealed that the Pak Chan Community Enterprise produces herbal products, including green oil, herbal balm, plai oil, and herbal inhalers. Sales are conducted on a retail basis without a formal accounting system, making it challenging to analyze unit costs based on accounting principles. Selling prices were determined arbitrarily without profit planning. The cost analysis indicated unit costs of 24.53 THB for green oil, 29.79 THB for herbal balm, 36.60 THB for plai oil, and 20.92 THB for herbal inhalers. By applying a 50% markup on costs, the recommended selling prices were 35 THB, 50 THB, 50 THB, and 35 THB, respectively. The break-even analysis showed that the sales volume required to break even for all four products was 124 units, equivalent to revenue of 5,236.83 THB. To achieve a target profit of 100% of the product costs, the group must sell 520 units, generating sales of 21,993.04 THB to attain the desired profit of 5,660.25 THB, reflecting a 100% profit margin.

Keywords: Cost Accounting, Profit Planning, Herbal Products, Accounting Information

วันที่รับบทความ : 25 ธันวาคม 2567 วันที่แก้ไขบทความ : 31 มีนาคม 2568 วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 24 เมษายน 2568

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะยาว สามารถช่วยสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับชุมชนและประเทศชาติ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) มีเป้าหมายหลักที่สำคัญอย่างหนึ่งคือมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม มุ่งลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งในเชิงรายได้พื้นที่ ความมั่งคั่ง และการแข่งขันของภาคธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ในสถานะที่ธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงและการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการต้นทุน การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สำคัญมีความซับซ้อนและต้องอาศัยข้อมูลที่ถูกต้อง และการวางแผนกำไรยังเป็นกระบวนการที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถตั้งเป้าหมายกำไรและพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสามารถแข่งขันในตลาดได้และสร้างกำไรได้อย่างยั่งยืน ธุรกิจสมุนไพรในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญในตลาดสุขภาพ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้น และมีความตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ต้องการหลีกเลี่ยงผลข้างเคียงจากยาที่ผลิตจากสารเคมี ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรจึงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568) เปิดเผยว่าธุรกิจสมุนไพรไทย 5 ปีเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มขายปลีก/ขายส่งสมุนไพรที่มีผู้เล่นในตลาดสูงสุด 15,060 รายรองลงมา กลุ่มผลิต/แปรรูป 1,778 ราย และกลุ่มเพาะปลูก 1,504 ราย มูลค่าตลาดรวมปี 2566 อยู่ที่ 8.72 แสนล้านบาท กำไรรวม 2.75 หมื่นล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก 17,224 ราย หรือ 93.90 % ธุรกิจสมุนไพรจึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการรายเล็กของไทยสามารถเข้าแชร์ส่วนแบ่งทางการตลาดและมีโอกาสทำกำไรได้มาก อนาคตกระแสสุขภาพของผู้คนทั่วโลกยังได้รับความนิยมส่งผลให้ตลาดและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเติบโตตามขึ้นไปด้วย ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายสมุนไพรจำเป็นต้องมีการวางแผนการดำเนินงานที่เหมาะสม โดยเฉพาะการวางแผนทางการเงินและการจัดการต้นทุนเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ การนำข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนมาใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนกำไรและการตัดสินใจทางธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะผู้วิจัยเป็นบุคลากรในสถาบันการศึกษาที่มีการดำเนินการกิจหลักที่สำคัญตามยุทธศาสตร์ คือ การพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชโบาย ระยะเวลา 20 ปี(พ.ศ.2560 – 2571) จากการลงพื้นที่บริการวิชาการ อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยพบปัญหากลุ่มผู้ผลิตชุมชนยังขาดความรู้ทางด้านบัญชีในเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อนำมากำหนดราคาขายที่เหมาะสม ทำให้ผู้วิจัยมีความตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงทำให้มีความสนใจทำการวิจัยเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขายที่เหมาะสม การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเพื่อนำมาวางแผนกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้ผลิตได้ทราบถึงต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง มีการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม มีการคำนวณจุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไร เพื่อให้กลุ่มอาชีพสามารถใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนเพื่อการวางแผนกำไร นำไปสู่การพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์และกำหนดราคาขายให้กับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรให้กับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่องนี้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

1.3.1.1 วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.1.2 กำหนดราคาขายที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.1.3 วิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรให้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.3.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ตำบลปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

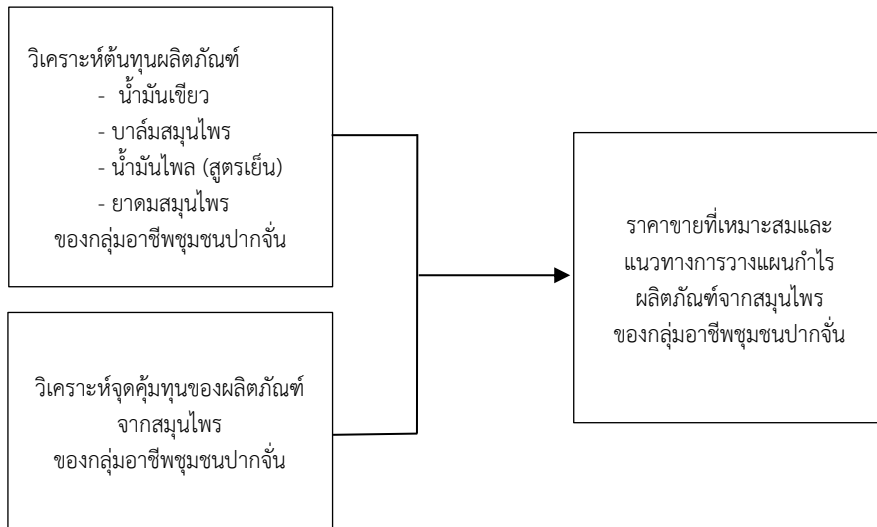
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 20 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3.3 ด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่การศึกษาเฉพาะพื้นที่ตำบลปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เท่านั้น

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

การวิจัยเรื่องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนเพื่อการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี รวบรวมวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต

ต้นทุน หมายถึง ทรัพยากรที่มีมูลค่าวัดได้ด้วยหน่วยเงินตราที่จ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบ สินค้าหรือบริการ โดยวัตถุดิบ สินค้าหรือบริการที่ได้มานี้จะนำไปทำกิจกรรมที่ทำให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์หรือผลตอบแทนในปัจจุบันและอนาคตมากที่สุดโดยต้นทุนที่เกิดขึ้นมีทั้งต้นทุนที่ใช้แล้วหมดไป (Expired Costs) และต้นทุนที่ยังไม่หมดประโยชน์ (Unexpired Costs) (กัญธนา ดิษฐ์แก้ว, 2565)

การจัดแยกต้นทุนเพื่อใช้ในการผลิตมักจะแยกต้นทุนออกเป็น 2 ประเภท คือ (พรเทพ รัตนตรัยภพ, 2561)

2.1.1 ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Manufacturing cost) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) วัตถุดิบทางตรง เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการแปลงสภาพให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป มีทั้งวัตถุดิบทางตรงและวัตถุดิบทางอ้อม สำหรับวัตถุดิบทางอ้อม แม้ว่าจะเป็นวัตถุดิบ แต่จะไม่ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกับวัตถุดิบทางตรง ทั้งนี้เนื่องจากการระบุหาต้นทุนต่อหน่วยสินค้าทำได้ยาก 2) ค่าแรงงานทางตรง เป็นแรงงานที่มีส่วนในการแปลงสภาพจากวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป การจำแนกเพื่อคำนวณค่าแรงต่อหน่วยสินค้าจะต้องไม่ยากหรือมีประโยชน์คุ้มค่า 3) ค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการระบุเพื่อหาต้นทุนต่อหน่วย หรือการจะแยกกว่าต่อหน่วยสินค้ามีค่าใช้จ่ายการผลิตเท่าใด ค่าใช้จ่ายการผลิตอาจมีทั้งค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่และค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร

2.1.2 ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Nonmanufacturing cost) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ค่าใช้จ่ายในการขาย เช่น ค่าโฆษณา ค่าขนส่ง ค่าเดินทางในการขาย ค่านายหน้าการขาย เงินเดือนพนักงานขาย ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้า 2) ค่าใช้จ่ายในการบริหาร เป็นต้นทุนที่รวมถึงการจัดการในเรื่องทั่ว ๆ ไปในกิจการมากกว่าจะเป็นการผลิต เช่น เงินเดือนผู้บริหาร เงินเดือนพนักงานบัญชี ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน ค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมักเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาพรวมขององค์กร (พรเทพ รัตนตรัยภพ, 2561) ลักษณะการเกิดขึ้นของต้นทุนแต่ละชนิดเมื่อระดับกิจกรรม หรือ ปริมาณเปลี่ยนแปลงไปแล้ว จะเห็นได้ว่าต้นทุนบางชนิดไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ยังมีจำนวน

เท่าเดิมไม่ว่าระดับกิจกรรมหรือปริมาณจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ในขณะที่ต้นทุนบางชนิดเปลี่ยนแปลงไปตามระดับกิจกรรมหรือปริมาณที่เปลี่ยนไป การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุนนั้น สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (ศรีสุตา อาชวานันทกุล, 2566) 1) ต้นทุนผันแปร (Variable cost) หมายถึง ต้นทุนที่จำนวนรวมเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับระดับกิจกรรมที่เปลี่ยนไป ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง แรงงานทางตรง ค่าขายหน้าพนักงานขาย 2) ต้นทุนคงที่ (Fixed cost) หมายถึง ต้นทุนจำนวนรวมไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับกิจกรรมที่เปลี่ยนไป ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร ค่าเสื่อมราคาโรงงาน เงินเดือนหัวหน้าคนงาน ค่าเบี้ยประกันภัยสำนักงาน เงินเดือนฝ่ายบริหาร เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคาขาย

ต้นทุนของสินค้าหรือบริการอาจไม่กระทบต่อราคาขายสินค้าและบริการ ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้ ตลาดจะเป็นผู้กำหนดราคาขาย และบริษัทต่างๆจะผลิตสินค้าตามกำลังการผลิตของกิจการและขายในราคาตลาดที่กำหนดไว้เช่นสินค้าด้านเกษตรกรรม แต่ในบางสถานการณ์ต้นทุนของสินค้าหรือบริการจะมีความสำคัญมากในการตั้งราคาขาย เช่น ต้นทุนในการผลิตรถยนต์ เป็นต้น ดังนั้นต้นทุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจตั้งราคาขาย โดยการกำหนดราคาโดยวิธีตามต้นทุน (Cost – Based Pricing) ใช้การบวกเพิ่ม (Markup) เข้าไปกับต้นทุนของผลิตภัณฑ์และบริการ การกำหนดราคาตามวิธีนี้ ต้นทุนที่ใช้เป็นฐาน อาจเป็นต้นทุนเต็ม ต้นทุนผันแปร หรือ ต้นทุนมาตรฐาน การคำนวณราคาขายทำได้ดังนี้ (ไพบูลย์ ผจวงวงศ์, 2561)

$$\text{ราคาขาย} = \text{ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย} + (\text{อัตรากำไรบวกเพิ่ม} \times \text{ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย})$$

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจุดคุ้มทุน

เครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนกำไรได้ คือ การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร หรือเรียกว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนคือ การกำหนดปริมาณขายที่ทำให้รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม หรือกำไรเท่ากับศูนย์ โดยธุรกิจจะไม่มีกำไรหรือขาดทุนเมื่อขายได้ในระดับจุดคุ้มทุน องค์ประกอบสำคัญในการวิเคราะห์คือ ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณขาย และการวางแผนกำไรที่ต้องการในอนาคต (ศศิวิมล มีอำพล, 2560)

2.3.1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยใช้วิธีกำไรส่วนเกิน (The Contribution margin approach) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563) การใช้แนวคิดกำไรส่วนเกินอีกวิธีหนึ่งคือ การใช้สูตรกำไรส่วนเกินในการคำนวณจุดคุ้มทุน เป็นวิธีที่ง่ายและนิยมใช้ค่อนข้างมาก โดยสามารถคำนวณหาจุดคุ้มทุนที่เป็นจำนวนหน่วย หรือ จำนวนเงิน ดังสูตรต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}} \\ \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย} \end{aligned}$$

2.3.2 การวิเคราะห์ส่วนผสมของการขาย (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน – ปริมาณ – กำไร นอกจากหลักการที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น พบว่า การวิเคราะห์เน้นไปที่กิจการจำหน่ายสินค้า หรือบริการเพียงชนิดเดียว แต่อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงกิจการส่วนใหญ่จะมีการผลิตและการจำหน่ายสินค้าหรือบริการมากกว่า 1 ชนิด ซึ่งก็สามารถประยุกต์การวิเคราะห์ CVP ได้เช่นกัน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน กรณีที่กิจการมีสินค้าหรือบริการหลายชนิดนี้ จะต้องวิเคราะห์ภายใต้ข้อสมมติฐานในเรื่องส่วนผสมการขาย (Sales mix) หมายความว่าถึงสัดส่วนการผลิต และสัดส่วนการขาย จะต้องไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาที่ทำการวิเคราะห์ สูตรในการคำนวณจุดคุ้มทุนจึงมีลักษณะดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินเฉลี่ยต่อหน่วย}} \\ \text{จุดคุ้มทุน (บาท)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกินเฉลี่ย}} \end{aligned}$$

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกำไร

การดำเนินงานของธุรกิจจะต้องมุ่งหวังผลกำไรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยปกติผู้บริหารจะเป็นผู้วางนโยบายไว้ว่าต้องการกำไรสำหรับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เท่าใด โดยนำเอาหลักการการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมาพิจารณาด้วยการตั้งราคาโดยการบวกจำนวนเปอร์เซ็นต์จำนวนหนึ่งเข้ากับต้นทุนของสินค้า วิธีนี้เป็นที่นิยมในกิจการค้าและกิจการค้าปลีก การบวกจำนวนเปอร์เซ็นต์นี้จะต้องคำนวณอย่างถี่ถ้วนเพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายทางตรงและค่าใช้จ่ายทางอ้อมแต่ละบวกมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและคู่แข่งด้วย (ศศิวิมล มีอำพล, 2560)

สูตรการวางแผนกำไร

การคำนวณยอดขายเพื่อให้ได้กำไรตามเป้าหมาย กรณีกำหนดเป้าหมายกำไรเป็นจำนวนเงินที่แน่นอนสามารถใช้สมการดังนี้ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563)

$$X = \frac{FC + \text{กำไรที่ต้องการ}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

เมื่อ X = จำนวนหรือปริมาณหน่วยที่ขายและได้กำไรตามที่ต้องการ

FC = ต้นทุนคงที่

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล อริยพิมพ์ (2567) ศึกษาการวิเคราะห์ผลตอบแทนและกำหนดราคาขายการผลิตข้าวเกรียบผักสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนบ้านบะยาว อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ต้นทุนการผลิตเท่ากับ 155.44 บาทต่อกิโลกรัม อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนการผลิตเท่ากับ ร้อยละ 79.48 และอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย เท่ากับร้อยละ 44.28 การกำหนดราคาขายโดยวิธีต้นทุนรวม ราคาขายที่เหมาะสมต้องไม่ต่ำกว่า 156 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งการกำหนดราคาสินค้าจะพิจารณาจากต้นทุนทั้งหมดบวกกำไรที่ต้องการ

นันทนา แจ่มสว่าง และคณะ (2567) ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุน กำหนดราคาขายและผลตอบแทนน้ำยาอเนกประสงค์ของวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำยาอเนกประสงค์ มีต้นทุนการผลิต เท่ากับ 634.80 บาทต่อถัง สามารถนำมาบรรจุขวดขนาด 1 ลิตร ได้จำนวน 12 ขวด ต้นทุนการผลิตเท่ากับ 52.90 บาทต่อขวด กำไรที่ต้องการขั้นต่ำร้อยละ 85 เท่ากับ 44.97 บาทต่อขวด ราคาขายขั้นต่ำของน้ำยาอเนกประสงค์ เท่ากับ 97.87 บาทต่อขวด ทั้งนี้กลุ่มวิสาหกิจจึงกำหนดราคาขายน้ำยาอเนกประสงค์ เท่ากับ 100 บาทต่อขวด ทำให้มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 47.10 บาทต่อขวด

นิรนาท เสนาจันทร์ (2566) ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและจุดคุ้มทุนของธุรกิจปลาร้าบองสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองผือ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ต้นทุนรวมเท่ากับ 4,670.76 บาท ต้นทุนต่อกระปุกเท่ากับ 24.57 บาท ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง 15.68 บาท ค่าแรงงานทางตรง 5.26 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิต 3.63 บาท จุดคุ้มทุน 8 กระปุกต่อรอบ กำไรส่วนเกิน 5.73 บาทต่อกระปุก กำไรรวมเท่ากับ 1,029.24 บาท อัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 18.05 % ผลตอบแทนจากเงินลงทุน 21.81%

Ovchinnikov (2011) กล่าวถึงกลยุทธ์การกำหนดราคาและการผลิตซ้ำของบริษัทที่ตัดสินใจนำเสนอผลิตภัณฑ์พบว่า บริษัทจะดำเนินการผลิตในเงื่อนไขที่กว้างขึ้น การตั้งราคาที่ต่ำลงจะผลิตสินค้าใหม่ในจำนวนที่มากขึ้นซึ่งนำไปสู่การเพิ่มกำไรจากการผลิตได้ถึงสองเท่า

Ompusunggu & Simbolon (2020) พบว่าการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ช่วยตัดสินใจว่าธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ใหม่จะเริ่มมีกำไรในระยะเวลาใด เป็นการคำนวณทางการเงินเพื่อกำหนดจำนวนสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจต้องขายเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 เรื่องเป็นการวางแผนการผลิตและขาย ได้แก่ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน จำนวน 2 เรื่อง การกำหนดราคาและการวางแผนกำไร 3 เรื่อง ประโยชน์ที่จะนำไปใช้มากที่สุดก็คือ แนวทางในคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการกำหนดราคาขาย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต และผู้บริหารที่ต้องการทำการตัดสินใจในด้านต้นทุนและ

ผลตอบแทน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้อย่างหลากหลายในงานวิจัย ประกอบด้วย การสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเป็นผู้ผลิตและขายสินค้าในวิสาหกิจชุมชน รองลงมาเป็นผู้บริหารบริษัท

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง พร้อมใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการจัดกลุ่มเสวนากับผู้บริหารและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ตำบลปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 20 คน การศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกลุ่มอาชีพนี้ มีประชากรขนาดเล็ก จึงใช้ตารางการสุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) จำนวนประชากรมี 20 คน ให้ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาด 19 ผู้วิจัยจึงได้เลือกจำนวนตัวอย่างจากจำนวนสมาชิกในกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งหมด แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขาย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการวางแผนกำไรให้กับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการ 1) วิเคราะห์เอกสาร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนเพื่อการวางแผนกำไรให้กับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร 2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย คำถามแบบปลายปิด (Close – ended question) และคำถามปลายเปิด (Open – ended question) แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 ศักยภาพของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น เกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การกำหนดราคาขายและแนวทางการวางแผนกำไร ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.3.1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

3.3.1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (Deep interview) กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อศึกษาสิ่งดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมันเขียว บาล์มสมุนไพร น้ำมันโพล ยาต้มสมุนไพร ซึ่งการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต

2) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การกำหนดราคาขายที่เหมาะสม ให้กับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

3.3.1.2 จัดกลุ่มเสวนากลุ่มสมาชิกชุมชนปากจั่น เพื่อจัดทำแนวทางการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3.2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารการศึกษาค้นคว้าและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลต่างๆที่เก็บรวบรวมได้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive method) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น โดยใช้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และจากการสังเกตในการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบบรรยายและสรุปผลการวิจัย

3.4.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายในการผลิต และการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และนำเสนอข้อมูลมาในรูปแบบการบรรยายและสรุปผลการวิจัย

3.4.3 การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขาย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อหาแนวทางการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรรวม โดยใช้สูตรการคำนวณทางการบัญชี และนำเสนอข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอข้อมูลในรูปแบบการคำนวณทางการบัญชี และสรุปผลการวิจัย โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

3.4.3.1 สูตรการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ปัญญา, 2562)

ต้นทุนการผลิต = วัตถุดิบทางตรง + ค่าแรงงานทางตรง + ค่าใช้จ่ายในการผลิต

3.4.3.2 สูตรการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเมื่อมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดโดยวิธีกำไรส่วนเกิน (ศรีสุตา อาชวานันทกุล, 2566)

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

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

**ในทางปฏิบัติ ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าเป็นจุดทศนิยมได้ จึงควรปัดให้เป็นจำนวนเต็มเสมอ

3.4.3.3 สูตรการกำหนดราคาตามวิธีต้นทุน (ไพบุลย์ ผจงวงศ์, 2561)

ราคาขาย = ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย + (อัตรากำไรบวกเพิ่ม × ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย)

3.4.3.4 สูตรการวางแผนกำไร (ศรีสุตา อาชวานันทกุล, 2566)

$$\text{ปริมาณขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ} = \frac{\text{FC} + \text{กำไรที่ต้องการ}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

3.4.3.5 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขาย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการหาแนวทางการวางแผนกำไร ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาที่ได้จากการสัมภาษณ์และการจัดกลุ่มเสวนา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบการบรรยายและสรุปผลการวิจัย

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น

กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 20 คน โดยมีคุณออมสิน บุญไวยเป็นประธานกลุ่ม ลักษณะการประกอบอาชีพของกลุ่มทำเป็นอาชีพเสริม ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประกอบด้วย น้ำมันเขียว บาล์มสมุนไพรรวม น้ำมันไพล (สูตรเย็น) ยาต้มสมุนไพรรวม ลักษณะการขายเป็นการขายปลีก และการออกบูธเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การจัดทำบัญชีของกลุ่มไม่มีรูปแบบในการจัดทำบัญชีและไม่มีการจดบันทึกเกี่ยวกับบัญชี วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ใช้วิธีการกะประมาณ ราคาขายของผลิตภัณฑ์กำหนดเองตามความเหมาะสม ซึ่งไม่ครอบคลุมตามหลักการบัญชีต้นทุน

4.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม พบว่าสมาชิกกลุ่มมีความรู้ทางด้านบัญชีบ้าง สามารถบันทึกรับ-จ่ายได้แบบง่ายๆ แต่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชีและไม่ครบถ้วน ไม่มีการจดบันทึกบัญชีของกลุ่ม การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยใช้วิธีการประมาณ ไม่สามารถจำแนกต้นทุนวัตถุดิบทางตรง วัตถุดิบทางอ้อม ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง ค่าแรงงานทางอ้อม และ

ค่าใช้จ่ายการผลิต ตามหลักการบัญชีต้นทุนได้ ไม่ได้มีความรู้ทางการวิเคราะห์ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนกึ่งคงที่ และต้นทุนกึ่งผันแปร ไม่สามารถวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ในส่วนกำหนดราคาขายใช้วิธีประมาณและดูราคาของคู่แข่งเพื่อกำหนดราคาขาย ไม่ได้จัดทำงบการเงินเพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนและไม่ได้มีการวางแผนกำไร

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการวิเคราะห์ศักยภาพการวิเคราะห์ต้นทุนและการกำหนดราคาขาย

การวิเคราะห์รายการ	วิธีการ
การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย	ใช้การประมาณ
การวิเคราะห์ต้นทุนโดยการจำแนกเป็นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและต้นทุนวัตถุดิบทางอ้อม	ใช้การประมาณ
การวิเคราะห์ต้นทุนโดยการจำแนกเป็นต้นทุนค่าแรงงานทางตรงและต้นทุนค่าแรงงานทางอ้อม	ตามจำนวนหน่วยการผลิต
การวิเคราะห์ต้นทุนโดยการจำแนกเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต	ใช้การประมาณ
การวิเคราะห์ต้นทุนโดยการจำแนกเป็นต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนกึ่งคงที่ และต้นทุนกึ่งผันแปร	ไม่ได้วิเคราะห์
การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	ไม่ได้วิเคราะห์
การกำหนดราคาขาย	ใช้วิธีโดยการกะประมาณ ตามขนาดของผลิตภัณฑ์

4.3 การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ยาจากสมุนไพร

การคำนวณต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรแต่ละชนิด เป็นดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ จากสมุนไพร (บาท/หน่วย)

ต้นทุนการผลิต/ รายละเอียด	น้ำมันเขียว			บาล์มสมุนไพร			น้ำมันโพล			ยาผสมสมุนไพร		
	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน
วัตถุดิบ ทางตรง												
การบูร	60 ก.	0.40	24.00	85 ก.	0.40	34.00	80 ก.	0.40	32.00	80 ก.	0.40	32.00
พิมเสน	60 ก.	0.42	25.20	75 ก.	0.42	31.50	150 ก.	0.42	63.00	120 ก.	0.42	50.40
เมนทอล	100 ก.	0.78	78.00	90 ก.	0.78	70.20	120 ก.	0.78	93.60	200 ก.	0.78	156.00
น้ำมันยูคา ลิปดัส	25 มล.	3.00	75.00	35 มล.	3.00	105.00	150 มล.	3.00	450.00	30 มล.	3.00	90.00
น้ำมันเปป เปอร์มินต์	15 มล.	4.80	72.00			-			-			-
น้ำมันระกำ			-	55 มล.	2.00	110.00	120 มล.	2.00	240.00			-
น้ำมัน มะพร้าว			-			-	0.5 ล.	150	75.00			-
น้ำมันกานพลู						-			-	5 มล.	2.17	10.85
น้ำมัน สมุนไพร	100 มล.	0.34	34.00	150 มล.	0.34	51.00			-			-
พาราฟิน			-	65 ก.	0.10	6.50			-			-
ไขผึ้ง ธรรมชาติ			-	60 ก.	0.40	24.00			-			-
วาสลีนขาว			-	630 ก.	0.20	126.00			-			-
โพลสด			-			-	2.5 กก.	50	125.00			-

ต้นทุนการผลิต/ รายละเอียด	น้ำมันเขียว			บาล์มสมุนไพร			น้ำมันไพล			ยาตมสมุนไพร		
	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	ราคา/ หน่วย	จำนวน เงิน
ขมิ้นชัน			-			-	0.50 กก.	48	24.00			-
กานพลู			-			-	100 ก.	0.45	45.00			-
กระวาน			-			-			-	20 ก.	0.80	16.00
อบเชย			-			-			-	20 ก.	0.80	16.00
ลูกผักชี			-			-			-	20 ก.	0.30	6.00
พริกไทยดำ			-			-			-	20 ก.	0.35	7.00
โป๊ยกั๊ก			-			-			-	20 ก.	0.15	3.00
รวมต้นทุน วัตถุดิบ			308.20			558.20			1,147.60			387.25
ค่าแรงงาน ทางตรง												
ค่าแรงงาน			300.00			300.00			300.00			300.00
รวมต้นทุน ค่าแรงงาน			300.00			300.00			300.00			300.00
ค่าใช้จ่าย การผลิต												
ค่าบรรจุ ภัณฑ์	50 ขวด	5	250.00	40 ขวด	6	240.00	60 ขวด	5	300.00	50 กระปุก	5	250.00
ค่าสติ๊กเกอร์	50 แผ่น	7	350.00	40 แผ่น	2	80.00	60 แผ่น	7	420.00	50 แผ่น	2	100.00
ค่าแก๊สหุงต้ม			10.00			5.00			20.00			-
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์ ผสมและทอด สมุนไพร			8.50			8.50			8.50			8.50
รวมต้นทุน ค่าใช้จ่ายการผลิต			618.50			333.50			748.50			358.50
รวม ต้นทุน การผลิต (บาท)			1,226.70			1,191.70			2,196.10			1,045.75
ปริมาณ ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรที่ ผลิต (หน่วย)			50			40			60			50
ต้นทุนการ ผลิต ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรต่อ หน่วย			24.53			29.79			36.60			20.92
ต้นทุนผลิตภัณฑ์สมุนไพร (รวม 4 ชนิด)												5,660.25

หมายเหตุ

- 1) จำนวนการผลิตน้ำมันเขียว 50 ขวด บาล์มสมุนไพร 40 ขวด น้ำมันไพล 60 ขวด ยาตมสมุนไพร 50 กระปุก
- 2) การจ่ายค่าแรงให้แก่สมาชิกที่ผลิต จะจ่ายเป็นรายวัน ๆ ละ 100 บาทต่อคน สมาชิกที่ทำการผลิตหลัก มีจำนวน 3 คน

3) ค่าใช้จ่ายการผลิต ประกอบด้วยค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ ได้แก่ เต้าแก๊ส กระทะ หม้อ ท็อปไฟ ค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ รวมถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก และสติ๊กเกอร์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนวณค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ตามหลักการบัญชี โดยประเมินราคาทุนอุปกรณ์จากราคาตลาดในปัจจุบัน เท่ากับ 8,845 บาท อายุการใช้งานอุปกรณ์ 5 ปี มีวันทำงาน 208 วันต่อปี (ทำงานสัปดาห์ละ 4 วัน) ดังนั้นค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ คิดเป็นวันละ 8.50 บาท ค่าแก๊สหุงต้ม 1 ถึง 400 บาท ใช้ได้เป็นระยะเวลา 10 วัน คิดเป็นค่าแก๊สหุงต้ม ชั่วโมงละ 5 บาท

4.4 การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร จากการบวกส่วนเพิ่มตามที่กลุ่มต้องการ (50%) เข้าต้นทุนรวมเพื่อเป็นราคาขาย ดังแสดงไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์/สมุนไพร	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	ส่วนเพิ่มจากต้นทุน		ราคาขายตามทฤษฎี	ราคาขายที่ปรับเพื่อความเหมาะสม
		อัตรา	จำนวน		
น้ำมันเขียว	24.53	50%	12.27	36.80	35
บาล์มสมุนไพร	29.79	50%	14.90	44.69	50
น้ำมันไพล	36.60	50%	18.3	54.9	50
ยาต้มสมุนไพร	20.92	50%	10.46	31.38	35

4.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของกลุ่มชุมชนอาชีพชุมชนปากจั่น แต่ละชนิดมีราคาขาย ต้นทุนผันแปร กำไรส่วนเกิน และปริมาณขายที่ต่างกัน แต่ใช้ต้นทุนคงที่ร่วมกัน ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจึงใช้วิธีถัวเฉลี่ยปัจจัยต่าง ๆ แล้วจึงวิเคราะห์ตามแนวทางของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเสมือนเป็นสินค้าชนิดเดียว ผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด ได้แก่ น้ำมันเขียว บาล์มสมุนไพร น้ำมันไพล และยาต้มสมุนไพร มีสัดส่วนการขาย เป็น 25:20:30:25 ตามลำดับ มีต้นทุนคงที่ปีละ 1,769 บาท ดังแสดงได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4 ราคาขายเฉลี่ย ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย และกำไรส่วนเกินเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ผลิตภัณฑ์	สัดส่วนการขาย (ร้อยละ)	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินเฉลี่ยต่อหน่วย
น้ำมันเขียว	25	35.00	24.36	10.64	8.75	6.09	2.66
บาล์มสมุนไพร	20	50.00	29.58	20.42	10.00	5.92	4.08
น้ำมันไพล	30	50.00	36.46	13.54	15.00	10.94	4.06
ยาต้มสมุนไพร	25	35.00	20.75	14.25	8.75	5.19	3.56
รวม					42.50	28.14	14.36

สูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นดังนี้ (ศรีสุตา อาชวานันทกุล, 2566)

ต้นทุนคงที่

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{กำไรส่วนเกินถัวเฉลี่ยต่อหน่วย}}{1,769}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{14.36}{123.19 \text{ หน่วย}^{**}} \approx 124 \text{ หน่วย}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = 123.19 \text{ หน่วย}^{**} \approx 124 \text{ หน่วย}$$

**ในทางปฏิบัติ ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าเป็นจุดทศนิยมได้ จึงควรปัดให้เป็นจำนวนเต็มเสมอ

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกินเฉลี่ยต่อหน่วย} = \frac{\text{กำไรส่วนเกินเฉลี่ยต่อหน่วย}}{\text{ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย}}$$

อัตรากำไรส่วนเกินเฉลี่ย

=

14.36

42.50

อัตรากำไรส่วนเกินเฉลี่ย

=

0.3378

จุดคุ้มทุน (บาท)

=

ต้นทุนคงที่

อัตรากำไรส่วนเกินเฉลี่ยต่อหน่วย

จุดคุ้มทุน (บาท)

=

1,769

0.3378

จุดคุ้มทุน (บาท)

=

5,236.83 บาท

จากการคำนวณจุดคุ้มทุนข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ผลิตภัณฑ์	สัดส่วนการขาย (ร้อยละ)	ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (หน่วย)	ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน (บาท)
น้ำมันเขียว	25	31	1,078.17
บาส์สมุนไพร	20	25	1,232.20
น้ำมันไพล	30	37	1,848.29
ยาต้มสมุนไพร	25	31	1,078.17
รวม		124	5,236.83

4.6 การวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

การกำหนดแนวทางทางในการวางแผนกำไร พบว่ากลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่นต้องการกำไรตามเป้าหมายเป็นร้อยละ 100 ของต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยต้นทุนรวมทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 5,660.25 บาท คิดเป็นกำไรเป้าหมาย เท่ากับ 5,660.25 บาท ดังนั้นการแสดงปริมาณขายและยอดขายที่ทำให้กำไรตามเป้าหมายของกลุ่มอาชีพเป็นดังนี้

การวางแผนกำไร ใช้สูตรดังนี้ (ศรีสุตา อาชวานันทกุล, 2566)

ปริมาณขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ

=

ต้นทุนคงที่ + กำไรที่ต้องการ

กำไรส่วนเกินเฉลี่ยต่อหน่วย

ปริมาณขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ

=

1769+ 5,660.25

14.36

=

7,429.25

14.36

ปริมาณขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ

=

517.3572 หน่วย** ≈ 520 หน่วย

**ในทางปฏิบัติ ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าเป็นจุดทศนิยมได้ จึงควรปัดให้เป็นจำนวนเต็มเสมอ

ยอดขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ

=

ต้นทุนคงที่ + กำไรที่ต้องการ

อัตรากำไรส่วนเกินเฉลี่ย

ยอดขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ

=

1769+ 5,660.25

0.3378

=

7,429.25

0.3378

ยอดขายเพื่อให้กำไรตามที่ต้องการ

=

21,993.04 บาท

จากการคำนวณปริมาณขายเพื่อให้ได้กำไรตามต้องการข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ปริมาณขายในแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ดังนี้

ตารางที่ 6 ปริมาณขายตามสัดส่วนการขายเพื่อให้ได้กำไรตามต้องการของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ผลิตภัณฑ์	สัดส่วนการขาย (ร้อยละ)	ปริมาณขายเพื่อให้ได้กำไร ตามต้องการ (หน่วย)	ยอดขายเพื่อให้ได้กำไร ตามต้องการ (บาท)
น้ำมันเขียว	25	130	4,527.98
บาล์มสมุนไพร	20	104	5,174.83
น้ำมันไพล	30	156	7,762.25
ยาสมุนไพร	25	130	4,527.98
รวม		520	21,993.04

5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้นำประเด็นข้อค้นพบดังกล่าวมาทำการอภิปรายผลดังนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่นพบว่าสมาชิกในกลุ่มมีความรู้ทางด้านบัญชีบ้าง สามารถบันทึกรับ-จ่ายได้แบบง่ายๆ แต่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชีและไม่ครบถ้วน ไม่สามารถวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย ไม่สามารถจำแนกต้นทุนวัตถุดิบทางตรง วัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงงานทางตรง ค่าแรงงานทางอ้อม รวมถึงค่าใช้จ่ายการผลิตตามหลักการบัญชีต้นทุนได้ ในส่วนกำหนดราคาขายใช้วิธีกะประมาณและดูราคาตลาดเพื่อกำหนดราคาขายและไม่มี การวางแผนกำไรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุสรณ์ อนุประดิษฐ์ (2566) พบว่า กลุ่มจักสานบ้านเมะหลวง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง ขาดความเข้มแข็งและไม่ยั่งยืน เพราะกลุ่มขาดความรู้ทางด้านบัญชีรับ-จ่ายการเงินสดจากรายรับและรายจ่าย โดยไม่ได้มีการจัดทำบัญชีต้นทุนการผลิตเพื่อกำหนดต้นทุนสินค้า การกำหนดราคาขายใช้ราคาตลาดโดยการประมาณและยังสอดคล้องกับ อรุมา สาลี และคณะ (2565) พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา ขาดความรู้และความเข้าใจในการคำนวณและการจำแนกประเภทต้นทุนต่าง ๆ เพื่อการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตตามหลักการบัญชีและทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ขาดการบันทึกบัญชีที่เป็นระบบจึงทำให้ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง

2. จากการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร พบว่า ยาสมุนไพร มีต้นทุนต่อหน่วยต่ำที่สุดที่ 20.92 บาท น้ำมันเขียว ต้นทุนรองลงมาอยู่ที่ 24.53 บาท บาล์มสมุนไพร มีต้นทุนปานกลางที่ 29.79 บาท น้ำมันไพลมีต้นทุนสูงสุดที่ 36.60 บาท ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากปัจจัย เช่น วัตถุดิบที่ใช้ กระบวนการผลิต และความซับซ้อนในการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำกว่า เช่น ยาสมุนไพรและน้ำมันเขียว อาจมีโอกาสแข่งขันในตลาดสูงกว่า เนื่องจากสามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่าหรือมีกำไรต่อหน่วยมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลีรัตน์ สามี (2566) พบว่า ต้นทุนการผลิตปลาสามเท่ากับ 2,374 บาท ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง 1,215.40 บาท และค่าแรงงานทางตรง 900 บาท ค่าใช้จ่ายการผลิต 258.60 บาท กำไรสุทธิต่อรอบการผลิตเท่ากับ 600.17 บาท มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 31.3 บาท และยังสอดคล้องกับ อรุมา สาลี และคณะ (2565) พบว่า ต้นทุนผลิตภัณฑ์ครีมนวดกระชับสัดส่วนมีต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 217.90 บาท/กล่อง มีดพอกที่ระลึกเท่ากับ 971.75 บาท/กล่อง เสื้อมัดย้อมเท่ากับ 142.29 บาท/กล่อง ขากระเจี๊ยบเท่ากับ 60.32 บาท/กล่อง และมันทอดเคลือบคาราเมลเท่ากับ 130.35 บาท/กล่อง

3. การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร จากการบวกส่วนเพิ่มตามที่กลุ่มต้องการ (50%) เข้าต้นทุนรวมเพื่อเป็นราคาขาย รวมถึงการพิจารณาปรับราคาให้เหมาะสมกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความต้องการของลูกค้าเพื่อไม่ให้มีราคาสูงหรือต่ำจนเกินไป การคำนวณราคาขายจากต้นทุนบวกส่วนเพิ่มได้ราคาขายที่เหมาะสม น้ำมันเขียว 35 บาท/หน่วย บาล์มสมุนไพร 50 บาท/หน่วยน้ำมันไพล 50 บาท/หน่วย ยาสมุนไพร 35 บาท/หน่วย ซึ่งในการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมซึ่งเป็นการกำหนดราคาขายจากสินค้าลักษณะคล้ายคลึงกันและวางจำหน่ายอยู่ในตลาดซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการแข่งขันแบบสมบูรณ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรกร กิณพันธ์ (2566) พบว่าแนวทางการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานเส้นพลาสติกในราคา 120 บาทต่อใบ ถ้าต้องการกำไร 9,000 บาท ต้องขายกระเป๋าสานพลาสติก จำนวน 159 ใบ และยังสอดคล้องกับ ทิพวรรณ รัตนพรหม และคณะ (2564) พบว่าการกำหนดราคาโดยใช้วิธีการตั้งราคาบวกจากต้นทุนซึ่งมาจากปัจจัยที่ผู้ขายต้องการส่วนเพิ่ม

ดังนี้ 20% ราคาขายที่เหมาะสม 312.84 บาท, 30% ราคาขายที่เหมาะสม 338.91 บาท, 40% ราคาขายที่เหมาะสม 364.98 บาท และ 50% ราคาขายที่เหมาะสม 391.05 บาท ซึ่งหากคำนวณส่วนบวกเพิ่มที่ต้องการ มากกว่า 50% กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้

4. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนรวมผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น ต้องขายสินค้าให้ได้ 124 หน่วย หรือ 5,236.83 บาทต่อเดือนจึงจะคุ้มทุน โดยแยกคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดพบว่า น้ำมันเขียว 31 หน่วย หรือ 1,078.17 บาท บาล์มสมุนไพร 25 หน่วย หรือ 1,233.20 บาท น้ำมันไพล 37 หน่วย หรือ 1,848.29 บาท ยาต้มสมุนไพร 31 หน่วย หรือ 1,078.17 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรนาท เสนาจันทร์ (2566) ได้ทำการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการผลิตปลาร้าของสมุนไพร พบว่ามีมูลค่าขาย ณ จุดคุ้มทุนต่อปี 8,912 บาท อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายเท่ากับ 18.05 % และอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนเท่ากับ 21.81 % สอดคล้องกับ มาลีรัตน์ สาผิว (2566) พบว่าการผลิตปลาส้มมีมูลค่าขาย ณ จุดคุ้มทุนเท่ากับ 123 บาท และมีปริมาณขายที่ทำให้กิจการถึงจุดคุ้มทุนคือ 0.825 กิโลกรัมและยังสอดคล้องกับ ภัทรวิดี อินทปັນตี และคณะ (2566) พบว่า การพัฒนาแนวทางการจัดการต้นทุนการผลิตสินค้าชุมชน มีรูปแบบการคำนวณต้นทุนการผลิตโดยใช้วิธีต้นทุนเต็ม กำหนดราคาขายด้วยอัตราส่วนบวกเพิ่ม การทำความเข้าใจพฤติกรรมของต้นทุนและจัดประเภทต้นทุน เพื่อนำมาวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนการผลิตที่เหมาะสม

5. แนวทางการวางแผนกำไรให้กับกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น ย่อมต้องการกำไรเพื่อตอบแทนให้แก่สมาชิกในกลุ่ม หรือเพื่อสะสมไว้เป็นทุนในการขยายหรือต่อยอดธุรกิจสมุนไพรให้เติบโตต่อไป ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่กลุ่มอาชีพต้องมีการคำนวณยอดขายเพื่อให้ได้กำไรตามเป้าหมาย กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่นต้องการกำไรตามเป้าหมาย ร้อยละ 100 ของต้นทุนผลิตภัณฑ์โดยต้นทุนรวมทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ คิดเป็นกำไรเป้าหมายที่ต้องการ เท่ากับ 5,660.25 บาท หรือปริมาณขายเท่ากับ 520 หน่วย เป็นเงิน 21,993.04 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลพร ไชโยและคณะ (2566) พบว่า ต้นทุนการผลิตเครื่องต้มอัดลมไวน์เคปทูลเบอร์รี่รวมเท่ากับ 2,010.19 บาท ต้นทุนการผลิตต่อขวด เท่ากับ 55.84 บาท ถ้ามีการตั้งราคาขายจากรายการต้นทุนผลิตภัณฑ์เครื่องต้มอัดลมไวน์เคปทูลเบอร์รี่ต่อขวดให้ได้กำไร 25% และบวกค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 10.00 บาท จะต้องกำหนดการขายต่อขวดเท่ากับ 80 บาทและยังสอดคล้องกับ ภาวิณี รัตนอนวัช (2563) พบว่า การกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ราคาขายโดยใช้ต้นทุนรวมเป็นฐานในการคำนวณพบว่าราคาขายที่เหมาะสมกรณีขายปลีกเท่ากับ 25 บาท/ หน่วย ในการวางแผนกำไรใช้วิธีการกำหนดอัตราส่วนเพิ่ม เท่ากับ 300 % จะทำให้ได้กำไรต่อหน่วยเท่ากับ $(25 - 6.17) \times 18.83$ บาทต่อหน่วย

6. การศึกษาการใช้ข้อมูลทางการบัญชีต้นทุนเพื่อการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร กลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ามีข้อจำกัดอยู่ใน 3 ประเด็น ประเด็นที่หนึ่ง ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับต้นทุน ผันแปร ต้นทุนคงที่ ประมาณการจำนวนสินค้าที่ผลิตหรือยอดขายที่ไม่ครบถ้วน ไม่แม่นยำ ทำให้การวิเคราะห์ต้นทุนไม่ถูกต้อง ประเด็นที่สอง ข้อมูลเกี่ยวกับราคาวัตถุดิบและค่าแรงในชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมทำให้การคำนวณต้นทุนและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนไม่สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ หรือใช้ในการวางแผนการลงทุนในระยะยาวได้ และประเด็นที่สาม ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มอาชีพที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้การวิเคราะห์ในบางกรณีไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่นจึงควรต้องมีการศึกษาพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีในการจัดการข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

6.1.1 ในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตควรเก็บข้อมูลค่าวัตถุดิบทางตรง แรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิตอย่างถูกต้อง เพื่อความความเข้าใจในต้นทุนและผลตอบแทนที่แท้จริง และสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เหมาะสมรวมถึงวางแผนกำไรได้

6.1.2 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเป็นการยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในตลาดได้

6.1.3 ในการจัดซื้อวัตถุดิบของกลุ่มผู้ผลิตนั้นมีการจัดซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สิ่งทำสติ๊กเกอร์เท่ากับจำนวนที่ผลิตและขาย จึงทำให้ราคาที่ได้จัดหามาได้เป็นราคาปลีกซึ่งมีราคาทุนค่อนข้างสูง ดังนั้นกลุ่มอาชีพควรมีการจัดซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และสิ่งทำสติ๊กเกอร์ให้มีจำนวนมากกว่านี้ มีการวางแผนสินค้าคงคลัง เพื่อให้ได้ราคาทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่าจะช่วยเหลือต้นทุนการผลิต และกำไรสูงขึ้น

6.1.4 แนวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรควรเน้นไปที่ประโยชน์ที่เป็นธรรมชาติและความปลอดภัย เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่กลุ่มผลิตขึ้นต้องนำมาใช้สัมผัสกับร่างกาย จึงต้องสื่อถึงความปลอดภัยและประโยชน์ที่จะได้จากสมุนไพรต่าง ๆ ควรมีการสร้างตราสินค้าโดยการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงการใช้สมุนไพรในวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือการใช้วิธีการผลิตที่ช่วยรักษาคุณภาพของสมุนไพร มีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการขายออนไลน์ มีช่องทางการชำระเงินที่สะดวก บริการส่งสินค้าที่สะดวกและรวดเร็ว และเน้นการรีวิวจากลูกค้าที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการยืนยันประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารุ่นนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มอาชีพชุมชนปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เท่านั้น ผู้สนใจครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ และควรศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและความคุ้มค่าของการลงทุนในแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการผลิตที่เหมาะสมซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์มากขึ้น

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยคือ การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มอาชีพเข้าใจในเรื่องต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยสามารถจำแนกต้นทุนการผลิต เช่น วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ช่วยให้ทราบต้นทุนที่แท้จริงต่อหน่วย การจำแนกต้นทุนเป็น ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) และต้นทุนผันแปร (Variable Costs) ช่วยให้สามารถบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถวางแผนกำไรได้ชัดเจน การกำหนดราคาขายโดยการตั้งราคาขายตามต้นทุนบวกกำไรใช้แนวทาง Cost-Plus Pricing โดยเพิ่มอัตรากำไรส่วนเพิ่มจากต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อกำหนดราคาขาย การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Analysis) โดยการคำนวณจุดคุ้มทุนระบุจำนวนหน่วยที่ต้องขายเพื่อให้รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม ช่วยลดความเสี่ยงและวางแผนการผลิตได้แม่นยำ และทางกลุ่มอาชีพสามารถวางแผนกำไร (Profit Planning) โดยกำหนดเป้าหมายกำไรที่ชัดเจน เช่น ร้อยละของต้นทุนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการเงิน และมีผลกระทบเชิงบวกต่อกลุ่มอาชีพเพิ่มความเข้าใจและทักษะการจัดการให้กับกลุ่มอาชีพ เช่น การวางแผนการผลิต การกำหนดราคาขาย และการตัดสินใจลงทุนเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มอาชีพ องค์ความรู้เหล่านี้ช่วยสร้างแนวทางการบริหารจัดการต้นทุนและกำไรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน

8. เอกสารอ้างอิง

กัญธนา ดิษฐ์แก้ว. (2565). *การบัญชีบริหาร*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568, 31 มีนาคม). *สมุนไพรไทย โอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการต้องรับคว่ำ*.

<https://www.dbd.go.th/news/17831082567>

ทิพวรรณ รัตนพรหม, นิพาติยะ ปัตนวงศ์, นันทิกานต์ ประสพสุข และเนตรวดี เพชรประดับ. (2564). การวิเคราะห์ ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์กลองชิบรอปจากกระจูดรายา: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป

- ผลิตภัณฑ์กระจุตบ้านพรุภาพแดง 110/1 หมู่ที่ 7 ตำบลไพรวัน อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส เพื่อการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม. ใน *การประชุมหาดใหญ่ วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 12* (หน้า 1531-1544). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- นฤมล อริยพิมพ์. (2567). การวิเคราะห์ผลตอบแทนและกำหนดราคาขายการผลิตข้าวเกรียบผักสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน บ้านบะยาว หมู่ที่ 6 ตำบลหนองบัว อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย*, 14 (1), 81-92.
- นันทนา แจ่มสว่าง, นิพิพัฒน์ กมลธีระวิทย์ และกรพินธุ์ กลิ่นเกษร. (2567). การวิเคราะห์ต้นทุน กำหนดราคาขาย และผลตอบแทนผลิตภัณฑ์น้ำยาอบเนกประสงค์ของวิสาหกิจชุมชนศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ตำบลท่าแค อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. *วารสารละคริม*, 8(1), 59 – 68.
- นรินาถ เสนาจันทร์. (2566). การวิเคราะห์ต้นทุนและจุดคุ้มทุนในการประกอบธุรกิจผลิตปลาร้าบองสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองผือ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(4), 151 – 163.
- เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ. (2562). *การบัญชีต้นทุน 1*. แพนด้าเนชั่นนิ่งบุ๊ก.
- พรเทพ รัตนตรัยภพ. (2561). *หลักการบัญชีต้นทุน*. มีสเตอร์ก็อปปี(ประเทศไทย) .
- ไพบูลย์ ผจงวงศ์. (2561). *การบัญชีเพื่อการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). แพลนพรีนติ้ง.
- ภัทรกร กิณพันธ์. (2566). การวิเคราะห์ต้นทุนและแนวทางการกำหนดราคาขายตามวิธีต้นทุนของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานเส้นพลาสติกของวิสาหกิจชุมชนบ้านขามป้อม ตำบลสวนหม่อม อำเภอแม่จางคีรี จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย*, 3(4), 298 – 309.
- ภัทรวดี อินทปันตี และคณะ. (2566). การพัฒนาระบบบัญชีและการจัดการต้นทุนเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมอาชีพบ้านนิคม อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(4), 145 – 161.
- ภาวินัย ธนาอนวัช. (2563). การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมไทยโบราณ ของ วิสาหกิจชุมชน จ.พระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(2), 169-179.
- มาลีรัตน์ สาผิว. (2566). การวิเคราะห์ต้นทุนและจุดคุ้มทุนในการผลิตปลาสามจากปลาตะเพียน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปปลาบ้านหนองทุ่ม อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น. ใน กนกอร บุญมี (บ.ก), *การประชุมวิชาการและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 10 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 8* (หน้า 867 – 874). มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- วิไลพร ไชโย และคณะ. (2566). การบริหารต้นทุนการผลิตเพื่อการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์แปรรูปเคปูกัสเบอร์รี่ของ “แกน้อย” กรีนโปรดักส์ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกลุ่มชาติพันธุ์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ*, 16(1), 35 – 48.
- ศศิวิมล มีอำพล. (2560). *การบัญชีเพื่อการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 24). เสมาธรรม.
- ศรีสุตา อาชวานันท์กุล. (2566). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรีนไลฟ์ พรีนติ้งเฮาส์ .
- อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์. (2566). ต้นทุนและผลตอบแทนการสานกระเป๋าสานจากเส้นพลาสติกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานบ้านเกาะหลวง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการและวิจัย*, 13(4), 252 – 263.
- อรอุมา ลำลี, กนกนถา ศรีกาญจน์ และเจษฎา รมเย็น1 (2565). การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 57-77.
- Ovchinnikov, A. (2011). Revenue and cost management for remanufactured products. *Production and Operations Management*, 20(6), 824-840. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2010.01214.x>

- Ompusunggu, L. S., & Simbolon, I. P. (2020). Information technology responses and financing ability on e-commerce performance. *International Journal of Research – GRANTHAALAYAH*, 8(9), 328–333. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v8.i9.2020.158>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.