



เศรษฐศาสตร์การจัดการการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ
กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Economic management for the manufacture and marketing of
organically dyed 'Pa Mud' in Nakhon Si Thammarat. Case study:
Kiriwong village, Gumlone sub district, Lanska district,
Nakhon Si Thammarat province

นิภารัตน์ นักรัตน์พงศ์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

พ.ศ.2557

ชื่อเรื่อง	เศรษฐศาสตร์การจัดการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช
ชื่อผู้วิจัย	นางสาว นิภารัตน์ นักตรีพงศ์
หน่วยงานสังกัด	หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
หมายเลขโทรศัพท์	086-7490241
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภท	ทุนอุดหนุนโครงการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประจำปี 2557
ระยะเวลาทำวิจัย	1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 เดือนมกราคม พ.ศ.2557 ถึงวันที่ 30 เดือนมกราคม พ.ศ.2558

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเศรษฐศาสตร์การจัดการการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาถึงการจัดการด้านการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ และเพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาอุปสรรคของกลุ่มการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษาบ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช โดยสอบถามข้อมูลด้านการผลิตและตลาดจากประธานและสมาชิกกลุ่มผ้ามัดย้อม และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อสินค้าจากผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ มีการบริหารงานของกลุ่ม โดยประธานกลุ่มจะเป็นผู้ประสานงานทั้งในและนอกกลุ่ม การจัดการด้านการผลิตของกลุ่มสมาชิกกลุ่มมีการวางแผนในการผลิต โดยการดูยอดขายของสินค้าในแต่ละแบบ การจัดการด้านการเงินของกลุ่มวางแผนการเงินก่อนการผลิต โดยมีการคำนวณการใช้ผ้าจำนวนหลาย การจัดการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจะยึดคความต้องการของกลุ่มลูกค้า ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ จะมีอายุระหว่าง 23-46 ปี ส่วนใหญ่จะมาซื้อผ้ามัดย้อมที่ร้านโดยตรง เพื่อเป็นของฝากหรือของกำนัล และเพื่อใช้ในการพิธีต่างๆ

ส่วนผลการวิเคราะห์ด้านต้นทุนการผลิต และผลตอบแทน พบว่า

1. ระยะเวลาคืนทุน วิธีนี้ทำให้ทราบว่า การลงทุนในขายผ้ามัดย้อมกลุ่มไปไม้ จะได้รับทุนคืนภายในระยะเวลา 5 ปี และในการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ 6 ปี

2. มูลค่าปัจจุบัน จากการกำหนดอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ คือ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8 จากการบริการวิเคราะห์พบว่าการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มกลุ่มใบไม้ มีมูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 3,469,835 บาท และการขายผ้ามัดย้อมสี่ธรรมชาติ 6,695,081 บาท

3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน จากการการคำนวณ B/C การผลิตผ้ามัดย้อมกลุ่มสีใบไม้ มีค่า 3 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่ามากกว่ามูลค่าของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน และการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติ มีค่า 4 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 เช่นกัน จึงแสดงว่ามูลค่าของการใช้จ่ายหรือลงทุนมีค่าน้อยกว่าผลตอบแทนด้วยเช่นกัน

4. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน จากการคำนวณพบว่าค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในการผ้ามัดย้อมกลุ่มสีใบไม้ เท่ากับร้อยละ 1902.6 และการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติมีมูลค่าของผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 2278.14

Title	Economic management for the manufacture and marketing of organically dyed 'Pa Mud' in Nakhon Si Thammarat. Case study: Kiriwong village, Gumlone sub district, Lanska district, Nakhon Si Thammarat province.
Researcher	Ms. Nipparat Nuttreepong.
Institute	Economics institute in the faculty of management.
Telephone number	086-7490241
Type of research finance	Project of financial aid for research, Rajabhat university, Nakhon Si Thammarat.
Research period	One year from 1 st of January 2015 – 30 th January 2016.

Abstract

The aims of this piece of research into the manufacture and marketing of organically dyed 'Pa Mud' products in Kiriwong village, Nakhon Si Thammarat province are as follows; Study the manufacture and marketing of organically dyed 'Pa Mud' products, and to examine the current status of problems and obstacles encountered by the manufacturers of the aforementioned products. This research will be carried out using information gathered from the chairman of the manufacturing group, manufacturing group members and also the consumers who have bought the products.

The results of the research found that the chairman of the group of manufacturers and the manufacturers themselves of organically dyed 'Pa Mud' products both carry out the administration for the group, this is carried out by the chairman who organizes both within the group and with potential customers. Managing the manufacturing is down to the manufacturers themselves who plan by examining the sales figures of each type of 'Pa Mud' product. The financial management of the group is carried out before production using calculations based on how much material will be needed in the manufacture of the products. Managing the marketing of the organically produced 'Pa Mud' products is carried out by assessing the needs and desires of consumers, of which most are female with an

average age of between 23-46 years old. For the most part they buy directly from shops as gifts or presents for use in various ceremonies.

The results of the analysis into the investment capital and return on the investments found that;

1.The time period necessary to gain a return on the investment in the purveying of the leaf dyed 'Pa Mud' products was found to be 5 years, as for the organically dyed products, it was found to be 6 years.

2.Current prices: From looking at the lowest return rates which is with interest of 8%, analysis of the industry found that the value of leaf dyed 'Pa Mud' product market was 3,469,835 Thai Baht, and the value of the organically dyed 'Pa Mud' product market is 6,695,081 Thai Baht.

3.The rate of returns on investments in the leaf dyed 'Pa Mud' products were found to be at level 3 which has a value of more than 1, this shows that the current market rate of returns on investments is higher than the rate of spending or investment. The market for the organically dyed 'Pa Mud' products was found to be at level 4 which is also more than 1 and shows that the return on investments is currently higher than the price of investment.

4.Calculations into the rates of returns on investments found that the rates of profits from investments into the leaf dyed 'Pa Mud' products were at 1902.6% and the rates for the profits from organically dyed 'Pa Mud' products were at 2278.14%.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่องเศรษฐศาสตร์จัดการด้านการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้าม้าย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเป็นเพราะความกรุณาเอาใจใส่ดูแลและให้คำปรึกษาในกระบวนการวิจัยอย่างสม่ำเสมอของ พี่ๆ ในหลักสูตรเศรษฐศาสตร์ และคณะวิทยาการจัดการ รวมถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชที่สนับสนุนทุนวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่การเขียนโครงร่างวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งขั้นตอนสุดท้ายจนวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับความอนุเคราะห์ และเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล รวมทั้งข้อคิดเห็นต่างๆ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้เขียนขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ด้วยดีเป็นอย่างสูง หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยเล่มนี้จะสามารถนำไปเพื่อการศึกษา และเป็นแนวทางพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชนดังกล่าวได้

นิภารัตน์ นกตรีพงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญภาพ	ซ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามคำศัพท์	3
บทที่ 2 ข้อมูลทั่วไป ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	5
ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	18
ทฤษฎีการผลิต	18
ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงการ	29
ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางกลยุทธ์ทางการตลาด	33
ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
วิธีการศึกษา	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	43
สถานที่ทำการศึกษา	43
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสี่ธรรมชาติ	44
ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสี่ธรรมชาติ	44
ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้หรือผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	50
ข้อมูลด้านกลุ่มผ้ามัดย้อมและกลุ่มลูกค้า	59

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา	62
ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	67
ประวัติผู้ทำวิจัย	83

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงเส้นผลิตชนิดต่างๆและการแบ่งช่วงการผลิต	21
2	แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน	23
3	แสดงเส้นผลผลิตเท่ากันในลักษณะผลผลิตแตกต่างกัน	24
4	แสดงการหาค่าของอัตราการใช้ปัจจัยการผลิตทดแทนกัน	25

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงเปรียบเทียบผลผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน แต่เทคนิคในการผลิตที่แตกต่างกัน	18
2.2	แสดงการเปลี่ยนแปลงของจำนวนการผลิตเมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้นของ ปัจจัยการผลิตแปรผันที่ละหน่วย	21
2.3	แสดงการใช้ปัจจัยการผลิต A และ B ในการผลิตสินค้า	23
4.1	แสดงต้นทุนในการก่อสร้างโรงเรือนและอุปกรณ์	45
4.2	แสดงค่าเสื่อมราคา	46
4.3	แสดงต้นทุนผันแปรในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	47
4.4	แสดงค่าใช้จ่ายรวมในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	48
4.5	แสดงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	49
4.6	แสดงผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	51
4.7	แสดงกระแสเงินสดเข้าและออกสุทธิในแต่ละปี	52
4.8	แสดงระยะเวลาคืนทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	53
4.9	แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	54
4.10	แสดง PV ค่าใช้จ่ายและ PV รายได้ในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่ม	55
4.11	แสดงผลตอบแทนจากการลงทุนของการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	57
4.12	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม	58

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นโครงการที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่เดิมมาใช้พัฒนาเพื่อเป็นธุรกิจชุมชนและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทำให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถพึ่งพาตนเองได้ ถึงแม้ปัจจุบันจะมีการเปลี่ยนชื่อจากหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มาเป็น “ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น” ทั้งนี้นโยบายรัฐยังชื่อ “OTOP” เหมือนเดิม สาเหตุที่ไม่เรียกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการใช้ศักยภาพทางการตลาดเป็นผู้นำ โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ OTOP ที่ผลิตโดยชุมชน เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์ชุมชน” ซึ่งไม่จำเป็นต้องอยู่ในจังหวัดและภาคเดียวกัน ส่วนที่สอง คือ ผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการรายเดียว เช่น ห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” มีการมุ่งเน้นเป้าหมายเดียวกัน คือ ก่อให้เกิดรายได้กับชุมชน และสร้างกำไรให้กับบริษัทตามระบบตลาดและในสินค้า OTOP นั้น มีการรับรองคุณภาพโดยให้ระดับดาว เพื่อเป็นการเสริมคุณภาพและสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ สัมผัสคุณภาพในการส่งออกได้จากการที่หน่วยงานรัฐและเอกชน มีการพัฒนาและให้ความสำคัญกับสินค้า OTOP นั้น ประโยชน์ที่ได้รับ คือ มีการคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างความแข็งแกร่งให้ชุมชนอยู่รอด และเติบโตอย่างมั่นคง

สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่สนใจศึกษาในครั้งนี้คือ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมจัดเป็นผลิตภัณฑ์จากความรู้ของคนในชุมชน และใช้แรงงานในท้องถิ่นเป็นหลัก โดยลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ การผลิตมีคุณภาพและมีความประณีต จึงทำให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย ซึ่งความพิเศษของผ้ามัดย้อมคือจะใช้วิธีการย้อมผ้าด้วยวิธีการมัดย้อมด้วยสีที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เป็นการนำความรู้และภูมิปัญญาชาวบ้านที่ถ่ายทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นมาทำการผลิต อันเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับชุมชนมาช้านาน

กลุ่มผ้ามัดย้อมศรีวัง ให้ความสำคัญกับการย้อมผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ เน้นการใช้พืชในชุมชนมาเป็นสีย้อมผ้า เช่น มังคุด สะตอ ลูกเนียง เป็นต้น และนำมาบูรณาการกับวิชาการต่าง ๆ ให้มากขึ้น เป็นการสร้างอาชีพทางเลือกให้กับชาวบ้านและสมาชิก เพื่อแก้ปัญหาว่างงานในอนาคต ผ้ามัดย้อมเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในหมู่บ้านศรีวัง ที่ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาด้วยสติปัญญาของคนในท้องถิ่น โดยนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อย่างเช่นการย้อมผ้าที่ดัดแปลงมาจากวัสดุทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายของสีส้น เช่น สีแดงที่ได้มาจากผลกระเจี๊ยบ สีเหลืองจากขมิ้นชัน

และสีน้ำตาลจากเปลือกไม้ เป็นต้น ดังนั้นเราควรที่จะศึกษา และอนุรักษ์การทำผ้ามัดย้อมของหมู่บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ไว้เพื่อให้บุคคลรุ่นหลัง หรือผู้ที่สนใจได้ศึกษาแนวทางในกระบวนการผลิตผ้ามัดย้อมของหมู่บ้านคีรีวงต่อไป

ยิ่งไปกว่านั้นผ้ามัดย้อมหมู่บ้านคีรีวง ยังเป็นอีกภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสู่เยาวชนรุ่นหลังทำให้เยาวชนได้ศึกษาหาความรู้ และนำความรู้ที่ได้มาทำให้เกิดประโยชน์ โดยยังคงรักษาภูมิปัญญาของท้องถิ่นไปนาน ๆ ซึ่งสามารถนำภูมิปัญญานั้นมาประกอบอาชีพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าในท้องถิ่น ซึ่งสามารถสร้างงานขึ้นในชุมชนได้อีกด้วย คณะผู้ศึกษามีความสนใจในเรื่องการทำผ้ามัดย้อม เพื่อศึกษาถึงการจัดการด้านการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ รวมไปถึงช่วยกันศึกษาและรักษาภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นให้เยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษา ผ้ามัดย้อมของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง ในปัจจุบันจากการสอบถามกลุ่มผู้ผลิตพบว่าผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมยังมีปัญหาในเรื่องผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบของกลุ่มผู้ผลิตบางครั้งไม่ถูกใจผู้บริโภค รวมทั้งสีสันทที่ผลิตบางครั้งยังไม่ค่อยถูกใจผู้บริโภคและการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเบื้องต้นพบว่ารูปแบบมีให้เลือกน้อย ที่ย้อมยังไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความสำคัญ เพื่อเป็นการอนุรักษ์สินค้าชุมชนทำให้กลุ่มสินค้าชุมชนเป็นกลุ่มที่พึ่งตนเองได้มีการปรับปรุง และนำข้อมูลไปใช้พัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการจัดการด้านการผลิตและการตลาดในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาอุปสรรคของกลุ่มการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา : บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาการผลิตเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของการทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ขอบเขตด้านประชากร ประชาชน สมาชิก และลูกค้า ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิธีการทำผ้ามัดย้อมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ
2. เพื่อทราบถึงข้อมูลการเปรียบเทียบในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการผลิตผ้ามัดย้อมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ
3. เพื่อทราบถึงต้นทุนผลตอบแทนการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการส่งเสริมและเผยแพร่ให้กับกลุ่มอาชีพ นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจ ได้มีความรู้และได้มีการประกอบอาชีพเสริม

นิยามศัพท์ในการวิจัย

การทำผ้ามัดย้อมหรือย้อมสี หมายถึง การทำให้ผ้าเกิดรอยต่าง ซึ่งเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งของการย้อมสี อาจเกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจของผู้ทำการย้อมสีตั้งแต่โบราณ ซึ่งมองดูแล้วเกิดความสวยงาม จึงได้ใช้เส้นด้ายมามัด และนำไปย้อมสี และนำมาทอเป็นผ้าผืนเกิดเป็นลวดลายที่ได้ออกแบบไว้ และได้รับการพัฒนาจากการมัดเส้นด้ายมาเป็นการมัดผืนผ้า ดังที่ได้เห็นกันทุกวันนี้ ซึ่งสามารถทำผ้ามัดย้อมได้กับผ้าทุกชนิด

คุณสมบัติของผ้า หมายถึง คุณลักษณะของผ้าหรือเส้นใยผ้าแต่ละชนิดที่ทนต่อสภาพการณ์บางอย่างแตกต่างกัน การดูดซึมน้ำแตกต่างกันรวมทั้งมีลักษณะต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงมีความสำคัญที่ผู้บริโภคควรรู้ชนิดของเส้นใยผ้าที่แตกต่างกันย่อมมีผลทำให้คุณสมบัติของผ้าแตกต่างกัน คุณสมบัตินี้บางที่ทำให้ผ้านำใช้ดูแล่ง่ายสามารถนำมาตกแต่งแปรรูป ย้อมสีเขียนลวดลาย และเลือกสีใช้ได้เหมาะสม

ลวดลายธรรมชาติ หมายถึง ลักษณะลวดลายที่มาจากธรรมชาติและเขียนแบบธรรมชาติ ได้แก่ สายดอกไม้ ใบไม้ ผีเสื้อและหนอน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจการซื้อ การเลือกใช้หรือการบริโภค ซึ่งสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

OTOP หมายถึง ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ที่เกิดจากภูมิปัญญาที่เป็นรากฐานในการสร้างเศรษฐกิจให้ชุมชนและสร้างความแข็งแกร่งให้ระบบเศรษฐกิจไทย โดยมีการรับรองคุณภาพโดยให้ระดับดาว เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ และมีศักยภาพในการส่งออกได้

บทที่ 2

ข้อมูลทั่วไป ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการรวบรวมข้อมูลทั่วไป ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในสาระสำคัญต่าง ๆ ทั้งในส่วนของทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

1. ประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่ม

ในปี 2538 นางอุไร ด้วงเงิน ต้องการมีอาชีพเสริมนอกเหนือจากการทำสวนสมรมจึงได้ศึกษาอาชีพต่างๆ เพื่อนำมาประกอบอาชีพเสริม และได้เห็นควรมานำประสบการณ์จากการทำงานในบริษัททอผ้าฯ มาประยุกต์ใช้ในอาชีพเสริมกันตนเอง จึงคิดริเริ่มทำผ้า และได้ติดต่อวิทยากรมาให้ความรู้เรื่องการย้อมสีธรรมชาติ และได้รวบรวมชาวบ้านทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติขึ้น ในที่บ้านเลขที่ 117/1 ม. 4 ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้ชื่อ “กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง” เมื่อ พ.ศ. 2539 เป็นอาชีพเสริมให้กับชาวบ้าน และเมื่อต้นปี 2542 มีสมาชิกกลุ่มหนึ่งแยกตัวแปรทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ที่หมู่ที่ 10 ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช นางอุไร ด้วงเงิน จึงริเริ่มและรวบรวมชาวบ้านขึ้นมาใหม่ เพื่อทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติและสานต่องานภายใต้ชื่อ “กลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง” มีสมาชิก 10 คน ทุนก่อตั้ง 50,000 บาท โดยมีที่ทำการ ณ บ้านเลขที่ 117/1 ม. 4 ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80230 โทรศัพท์ 075-533127, 075-533287

กลุ่มใบไม้ ให้ความสำคัญกับการย้อมผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติเน้นการใช้พืชในชุมชนเป็นสีย้อมผ้า และบูรณาการกับวิชาต่างๆ ให้มากขึ้น ส่งเสริมการย้อมสีธรรมชาติและพัฒนาให้เป็นอาชีพเสริม และอาชีพหลักของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างอาชีพทางเลือกให้กับชาวบ้านและสามารถแก้ปัญหาการว่างงานของชาวบ้านได้อีกทางหนึ่งในอนาคต

ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มใบไม้ ได้เป็นที่นิยมของกลุ่มคนที่สนใจในงานมือและกลุ่มคนทั่วไปโดยมีเอกลักษณ์ “ขึ้นเดียวในโลก” เป็นอย่างดี สินค้ามีดีไซน์หลากหลายสามารถใช้ได้ทุกเพศทุกวัย ทุกโอกาส จนเป็นที่สนใจของคนทั่วไปนักเรียน นักศึกษาขอเข้าศึกษาดูงาน และฟังคำบรรยาย จากกลุ่มใบไม้ หนังสือ วารสาร รายการทีวีมาสัมภาษณ์ หนังสือเชิงวิชาการได้ตีพิมพ์เรื่องราวของกลุ่มใบไม้ จึงถือว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มใบไม้ ได้รับการตอบรับและเป็นที่สนใจเป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

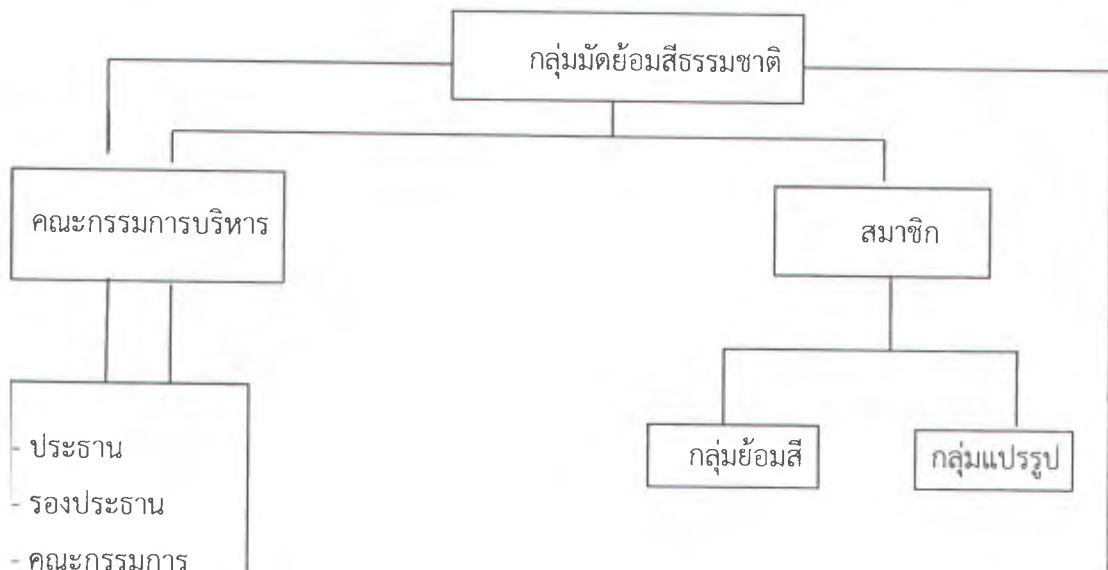
- 1.2.1 เพื่อให้ชาวบ้านรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
- 1.2.2 เพื่อสร้างอาชีพให้กับผู้มีรายได้น้อยภายในชุมชน
- 1.2.3 ส่งเสริมให้คนภายในชุมชนได้นำวัสดุในท้องถิ่นมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 1.2.4 เพื่อเป็นศูนย์การศึกษาและสืบทอดวัฒนธรรมการย้อมสีธรรมชาติให้ยั่งยืน
- 1.2.5 ให้เยาวชนรู้จักนำวิชาการต่างๆ มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันหรือในการประกอบอาชีพ

3. โครงสร้างการบริหารจัดการ

กลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ แบ่งสมาชิกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ คณะกรรมการและสมาชิก โดยคณะกรรมการแบ่งออกเป็น 2 หมวด คือ คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการฝ่าย ส่วนสมาชิกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผ้าบาติกสีธรรมชาติ (ดูแผนผังข้างล่างประกอบ)

กลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ จะให้สมาชิกทุกคนออกมทรัพย์และสิ้นปีจะมีการปันผลให้แก่สมาชิก นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังก่อตั้งสหกรณ์ร้านค้าเพื่อให้สมาชิกซื้อของไปใช้ก่อน และจะมีการกระจายค่าแรงทำงานทุกเดือน

โครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มมัตย้อมสีธรรมชาติ



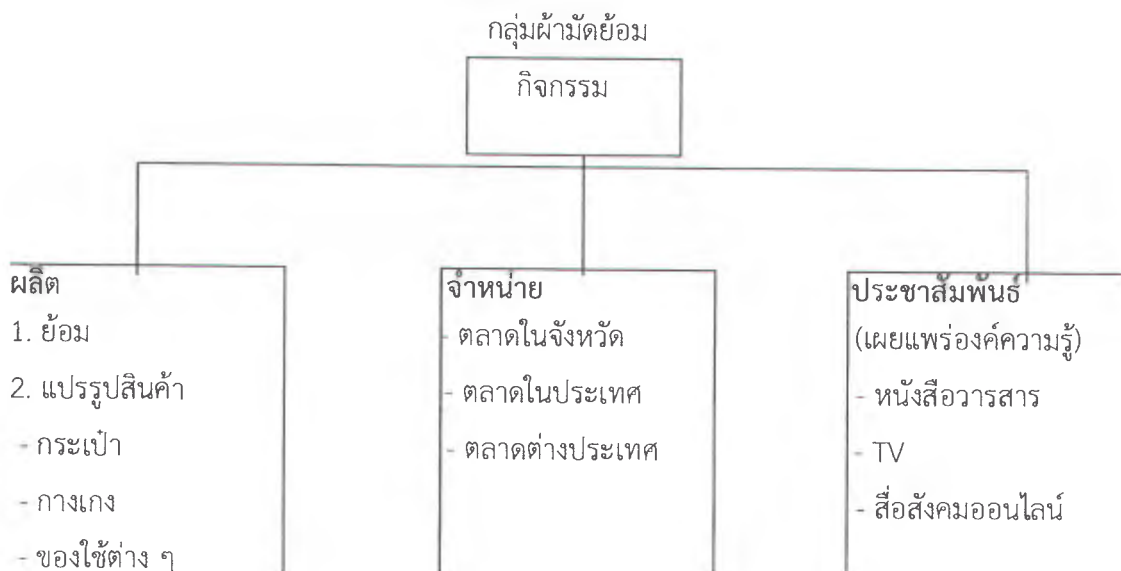
คณะกรรมการบริหาร มีทั้งหมด 6 คน ประกอบด้วยประธาน 1 คนคือ นางอุไร ดั่งเงิน ทำหน้าที่ดูแลภาพรวมของกลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติบ้านคีรีวง รองประธาน 1 คน คือ นางหนูพันธ์ บรรเจิดเสม ทำหน้าที่ช่วยประธาน และทำหน้าที่แทนประธานเมื่อประธานไม่อยู่ และคณะกรรมการกลุ่มฯ จำนวน 4 คน

สมาชิกมีด้วยกัน 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

1) สมาชิกย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ มีจำนวน 3 คน ในกระบวนการผลิตงานย้อมผ้าสีธรรมชาติเป็นเรื่องละเอียดอ่อน เพราะในช่วงฤดูฝนนั้นได้สีที่ไม่เหมือนฤดูแล้ง จึงเป็นเรื่องที่กลุ่มย้อมผ้าต้องคิดหาวิธีการที่จะทำให้ได้คุณภาพเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้า สมาชิก จะมาทำงานทุกวัน โดยแยกกลุ่มย้อมตามชนิดของวัสดุที่ใช้ย้อม

2) สมาชิกแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม มีสมาชิกจำนวน 3 คน และงานแปรรูปผลิตภัณฑ์มีอยู่ 2 กรณี ดังนั้น กรณีที่ 1 ถ้าออกแบบผลิตภัณฑ์เองแล้วนำมาเสนอทางกลุ่ม เมื่อฝ่ายการตลาดของกลุ่มรับไว้พิจารณา ทดลองวางจำหน่าย กรณีจำหน่ายได้ ทางฝ่ายการตลาดของกลุ่มก็จะสั่งให้ผู้ออกแบบผลิตต่อไป และถ้าสมาชิกที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นผลิตให้ลูกค้าไม่ทัน ทางฝ่ายบริหารจะเรียกสมาชิกที่ออกแบบชิ้นงาน มาคุยเพื่อให้ สมาชิกท่านอื่นช่วยผลิต กรณีที่จำหน่ายไม่ได้ ทางฝ่ายการตลาดก็จะสั่งให้หยุดการผลิต กรณีที่ 2 ถ้าออกแบบเองไม่ได้ ทางกลุ่มจะมีแบบให้ผลิต โดยทางกลุ่มจะกำหนดชิ้นงานว่าให้ผลิตคนละกี่ชิ้น เพราะถ้าผลิตมากเกินไปจะมีปัญหาเรื่องสินค้าค้างสต็อก

4. โครงสร้างกิจกรรมของกลุ่ม



5. วัสดุอุปกรณ์การผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

- 5.1 ผ้า
- 5.2 ใบไม้ หรือพืช
- 5.3 น้ำ
- 5.4 กะละมัง
- 5.5 ยางวง
- 5.6 ไม้หนีบ
- 5.7 เต้า
- 5.8 เชื้อเพลิง

6. ขั้นตอนการทำผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

- 6.1 นำเปลือกไม้หรือใบไม้มาสับ



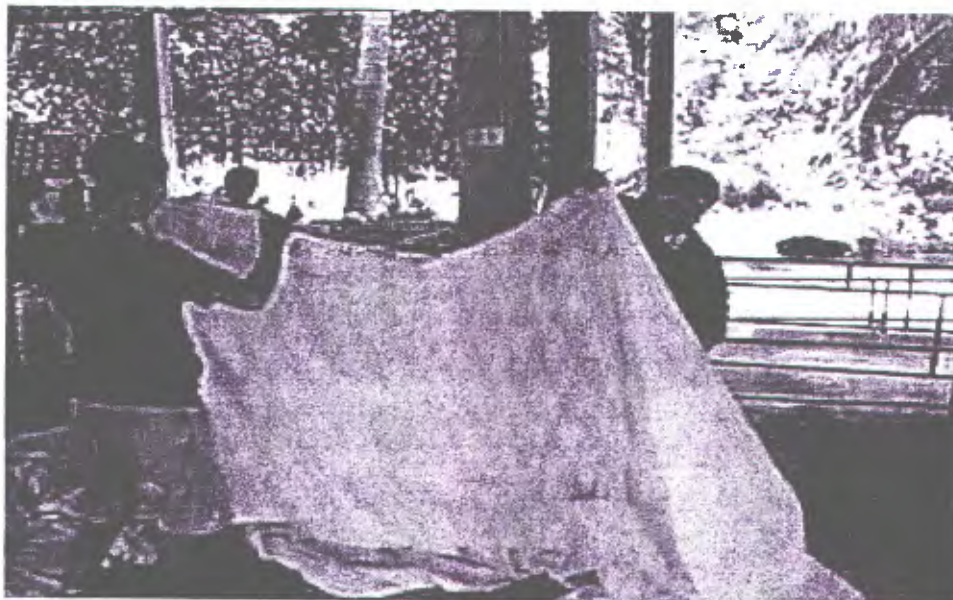
6.2 นำเปลือกไม้หรือใบไม้แช่ทิ้งไว้ 1 คืน



6.3 นำน้ำสีมารอง



6.4 ตัดผ้าตามขนาดที่ต้องการ



6.5 นำผ้าไปต้มในน้ำร้อนเพื่อขจัดไขมันในผ้าและซักให้สะอาดนำไปตากให้แห้ง



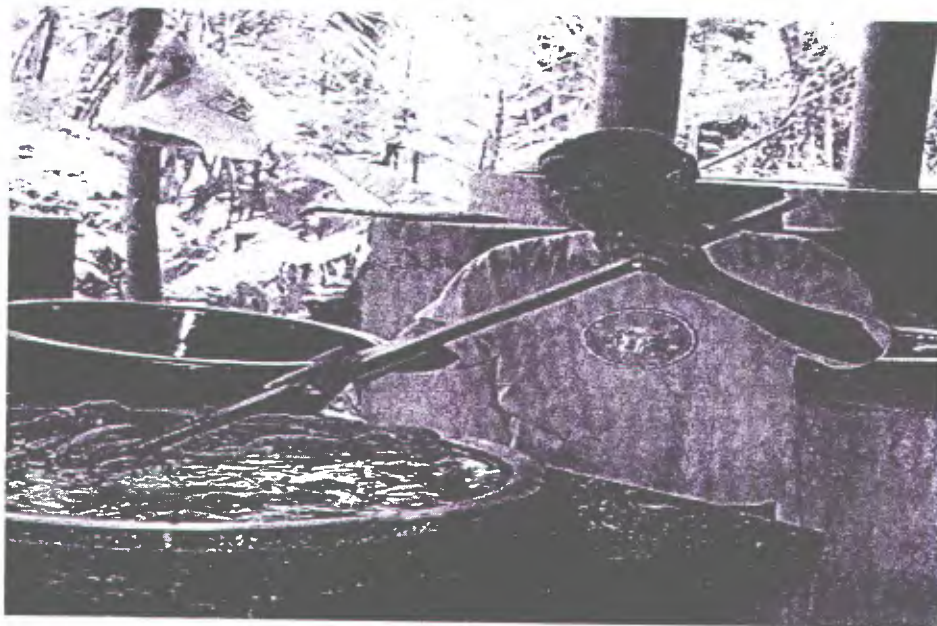
6.6 มัดลวดลายบนผืนผ้าตามจินตนาการ



6.7 นำผ้าที่มัดลายเสร็จไปต้มในน้ำสียี่เตรียมไว้



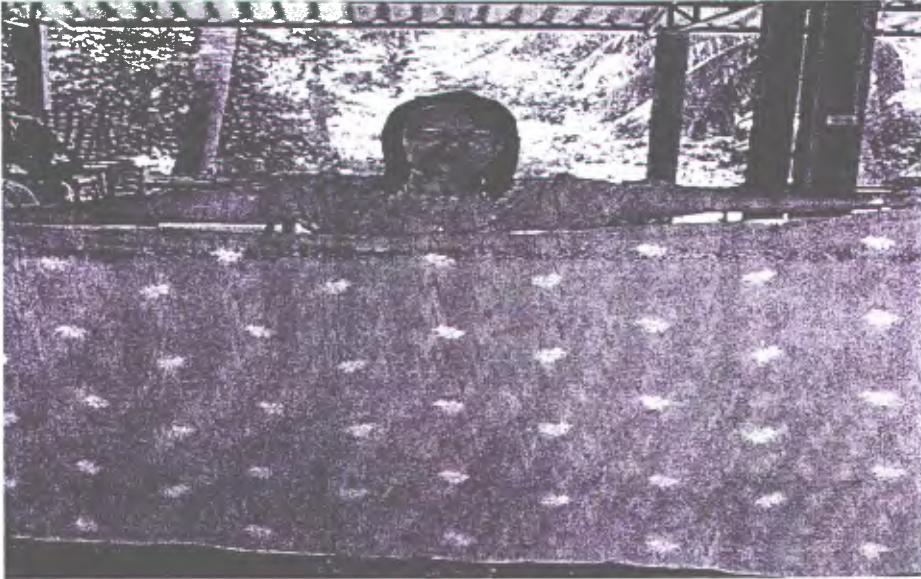
6.8 หมั่นดูแลผ้าให้จมอยู่ในน้ำสี



6.9 นำผ้าไปแกะลายแล้วล้างในน้ำสะอาด



6.10 นำผ้าไปตากในที่ร่ม

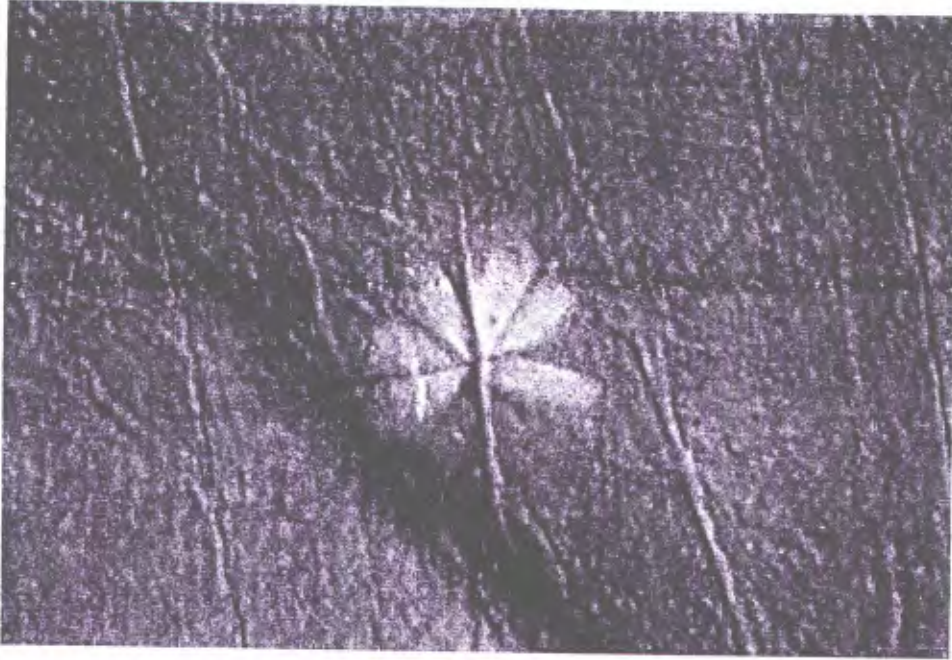


7. พืชให้สี

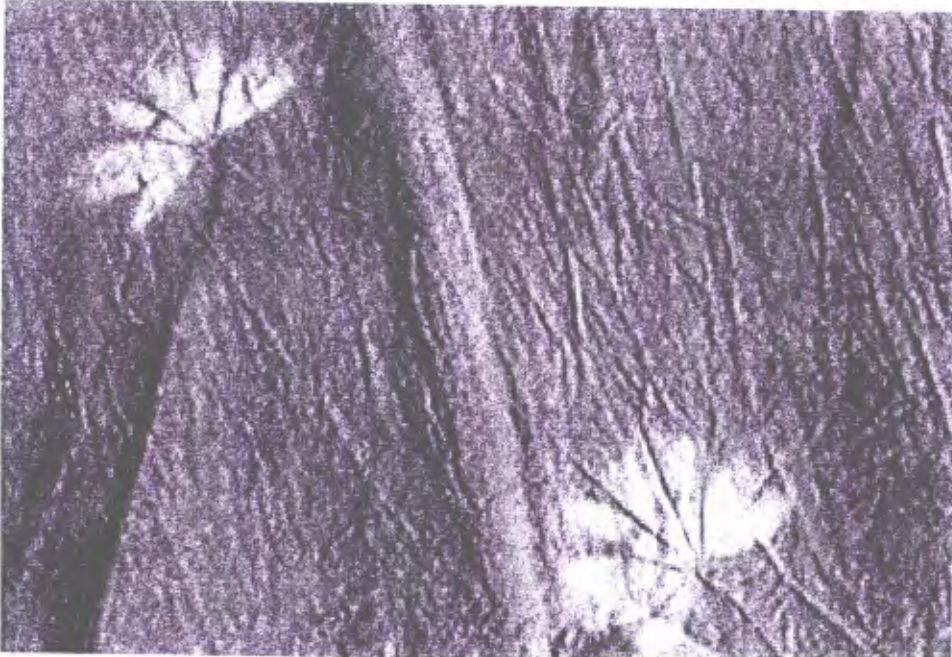
7.1 ใบเพกา ให้สีเขียว แกะใบมังคุดให้สีชมพู



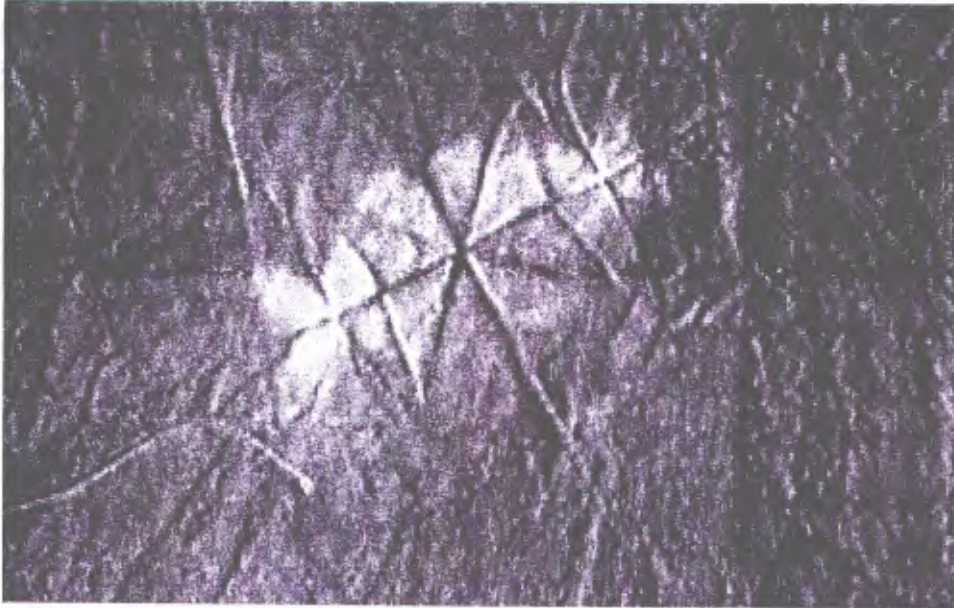
7.2 ใบมัจจุคุดให้สีส้ม



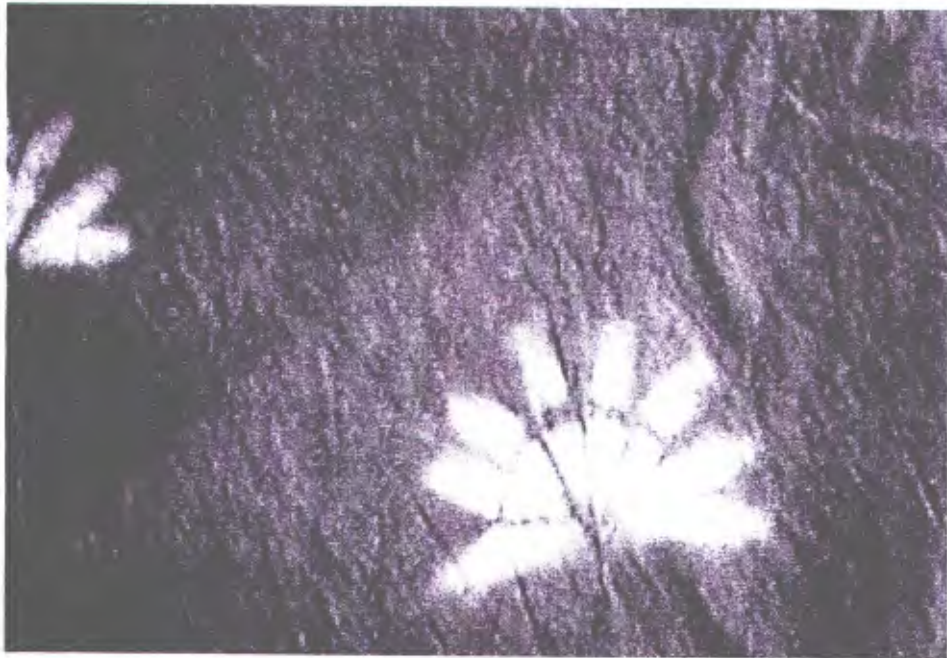
7.3 ใบมัจจุคุดให้สีชมพู



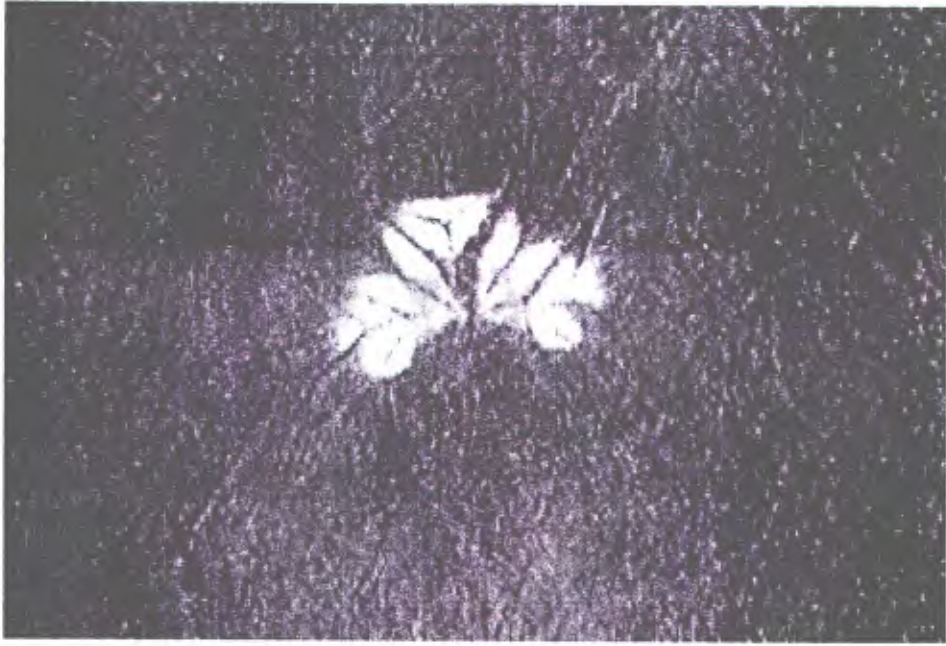
7.4 ใบมัจจุคให้สีส้มใบหูกวางให้สี เหลืองอมเขียว



7.5 แก่นไม้หลุมพอ ให้สีน้ำตาล

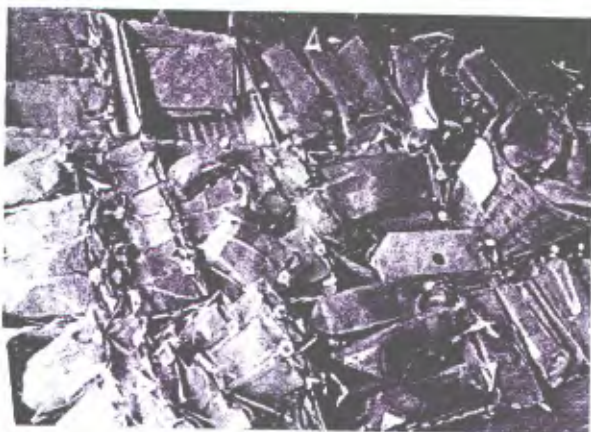
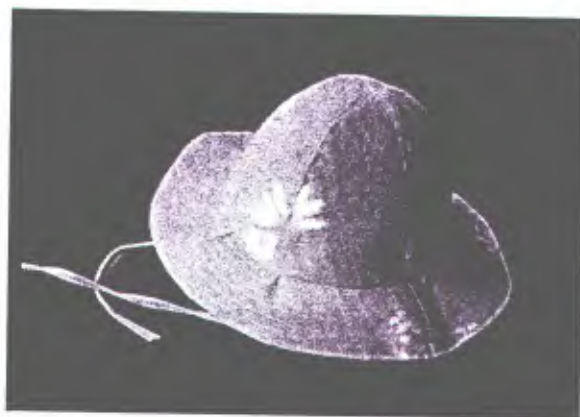
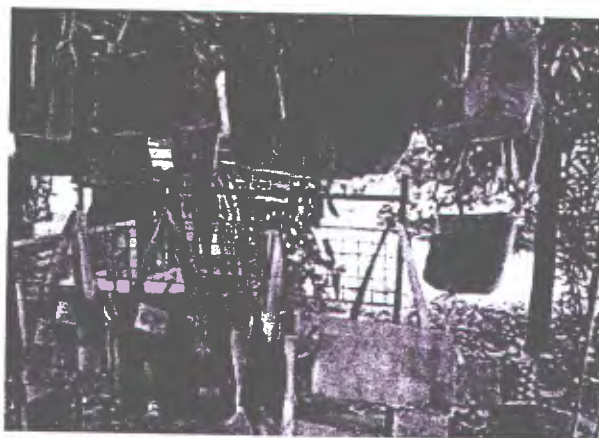


7.6 ผักสะตอ ให้สี เทา



8. ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม





ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

1. ทฤษฎีการผลิต (Theory of Production)

ทฤษฎีการผลิตเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ใช้ในการผลิต(Input)และผลผลิตที่สามารถผลิตออกมาได้ (Output) จากการที่ใช้ปัจจัยนั้นๆ มาผลิต แต่ก่อนอื่นเราคงจะต้องมารู้จักกับทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตเสียก่อนว่าในสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกันกับทฤษฎีนี้มีอะไรบ้าง

ฟังก์ชันการผลิต (Production Function) เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ใช้ในการผลิตต่างๆ และจำนวนผลผลิตที่เกิดขึ้นจากปัจจัยที่ใช้ในการผลิตนั้น โดยสมการที่จะเขียนให้อยู่ในรูปแบบของความสัมพันธ์ได้ดังนี้

Total Product (TP) = f (a ₁ ,a ₂ ,a ₃ ,...,a _n)
โดยที่
TP คือ ผลผลิตทั้งหมดที่ได้รับ (Total Product)
a ₁ ,a ₂ ,a ₃ ,...,a _n = ปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต

แต่ในบางครั้งความสัมพันธ์ของการผลิตก็ขึ้นอยู่กับเทคนิค และเทคโนโลยีการที่ใช้ในการผลิต โดยเราสามารถที่จะแสดงให้เห็นได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบผลผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน แต่ใช้เทคนิคในการผลิตที่แตกต่างกัน

เทคนิค หรือเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตน้ำตาล	จำนวนอ้อยที่ใช้เป็นปัจจัยในการผลิต (ตัน)	ผลผลิตน้ำตาลที่ได้ (ตัน)
เครื่องจักรรุ่นเก่า	610,000	599,900
	820,000	719,900
	1,200,000	1,199,900
เครื่องจักรรุ่นใหม่	610,000	610,000
	820,000	820,000
	1,200,000	1,200,000

จากตารางจะเห็นได้ว่าเทคนิคที่สอง คือ การใช้เครื่องจักรรุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการผลิตที่ดีกว่าเครื่องจักรเก่าซึ่งในการวิเคราะห์การผลิตของหน่วยผลิตนั้น จะต้องอยู่ในข้อสมมติฐานที่ว่า ณ ขณะนั้นหน่วยผลิตมีระดับเทคโนโลยีที่ดีที่สุดอยู่ในขณะนั้น ความหมายของการผลิตในระยะสั้น และระยะยาว โดยทั่วไปแล้วเราสามารถที่จะแบ่งการวิเคราะห์การผลิตออกได้เป็นสองระยะ คือ การผลิตในระยะสั้น (Short Run Production) หมายถึง ช่วงเวลาที่หน่วยธุรกิจไม่สามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณปัจจัยที่ใช้ในการการผลิตบางอย่างได้ โดยเราเรียกปัจจัยที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงนี้ว่า ปัจจัยคงที่ (Fixed Factors) เช่น ที่ดิน, เครื่องจักร เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่สามารถเปลี่ยนแปลงจำนวนได้เรียกว่า ปัจจัยแปรผัน (Variable Factors) ซึ่งได้แก่ ค่าจ้าง, ค่าน้ำ, ค่าไฟ ที่ใช้ผลิตสินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการผลิตระยะสั้นนั้นจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างปัจจัยที่เป็นปัจจัยคงที่ กับปัจจัยที่เป็นปัจจัยแปรผัน และการผลิตในระยะยาว (Long Run Production) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณของปัจจัยการผลิตทุกอย่างให้มีจำนวนตามที่ต้องการได้ หรือกล่าวคือ เปลี่ยนจากปัจจัยคงที่ให้เป็นปัจจัยแปรผัน โดยกล่าวได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงขนาดของการผลิต (Scale of Production) เช่นโรงงานก็สามารถที่จะเปลี่ยนขนาดได้ ซึ่งในการผลิตในระยะยาวนี้จะไม่มีการมีปัจจัยคงที่เหลืออยู่ โดยมีแค่ปัจจัยแปรผันเหลืออยู่เท่านั้น (Variable Factors).

1.1 การวิเคราะห์ในส่วนของ การผลิตในระยะสั้น (Short Run Production Analysis) หากเราจะวิเคราะห์การผลิตในระยะสั้น จะมีเรื่องของกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1.1 กฎว่าด้วยการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีสัดส่วนไม่คงที่ (Law of Variable Proportions) ในกฎนี้จะอธิบายถึงความเปลี่ยนแปลงของปริมาณผลผลิตรวมที่ได้จากการเพิ่มปัจจัยแปรผันเข้าไปที่หน่วย โดยให้ทำงานร่วมกับปัจจัยคงที่ โดยมีข้อสมมติที่ว่า ระดับของเทคโนโลยีนั้นไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งกฎนี้จะครอบคลุมถึงการผลิตที่ดำเนินการไปอยู่ในทุกๆ ช่วงของการผลิต

1.1.2 กฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลง (Law of Diminishing Return) ในกฎนี้ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกฎว่าด้วยการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีสัดส่วนไม่คงที่ โดยกล่าวว่า เมื่อเพิ่มจำนวนของปัจจัยการผลิตขึ้นไปเรื่อยๆ ที่หน่วย จะส่งผลให้ผลผลิตเพิ่ม (Marginal Product : MP) ที่ผลิตได้นั้นมีจำนวนลดลงไปเรื่อยๆ จนมีค่าเป็นศูนย์

1.1.3 ลักษณะความสัมพันธ์ของผลผลิตต่างๆ (Relationship of Products) เป็นลักษณะของการทำงานร่วมกันระหว่างปัจจัยคงที่ (Fixed Factors) กับ ปัจจัยผันแปร (Variable Factors) ในการผลิตสินค้าและบริการออกมา ณ ระดับปริมาณต่างๆ โดยการนำตัวเลขที่ได้มาสร้างเป็นเส้นกราฟ ซึ่งเราพอที่จะสรุปลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตแบบต่างๆ และความสัมพันธ์ของผลผลิตกับปัจจัยการผลิตได้ดังต่อไปนี้

จากการผลิตโดยใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนหนึ่ง โดยมีลักษณะในช่วงแรกจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากมีความเหมาะสมกันระหว่างปัจจัยแปรผัน กับปัจจัยคงที่ แต่เมื่อพอถึงระยะเวลาหนึ่งการเพิ่มจะเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ และก็จะเพิ่มไปถึงจุดสูงสุด หลังจากนั้นผลผลิตก็จะเริ่มลดลง ซึ่งหาได้จากผลรวมของผลผลิตเพิ่ม (Total of Marginal Product : ΣMP)

1.1.3.2 ผลผลิตเฉลี่ย (Average Product : AP) หมายถึงปริมาณผลิตโดยเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจากการใช้ปัจจัยในการผลิตที่เพิ่มขึ้นในปริมาณต่างๆ ที่ โดยหาได้จาก การนำปริมาณผลผลิตรวมหารด้วย จำนวนปัจจัยการผลิตที่เป็นปัจจัยผันแปรผันทั้งหมดที่ใช้

$$AP = \frac{TP}{\text{Variable Factors}}$$

ซึ่งจะมีข้อสังเกตที่ว่าตราบไต่ที่อัตราเพิ่มของผลผลิตรวม ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งหมายถึงการเกิดความเหมาะสมระหว่างสัดส่วนของปัจจัยคงที่ กับปัจจัยแปรผัน แล้วนั้น ก็จะส่งผลให้ผลผลิตเฉลี่ยนั้นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นเดียวกัน

1.1.3.3 ผลผลิตเพิ่ม (Marginal Product : MP) หมายถึงปริมาณผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากการใช้ปัจจัยแปรผันเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ซึ่งหาได้จากปริมาณการเปลี่ยนแปลงของผลผลิตรวมในแต่ละขั้น หารด้วย ปริมาณการเปลี่ยนแปลงของการใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นปัจจัยแปรผัน หรือ ปริมาณผลผลิตทั้งหมด ณ ปัจจุบัน ลบด้วย ปริมาณผลผลิตทั้งหมดที่เกิดขึ้นก่อนหน้า

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta \text{Variable Factors}} \quad \text{หรือ}$$

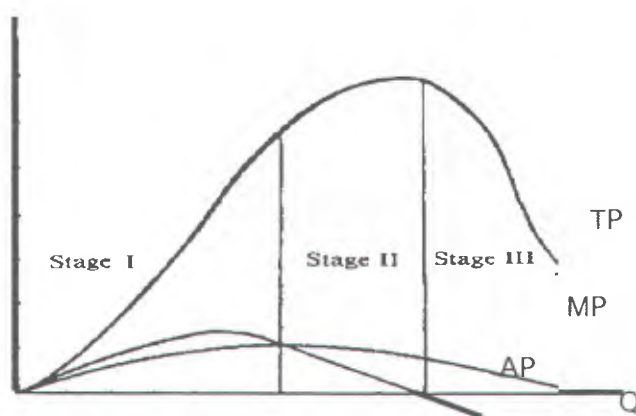
$$MP = TP \text{ หลัง} - TP \text{ ก่อนหน้า}$$

ตารางที่ 2.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงของจำนวนผลผลิตเมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้นของปัจจัยแปรผันที่ละหน่วย

Fixed Factors	Variable Factors	Total Product	Marginal Product	Average Product
1	1	10	$10 - 0 = 10$	$10 / 1 = 10$
1	2	24	$24 - 10 = 14$	$24 / 2 = 12$
1	3	39	$39 - 24 = 15$	$39 / 3 = 13$
1	4	52	$52 - 39 = 13$	$52 / 4 = 13$
1	5	61	$61 - 52 = 9$	$61 / 5 = 12.20$
1	6	66	$66 - 61 = 5$	$66 / 6 = 11$
1	7	66	$66 - 66 = 0$	$66 / 7 = 9.42$
1	8	64	$64 - 66 = -2$	$64 / 8 = 8$

ซึ่งจากข้อมูลที่ได้ทำให้เราสามารถที่จะแสดงความสัมพันธ์ในลักษณะของเส้นต่างๆ ซึ่งในกรณีนี้ อาจจะมีการคลาดเคลื่อนแต่เราจะสมมุติให้ค่าต่างๆที่ได้สามารถที่จะแสดงออกมาให้เห็นได้ดังรูป

MP, AP, TP



ภาพที่ 1 แสดงเส้นผลผลิตชนิดต่างๆ และการแบ่งช่วงการผลิต

1.1.4 การแบ่งช่วงของการผลิต (Stages of Production) จากความสัมพันธ์ของเส้นต่างๆ ในภาพที่ 1 เราสามารถที่จะแบ่งช่วงของการผลิตออกได้เป็น 3 ช่วงด้วยกัน คือ

ช่วงที่ 1 เป็นการเริ่มแรกของปัจจัยแปรผันที่เพิ่มขึ้นทีละหนึ่งหน่วย ซึ่งในการเพิ่มขึ้นของผลผลิตในช่วงนี้ผลผลิตโดยรวมนั้นจะมีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สืบเนื่องมาจากการปัจจัยที่ใช้ในการผลิตคือ ปัจจัยคงที่ และปัจจัยแปรผันนั้นยังคงที่จะได้สัดส่วน หรือมีความสมดุลย์กัน โดยเราเรียกช่วงนี้ว่า (Increasing Return)

ช่วงที่ 2 เป็นจุดต่อจากช่วงปลายของช่วงที่ 1 ซึ่งเราเรียกกันว่า จุดเปลี่ยนโค้ง ซึ่งในการเพิ่มขึ้นของผลผลิตในระยะนี้จะมีการเพิ่มขึ้นอย่างช้า ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเกิดความไม่สมดุลย์กันระหว่างการใช้ปัจจัยคงที่ และปัจจัยแปรผัน และผลผลิตนั้นก็เพิ่มขึ้นอย่างเรื่อยๆ ไปจนถึงจุดที่สูงสุด โดยเราเรียกช่วงนี้ว่า (Diminishing Return)

ช่วงที่ 3 เป็นจุดที่ต่อจากช่วงปลายของช่วงที่ 2 ซึ่งเป็นจุดที่ต่อจากจุดสูงสุด โดยผลผลิตที่เกิดขึ้นในช่วงนี้จะเริ่มมีปริมาณที่ลดลง ทั้งนี้เนื่องมาจากเกิดความไม่สมดุลย์กันระหว่างการใช้ปัจจัยคงที่ และปัจจัยแปรผัน ที่เกินข้อจำกัดของเทคนิคที่ใช้ในการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้ผลผลิตที่เกิดขึ้นนั้นมีปริมาณที่ลดลง โดยเราเรียกช่วงนี้ว่า (Decreasing Return)

ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตเฉลี่ย กับผลผลิตเพิ่ม

1. AP จะสูงขึ้นเรื่อยๆ ตราบใดเมื่อ $MP > AP$
2. AP จะเริ่มลดลงเมื่อ MP น้อยกว่า AP
3. AP มีค่าสูงสุดเมื่อ $AP = MP$

1.2 การวิเคราะห์ในส่วนของ การผลิตในระยะยาว (Long Run Production Analysis) การวิเคราะห์การผลิตในระยะยาวนั้นจะประกอบไปด้วย 1.การวิเคราะห์โดยใช้เส้นผลผลิตเท่ากัน (Isoquant Curve) และเส้นต้นทุนเท่ากัน (Isocost Curve) 2.เส้นขยายการผลิต (Expansion Path)

1.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้เส้นผลผลิตเท่ากัน และเส้นต้นทุนเท่ากัน (Isoquant Curve And Isocost Curve Analysis)ในการวิเคราะห์ในรูปแบบนี้เราจะใช้เส้นผลผลิตเท่ากัน และเส้นต้นทุนที่เท่ากันมาช่วยในการวิเคราะห์ ทั้งนี้ก็มีลักษณะที่คล้ายกับการวิเคราะห์ในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทั้งนี้ผู้ผลิตเองก็ต้องการผลิตสินค้า และบริการให้ได้มากที่สุดจากเงินทุนที่มีอยู่

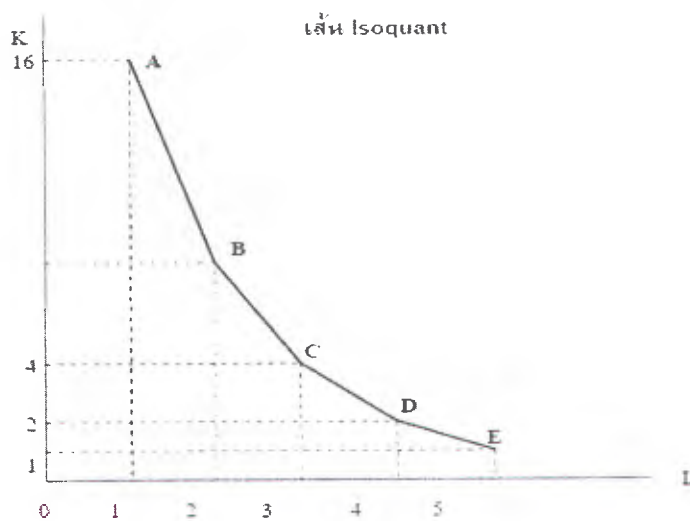
1.2.2 เส้นผลผลิตเท่ากัน (Isoquant Curve : IQ) หมายถึง เส้นแสดงจำนวนของปัจจัยการผลิต 2 ชนิด ที่ใช้ร่วมกันในการผลิตสินค้า / บริการ อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งให้ได้ผลผลิตออกมาเท่ากัน

สมมติให้มีปัจจัยในการผลิตที่เราจะต้องใช้ในการผลิตสินค้า ก. เพื่อให้ได้จำนวน 100 หน่วย อยู่ 2 ชนิดคือ ปัจจัยการผลิต A และ ปัจจัยการผลิต B

ตารางที่ 2.3 แสดงการใช้ปัจจัยการผลิต A และ B ในการผลิตสินค้า ก. ให้ได้จำนวน 100 หน่วย

แผนการผลิตที่	ปัจจัยการผลิต A	ปัจจัยการผลิต B	จำนวนสินค้า ก. ที่ผลิตได้
1	100	0	100
2	80	20	100
3	60	40	100
4	40	60	100
5	20	80	100
6	0	100	100

เมื่อนำตัวเลขต่างๆ มาสร้างเป็นกราฟแล้วเราก็จะได้เส้นผลผลิตที่เท่ากัน (Isoquant Curve)



ภาพที่ 2 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน

1.2.3 ลักษณะของเส้นผลผลิตเท่ากัน

จากบทเรียนที่ผ่านมาในเรื่องของพฤติกรรมกรการบริโภคนั้นเราคงจะจำเส้นที่แสดงความพึงพอใจที่เท่ากันได้ ซึ่งลักษณะของเส้นผลผลิตเท่ากันก็มีคุณสมบัติที่เหมือนกันกับความพึงพอใจเท่ากัน กล่าวคือ

1.2.3.1 มีลักษณะทอดลงจากซ้ายมาขวา ไม่ขาดช่วง

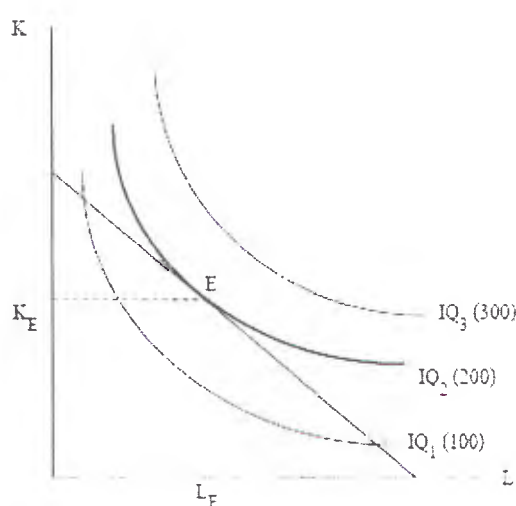
1.2.3.2 เส้นการผลิตเท่ากันที่อยู่สูงกว่าย่อมแสดงถึงผลผลิตที่มากกว่า

1.2.3.3 เส้นการผลิตเท่ากันมีลักษณะโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด

1.2.3.4 เส้นการผลิตที่เท่ากันนั้นจะตัดกันไม่ได้

1.2.3.5 จุดทุกจุดบนเส้นการผลิตเท่ากันเส้นเดียวกันย่อมมีปริมาณผลผลิต

ที่เท่าเทียมกัน



ภาพที่ 3 แสดงเส้นผลผลิตเท่ากัน ในลักษณะผลผลิตที่แตกต่างกัน (Isoquant Map)

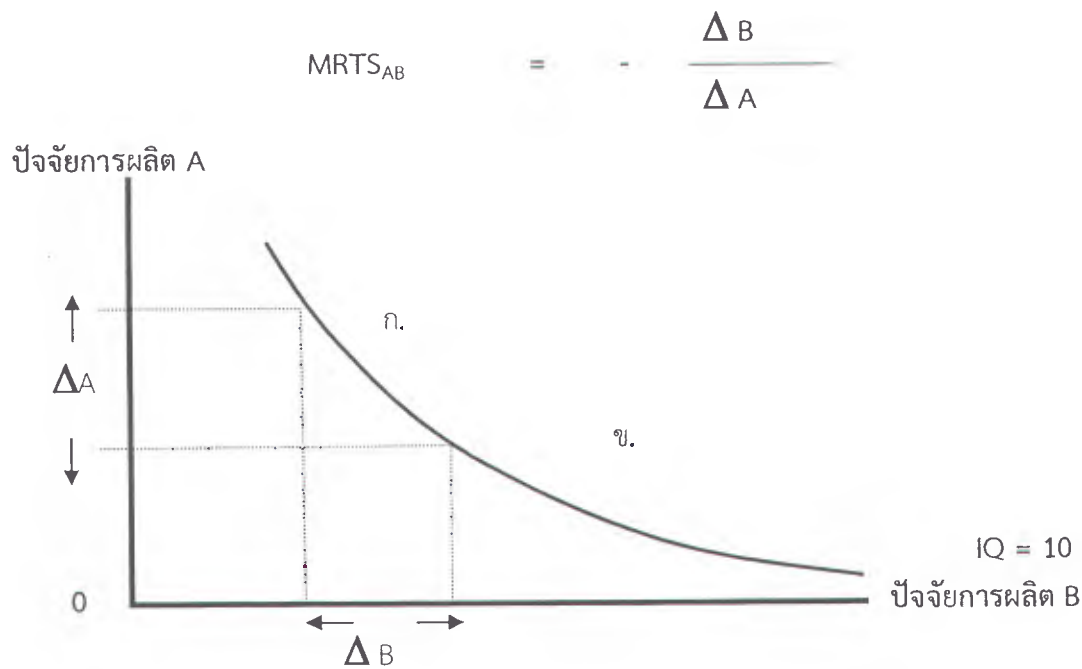
โดยที่เราสามารถอธิบายถึงผลการทดแทนของปัจจัยการผลิตโดยดูได้จากลักษณะของเส้นผลผลิตที่เท่ากัน โดยทั่วไปแล้วสามารถที่จะแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบดังนี้ (อ้างในวัณรักษ์ มิ่งมณีนาคิน หน้า 91) เส้นผลผลิตเท่ากันมีลักษณะโค้งเว้าเข้าหาจุดกำเนิด และทอดลงจากซ้ายมาขวา แสดงว่าปัจจัยที่ใช้ในการผลิต 2 ชนิดนั้นไม่สามารถที่จะใช้ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งในสภาพความเป็นจริงแล้วนั้นมักจะเป็นเช่นนี้

1. เส้นผลผลิตเท่ากันมีลักษณะเป็นเส้นตรงทอดลงจากซ้ายมาขวา แสดงว่าปัจจัยที่ใช้ในการผลิต 2 ชนิดนั้นสามารถที่จะใช้ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในข้อสมมุติของการยกตัวอย่าง

2.เส้นผลผลิตเท่ากันมีลักษณะหักศอก ซึ่งลักษณะของเส้นผลผลิตเท่ากันในลักษณะนี้แสดงว่าปัจจัยที่ใช้ในการผลิตทั้ง 2 ชนิดไม่สามารถที่จะนำมาใช้ทดแทนกันได้ในการผลิต

1.3 อัตราการใช้ปัจจัยการผลิตทดแทนกัน (Marginal Rate of Substitution : MRTS) หมายถึง จำนวนของปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งที่ลดลง 1 หน่วย โดยที่ปัจจัยการผลิตอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย เพื่อให้ได้ผลผลิตเท่าเดิม โดยการหาอัตราการใช้ปัจจัยการผลิตทดแทนกันนี้เราสามารถหาได้ดังนี้

ตัวอย่าง สมมติให้เส้นผลผลิตเท่ากันมีค่า 10 หน่วย ถ้าหาว่าผู้ผลิตนั้นมีการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตคือปัจจัย B และปัจจัยการผลิต A จากจุด ก. มายังจุด ข. ดังรูป ดังนั้นอัตราการใช้ปัจจัยการผลิต B แทนปัจจัยการผลิต A (ลด A เพิ่ม B) เราสามารถหาค่าความชัน (Slope) ของเส้น Isoquant ในช่วง ก. และ ข. ได้คือ



ภาพที่ 4 การหาค่าของอัตราการใช้ปัจจัยการผลิตทดแทนกัน (MRTS)

ในกรณีกลับกัน หากว่ามีการเปลี่ยนส่วนผสมของปัจจัยที่ใช้ในการผลิตคือปัจจัย A และปัจจัยการผลิต B จากจุด ข. มายังจุด ก. ดังนั้นอัตราการใช้ปัจจัยการผลิต A แทนปัจจัยการผลิต B (ลด B เพิ่ม A) เราสามารถหาค่าความชัน (Slope) ของเส้น Isoquant ในช่วง ข. และ ก. ได้คือ

$$MRTS_{BA} = - \frac{\Delta A}{\Delta B}$$

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งของค่า MRTS กล่าวคือค่า MRTS จะมีค่าลดลงไปเรื่อยๆ เมื่อมีการใช้ปัจจัยการผลิตทดแทนกันมากขึ้น ดังนั้นจึงเรียกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ว่า การลดน้อยถอยลงของอัตราการใช้ปัจจัยการผลิตทดแทนกัน (Diminishing marginal rate of Substitution) อีกทั้งค่า MRTS นั้นมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับค่า Marginal Product : MP โดยเราอาจจะเขียนในรูปของสมการได้ดังนี้

กำหนดให้สมการการผลิต

$$d\bar{TP} = TP(A,B)$$

$$d\bar{TP} = \frac{\partial TP}{\partial A} dA + \frac{\partial TP}{\partial B} dB$$

ในการเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้น Isoquant เส้นเดียวกันผลผลิตยังคงมีค่าเท่าเดิม ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไป นั่นก็คือ $dTP = 0$

แทนค่า

$$0 = \frac{\partial TP}{\partial A} dA + \frac{\partial TP}{\partial B} dB$$

กลับข้างสมการ

$$-\frac{\partial TP}{\partial A} dA = \frac{\partial TP}{\partial B} dB \quad (1)$$

จากข้อกำหนดที่ได้มีการกำหนดขึ้นที่ว่า

$$\text{กำหนดให้ } MP_A \text{ คือ ผลผลิตเพิ่มจากการใช้ปัจจัย A เพิ่มขึ้น 1 หน่วย} = \frac{\partial TP}{\partial A}$$

$$\text{กำหนดให้ } MP_B \text{ คือ ผลผลิตเพิ่มจากการใช้ปัจจัย B เพิ่มขึ้น 1 หน่วย} = \frac{\partial TP}{\partial B}$$

ดังนั้นแทนค่าลงในสมการที่ (1) จะได้ (ในกรณีที่ค่าความชันคิดจาก จุด ข. ไปยังจุด ก.) ซึ่งมีลักษณะที่ความชันจะมีค่าเป็นบวก

$$MRTS_{BA} = \frac{dA}{dB} = \frac{MP_B}{MP_A}$$

1.3.1 กฎผลได้ต่อขนาด (Law of Return to Scale) ก่อนที่เราจะเข้าสู่เรื่องของกฎผลได้ต่อขนาดนั้น จากที่เราได้ศึกษามาข้างต้นเรานั้นได้ศึกษาเรื่องของกฎการลดน้อยถอยลงมาตลอด ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการที่ปัจจัยที่ใช้ในการผลิตชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่ปัจจัยที่ใช้ในการผลิตอีกตัวหนึ่งคงที่ ซึ่งเหตุการณ์ในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในช่วงของการผลิตในระยะสั้น เพราะว่ายังมีเรื่องของปัจจัยที่ยังคงเป็นปัจจัยคงที่ แต่ในขณะที่การผลิตในระยะยาวเราสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่ใช้ในการผลิตให้เป็นปัจจัยผันแปรได้หมดแล้ว ซึ่งจากสิ่งที่กล่าวมาในระยะยาวเราจึงสามารถที่จะใช้กฎผลได้ต่อขนาดมาช่วยอธิบายการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ กล่าวคือ ในเรื่องของกฎผลได้ต่อขนาดจะเป็นเรื่องของ การเปลี่ยนแปลงของผลผลิตโดยรวม ซึ่งเกิดมาจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนที่ใช้ในตัวปัจจัยที่ใช้ในการผลิต ที่เปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนเดียวกัน และไม่มีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งคงที่

โดยเราสามารถแบ่งการเปลี่ยนแปลงของผลผลิตโดยรวมออกได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้ ตัวอย่าง สมมติให้ การผลิตในระยะยาวของโรงงานแห่งหนึ่งนั้นมีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนของปัจจัยที่ใช้ในการผลิตเพิ่มขึ้นในสัดส่วนเดียวกัน คือ 15 % โดยจากการเปลี่ยนแปลงเราสามารถที่จะอธิบายเป็นช่วงๆ ได้ว่า

ช่วงที่ 1 เป็นระยะผลได้เพิ่มขึ้น Increasing Return กล่าวคือการขยายขนาดการผลิตในระยะแรกจะส่งผลให้ผลผลิตนั้นเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มของปัจจัยการผลิตทุกๆ ปัจจัย เช่น เพิ่มปัจจัยการผลิตทุกๆ ละ 15% แต่ผลผลิตเพิ่มขึ้น 25% เป็นต้น

ช่วงที่ 2 เป็นระยะผลได้นั้นคงที่ Constant Return กล่าวคือเมื่อผู้ผลิตทำการขยายการผลิตไปถึงจุดๆ หนึ่งแล้วนั้น จะส่งผลให้ผลผลิตนั้นเพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกับการเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้ปัจจัยการผลิตในแต่ละปัจจัย เช่น เพิ่มปัจจัยการผลิตทุกๆ ละ 15% แต่ผลผลิตเพิ่มขึ้น 15% เช่นเดียวกัน

ช่วงที่ 3 เป็นระยะผลได้น้อยลง Decreasing Return กล่าวคือ ผู้ผลิตยังคงที่จะขยายการผลิตต่อไปทั้งๆ ที่ผลผลิตที่ได้รับจะคงที่แล้ว และเมื่อยังฝืนที่จะขยายขนาดการผลิตออกไปอีกจึงส่งผลให้ผลผลิตที่ได้รับนั้นกลับมีค่าลดลงต่ำกว่าอัตราเพิ่มในการใช้ปัจจัยการผลิต เช่น เพิ่มปัจจัยการผลิตทุกๆ ละ 15% แต่ผลผลิตเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงโดยเพิ่มเพียงแค่ 10% เป็นต้น

ทั้งนี้เราจะเห็นได้ว่าจากการที่เราต้องขยายขนาดการผลิตทั้งนี้ก็จะให้เกิดการใช้ปัจจัยการผลิตได้อย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพการผลิตให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่เมื่อเกินจุดสูงสุดที่อยู่ในสภาพการเอื้ออำนวยในด้านการผลิตแล้วนั้นจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของปัจจัยที่ใช้ในการผลิตนั้นลดต่ำลงหรือกล่าวได้ว่าปัจจัยการผลิตต้องมีการทำงานเกินความสามารถในการผลิต จึงส่งผลให้ประสิทธิภาพนั้นลดต่ำลง

1.3.2 การประหยัดต่อขนาด และไม่ประหยัดต่อขนาด (Economics and Diseconomics of Scales) จากเหตุที่มีการขยายการผลิตดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น นอกจากที่จะอธิบายได้ด้วยเรื่องของกฎผลได้ต่อการขยายขนาดการผลิตแล้ว ยังสามารถที่จะอธิบายได้ด้วยเรื่องของ การประหยัด และการไม่ประหยัดต่อขนาด ซึ่งในที่นี้จะขออธิบายการประหยัด และการไม่ประหยัด โดยแบ่งหัวข้อการอธิบายออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สิ่งที่เกิดจากภายใน และสิ่งที่เกิดจากภายนอก

-การประหยัดต่อขนาดภายใน (Internal Economics Of Scales) ด้วยสาเหตุที่ว่าเมื่อมีการขยายขนาดการผลิตที่ใหญ่มากขึ้นจะส่งผลให้มีการแบ่งงานกันทำ ซึ่งทำให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่าผลผลิตที่จะผลิตได้นั้นจะมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม หรือมีประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น

-การประหยัดต่อขนาดภายนอก (External Economics Of Scales) ด้วยสาเหตุที่ว่าเมื่อมีการขยายขนาดการผลิตให้ใหญ่มากขึ้น ย่อมหมายถึงการใช้ปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งในกรณีนี้จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงมา หรืออาจจะยกตัวอย่างได้ง่ายๆ เช่น มีคนมาติดต่อถึงสถานที่ผลิต อีกทั้งเมื่อซื้อมากๆ จะมีการจัดส่งให้โดยไม่คิดมูลค่า ซึ่งทำให้ไม่เสียค่าใช้จ่ายในเรื่องของการสีบราคา และค่าขนส่ง หรือถ้าจะยกตัวอย่างให้เห็นชัด ก็เช่น ปากกาลูกกลิ้งด้ามละ 5 บาท แต่ถ้าหากซื้อเป็นกล่องแล้ว เมื่อลองมาเจ็ยราคาในแต่ละด้ามจะพบว่าราคาไม่ถึงด้ามละ 5 บาท

-การไม่ประหยัดต่อขนาดภายใน (Internal Diseconomics Of Scales) ด้วยสาเหตุที่ว่าเมื่อมีการขยายขนาดใหญ่มากขึ้นจะส่งผลให้เกิดความยุ่งยากในการควบคุม หรือจัดการ ซึ่งจะส่งผลถึงประสิทธิภาพการผลิตที่ลดลงด้วย

-การประหยัดต่อขนาดภายนอก (External Diseconomics Of Scales) ด้วยสาเหตุที่ว่าเมื่อมีการขยายขนาดใหญ่มากขึ้นจะส่งผลให้เกิดการแย่งชิงปัจจัยการผลิตมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ราคาต้นทุนนั้นสูงขึ้น

2. ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงการ

ในการตัดสินใจดำเนินการโครงการใดก็ตาม ก่อนอื่นต้องแจกแจงจัดทำตารางแสดง ต้นทุนและผลประโยชน์ในแต่ละช่วงเวลาของอายุโครงการเสียก่อน แล้วจึงคิดมาเป็นข้อมูลปัจจุบัน ทั้งหมด จากนั้นจึงนำผลมาเปรียบเทียบเพื่อพิจารณาตัดสินใจ โดยหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือก ลงทุนที่มีหลายวิธีดังนี้คือ พิจารณามูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิตำหนดได้จากข้อมูลปัจจุบันของผลประโยชน์ตลอดอายุ โครงการ ลบด้วย มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน ตลอดอายุโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value หรือ NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการก็คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแส ผลตอบแทนสุทธิตลอดชั่วอายุของโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน หรืออาจคำนวณหา NPV จากความ แตกต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนรวม และมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนรวม ซึ่งเขียนเป็นสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{b_t - c_t}{(1+r)^t}$$

$$\text{หรือ } NPV = \sum_{t=1}^n 1 \frac{B_t - c_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n 1 \frac{ct}{(1+r)^t}$$

เมื่อ B_t = ผลตอบแทนในปี t

C_t = ต้นทุนในปี t

r = อัตราส่วนลดที่เหมาะสม

n = จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio หรือ B/C)

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนคือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแส ผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุน ซึ่งเขียนสูตรได้ดังนี้

$$B/C = \frac{PV \text{ of benefits}}{PV \text{ of costs}}$$

$$= \frac{\sum_{t=1}^n 1 \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n 1 \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

2.1 อัตราส่วนผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return หรือ IRR) อัตราผลตอบแทนของโครงการเป็นหลักเกณฑ์การประเมินความคุ้มค่าของโครงการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดของ IRR มีความสอดคล้องกับอัตราผลกำไรของโครงการดังนั้นจึงทำให้เข้าใจง่าย อีกทั้งไม่ต้องมีการกำหนดอัตราส่วนไว้ก่อน ดังเช่น NPV และ B/C

อัตราผลตอบแทนของโครงการอาจนิยามได้ว่า คืออัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ ดังนั้น IRR จึงได้แก่อัตราส่วนลดหรือ r ที่ทำให้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{b_t - c_t}{(1+r)^t}$$

โดยที่ IRR คืออัตราส่วนลดภายในโครงการ การคำนวณหาค่า IRR จึงไม่ขึ้นอยู่กับ การเลือกอัตราส่วนลดไว้ก่อน หากแต่เป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้โครงการมีความคุ้มค่า นั่นคือจะเป็น อัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่โครงการสามารถจ่ายกับทรัพยากรที่ใช้เป็นที่น่าสังเกตว่า จะคำนวณหาค่า IRR ได้ กระแสผลตอบแทนสุทธิในปีแรกๆ จะต้องติดลบ ถ้ากระแสผลตอบแทนสุทธิมีค่าเป็นบวกทุกปี จะไม่มีอัตราส่วนลดตัวไหนที่สามารถทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์

ข้อได้เปรียบประการหนึ่งของหลักเกณฑ์นี้ก็คือทำให้ทราบอัตราดอกเบี้ยหรืออัตราผลตอบแทนที่โครงการได้รับจากเงินที่ลงทุนไปโดยอัตราผลตอบแทนหรือ IRR ก็คืออัตราผลตอบแทนที่โครงการนั่นเอง ด้วยเหตุนี้กฎการตัดสินใจก็คือ รับทุกโครงการที่มีค่า IRR เท่ากันหรือสูงกว่าค่าเสียโอกาสของทุน และถ้า IRR ของโครงการต่ำกว่าค่าเสียโอกาสของทุนหรือต่ำกว่าอัตราเป้าหมายที่ต้องการแล้ว ก็ไม่ควรรับ

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลากการดำเนินงานที่มีผลทำให้ผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับค่าใช้จ่ายในการลงทุนตอนเริ่มต้นของโครงการพอดีวิธีการหา ระยะเวลาคืนทุนหรือจำนวนปีที่จะทำให้กิจการได้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนสามารถคำนวณได้ตามสูตรดังนี้

$$(\text{Payback Period}) = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

เงินสดรับสุทธิ คือ เงินสดรับสุทธิส่วนเพิ่มหลังหักภาษีหรือผลประโยชน์จากการลงทุนหลังภาษี

การพิจารณาว่าจะยอมรับหรือปฏิบัติโครงการ ก็พิจารณาว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนต่ำกว่าระยะเวลาที่ต้องการหรือไม่แต่ถ้ามีหลายโครงการและทุกโครงการมีระยะเวลาคืนทุนต่ำกว่าระยะเวลาที่ต้องการ ก็พิจารณาเลือกโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนสั้นที่สุดเป็นอันดับแรก

2.2 การบัญชีต้นทุน (Cost Accounting) เป็นการบัญชีที่ บันทึกและจัดทำรายงานการวัดค่าของต้นทุนในการผลิตสินค้าและการให้บริการ ขอบเขตงานของการบัญชีต้นทุนจึงได้แก่การรวบรวมข้อมูลต้นทุนบันทึกแยกประเภท แบ่งสรรหรือปันส่วน สะสมและจัดทำรายงานเกี่ยวกับต้นทุนในลักษณะต่างๆ ตามความประสงค์ของฝ่ายจัดการ (ดวงมณี โภมารทัต, 2546, หน้า5)

วัตถุประสงค์ของการบัญชีต้นทุน

การบัญชีต้นทุนเกิดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ 6 ประการ คือ

2.2.1 ใช้ในการคำนวณต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการ (Product or service costing) ในกรณีที่เป็นการผลิตสินค้าก็จะนำต้นทุนที่คำนวณได้ไปตีราคาต้นทุนและคงเหลือ (Inventory Valuation) อันได้แก่งานระหว่างทำและสินค้าคงเหลือเพื่อแสดงไว้ในงบดุล ณ วันสิ้นงวดบัญชี

2.2.2 ใช้ในการวัดผลกำไรขาดทุนประจำงวด (Income Determination) การวัดผลกำไรจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทราบต้นทุนสินค้าขาย หรือต้นทุนขาย (Cost of Goods Sold) และต้นทุนขายจะเป็นเท่าใดก็จะขึ้นกับต้นทุนสินค้าขายและผลกำไรขาดทุนจะแสดงในงบงบกำไรขาดทุนประจำงวดของกิจการ

2.2.3 ใช้ในการวางแผนและควบคุม (Planning and control) การดำเนินงานของกิจการฝ่ายบริหารอาจวางแผนงานล่วงหน้าโดยการจัดทำงบประมาณทั้งกิจการหรือแผนกใดแผนกหนึ่ง ครั้นถึงสิ้นงวดก็จะเก็บข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงมาเปรียบเทียบกับงบประมาณที่กำหนดไว้ หากมีผลแตกต่างที่ไม่น่าพึงใจ (Unfavorable Variance) หรือพบว่ามีความบกพร่องในการดำเนินงานฝ่ายบริหารจะแก้ไขโดยทันที

2.2.4 ใช้ในการกำหนดราคาขายของสินค้าหรือบริการ ธุรกิจบางประเภท เช่น ธุรกิจก่อสร้างอู่ซ่อมรถยนต์ ฯลฯ จำเป็นต้องประมาณต้นทุนของสินค้าหรือบริการขึ้นมาก่อนการผลิตจริง ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นฐานในการกำหนดราคาขายเสนอต่อลูกค้า หรือใช้ในการประมาณงานต่างๆ

2.2.5 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ (Decision – Making Tools) ทั้งในปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำหรือปัญหาเฉพาะหน้า เช่น การกำหนดจำนวนวัตถุดิบที่จะสั่งซื้อ การลดการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ (Product Lines) การตัดสินใจขยายหรือลดกำลังการผลิตของโรงงาน เป็นต้น

2.2.5 ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานเพื่อพิจารณาประสิทธิผล (Efficiency) ในการปฏิบัติงานของทรัพยากรเหล่านั้น

2.3 รายได้ (Revenue or Income) ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของงบการเงินที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผลการดำเนินงานในรอบระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งแม้บทความบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีไทยให้คำนิยามได้ดังนี้

รายได้ หมายถึง “การเพิ่มขึ้นของประโยชน์เศรษฐกิจ ในรอบระยะเวลาบัญชีในรูปกระแสเข้าหรือการเพิ่มค่าของสินทรัพย์หรือการลดลงของหนี้สิน อันส่งผลให้ส่วนของเจ้าของเพิ่มขึ้น ทั้งนี้รวมถึงเงินทุนที่ได้รับจากผู้มีส่วนร่วมในส่วนของเจ้าของ”

การขายสินค้า กิจกรรมต้องรับรู้รายได้จากการขายสินค้า เมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขทุกข้อต่อไปนี้

2.3.1 กิจกรรมได้อิโนความเสี่ยงและผลตอบแทนที่เป็นสาระสำคัญ ของการเป็นเจ้าของสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว

2.3.2 กิจกรรมไม่เกี่ยวข้องในการบริหารสินค้าอย่างต่อเนื่องในระดับเจ้าของพึงกระทำ หรือไม่ได้ควบคุมสินค้าให้กับผู้ซื้อแล้ว

2.3.3 กิจกรรมสามารถวัดมูลค่าของจำนวนรายได้ที่น่าเชื่อถือ

2.3.4 มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กิจการจะได้รับผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของรายการบัญชานั้น

2.3.5 กิจกรรมสามารถวัดมูลค่าของต้นทุนที่เกิดขึ้นหรือที่จะเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากรายการบัญชานั้นได้อย่างน่าเชื่อถือ

2.4 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

การวิเคราะห์ต้นทุน รายได้ ผลตอบแทนการผลิตผ้ามัดย้อมคำนวณจากรายได้จาก การขายผ้ามัดย้อม หักด้วยค่าใช้จ่ายในการผลิตผ้ามัดย้อมทั้งหมด ซึ่งการวิเคราะห์ผลตอบแทน สามารถคำนวณได้ดังนี้

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนสุทธิ

คำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตราผลตอบแทนสุทธิ} = \text{ผลตอบแทนสุทธิ} \times 100$$

2.5 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio หรือ B/C Ratio) คือเกณฑ์นี้แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับมูลค่าของค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ค่าใช้จ่ายในที่นี้คือค่าใช้จ่ายทางด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษา นั่นก็คือค่าใช้จ่ายที่ไม่มีการแบ่งแยกกว่าเป็นค่าใช้จ่ายประเภทใดซึ่งจะเป็นการวัดทางด้านต้นทุนของโครงการนั่นเอง แต่รายได้ของโครงการคือ ผลประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีโครงการนั้นเกิดขึ้น การวัดรายได้ต่อต้นทุนของโครงการ ลงทุนของหน่วยธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเป็นการวัดรายได้ต่อต้นทุนที่ เกิดขึ้นโดยตรงกับหน่วยธุรกิจ เป็นการวัดผลทางด้านเศรษฐกิจโดย ไม่ได้มีการนำเอาผลที่มีต่อทางด้านสังคมเข้าไปเกี่ยวข้อง การวัดรายได้และต้นทุนของหน่วยธุรกิจนั้นการตีค่าของรายได้และต้นทุนนั้น จะใช้ราคาตลาดเพียงอย่างเดียวมิได้ใช้ราคาเอามาวิเคราะห์ ประกอบด้วย ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก สมการ

$$B/C \text{ Ratio} = \sum_{i=0}^n \frac{C_t}{(1+t)^t}$$

- โดยที่ \sum = ผลตอบแทนในปีที่ t
 C_t = ค่าใช้จ่ายในโครงการปีที่ t
 i = อัตราส่วนลดหรืออัตราดอกเบี้ย
 t = ปีของโครงการ คือปีที่ 0, 1, 2, ..., 31
 n = อายุของโครงการ
 ปีที่ 0 คือ ปีที่มีการลงทุนเริ่มแรก

2.6 ผลตอบแทนหรือกำไร (Earning or Net Income) เกิดขึ้นจากการรายงานผลความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลต่างของรายได้หักด้วยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ซึ่งมีวิธีการการวัดผลกำไร โดยการเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายที่ใช้เกณฑ์ความเกี่ยวพันระหว่างต้นทุนที่เกิดขึ้นจากรายได้ที่มาจากรายงานเดียวกัน (เมธากุล เกียรติภระกาย และศิลปะพร ศรีจันเพชร, 2543 หน้า 99-114) สำหรับการวัดผลตอบแทนของการผลิตและการจำหน่ายในรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้ามดัย้อมสี่ธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านศรีวัง คือเปรียบเทียบรายได้จากการขาย หักด้วยการผลิตผ้ามดัย้อมสี่ธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านศรีวัง

3. แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางกลยุทธ์ทางการตลาด

เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อพิจารณาถึงจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของบริษัทโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1. วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (External environment analysis) เป็นการประเมินโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) จากสิ่งแวดล้อมภายนอกของบริษัทได้แก่สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจประชากรศาสตร์สังคมวัฒนธรรมการเมืองกฎหมายสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและทรัพยากรธรรมชาติฯลฯ

3.2 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal environment analysis) เป็นการประเมินจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) จากสิ่งแวดล้อมภายในบริษัทได้แก่โครงสร้างขององค์การและการจัดการนโยบายและกลยุทธ์ของหน้าที่ธุรกิจต่างๆฯลฯ

3.3 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสิ่งแวดล้อมภายในโอกาสและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอกตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กรหรือหมายถึงวิธีการซึ่งช่วยผู้บริหารในการกำหนดจุดแข็งขององค์กร(Organizational Strengths: S)จุดอ่อนของ

, น้ำผลไม้ที่ไม่มีน้ำตาล, แชมพูอินวัน, น้ำยาปรับผ้านุ่ม, รถขนาดเล็กเพื่อใช้ในเมือง หรือรถขนาดใหญ่สำหรับครอบครัว ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ขายเป็นสินค้า, บริการ, บุคคล, สถานที่ ซึ่งต้องระบุไปให้แน่ชัด

4.1.2 คุณสมบัติ (Product Attribute) สินค้าที่ผลิตจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ความงาม ความทนทาน หรือรูปแบบของสินค้าในตัวเอง

4.1.3 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ (Product Feature) ต้องรู้ว่าสินค้าของเรามีอะไรเป็นจุดเด่นกว่าสินค้าอื่นเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น ร้านอาหารมักจะมีอาหารพิเศษประจำร้าน ซึ่งเป็นที่นิยมของลูกค้า

4.2 ผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

4.2.1. ผลประโยชน์ที่ผลิตภัณฑ์พึงมี (Defensive Benefit) ทำให้ไม่เสียเปรียบคู่แข่ง เช่น รถยนต์ ต้องมีเครื่องปรับอากาศ ระบบเบรก ถุงลมนิรภัย เป็นต้น

4.2.2. ผลประโยชน์พิเศษ (Extra Benefit) ที่ทำให้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น รถยนต์อาจเพิ่มถุงลมนิรภัยคู่ มีแถม CD มีเบาะไฟฟ้า เป็นต้น

4.3.3. ผลประโยชน์เสริมเล็กน้อยๆ (Fringe Benefit) ที่ทำให้สินค้าดูแตกต่างไปจากคู่แข่ง เช่น ลูกอมรูปหัวใจ หรือมีที่รองเท้าเวลาที่นำรถมาเข้าบริการที่ศูนย์

4.3.4 ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นสิ่งที่บริษัทต้องการให้ลูกค้ามองว่าสินค้ามีอะไรเป็นจุดเด่น เช่น เบียร์สิงห์ เด่นในแง่ความเป็นไทย, เบียร์คาร์ลสเบอร์ก เด่นในแง่ความเป็นสากล

4.3 ราคา (Price) เป็นส่วนประสมทางการตลาดเพียงตัวเดียวที่เกี่ยวข้องกับรายรับ (ในขณะที่ตัวอื่นล้วนเกี่ยวข้องกับรายจ่ายทั้งสิ้น)

4.3.1 การวางแผนด้านราคา ก่อนที่จะวางแผนด้านราคาควรจะต้องแบ่งตลาดออกเป็นแบบต่างๆเพื่อที่จะได้เข้าใจและตั้งราคาได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

4.3.1.1 ตลาดกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านราคา (Price Sensitive Market) เป็นตลาดที่ไม่สนใจในประเด็นด้านการบริการหรือคุณประโยชน์ทางอ้อมของสินค้า แต่จะสนใจในด้านราคาสินค้าเป็นหลัก เนื่องจากประเด็นด้านภาพพจน์หรือชื่อเสียงนั้นไม่มีความสำคัญในสายตาผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า สินค้าที่อยู่ในตลาดนี้มักเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวันทั่วไป เช่น ข้าวสาร, กระดาษชำระ, น้ำมันพืช, ยากันยุง ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่มี ความแตกต่างกันมากนัก ดังนั้นการตั้งราคาควรพยายามทำให้ต้นทุนสินค้าต่ำที่สุด เพื่อที่จะได้สามารถขายในราคาที่ต่ำที่สุด

4.3.1.2 ตลาดของสินค้าที่ตั้งราคาโดยเน้นภาพพจน์ (Image Sensitive) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเช่น สินค้าแบรนด์เนมต่างๆ เช่น หลุยส์ วิตตอง, กุชชี, อามารนี, โรเล็กซ์ ซึ่งลูกค้า

จะซื้อเพราะใช้เสริมบุคลิกมากกว่าคุณประโยชน์ที่แท้จริงของตัวสินค้า ความสำเร็จของสินค้าประเภทนี้ อยู่ที่ว่า "ถ้าสามารถรักษาภาพพจน์ได้ดี แม้ราคาจะแพงกว่ายี่ห้ออื่นคนก็ซื้อ"

4.3.1.3 การตัดสินใจตั้งราคา (Price Decision) ในการตัดสินใจตั้งราคานี้ มีทางเลือกและประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา ดังนี้

1) การตั้งราคาตามตลาด (On going price) หรือการตั้งราคาตามความพอใจ (Leader price) มีรายละเอียดดังนี้

- การตั้งราคาตามตลาด เหมาะสำหรับสินค้าที่สร้างความแตกต่างได้ยาก จึงไม่สามารถที่จะตั้งราคาให้แตกต่างจากคู่แข่งได้

- การตั้งราคาตามความพอใจ เป็นการตั้งราคาตามความพอใจโดยไม่คำนึงถึงคู่แข่ง เหมาะกับสินค้าที่มีความแตกต่างในตราสินค้า (Brand Differentiation)

2) สินค้าจะออกเป็นแบบราคาสูง (Premium Price) หรือราคามาตรฐาน (Standard Price) หรือตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน (Fighting Brand) ซึ่งจะใช้ราคาใดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและการยอมรับในราคาของลูกค้า

- ราคาสูง ใช้เมื่อแน่ใจว่าในคุณภาพที่เหนือกว่าและการยอมรับในราคาของลูกค้า

- ราคามาตรฐาน เมื่อใช้การตั้งราคาโดยพิจารณาจากราคาของคู่แข่ง

- ตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน หรือราคาประหยัด (Economy Brand) จะลดตลาดล่าง สินค้าจะด้อยคุณภาพกว่าคู่แข่งเล็กน้อยในประเด็นที่ไม่สำคัญ เช่น Package ที่ดูไม่หรูหราเท่าคู่แข่ง แต่คุณภาพไม่ต่างกันมากนัก

3) การตั้งราคาแบบเท่ากันหมด (One Pricing) หรือการตั้งราคาแตกต่างกัน (Discriminate Price)

- แบบเท่ากันหมด หมายความว่า ไม่ว่าจังหวัดใดหรือสถานที่ใด หรือจะฤดูใดก็จะกำหนดราคาเท่ากันหมด

- ราคาที่แตกต่างกัน มีหลายสาเหตุคือ

- แตกต่างกันตามฤดูกาล (Discriminate by Season) เช่น โรงแรมจะตั้งราคาตามฤดูกาล ช่วงไหนขายดีก็ตั้งราคาสูง ช่วงไหนขายไม่ดีก็ตั้งราคาต่ำ

4.3.1.4 แตกต่างกันตามจำนวนสินค้า (Discriminate by Volume) ซื้อจำนวนมากราคาต่ำ ซื้อจำนวนน้อยราคาสูง

4.3.1.5 แตกต่างกันตามสถานที่ (Discriminate by Place) เช่น ราคาน้ำมันในกรุงเทพฯ กับราคาน้ำมันในต่างจังหวัดต่างกัน

4.3.1.6 แยกต่างกันตามลูกค้า (Discriminate by Customer) เช่น ชำราชการพักโรงแรมกับประชาชนพักโรงแรมราคาไม่เท่ากัน หรือสายการบินแยกราคาเป็นชำระการกับประชาชน ผู้อาวุโสกับเด็ก

4.3.1.7 แยกต่างกันตามรุ่น (Discriminate by Version) เช่น ไวน์ปี 1987 กับปี 1992 ราคาจะแตกต่างกันมาก

4.4 การจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายหมายถึง กลไกต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค

4.4.1 หลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาในการจัดจำหน่าย

4.4.1.1 สถานที่ตั้ง (Location) จะพิจารณาเกี่ยวกับประเด็นที่ว่า จะขายสินค้า ณ จุดใด ถ้ามีทำเลได้เปรียบจะมีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง

4.4.1.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) การจัดจำหน่ายจะผ่านไครบ้าง เช่น ส่งผ่านผู้ค้าปลีก หรือส่งผ่านจากผู้ผลิตสู่มือผู้บริโภคโดยตรง

4.4.1.3 ประเภทชนิดของช่องทาง (Type of Outlet) เช่น ใช้รูปแบบสหกรณ์, การขายด้วยเครื่องขายอัตโนมัติ, ขายทางไปรษณีย์ เป็นต้น

4.4.1.4 การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory Control) จะเกี่ยวข้องกับต้นทุน ถ้าเก็บสินค้ามากเกินไปจะทำให้ต้นทุนในการจัดเก็บสูง แต่ถ้าเก็บน้อยเกินไปก็อาจเกิดปัญหาสินค้าไม่พอขายได้

4.4.1.5 การบริหารสินค้า (Merchandising) นอกจากจะพิจารณาถึงจำนวนแล้วยังต้องพิจารณาว่าเราควรมีสินค้าและบริการอะไรไว้ขายบ้าง รวมถึงการดูแลด้านการจัดแสดงสินค้าให้ดึงดูดผู้บริโภคอีกด้วย

4.4.1.6 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ความพยายามต่างๆทางการตลาดในการที่จูงใจให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้า แข่งชิงส่วนแบ่งตลาด ตลอดจนรักษาลูกค้าไว้ไม่ให้เปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

- 1) เพื่อให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของบริษัท
- 2) เพื่อเพิ่มยอดขายในตัวสินค้า
- 3) เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้สินค้าอย่างต่อเนื่อง
- 4) เพื่อสกัดกั้นคู่แข่งไม่ให้แย่งชิงส่วนแบ่งตลาด
- 5) เพื่อแย่งชิงลูกค้าจากคู่แข่ง
- 6) เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
- 7) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตัวสินค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกียรติศักดิ์ จันทร์ก้อน (2544) ได้ทำการศึกษาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเทศบาลหนองตองพัฒนา อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธี Swot Analysis ในการวิเคราะห์โครงการ ซึ่งได้ผลการศึกษาคือ ทางเทศบาลจะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักเกณฑ์ตามที่ทางราชการกำหนดมาให้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดเลือก เช่น ผลิตภัณฑ์กระเป่าสานจากไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์อาหาร จากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มจึงสามารถที่จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพนำมาส่งเสริมและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงตามตามความต้องการของตลาด โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาในแง่มุมต่างๆอย่างละเอียด เช่น ด้านการตลาดปัจจัยในการผลิต การจัดองค์กร การทำการค้าด้วยบัญชี ซึ่งพบว่าการบริหารจัดการภายในกลุ่มมีประสิทธิภาพ มีการจัดการบุคลากรอย่างมีเหมาะสม มีความเข้าใจในการตลาดเป็นอย่างดี ผู้ศึกษาได้พบว่าการรวมตัวในการผลิตมักมีการรวมตัวในครอบครัวเครือญาติ ขนาดใหญ่ ซึ่งมีข้อดีในการควบคุมการทำหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่ม แต่อาจมีปัญหาเมื่อขนาดธุรกิจมีการเจริญเติบโตขยายใหญ่ขึ้น

จรัญ (2536) ให้ความหมายของการผลิต (Production) หมายถึง หมายถึง “การสร้างเศรษฐกิจ (Economic goods) และบริการ (Service) ต่างๆ ขึ้นมา” เนื่องจากเศรษฐกิจเป็นของมีมูลค่ามนุษย์จึงทำการผลิตมันขึ้นมาเพื่อใช้ซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน นอกจากนี้ยังถึงรวมถึงการบริการต่างๆ เช่น การเปลี่ยนมือในการเป็นเจ้าของโดยพ่อค้าให้บริการด้วยการนำสินค้าจากเกษตรกรมาขายให้แก่ผู้บริโภค

สำนักมาตรฐานการศึกษากระทรวงศึกษาธิการและสำนักมาตรฐานอุดมศึกษาทบวงมหาวิทยาลัย(2545) กล่าวถึงการจัดการการผลิตไว้ดังนี้

1. เป็นการจัดการ กระบวนการแปรสภาพทรัพยากรต่างๆ เช่น ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ เงินทุนให้เป็นสินค้าและบริการ การวางแผนการผลิตประกอบด้วย การวางแผนผลิตภัณฑ์ การวางแผนเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนการจัดซื้อและการบริหารสินค้าคงเหลือ

2. ระบบการผลิตประกอบด้วยปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิตและผลผลิตในการผลิตต้องมีการวางแผนผังกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับประเภทสินค้าที่ผลิต ลักษณะของการวางแผนการผลิต ในการผลิตแต่ละสินค้าควรที่จะมีการจัดตารางการผลิตเพื่อให้เกิดความสะดวกในการบริหารงาน

3. นอกเหนือจากการจัดการการผลิต และการวางระบบการผลิตที่เหมาะสมแล้ว การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้มีคุณภาพก็เป็นสิ่งจำเป็น การควบคุมคุณภาพแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ การกำหนดคุณภาพในระดับนโยบาย ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามที่กำหนด ควบคุมคุณภาพในการผลิตและควบคุมคุณภาพในระยะเวลาจำหน่าย ติดตั้งและใช้ประโยชน์

4. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สามารถใช้จ่ายการผลิตในจำนวนที่น้อยที่สุดแต่สามารถให้ผลผลิตที่มากขึ้นกว่าเดิม สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ สามารถดำเนินการได้เช่น สร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการบริการ ให้การอบรมพนักงาน

นิรัติศัย จรรย์ญา (2549) ได้ทำการศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมพัฒนาอาชีพหลัก แกะสลักไม้หนองหวาย ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มได้แก่ การดำเนินการ การบริหารจัดการองค์กร การเงิน การตลาด เทคโนโลยีการผลิต รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินของกลุ่ม ซึ่งได้พบปัญหาของกลุ่มคือ ทางกลุ่มยังไม่ได้ให้ความสำคัญในการจัดบันทึกยอดการจำหน่าย ทำให้ไม่มีข้อมูลในการตรวจสอบ ยังไม่มีการวางแผนทางการเงินที่ใช้ข้อมูลของปีที่ผ่านมา

ผกานันท์ ภูักันพันธ์ (2547) ศึกษาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านป่าไผ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์กระเทียมโทนดองและกระเทียมดองพบว่ากลุ่มแม่บ้านได้ทำกิจการนี้มานาน แต่ก่อนปี 2543 มียอดขายลดลงเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ และยังประสบปัญหาด้านอื่น เช่นการผลิต การตลาดและการเงิน เนื่องจากรัฐบาลเข้าให้ความช่วยเหลือ พบว่ายอดขายสูงขึ้น การจัดการเป็นระบบมากขึ้นและถือว่าเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ดอกอ้อ ขวัญเนิน (2554) ได้จัดทำโครงการวิธีการตลาดและต้นทุนการผลิตยาเส้นแบบพื้นบ้าน ศึกษาในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาด้านทุนการผลิตใบยาสูบพันธุ์และต้นทุนการผลิตของเกษตรกรและวิธีการผลิตยาเส้นแบบดั้งเดิม วิธีการตลาดยาเส้นในเขตอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรในตำบลหนองไขว่ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 260 ราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี มี การศึกษาน้อยกว่ามัธยมศึกษา สมาชิกในครอบครัวมีจำนวน 4 ถึง 6 คน มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 ถึง 10,000 บาทต้นทุนการผลิตยาเส้นโดยคิดต้นทุนการผลิตตั้งแต่ปลูกต้นยาสูบจนถึงการพินยา ตาก เป็นยาเส้นพื้นเมืองออกมา โดยมีต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 11,040 บาทต่อไร่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ค่าพันธุ์กล้าเท่ากับ 800 บาทต่อไร่ ค่าตัดต่อซึ่งข้าว 200 บาทต่อไร่ ค่าแรงปลูกเส้นยาสูบ 800 บาทต่อไร่ ต้นทุนฟางข้าวเท่ากับ 1,750 บาทต่อไร่ ต้นทุนในการใส่ปุ๋ยเท่ากับ 4,050 บาทต่อไร่

ต้นทุนค่าน้ำมันรดน้ำเท่ากับ 1,650 บาทต่อไร่ ค่าสารเคมีเท่ากับ 640 บาทต่อไร่ ค่าแรงฉีดยา 100 บาทต่อไร่ ค่าแรงเก็บใบยา 400 บาทต่อไร่ ค่าแรงฉีกก้านใบยาสูบประมาณ 400 บาทต่อไร่ ค่าแรงตากยาเส้นเท่ากับ 250 บาทต่อผลผลิตยาสูบหนึ่งไร่ ผลผลิตยาเส้นเท่ากับ 240 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นรายได้ที่เกษตรกรได้รับจากการขายผลผลิตเท่ากับ $150 \times 240 = 36,000$ บาทต่อไร่ (คิดเฉลี่ยราคายาเส้นเท่ากับ 150 บาทต่อกิโลกรัม) วิธีการตลาดยาเส้น จะมีพ่อค้าคนกลางประมาณ 10 กว่าราย มารับซื้อยาเส้นเพื่อส่งขายพ่อค้ารายใหญ่อีกทีหนึ่งและพ่อค้าคนกลางแต่ละรายจะขายส่งไปที่โรงงานคนละที่กัน อยู่ในลักษณะลูกค้าใครลูกค้าของแต่ละคน โดยบริษัทหรือโรงงานจะรับซื้อยาเส้นมาผลิตและปรุงผสมกับยาเส้นที่รับซื้อจากจังหวัดอื่น เช่น จังหวัดแถบภาคอีสาน เพื่อให้ได้รสชาติกลางๆ แล้วนำไปบรรจุใส่ซองเล็กๆ แล้วมีกระดาษเพื่อใช้มวนบุหรี่เพื่อมวนสูบเอง

วิทยา จันทวงษ์ศรี (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการผลิต การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นจะช่วยให้ต้นทุนการจัดการหาวัตถุดิบลดลงแต่จำเป็นที่จะต้องคิดถึงแผนรองรับระยะยาวเมื่อวัตถุดิบในชุมชนถูกใช้ไปมากจนลดลง การคัดคุณภาพของวัตถุดิบ การได้เปรียบด้านทักษะในการผลิต
2. ปัจจัยด้านการตลาด สมาชิกทุกคนจะต้องช่วยเหลือกันในการแสวงหาช่องทางการตลาดไม่ใช่หน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง ยิ่งหากสามารถตลาดรองรับที่แน่นอนได้จะเป็นผลดีต่อการผลิต ไม่ทำให้สินค้าล้าสมัยอีก ยังรวมไปถึงการจัดการที่เหมาะสม การจัดการสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการและได้มาตรฐาน การประชาสัมพันธ์ของกลุ่มและสินค้าของกลุ่ม
3. ปัจจัยเกี่ยวกับผู้นำ ผู้นำควรมีสำคัญยิ่งต่อชุมชน สามารถสร้างแรงจูงใจและรวมพลังชาวบ้านให้กิจกรรมในชุมชนดำเนินได้อย่างต่อเนื่องและราบรื่น ผู้นำจะต้องสร้างความไว้วางใจยอมรับความคิดเห็นจากผู้อื่น ต้องแสวงหาความรู้ ทักษะหรือเทคนิคใหม่ๆ มาปรับใช้ ต้องเสียสละพร้อมที่จะรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้น
4. ปัจจัยเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐ เอกชนหรือบุคคลอื่นๆ ชุมชนต้องเข้มแข็งเพื่อให้หน่วยงานที่เข้ามาครองอำนาจการตัดสินใจแทนชุมชน
5. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม เป้าหมายการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากให้ชาวบ้านหรือชุมชนเป็นเจ้าของหลัก การมีส่วนร่วมที่ดีช่วยให้กิจกรรมขยาย การระดมทุนมีมากขึ้น การดำเนินงานจะราบรื่นมากขึ้น
6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ จะต้องโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา สมาชิกมีสิทธิออกเสียงทุกคนมีส่วนร่วมจะทำให้กิจกรรมต่างๆดำเนินได้ดี

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาโดยใช้ข้อวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and qualitative data collection) โดยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลที่มาจากสองแหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามประธานกลุ่มฯ สมาชิกในกลุ่มฯ และกลุ่มผู้ซื้อผ้ามัดย้อมจากกลุ่มฯ โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลประสบการณ์ ความรู้สึก หรือความรู้ที่ผู้ตอบมีอยู่ตอบคำถามเพื่อให้ได้คำตอบครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ตั้งแต่ขั้นตอน การตัดสินใจ การผลิต การตลาด การตัดการ ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนทัศนคติและสภาพพื้นฐานของครัวเรือนเกษตรกร

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1.2 ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) คณะกรรมการบริหารของกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวน 6 ราย
- 2) สมาชิกในกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวน 8 คน
- 3) กลุ่มลูกค้าผู้ซื้อผ้ามัดย้อมของกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวน 13 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample size) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.2.1 คณะกรรมการบริหารของกลุ่มทั้งนี้ได้ทำการเลือกผู้ที่มีความรู้เรื่องเกี่ยวกับการจัดการของกลุ่มมากที่สุดเพียงคนเดียวจาก 8 คน คือ ประธานกลุ่มฯ

1.2.2 สมาชิกในกลุ่มใบไม้ และสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จะทำการศึกษาจากกลุ่มประชากร คือ สมาชิก 3 ราย

1.2.3 กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมของกลุ่มใบไม้ และสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยการเลือกกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อผ้ามัดย้อมของกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง อำเภอ

กำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 13 ราย และเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (Deep interview) โดยคัดเลือกลูกค้าที่เป็นขาประจำและมีความรู้เรื่องผ้ามัดย้อม ความชื่นชอบในการใส่ผ้ามัดย้อม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา การรวบรวม เอกสาร งานศึกษา ตลอดจนข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ หรือบุคคล ที่ได้ทำการศึกษาละได้รวบรวมข้อมูลไว้แล้ว

วิธีในการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็ข้อมูลทั่วไปทางด้านการผลิต การจัดจำหน่ายเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการศึกษาดังนี้

2.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่ม การศึกษาครอบคลุมในเรื่อง ประวัติของกลุ่ม ภาวะเทียบบ่งคับของกลุ่ม โครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม การเงิน พร้อมทั้งปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กร

2.2 ศึกษาด้านสภาพทั่วไปของสมาชิกกลุ่ม การศึกษาครอบคลุมในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ทอผ้า อาชีพหลัก อาชีพรอง แหล่งเงินทุน จำนวนหุ้นที่อยู่ในกลุ่ม ระยะเวลาการเป็นสมาชิกในกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

2.3 ศึกษาการจัดการด้านการผลิต ต้นทุนในการผลิต และครอบคลุมถึง ชนิดของผ้ามัดย้อมที่ผลิต และตลอดจนขั้นตอนในการผลิต ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจในการผลิตผ้ามัดย้อม พร้อมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการผลิตผ้ามัดย้อมและตัดเย็บ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.4 ศึกษาการจัดการด้านการตลาด รายได้ที่ได้รับ และรูปแบบในการจำหน่าย ตลอดจนวิธีการส่งเสริมการขายของกลุ่ม พร้อมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการการตลาดของกลุ่มผ้ามัดย้อม บ้านคีรีวง อำเภอกำโลน จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.5 ศึกษาทางด้านสภาพทั่วไป ของลูกค้าที่ซื้อผ้ามัดย้อม บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งครอบคลุมในเรื่องเพศ อายุ สถานภาพ การใช้หลักในการพิจารณาซื้อผ้ามัดย้อม ความคิดเห็น ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเรื่องการจัดการด้านการผลิตและการตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกลุ่ม โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิที่ทำการเก็บรวบรวมมาได้ สรุปประเด็นที่สำคัญเพื่ออธิบายและวิเคราะห์ลักษณะการจัดการในด้านต่างๆ

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS และ Microsoft Excel ในการคำนวณและวิเคราะห์เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยทั้งหมด และหาค่าความถี่ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาศึกษาถึงต้นทุนด้านการผลิตผ้ามัดย้อม รายได้จากการจำหน่ายผ้ามัดย้อมของกลุ่ม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพระบบธุรกิจเกษตรของกลุ่มซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต วิเคราะห์รายได้และผลตอบแทน

สถานที่ทำการศึกษา

สถานที่ทำการศึกษา คือ บ้านคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้หรือผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านกลุ่มผ้ามัดย้อมและกลุ่มลูกค้า

- ประธานกลุ่ม

- สมาชิกกลุ่ม

- กลุ่มลูกค้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

การศึกษาและการวิเคราะห์ต้นทุนการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ และกลุ่มใบไม้ ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ที่ได้จากการสำรวจทั้งหมด 2 กลุ่ม สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุของสมาชิกในกลุ่มที่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 37-46 ปี ระดับการศึกษาของสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับประถมศึกษา มีทั้งหมดเนื้อที่ในการทำผลิตภัณฑ์จำนวน 2- 3 ไร่ ผลิตภัณฑ์ที่ทำได้ต่อกลุ่มเฉลี่ยวันละ 30-50 ชิ้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

รวบรวมข้อมูลต่างๆ จากกลุ่มผู้ทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช และการค้นหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือต้นทุนผันแปร

ค่าใช้จ่ายในการลงทุนหรือต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่หรือต้นทุนที่มีได้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของการผลิตในช่วงการผลิต ประกอบด้วย ค่าก่อสร้างโรงเรือน ค่าเช่าที่ดิน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหรือต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในระดับการผลิตหรือปริมาณในการผลิต ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าซ่อมแซมโรงเรือน

ด้านผลตอบแทนผลตอบแทนจะพิจารณาผลตอบแทนทางตรงหมายถึงยอดขายหรือการจัดจำหน่ายของกิจการและการประมาณการเพื่อการวิเคราะห์ยอดขายเป็นรายเดือน ค่าเสื่อมราคา คิดจากค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

การศึกษาข้อมูลครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการทำฝ้ามัยย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้แหล่งเงินทุนที่ใช้ไปของผู้ประกอบการโดยบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการ การหาข้อมูลปัจจุบันสุทธิ การหาอัตราผลตอบแทนภายในการลงทุน ตลอดจนการหาระยะเวลาในการคืนทุนของกิจการซึ่งเป็นการแสดงได้ว่ากิจการนั้นๆ มีความเหมาะสมต่อการลงทุนหรือไม่

1. ต้นทุนการผลิตฝ้ามัยย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้

1.1 ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่หรือต้นทุนที่มีได้เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของการผลิตในช่วงการผลิต ประกอบด้วย ค่าก่อสร้างโรงเรือน

1.1.1 ต้นทุนในการก่อสร้างโรงเรือนและอุปกรณ์

ตารางที่ 4.1 แสดงต้นทุนในการก่อสร้างโรงเรือนและอุปกรณ์

หน่วย : บาท

รายการ	ราคา	หมายเหตุ
กลุ่มสีใบไม้		
ค่าที่ดิน*		ค่าเช่าที่ดินปีละ 20,000
ค่าไถ่ พรวน ปรับที่ดินก่อนการก่อสร้าง	50,000	
ค่าวัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้าง	150,000	
ค่าแรงงานในการก่อสร้างกลุ่มผลิตฝ้ามัยย้อม	30,000	
รวม	250,000	

ตารางที่ 4.1 แสดงต้นทุนในการก่อสร้างโรงเรียนและอุปกรณ์ (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ราคา	หมายเหตุ
กลุ่มสี่เหลี่ยม		
ค่าที่ดิน*		
ค่าไถ่ พรวน ปรับที่ดินก่อนการก่อสร้าง	100,000	
ค่าวัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้าง	300,000	
ค่าแรงงานในการก่อสร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์	50,000	
รวม	450,000	

1.1.2 ค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเสื่อมราคา

หน่วย : บาท

รายการ	จำนวนที่ สร้าง	ราคา	รวม	อายุการใช้ งาน	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี
กลุ่มสี่เหลี่ยม					
1. ค่าโรงเรียน	4	50,000	200,000	10	2,000
2. ค่าอุปกรณ์	20	2,500	50,000	10	500
รวม	24		250,000	20	2,500

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเสื่อมราคา (ต่อ)

หน่วย:บาท

รายการ	จำนวนที่ สร้าง	ราคา	รวม	อายุการใช้ งาน	ค่าเสื่อมราคา ต่อปี
กลุ่มสี่เหลี่ยม					
1. ค่าโรงเรียน	4	75,000	300,000	10	3,000
2. ค่าอุปกรณ์	30	5,000	150,000	10	1,000
รวม	34		450,000	20	4,000

1.2 ต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในระดับการผลิตหรือปริมาณในการผลิต ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงาน ได้แก่ ค่าจ้างลูกจ้างในการทำโรงเรือน เป็นต้น ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าซ่อมแซมโรงเรือนและค่าดอกเบี้ย

ตารางที่ 4.3 แสดงต้นทุนผันแปรในการทำผลิตภัณฑ์ฝ้ามัดย้อม

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กลุ่มสีใบไม้					
- ค่าเทอร์โมมิเตอร์	100	100	100	100	100
- ค่าเครื่องซังสารเคมี	350	350	350	350	350
- ค่าวัสดุอุปกรณ์	30,000	60,000	90,000	180,000	200,000
- ค่าพาหนะ/น้ำมัน	19,550	39,550	59,550	69,550	99,550
รวม	50,000	100,000	150,000	250,000	300,000

ตารางที่ 4.3 แสดงต้นทุนผันแปรในการทำผลิตภัณฑ์ฝ้ามัดย้อม (ต่อ)

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กลุ่มสีธรรมชาติ					
- ค่าเทอร์โมมิเตอร์	100	100	100	100	100
- ค่าเครื่องซังสารเคมี	450	450	450	450	450
- ค่าวัสดุอุปกรณ์	120,000	160,000	200,000	240,000	280,000
- ค่าพาหนะ/น้ำมัน	29,450	39,450	49,450	59,450	69,450
รวม	450,000	500,000	550,000	600,000	650,000

จากข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติดและกลุ่มใบไม้มี
รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าใช้จ่ายรวมในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กลุ่มสีใบไม้						
ต้นทุนคงที่						
ค่าโรงเรือน		200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าเสื่อมราคาทั้งหมด	2,500					
รวม	2,500	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ต้นทุนผันแปร						
- ค่าเทอร์โมมิเตอร์		100	100	100	100	100
- ค่าเครื่องซังสารเคมี		350	350	350	350	350
- ค่าวัสดุ-อุปกรณ์		30,000	60,000	90,000	180,000	200,000
- ค่าพาหนะ/น้ำมัน		19,550	39,550	59,550	69,550	99,550
รวม		50,000	100,000	150,000	250,000	300,000
รวมต้นทุนทั้งหมด	2,500	250,000	300,000	350,000	450,000	500,000

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าใช้จ่ายรวมในการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อม (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กลุ่มสีธรรมชาติ						
ต้นทุนคงที่						
ค่าโรงเรือน		300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าเสื่อมราคาทั้งหมด	4,000					
รวม	4,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ต้นทุนผันแปร						
-ค่าเทอร์โมมิเตอร์		100	100	100	100	100
-ค่าเครื่องซังสารเคมี		450	450	450	450	450
-ค่าวัสดุ-อุปกรณ์		120,000	160,000	200,000	240,000	280,000
-ค่าพาหนะ/น้ำมัน		29,450	39,450	49,450	59,450	69,450
รวม		150,000	200,000	250,000	300,000	350,000
รวมต้นทุนทั้งหมด	4,000	450,000	500,000	550,000	600,000	650,000

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้หรือผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัด
ย้อมผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

ตารางที่ 4.5 แสดงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้

หน่วย : บาท

ปีที่	ปริมาณพื้นที่ใน การทำผลิตภัณฑ์(ไร่)	ปริมาณผลิตภัณฑ์ (ชิ้น/ปี)	ราคา (บาท:ชิ้น)	รายได้ (บาท)
กลุ่มสีใบไม้				
1	2	1,825	160	292,000
2	2	3,650	180	657,000
3	2	5,475	200	1,095,000
4	2	7,300	250	1,825,000
5	2	9,125	300	2,737,500
รวม		27,375		6,606,500
ปีที่	ปริมาณพื้นที่ใน การทำผลิตภัณฑ์(ไร่)	ปริมาณผลิตภัณฑ์ (ชิ้น/ปี)	ราคา (บาท:ชิ้น)	รายได้ (บาท)
กลุ่มสีธรรมชาติ				
1	3	10,950	50	547,500
2	3	12,775	100	1,277,500
3	3	14,600	150	2,190,000
4	3	16,425	200	3,285,000
5	3	18,250	250	4,562,500
รวม		73,000		11,862,500

ตารางที่ 4.6 แสดงผลตอบแทนในการผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อม

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กลุ่มใบไม้					
รายได้รวม	292,000	657,000	1,095,000	1,825,000	2,737,500
ต้นทุนรวม	250,000	300,000	350,000	450,000	500,000
กำไร(ขาดทุน)	42,000	357,000	745,000	1,375,000	2,237,500
กลุ่มสีธรรมชาติ					
รายได้รวม	547,500	1,277,500	2,190,000	3,285,000	4,562,500
ต้นทุนรวม	450,000	500,000	550,000	600,000	650,000
กำไร(ขาดทุน)	97,500	777,500	1,640,000	2,685,000	3,912,500

วิเคราะห์ผลตอบแทนการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้

การลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ การพิจารณาถึงความเหมาะสมในการเปรียบเทียบผลตอบแทนของการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ ในการศึกษาจึงคิดต่อปีทั้งหมดและได้ใช้การวิเคราะห์ผลตอบแทนทั้ง 3 วิธี

ข้อที่ใช้ในการวิเคราะห์ การคำนวณหากระแสเงินสดจากการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ ทั้ง 3 วิธี จะต้องอาศัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

1. จำนวนเงินลงทุนในระยะแรก หมายถึง เป็นจำนวนเงินลงทุนในครั้งแรก เช่น ค่าได้พรวนปรับที่ดินก่อนจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าแรงงานในการจัดตั้งกลุ่ม
2. จำนวนเงินที่จ่ายในการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ หมายถึง จำนวนเงิน ลงทุนในปีที่ 1-5 เพื่อใช้ในการจ่ายค่าวัสดุและค่าใช้จ่ายอื่นๆ
3. จำนวนเงินสดที่ได้รับจากการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมในปีที่ 1-5 ที่เกิดจากการลงทุน ซึ่งถือว่าเป็นกระแสเงินสดเข้า

$$\text{กระแสเงินสดเข้า} = \text{กำไร (ขาดทุน)} + \text{ค่าเสื่อมราคา}$$

จากข้อมูลข้างต้นสามารถนำมาหากระแสเงินสดเข้าและออกสุทธิ

1. แสดงกระแสเงินสดเข้าและออกสุทธิ

ตารางที่ 4.7 แสดงกระแสเงินสดเข้าและออกสุทธิในแต่ละปี

กรณีขายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้

ปีที่	กำไร (ขาดทุน)	ค่าเสื่อม ราคา	กระแสเงิน สดเข้า	กระแสเงินสด ออก	กระแสเงินสดเข้า (ออก)สุทธิ	กระแสเงินสด สะสม
0				2,500	-2,500	-2,500
1	42,000	2,500	42,000		42,000	39,500
2	357,000	2,500	357,000		357,000	354,500
3	745,000	2,500	745,000		745,000	742,500
4	1,375,000	2,500	1,375,000		1,375,000	1,372,500
5	2,237,500	2,500	2,237,500		2,237,500	2,235,000

ตารางที่ 4.7 แสดงกระแสเงินสดเข้าและออกสุทธิในแต่ละปี (ต่อ)

กรณีขายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ

ปีที่	กำไร (ขาดทุน)	ค่าเสื่อม ราคา	กระแสเงิน สดเข้า	กระแสเงินสด ออก	กระแสเงินสดเข้า (ออก)สุทธิ	กระแสเงินสด สะสม
0				4,000	-4,000	-4,000
1	97,500	4,000	97,500		97,500	93,500
2	777,500	4,000	777,500		777,500	773,500
3	1,640,000	4,000	1,640,000		1,640,000	1,636,000
4	2,685,000	4,000	2,685,000		2,685,000	2,681,000
5	3,912,500	4,000	3,912,500		3,912,500	3,908,500

2. ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ มี 4 วิธี

1) ระยะเวลาคืนทุนในทุกกรณีที่กระแสเงินสดเข้าไม่เท่ากับการคำนวณระยะเวลาโดยการรวมกระแสเงินสดเข้าแต่ละปีตามลำดับ จำนวนเงินของกระแสเงินสดเข้ากับเงินสดออก

2) วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ สำหรับการหามูลค่าปัจจุบันจะใช้ข้อมูลข้างต้นและใช้อัตราส่วนลด คือ อัตราดอกเบี้ยเท่ากับร้อยละ 8% ต่อปี

3) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C) หมายถึง เกณฑ์ที่แสดงถึงอัตราส่วน ระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของโครงการ โดยไม่แยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ

4) วิธีผลตอบแทนจากการลงทุน โดยพิจารณาถึงอัตรากำไร/ขาดทุนที่ได้รับโดยการเปรียบเทียบจากมูลค่าทั้งหมด

3.ระยะเวลาคืนทุนในทุกกรณีที่กระแสเงินสดเข้าไม่เท่ากันการคำนวณระยะเวลาโดยการรวมกระแสเงินสดเข้าแต่ละปีตามลำดับ จำนวนเงินของกระแสเงินสดเข้ากับเงินสดออก

ตารางที่ 4.8 แสดงระยะเวลาคืนทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติและกลุ่มใบไม้

รายการ	กระแสเงินสดออก	กระแสเงินสดเข้า
เงินลงทุน		
กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้		
กระแสเงินสดปีที่ 0	2,500	
กระแสเงินสดปีที่ 1		42,000
กระแสเงินสดปีที่ 2		357,000
กระแสเงินสดปีที่ 3		745,000
กระแสเงินสดปีที่ 4		1,375,000
กระแสเงินสดปีที่ 5		2,237,500
รวม		4,718,700
ระยะเวลาคืนทุน	$1 + \frac{4,718,700}{2,500} = 5$ ปี	

ตารางที่ 4.8 แสดงระยะเวลาคืนทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ (ต่อ)

รายการ	กระแสเงินสดออก	กระแสเงินสดเข้า
เงินลงทุน		
กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติ		
กระแสเงินสดปีที่ 0	4,000	
กระแสเงินสดปีที่ 1		97,500
กระแสเงินสดปีที่ 2		777,500
กระแสเงินสดปีที่ 3		1,640,000
กระแสเงินสดปีที่ 4		2,685,000
กระแสเงินสดปีที่ 5		3,912,500
รวม		9,112,500
ระยะเวลาคืนทุน	$1 + \frac{9,112,500}{4,000} = 6$ ปี	

4. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ สำหรับการหามูลค่าปัจจุบันจะใช้ข้อมูลข้างต้นและใช้อัตราส่วนลดคือ อัตราดอกเบี้ยเท่ากับร้อยละ 8% ต่อปี

ตารางที่ 4.9 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสดเข้า(ออก)สุทธิ	แฟคเตอร์มูลค่าปัจจุบัน	มูลค่าปัจจุบัน
0	-2,500	1.0000	-2,500
1	42,000	16.8	38,889
2	357,000	142.8	306,070
3	745,000	298	591,405
4	1,375,000	550	1,010,666
5	2,237,500	895	1,522,805
รวม	4,718,700		3,469,835

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ

หน่วย : บาท

ปีที่	กระแสเงินสดเข้า(ออก)สุทธิ	แฟคเตอร์มูลค่าปัจจุบัน	มูลค่าปัจจุบัน
0	-4,000	1.0000	-4,000
1	97,500	24.375	90,278
2	777,500	194.375	666,581
3	1,640,000	410	1,301,885
4	2,685,000	671.25	1,973,555
5	3,912,500	978.125	2,662,782
รวม	9,112,500		6,695,081

5. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C) หมายถึง เกณฑ์ที่แสดงถึง อัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของโครงการ โดยไม่แยกว่าเป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุโครงการ ตารางที่ 4.10 แสดง PV ค่าใช้จ่ายและ PV รายได้ในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่เหลี่ยมและ กลุ่มใบไม้ อัตราดอกเบ็ยร้อยละ 8 กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้

หน่วย : บาท

ปีที่	รายจ่าย	รายได้	ดอกเบ็ยร้อยละ 8	PV ค่าใช้จ่าย	PV รายได้
0	2,500		1.0000	(2,500)	
1	250,000	292,000	16.8	231,481	270,370
2	300,000	657,000	142.8	257,202	563,272
3	350,000	1,095,000	298	277,841	869,246
4	450,000	1,825,000	550	330,763	1,341,429
5	500,000	2,737,500	895	340,292	1,863,096
รวม				1,437,578	4,907,413

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\text{ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน}}{\text{ผลรวมมูลค่าปัจจุบันค่าใช้จ่าย}}$$

$$= \frac{4,907,413}{1,437,578}$$

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติ

หน่วย : บาท

ปีที่	รายจ่าย	รายได้	ดอกเบี้ยยร้อยละ8	PV ค่าใช้จ่าย	PV รายได้
0	4,000		1.0000	(4,000)	
1	450,000	547,500	24.375	416,667	506,944
2	500,000	1,277,500	194.375	428,669	1,095,250
3	550,000	2,190,000	410	436,608	1,738,493
4	600,000	3,285,000	671.25	441,018	2,414,573
5	650,000	4,562,500	978.125	442,379	3,105,161
รวม				2,165,341	8,860,421

$$\begin{aligned}
 \text{B/C Ratio} &= \frac{\text{ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน}}{\text{ผลรวมมูลค่าปัจจุบันค่าใช้จ่าย}} \\
 &= \frac{8,860,421}{2,165,341} \\
 &= 4
 \end{aligned}$$

จากตารางที่ 4.10 จากการคำนวณค่า B/C การทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ มีค่าเท่ากับ 0.23 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่าน้อยกว่ามูลค่าของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน

6. วิธีผลตอบแทนจากการลงทุน โดยพิจารณาถึงอัตรากำไร/ขาดทุนที่ได้รับโดยการเปรียบเทียบจากมูลค่าทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 แสดงผลตอบแทนจากการลงทุนของการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้

หน่วย : บาท

ปีที่	มูลค่าการลงทุน	กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	IRR
0	2,500	0	
1		42,000	16.8
2		357,000	142.8
3		745,000	298
4		1,375,000	550
5		2,237,500	895
		ค่า IRR	1902.6

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ

หน่วย : บาท

ปีที่	มูลค่าการลงทุน	กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	IRR
0	4,000	0	
1		97,500	24.38
2		777,500	194.38
3		1,640,000	410
4		2,685,000	671.25
5		3,912,500	978.13
		ค่า IRR	2278.14

จากตารางที่ 4.11 จะพบว่าอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยจากการลงทุนทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ เท่ากับ 1902.6 และ 2278.14

ตารางที่ 4.12 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม กลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้

วิธีการวิเคราะห์	ผลที่ได้รับ
1.ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	5
2.มูลค่าปัจจุบัน (บาท)	3,469,835
3.อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน	3
4.อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเฉลี่ย (ร้อยละ)	1902.6

กรณีขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ

วิธีการวิเคราะห์	ผลที่ได้รับ
1.ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	6
2.มูลค่าปัจจุบัน (บาท)	6,695,081
3.อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน	4
4.อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเฉลี่ย (ร้อยละ)	2278.14

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม กลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินทั้ง 4 วิธีมาช่วยในการวิเคราะห์หาผลตอบแทนของการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน วิธีนี้ทำให้ทราบว่า การลงทุนในขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้ จะได้รับทุนคืนภายในระยะเวลา 5 ปี และในการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ 6 ปี
2. มูลค่าปัจจุบัน จากการกำหนดอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ คือ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8 จากการบริการวิเคราะห์พบว่า การทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้ มีมูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 3,469,835 บาท และการขายผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ 6,695,081 บาท
3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน จากการการคำนวณค่า B/C การผลิตผ้ามัดย้อมกลุ่มสีใบไม้ มีค่า 3 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่ามากกว่ามูลค่าของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน และการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ มีค่า 4 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 เช่นกัน จึงแสดงว่ามูลค่าของการใช้จ่ายหรือลงทุนมีค่าน้อยกว่าผลตอบแทนด้วยเช่นกัน

4. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน จากการคำนวณพบว่าค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในการผ้ามัดย้อมกลุ่มสีใบไม้ เท่ากับร้อยละ 1902.6 และการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติมีมูลค่าของผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 2278.14

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านกลุ่มผ้ามัดย้อมและกลุ่มลูกค้า

1. จากการสอบถามสัมภาษณ์ประธานกลุ่มใบไม้ศรีวัง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ นางอุไร ดวงเงิน อยู่บ้านเลขที่ 171 หมู่ที่ 4 บ้านวัดสมอ ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจะมีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มใบไม้ พบว่า มีสมาชิกกลุ่มฯทั้งหมด 8 คน มีคณะกรรมการทั้งหมด 6 คน ประกอบด้วย

1. นางอุไร	ดวงเงิน	ตำแหน่ง	ประธานกลุ่ม
2. นางหนูพันธ์	บรรเจิดเสม	ตำแหน่ง	รองประธานกลุ่ม
3. นางละออง	เพชรรัตนกุล	ตำแหน่ง	คณะกรรมการ
4. นางสาวพิน	จินกระวี	ตำแหน่ง	คณะกรรมการ
5. นางผ่องศรี	วรดี	ตำแหน่ง	คณะกรรมการ
6. นายโกมล	จ้องนัน	ตำแหน่ง	คณะกรรมการ

1.2 การบริหารงานของกลุ่มใบไม้ พบว่า ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ประสานงานทั้งในและนอกกลุ่ม และมีการคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมให้เป็นประธานกลุ่ม ที่ผ่านมากลุ่มได้มีการจัดอบรมเรื่องการย้อมสี การจัดการกลุ่ม การเงิน การตลาด และการออกแบบ ในแต่ละปีจะไม่มีการประชุมสมาชิกกลุ่มฯเลย การดำเนินธุรกิจในกลุ่มฯมีการเคลื่อนไหวทางธุรกิจทุกวัน สำหรับปัญหาของกลุ่มฯมีสาเหตุมาจากการผลิตไม่ทัน ส่วนการออกแบบลายผ้า จะเป็นการออกแบบกันเองของสมาชิก ซึ่งมีทั้งหมด 3 ลาย คือ ลายเอฟ ลายดอกไม้ 2 ชั้น และลายก้อนเมฆ สินค้าของกลุ่มฯจะมี 2 เกรด คือ เกรด A (5 ดาว) ประมาณ 70% และเกรด B (4 ดาว) ประมาณ 30% ทางกลุ่มฯจะมีการออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทางกลุ่มฯได้มีส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยมีการพัฒนาลายใหม่ ๆ และวิธีการย้อมผ้าแบบใหม่ ๆ กลุ่มฯได้รับข้อมูลข่าวสารการผลิต การตลาด การอบรม และกิจกรรมต่าง ๆ ในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ส่วนใหญ่ได้จากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ประธานกลุ่มฯ และวิทยากรจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ และกลุ่มฯไม่มีปัญหาในการจัดการองค์การ

1.3 การจัดการด้านการผลิตของกลุ่มใบไม้ พบว่า กลุ่มฯมีการวางแผนในการผลิต โดยการดูยอดขายของสินค้าในแต่ละแบบ มีการวางแผนทุกขั้นตอนของการผลิต การตลาด และการประชาสัมพันธ์ สำหรับสีที่ใช้ย้อมผ้า ส่วนใหญ่ได้มาจากธรรมชาติ เช่น ใบไม้ เปลือกผลไม้ และพืชใน

ท้องถิ่น และปัญหาในการผลิตของกลุ่มฯ คือ ในส่วนฝ่ายงานแปรรูป (การเย็บ) ไม่ทันกับตลาด แนวทางการแก้ไขในส่วนนี้ คือ การขยายเครื่องข้ายงานเย็บให้กับชาวบ้านอีก

1.4 การจัดการด้านการเงินของกลุ่ม พบว่า กลุ่มฯมีการวางแผนการเงินก่อนการผลิต โดยมีการคำนวณการใช้ผ้าจำนวนหลาย ราคาของผ้า แหล่งที่ซื้อผ้า และมีเงินทุนหมุนเวียนประมาณ 70,000 – 100,000 บาท ทางกลุ่มฯจะได้รับเงินปันผลและเงินตอบแทนจากการเข้าร่วมสมาชิกกลุ่มฯ ทุกเดือน ทางกลุ่มฯ จะมีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่ายของกลุ่มฯ โดยประธานกลุ่มฯ จะเป็นผู้จัดทำ และกลุ่มฯ ไม่มีปัญหาในการจัดสรรเงินทุน เพราะมีการจัดสรรตามความเหมาะสม ตามสถานการณ์ต่าง ๆ

1.5 การจัดการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ พบว่า กลุ่มฯ มีเกณฑ์ที่ใช้ในการวางแผนด้านการตลาด คือ จะยึดกลุ่มลูกค้า ช่วงเวลาการจำหน่าย ลายผ้าและคุณภาพของผ้า สถานที่จัดจำหน่าย ระยะเวลาการผลิต และการเงินของกลุ่มเป็นหลัก สำหรับแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ จะขายที่ศูนย์จำหน่ายของกลุ่มฯ และทุกภูมิภาคของประเทศไทย ราคาของผ้าจะอยู่ที่เมตรละ 150 บาท/หลา ช่วงเวลาในการจัดจำหน่ายของกลุ่มฯ ภายใน 1 ปี จะมี 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 คือ มกราคม – มิถุนายน จำนวนผลผลิต คือ 350 เมตร มูลค่า 49,000 บาท และช่วงที่ 2 คือ กรกฎาคม – ธันวาคม จำนวนผลผลิต คือ 400 เมตร มูลค่า 60,000 บาท รวมทั้งปี เฉลี่ยแล้วมีมูลค่า 327,000 บาท เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาผ้า คือ ใช้เกณฑ์ต้นทุนบวกกำไร ทางกลุ่มฯ มีวิธีการส่งเสริมการจัดจำหน่าย โดยลงบทสัมภาษณ์ในวารสาร หนังสือ และออกโทรทัศน์ ลูกค้าของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ กลุ่มข้าราชการ และกลุ่มบุคคลทั่วไป ส่วนปัญหาด้านการจัดจำหน่าย คือ ไม่ได้รับการส่งเสริมการออกร้าน จากปัญหาดังกล่าวทางกลุ่มฯ ได้มีการแก้ไข คือ 1. รู้จักทำแผนการตลาด มีการวางแผนอย่างต่อเนื่อง 2. นำแผนมาปฏิบัติ 3. ประเมินสถานการณ์ทางการตลาดทุก 3 เดือน 6 เดือน และ 1 ปี การแก้ไขปัญหาเช่นนี้ เพื่อให้การบริหารการตลาดของกลุ่มฯ เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

2. จากการสอบถามสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มใบไม้คีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช มีสมาชิกทั้งหมด 3 คน คือ

นางละออง เพชรรัตนกุล

นางสายพิน จินกระวี

นายโกมล จ้องนน

ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกกลุ่มใบไม้ พบว่า มีสมาชิกที่เป็นผู้ชายจำนวน 1 คน และผู้หญิงจำนวน 2 คน มีอายุอยู่ระหว่าง 45-60 ปี สถานภาพส่วนใหญ่จะแต่งงาน มีครอบครัวแล้ว สำหรับการศึกษาจะมีหลากหลายตั้งแต่ระดับประถม มัธยมศึกษาตอนต้น และอนุปริญญา อาชีพหลักของสมาชิกส่วนใหญ่คือ การทำสวน ทำการเกษตร ส่วนอาชีพรองลงมาคือ การทำผ้าหรือการเย็บผ้า

แหล่งเงินทุนที่สมาชิกได้มาจะมาจากการกู้ ธกส. เงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มบ้าง เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผ้ามัดย้อมที่สมาชิกต้องใช้หลักๆก็คือ เตาด่านซึ่งมีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี กะละมัง ซึ่งมีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี เหมือนกัน

ส่วนการจัดการการผลิตผ้ามัดย้อม ในการออกแบบลายผ้าสมาชิกจะทำการออกแบบกันเอง ส่วนผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายจะมีตั้งแต่ เสื้อ ผ้าเช็ดหน้า กระเป๋า หมวก กางเกง และของใช้ แหล่งจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ทางกลุ่มจะเป็นผู้จัดหาให้ และสีที่ต้องใช้ในการย้อมผ้าจะได้มาจากวัสดุในท้องถิ่น เช่น ใบไม้ เปลือกไม้ต่างๆ สีที่ใช้ย้อมผ้าทั้งหมดจะเป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ ช่วงเวลาในการย้อมผ้าจะทำทุกเดือน และนอกจากการย้อมผ้าแล้วสมาชิกก็ยังผลิตในรูปแบบของการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าอีกด้วย ผลผลิตที่ได้ส่วนใหญ่จะไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพราะมีปัญหาเรื่องแรงงานน้อยเกินไป จึงส่งผลให้ผลิตไม่พอเพียง

3. จากการสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มใบไม้ ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการสวมตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยการเลือกกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อ ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มใบไม้คีรีวง บ้านวัดสมอ ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 13 ราย และเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยคัดเลือกลูกค้าที่เป็นขาประจำ และมีความรู้เรื่องผ้ามัดย้อม ความชื่นชอบในการใส่ผ้ามัดย้อม

พบว่า มีเพศชาย 4 คน และเพศหญิง 9 คน มีอายุระหว่าง 23 – 46 ปี สถานภาพส่วนใหญ่จะแต่งงานแล้ว อาชีพหลักส่วนใหญ่ จะประกอบอาชีพกรีดยาง และทำสวน รองลงมาก็จะประกอบอาชีพค้าขาย และธุรกิจส่วนตัว การพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ส่วนใหญ่จะใช้หลักคุณภาพ รองลงมาก็จะพิจารณาสีสันทนสวย และราคา ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อกระเป๋าเลือกสีสันทนและสวยสวย รวมทั้งเลือกซื้อผ้าชุดสำเร็จรูป กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ส่วนใหญ่จะมาซื้อผ้ามัดย้อมที่ร้านประจำ และมีจุดประสงค์ คือ เพื่อเป็นของฝากหรือของกำนัล เพื่อใช้ในการพิธีต่างๆ และเพื่อไปตัดเป็นชุด ส่วนใหญ่จะมาซื้อผ้ามัดย้อม ประมาณ 2 ครั้ง/เดือน รองลงมาจะเป็น 1 ครั้ง/เดือน และมีความคิดเห็นต่อราคาผ้ามัดย้อมของหมู่บ้านคีรีวง คือ ผ้ามัดย้อมมีราคาปานกลาง รองลงมา ราคาค่อนข้างถูก และรู้จักผ้ามัดย้อมของหมู่บ้านคีรีวง ในงานแสดงสินค้า บุคคลที่รู้จักแนะนำ กลุ่มลูกค้าคิดว่าผ้ามัดย้อมของหมู่บ้านคีรีวง ควรปรับปรุงในด้านราคา และสวยสวย และส่วนใหญ่จะซื้อผ้ามัดย้อม มูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท รองลงมา 500 – 1,000 บาท

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้หรือผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการกลุ่มผ้ามัดย้อมและกลุ่มลูกค้า

- ประธานกลุ่ม

- สมาชิกกลุ่ม

- กลุ่มลูกค้า

การศึกษานี้เป็นการศึกษาจากประชากรที่เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม สีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีประธานและสมาชิกของกลุ่มเป็นผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลและอำนวยความสะดวก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

ผลการศึกษาจากแบบประเมินเปรียบเทียบการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและได้ผลเปรียบเทียบจากการประเมินจำนวน 2 กลุ่ม พบว่า

สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุของสมาชิกในกลุ่มที่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 37-46 ปี ระดับการศึกษาของสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับประถมศึกษา จำนวนแรงงานโดยเฉลี่ยคือ 2 คนต่อครัวเรือน ส่วนรายได้มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 9,000-15,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

ผลการศึกษาจากแบบประเมินเปรียบเทียบการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและได้ผลเปรียบเทียบจากการประเมินจำนวน 2 กลุ่ม พบว่า

การวิเคราะห์ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนประกอบด้วย ค่าก่อสร้างโรงเรือน ค่าเช่าที่ดิน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ประกอบด้วย ค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายอื่นๆได้แก่ ค่าซ่อมแซมโรงเรือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้หรือผลตอบแทนจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

จากผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงินทั้ง 4 วิธีมาช่วยในการวิเคราะห์หาผลตอบแทนของการลงทุนในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน วิธีนี้ทำให้ทราบว่า การลงทุนในขายผ้ามัดย้อมกลุ่มใบไม้ จะได้รับทุนคืนภายในระยะเวลา 5 ปี และในการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ 6 ปี
2. มูลค่าปัจจุบัน จากการกำหนดอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ คือ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8 จากการบริการวิเคราะห์พบว่าการทำงานผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มกลุ่มใบไม้ มีมูลค่าปัจจุบันเท่ากับ 3,469,835 บาท และการขายผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ 6,695,081 บาท
3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน จากการการคำนวณ B/C การผลิตผ้ามัดย้อมกลุ่มสีใบไม้ มีค่า 3 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่ามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมีค่ามากกว่ามูลค่าของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน และการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติ มีค่า 4 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 เช่นกัน จึงแสดงว่ามูลค่าของการใช้จ่ายหรือลงทุนมีค่าน้อยกว่าผลตอบแทนด้วยเช่นกัน
4. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน จากการคำนวณพบว่าค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในการผ้ามัดย้อมกลุ่มสีใบไม้ เท่ากับร้อยละ 1902.6 และการขายผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติมีมูลค่าของผลตอบแทนจากการลงทุนร้อยละ 2278.14

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการกลุ่มผ้ามัดย้อมและกลุ่มลูกค้า

ประธานกลุ่ม

จากการศึกษาพบว่า ประธานในกลุ่มใบไม้ศรีวัง บ้านวัดสมอ ตำบลกำโลน อำเภอ ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีจำนวน 6 คน เป็นเพศหญิง 5 คน และเพศชาย 1 คน มีสถานภาพสมรสแล้ว การบริหารงานของกลุ่มใบไม้ พบว่า ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ประสานงานทั้งในและนอกกลุ่ม การจัดการด้านการผลิตของกลุ่มใบไม้ พบว่า กลุ่มฯมีการวางแผนในการผลิต โดยการดูยอดขายของสินค้าในแต่ละแบบ การจัดการด้านการเงินของกลุ่ม พบว่า กลุ่มฯมีการวางแผนการเงินก่อนการผลิต โดยมีการคำนวณการใช้ผ้าจำนวนหลา การจัดการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ พบว่า กลุ่มฯ มีเกณฑ์ที่ใช้ในการวางแผนด้านการตลาด คือ จะยึดกลุ่มลูกค้า

กลุ่มสมาชิก

จากการศึกษาพบว่า สมาชิกของกลุ่มใบไม้คีรีวง บ้านวัดสมอ ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีสมาชิกที่เป็นผู้ชายจำนวน 1 คน และผู้หญิงจำนวน 2 คน มีอายุอยู่ระหว่าง 45-60 ปี สถานภาพส่วนใหญ่จะแต่งงาน มีครอบครัวแล้ว สำหรับการศึกษาก็จะมีหลากหลายตั้งแต่ระดับประถม มัธยมศึกษาตอนต้น และอนุปริญญา อาชีพหลักของสมาชิกส่วนใหญ่คือ การทำสวน ทำ และพบว่าการจัดการการผลิตผ้ามัดย้อม ในการออกแบบลายผ้าสมาชิกจะทำการออกแบบกันเอง

กลุ่มลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ มีอายุระหว่าง 23-46 ปี อาชีพหลักส่วนใหญ่ จะประกอบอาชีพกรีดยาง และทำสวน ส่วนใหญ่จะมาซื้อผ้ามัดย้อมที่ร้านประจำและมีจุดประสงค์ คือ เพื่อเป็นของขวัญหรือของกำนัล เพื่อใช้ในการพิธีต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในเรื่องมูลเหตุในการเลือกผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
 - กลุ่มผู้ผลิต ควรฝึกกลยุทธ์ตลาด การพัฒนาลายใหม่ๆ รวมถึงควรมีการเผยแพร่ลายให้เป็นที่รู้จัก มีการควบคุมคุณภาพขั้นตอนการผลิต คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต และควรรักษาความสะอาดแหล่งผลิตเนื่องจากกลุ่มที่ไปศึกษาดูงานเป็นกลุ่มต้นแบบ ดังนั้นจึงขอเสนอแนะว่าควรให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต โดยเฉพาะการตรวจสอบคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิต
 - สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มควรให้ความสำคัญกับประเภทของผลิตภัณฑ์และสีของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าแต่ละเพศสนใจประเภทของผลิตภัณฑ์และสีของผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกัน กลุ่มการผลิตควรเน้นเป็นจุดขาย เพื่อดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการสร้างชื่อเสียงของกลุ่มให้กว้างขวางอีกทางหนึ่ง
 - ด้านราคา อาจจะมีการกำหนดให้ส่วนลด หรือให้มีการต่อรองราคากันได้ โดยที่ไม่ทำให้ผู้ผลิตขาดทุนแต่เป็นการช่วยให้ลูกค้ารู้สึกพอใจ

- ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ควรออกแบบการจัดวางตกแต่งร้านเพื่อดึงดูดความสนใจ และสามารถเลือกซื้อได้ง่าย มีทำเลที่ตั้งสะดวก เพราะฉะนั้นการจัดบรรยากาศภายในร้านจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญ
- ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางกลุ่มผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการจัดแสดงสินค้าตามงานต่างๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมถึงการบริการของพนักงานขาย การบริการด้วยความเต็มใจ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ
 - เสนอแนะให้กลุ่มใบไม้ ออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยกว่านี้
 - เสนอให้มีการศึกษาในเรื่องของปัญหาในการผลิต ในส่วนฝ่ายงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับตลาด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การดำเนินงานของผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นไปมีประสิทธิภาพและอย่างยั่งยืน หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความรู้ ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ทางกลุ่มผู้ผลิตเกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา อีกทั้งเป็นการควบคุมคุณภาพขั้นตอนการผลิตให้มีมาตรฐาน สามารถเพิ่มยอดขายและมูลค่าทางการตลาด เพื่อจะทำให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากผลการศึกษา เรื่องการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษาควรเลือกศึกษาด้านต้นทุนผลตอบแทนในการผลิตเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะ การทำวิจัยในเรื่องการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนระหว่างผ้ามัดย้อมกลุ่มสีธรรมชาติและกลุ่มใบไม้บ้านคีรีวง ไม่ได้มีข้อมูลที่แน่นอนและชัดเจนมากนัก เพราะฉะนั้นการศึกษาค้างต่อไปควรกำหนดขอบเขตเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แน่นอนและชัดเจนมากขึ้น

3.2 ควรมีการศึกษาในเรื่องกลยุทธ์การตลาดที่รองรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลด้านราคาและแนวโน้มการผลิตผ้ามัดย้อมในรูปแบบต่างๆ รวมถึงแนวโน้มราคาผ้ามัดย้อมในอนาคต เพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่ตัดสินใจลงทุนเกิดการพัฒนาในอนาคต สืบไป

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การใช้ spss for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติศักดิ์ จันทร์ก้อน. (2556). การศึกษาโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของเทศบาลตงพัฒนา อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คะนิง จันทร์ศิริ. (2544). การมัดย้อมผ้า. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- จรัญ ไทยานนธ์. (2536). เศรษฐศาสตร์การผลิตทางการเกษตร. ขอนแก่นการพิมพ์
- ชื่นฤดี พิบุลย์. (2549). เปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนจากการปลูกยางพาราระหว่างการผลิต และและจำหน่ายเป็นน้ำยางสดและยางพาราแผ่นดิบในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นราทิพย์ ชุตติวงศ์และชลลดา จามรกุล. (2539). พื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่3, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2549). สถิติวิจัย I. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : พีเอส.พริน.
- ผกาภาศ ภู่อะพันธ์. โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านการเกษตร บ้านป่าไผ่ผลิตภัณฑ์กระเทียมดอง. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรพิมล สันติมณีรัตน์. (2545). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2551). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสม. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพมหานคร.
- วรณี จิเจริญ. (2535). เศรษฐศาสตร์จุลภาค 2. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วันชัย วันโพนทอง. (2548). การย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ.วารสารวิทยาศาสตร์บริการ ที่53 ฉบับที่ 168:36.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน.(2540).“เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น” พิมพ์ครั้งที่3, กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง

การเปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนของการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติดและกลุ่ม
ไผ่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตผ้ามัดย้อมที่มีต้นทุน
และรายได้ในการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมและปัญหาอุปสรรคต่างๆในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม
กลุ่มสี่ธรรมชาติดและกลุ่มไผ่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราชแบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน
ข้อมูลที่ได้จะปกปิดเป็นความลับ จึงขอความกรุณาจากท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์
ต่อกลุ่มผู้ผลิตผ้ามัดย้อมต่อไปในอนาคต

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน (...) หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง
ที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ () ชาย () หญิง ปัจจุบันท่านมีอายุ..... ปี(นับอายุเต็ม)
2. ท่านจบการศึกษาสูงสุดระดับใด
 - () 1. ไม่ได้เรียน
 - () 2. ต่ำกว่า ป.4
 - () 3. ป.4 – ป.6
 - () 4. มัธยมศึกษาตอนต้น
 - () 5. มัธยมศึกษาตอนปลาย
 - () 6. ปริญญาตรี
 - () 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
3. ท่านมีสมาชิกในครัวเรือนคน
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่เป็นสมาชิกกลุ่มผ้ามัดย้อม.....คน
5. ระยะเวลาที่มารวมกลุ่มเป็นสมาชิกทั้งหมด ปี
6. ท่านเริ่มต้นมีความถนัดงานมาเป็นเวลา.....ปี
7. ท่านเริ่มเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มผ้ามัดย้อมตอนมีอายุ.....ปี
8. จำนวนชิ้นงานที่ท่านทำได้ต่อวันในปัจจุบันของท่าน.....ชิ้น
9. การทำงานของท่านทำในเวลา

- () 1. ตอนเช้า () 2. ตอนเที่ยง
 () 3. ตอนเย็น () 4. ตอนกลางคืน
10. ท่านนำผ้ามัดย้อมมาผลิตในรูปแบบใดเป็นหลัก (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1. เครื่องแต่งกาย () 2. กระเป๋าใส่ของ () 3. ชุดเครื่องนอน
11. ท่านนำผ้ามัดย้อมมาผลิตในรูปแบบอื่นใดนอกเหนือจากรูปแบบหลัก
 () ผลิต () ไม่ผลิต ถ้าผลิตจะผลิตในรูปแบบของ.....
12. สาเหตุที่ท่านเลือกผลิต ในรูปแบบนั้นคือ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1. ตลาดที่สามารถขายผลิตภัณฑ์มีมาก
 () 2. ประหยัดต้นทุน
 () 3. ได้กำไรจากการขายผลิตภัณฑ์นี้มาก
 () 4. สะดวกต่อการขายผลิตภัณฑ์
 () 5. ประหยัดเวลาในการผลิตสินค้า
 () 6. มีความถนัดในการผลิตในรูปแบบนั้น
 () 7. เหตุผลอื่น.....
13. ในรูปแบบการผลิตที่ท่านเลือก ท่านคิดว่ามีผลกระทบต่อสินค้าผ้ามัดย้อมตัวอื่นหรือไม่
 () มี () ไม่มี
 ถ้ามีจะมีปัญหาในเรื่องใดบ้าง ต่อไปนี้(สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () ทำให้สินค้าบางชนิดปรับราคาสูงขึ้น () ทำให้สินค้าบางชนิดขาดความน่าสนใจ
 () ทำให้สินค้าบางชนิดหยุดทำการผลิต () ทำให้สินค้าบางชนิดขายไม่ได้
14. ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของท่านมีระบบวันหยุดในการทำผลิตภัณฑ์คือ
 () 1. ทำงาน 1 วัน เว้น 1 วัน
 () 2. ทำงาน 2 วัน เว้น 1 วัน
 () 3. ทำงาน 3 วัน เว้น 1 วัน
 () 4. ทำงาน 4 วัน เว้น 1 วัน
 () 5. ทำงาน 5 วัน เว้น 1 วัน
 () 6. ทำงาน 6 วัน เว้น 1 วัน
 () 7. ทำงานทุกวันไม่มีวันหยุด
15. กลุ่มการผลิตของท่านได้ทำผลิตภัณฑ์ประมาณวันละ.....ชิ้น
16. ราคาผลิตภัณฑ์ที่ท่านขายได้ดี ณ. ปัจจุบันมีราคาประมาณ.....บาท/ชิ้น
17. ประมาณความถี่ในการขายผลิตภัณฑ์ของท่าน
 () 1. ทุกนาที่ () 2. ทุกชั่วโมง

- () 3. ทุกวัน () 3. ทุกสัปดาห์
18. ในการขายผลิตภัณฑ์ของท่านในแต่ละวันได้เงินโดยประมาณ
จำนวนบาท/วัน
19. ช่องทางในการขายผลิตภัณฑ์ของท่าน
() มีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อ () นำไปขายตามงานนิทรรศการต่างๆ
() เปิดจำหน่ายที่กลุ่มการผลิตโดยตรง
20. ท่านมีรายได้อื่นก่อนที่จะทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม คือรายได้จากการทำอาชีพ
.....
21. โดยมีแรงงานในครัวเรือนจำนวนคน
22. รายได้จากอาชีพอื่นที่ทำในรอบปีโดยประมาณ
.....บาท/ปี
23. รายได้รวมของครัวเรือนหลังทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมในรอบปีโดยประมาณ
.....บาท/ปี
24. รายได้ของท่านหลังทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม
() 1. เพิ่มขึ้น () 2. น้อยลง () 3. เท่าเดิม
25. หลังจากทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมแล้วท่านประกอบอาชีพอื่นหรือไม่
() ไม่มี () มี คืออาชีพ.....

ตอนที่ 2 สภาพทางเศรษฐกิจของกลุ่มที่ทำผลิตภัณฑ์ ก่อนและหลังทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม
ต้นทุนจากการลงทุนจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์

26. การประมาณการต้นทุนในระยะก่อนจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ นับตั้งแต่เริ่มต้นการก่อตั้งจนถึงก่อน
การผลิตสินค้า

รายการ	จำนวนเงิน	หมายเหตุ
ค่าที่ดิน*		
ค่าไถ่ พรวน ปรับที่ดินก่อนการก่อตั้ง		
ค่าวัสดุและอุปกรณ์ในการก่อตั้ง		
ค่าแรงงานในการก่อตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์		
ค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ(ถ้ามี)		

* ในกรณีที่ที่ดินเป็นของตนเองอยู่แล้ว ไม่ต้องใส่ค่าที่ดิน

27. ต้นทุนในระยะเวลาการผลิต รวมถึงตั้งแต่ เริ่มทำผลิตภัณฑ์จนถึงปัจจุบันท่านทำผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานจากภายนอกหรือไม่

() ไม่ใช่ () ใช่

ถ้าใช่มีค่าใช้จ่ายคือ

() จ้างคนงานต่อวัน.....คน วันละ.....บาท/คน

() ทำผลิตภัณฑ์โดยวิธีแบ่งผลประโยชน์ในอัตรา..... (กลุ่มผลิตภัณฑ์: ผู้รับจ้าง)

รายการ	จำนวนเงิน	คาดว่าจะใช้ งานได้นาน(ปี)	หมายเหตุ
ต้นทุนคงที่			
เครื่องมือที่ใช้ *ทำผลิตภัณฑ์*			
- ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน ผ้าไหม			
- วัสดุและอุปกรณ์			

ต้นทุนผันแปร (จำนวนเงินประมาณต่อปี)	จำนวนเงิน/ปี	หมายเหตุ
1. ค่าดูแลรักษาวัสดุ-อุปกรณ์		
- ค่าเทอร์โมมิเตอร์		
- ค่าเครื่องชั่งสารเคมีและสีย้อม		
2. ค่าสารเคมี		
3. ค่าใช้จ่ายในการจำหน่าย		
- ค่ายานพาหนะ/ค่าน้ำมัน		
4. อื่นๆ.....		

* ในกรณีที่ท่านไม่ทราบจำนวนเงินรวมทั้งหมดที่แน่ชัด สามารถใส่ตัวเงินเป็นหน่วยแทนได้

เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน ผ้าไหม สามารถใส่เป็นจำนวนบาท / ผืน โดยเขียนกำกับไว้ที่ส่วนหมายเหตุ

ต้นทุนในการทำการผลิต

ในการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติและ
กลุ่มไปไม้บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผ้ามัดย้อมกลุ่มสี่ธรรมชาติ			ผ้ามัดย้อมกลุ่มไปไม้		
ต้นทุน	ปริมาณ	ราคา	ต้นทุน	ปริมาณ	ราคา

แบบสอบถาม

ประธาน บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช

ชื่อ – สกุล ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....

บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....บ้าน.....ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

1. จำนวนสมาชิกกลุ่มฯ.....คน

2. การจัดการของกรกลุ่ม

2.1 มีคณะกรรมการทั้งหมด.....คน ประกอบด้วย

1.ตำแหน่ง.....

2.ตำแหน่ง.....

3.ตำแหน่ง.....

4.ตำแหน่ง.....

5.ตำแหน่ง.....

6.ตำแหน่ง.....

7.ตำแหน่ง.....

8.ตำแหน่ง.....

9.ตำแหน่ง.....

10.ตำแหน่ง.....

2.2 กลุ่มได้ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.

ส่วนที่ 2 การบริหารงานของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

3. ใครเป็นผู้ประสานงานทั้งในและนอกกลุ่มฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ประธานกลุ่มฯ () 2. เลขานุการ

() 3. เพื่อนสมาชิก () 4. ฝ่ายบุคคล

() 5. อื่น ๆ ระบุ.....

4. ท่านเลือกประธานกลุ่มอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. เลือกตั้ง () 2. คัดเลือกผู้ที่เหมาะสม

() 3. คัดเลือกตามความอาวุโส () 4. อื่น ๆ ระบุ.....

5. ที่ผ่านมากลุ่มฯ ได้มีการจัดการอบรมเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. การทอผ้า () 2. การย้อมสี

() 3. การจัดการกลุ่ม () 4. การเงิน

() 5. การตลาด () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

6. ปีที่ผ่านมากลุ่มฯ ได้มีการประชุมสมาชิก จำนวนกี่ครั้งต่อปี
 1. 1-5 ครั้งต่อปี 2. 6-10 ครั้งต่อปี
 3. มากกว่า 10 ครั้งต่อปี 4. ไม่ได้มีการประชุมเลย
7. สมาชิกในกลุ่มฯ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในกลุ่มฯ หรือไม่
 1. มีอย่างไรบ้าง.....
 2. ไม่มีเพราะเหตุใด.....
8. ปัญหาของกลุ่มฯ มาจากสาเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. การแบ่งเงินไม่ลงตัว 2. สมาชิกไม่สามัคคีกัน
 3. ปัญหาส่วนตัวระหว่างสมาชิก 4. อื่น ๆ ระบุ.....
9. กลุ่มได้มีการออกแบบลายผ้าเองหรือไม่
 1. มี ลายอะไรบ้าง.....
 2. ไม่มี เพราะเหตุใด.....
10. ลีนค้าของกลุ่มฯ แต่ละเกรดมีประมาณกี่เปอร์เซ็นต์
 1. เกรด A (ห้าดาว).....
 2. เกรด B (สี่ดาว).....
 3. เกรด C (สามดาว).....
 4. อื่น ๆ ระบุ.....
11. กลุ่มท่านได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มฯ หรือไม่
 1. มี อย่างไร.....
 2. ไม่มี เพราะเหตุใด.....
12. ท่านได้มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อะไรในกลุ่มฯ บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. การพัฒนาลายใหม่ ๆ 2. วิธีการย้อมสีผ้าใหม่
 3. อื่น ๆ ระบุ.....
13. กลุ่มได้รับข้อมูลข่าวสารการผลิต การตลาด การอบรม และกิจกรรมต่าง ๆ ในการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 2. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
 3. สำนักงานชุมชน 4. สำนักงานเกษตรอำเภอ
 5. องค์การบริหารส่วนตำบล 6. ประธานกลุ่ม
 7. เพื่อนสมาชิก 8. อื่น ๆ ระบุ.....
14. กลุ่มได้รับข้อมูลข่าวสารอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1. การอบรมต่าง ๆ 2. วิธีการผลิตใหม่ ๆ

- () 3. เทคนิคการผลิตใหม่ ๆ () 4. ความรู้ด้านการผลิต
 () 5. การตลาด () 6. ยอดขาย
 () 7. เทคนิคการย้อมสีแบบใหม่ ๆ () 8. อื่น ๆ ระบุ.....

15. สมาชิกให้ความร่วมมือกับท่านหรือไม่ อย่างไร

16. ปัญหาในการจัดการองค์การ (ปัญหาในกลุ่ม ๆ)

ส่วนที่ 3 การจัดการด้านการผลิตของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มใบไม้ บ้านศรีวัง

17. กลุ่มของท่านที่การวางแผนในการผลิตอย่างไรบ้าง

18. สีที่ใช้ผลิตผ้ามัดย้อมโดยส่วนใหญ่ได้มาจากอะไรบ้าง

1.
2.
3.
4.
5.

19. กลุ่มของท่านมีปัญหาในการผลิตอะไรบ้างและมีแนวทางในการแก้ไขอย่างไร

ส่วนที่ 4 การจัดการด้านการเงินของกลุ่มฯ

20. กลุ่มมีการวางแผนการเงินก่อนการผลิตหรือไม่

- () 1. มีอย่างไรบ้าง.....
 () 2. ไม่มี เพราะเหตุใด.....
 เงินทุนหมุนเวียนมีเท่าไรบาท

21. ท่านได้รับเงินปันผลและตอบแทนจากการเข้าร่วมสมาชิกกลุ่มประมาณปีละเท่าใด.....บาท/ปี

22. เท่าที่ท่านทราบ กลุ่มของท่านได้มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายหรือไม่

- () 1. มี เพราะ..... () 2. ไม่มี เพราะ.....

23. ใครเป็นผู้ทำบัญชีรายรับรายจ่าย

- () 1. ประธานกลุ่ม () 2. เลขานุการ
() 3. การเงิน () 4. อื่นๆ ระบุ.....

24. กลุ่มของท่านมีปัญหาในการจัดสรรเงินทุนของกลุ่มฯหรือไม่

1. มี เพราะเหตุใด.....
2. ไม่มี เพราะเหตุใด.....

จากปัญหาข้างต้นถ้ามีปัญหาท่านมีวิธีการแก้ไข

อย่างไร.....
.....

ส่วน ที่ 5 การจัดการด้านการตลาดของเกษตรกรของผู้ผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

25. กลุ่มฯ มีการวางแผนการตลาดของกลุ่มผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติหรือไม่

1. มี อย่างไร
2. ไม่มี เพราะเหตุใด

26. กลุ่มของท่านมีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดประมาณปีละเท่าใด.....บาท

27. เกณฑ์ที่กลุ่มใช้ในการวางแผนการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. กลุ่มลูกค้า () 2. ช่วงเวลาการจำหน่าย
() 3. ปลายทางและคุณภาพของผ้า () 4. สถานที่จัดจำหน่าย
() 5. ระยะเวลาการผลิต () 6. อื่นๆ ระบุ

28. ทางกลุ่มฯ ได้มีการจัดหาสถานที่จำหน่ายให้สมาชิกหรือไม่

- () 1. มี อย่างไร.....
() 2. ไม่มี เพราะเหตุใด.....

29. แหล่งจำหน่ายผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. จำหน่ายที่กลุ่ม () 2. ตลาดท้องถิ่น
() 3. ตลาดในเมือง () 4. ตลาดกรุงเทพฯ
() 5. ลูกค้านำสั่งทอ () 6. พ่อค้าคนกลาง
() 7. ชายที่ศูนย์จำหน่ายของกลุ่มฯ () 8. อื่นๆ ระบุ.....

30. ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติแต่ละชนิดขายราคาเท่าไร

.....

.....

.....

ช่วงเวลาในการจำหน่ายผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มใน 1 ปี

เดือน	จำนวนผลผลิต (เมตร)	มูลค่า (บาท)
มกราคม-กุมภาพันธ์		
มีนาคม –เมษายน		
พฤษภาคม-มิถุนายน		
กรกฎาคม –สิงหาคม		
กันยายน-ตุลาคม		
พฤศจิกายน-ธันวาคม		

31. ท่านใช้เกณฑ์ใดในการกำหนดราคาผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ฝีมือการทอ () 2. สดสวย
- () 3. สีสั่น () 4. คุณภาพ
- () 5. ดำหนิ () 6. คิดเองตามที่เคยขาย
- () 7. ต้นทุนบวกกำไร () 8. อื่น ๆ ระบุ.....

32. กลุ่ม ๆ ได้รับการส่งเสริมการจัดหรือไม่

- () 1. ได้รับ อย่างไร.....
- () 2. ไม่ได้รับ (ข้ามไปข้อ 34) เพราะเหตุใด.....

33. หน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. สำนักงานเกษตรอำเภอ ส่งเสริมอย่างไร.....
- () 2. สำนักงานพัฒนาชุมชน ส่งเสริมอย่างไร.....
- () 3. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ส่งเสริมอย่างไร.....
- () 4. สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ส่งเสริมอย่างไร.....
- () 5. อบต. ส่งเสริมอย่างไร.....
- () 6. อื่นๆ ระบุ..... ส่งเสริมอย่างไร.....

34. วิธีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายของกลุ่มฯ ทำอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. งานประกวดผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ

- () 2. บริการขนส่งผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติให้สมาชิก
- () 3. โฆษณาเผยแพร่ผ่านวิทยุ
- () 4. อื่น ๆ ระบุ.....

35.ลูกค้าของกลุ่มฯ เป็นใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศ
- () 2. กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
- () 3. กลุ่มข้าราชการ
- () 4. ร้านจำหน่ายผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติใน

ตัวอำเภอ

- () 5. ร้านจำหน่ายผ้าฝ้ายในตัวเมือง
- () 6. อื่นๆ ระบุ.....

36.ปัญหาด้านจำหน่ายมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1.พ่อค้าคนกลางกดราคา เพราะ.....
- () 2.สถานที่จัดจำหน่ายมีน้อย เพราะ.....
- () 3.ไม่ได้รับการส่งเสริมการจัดจำหน่าย เพราะ.....
- () 4. ไม่ได้รับการส่งเสริมการออกร้าน เพราะ.....
- () 5. ไม่ได้รับการโฆษณาเผยแพร่ เพราะ.....
- () 6. อื่น ๆ ระบุ.....

37. จากปัญหาในข้อ 36. ควรมีการแก้ไขอย่างไรเพื่อให้การบริหารการตลาดของกลุ่มฯ เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

แบบสอบถาม

สมาชิก บ้านคีรีวง ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช

ชื่อ – สกุล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

.....

บ้านเลขที่..... หมู่ที่..... บ้าน..... ต.กำโลน อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่เห็นว่าถูกต้อง หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ถูกต้องและสมบูรณ์ตามความเป็นจริง

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไป

1.เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

() 1.ชาย

() 2. หญิง

2.อายุ.....ปี

3.สถานภาพ

() 1.โสด

() 2.แต่งงาน

() 3.อยู่ร้าง

() 4.แยกกันอยู่

() 5.หม้าย

() 6.อื่นๆ ระบุ.....

4.การศึกษา

() 1.ไม่ได้เรียน

() 2.ประถมศึกษา

() 3.มัธยมศึกษาตอนต้น

() 4.มัธยมศึกษาตอนปลาย

() 5.ปวช.

() 6.ปวส.

() 7.อนุปริญญา

() 8.ปริญญาตรี

() 9.สูงกว่าปริญญาตรี

() 10.อื่นๆ.....

5. ท่านมีสมาชิกในครอบครัวทั้งหมด.....คน

6. อาชีพหลักของท่านคือ.....

7. อาชีพรองของท่านคือ.....

8. แหล่งเงินทุนได้จากที่ใด

() 1. สหกรณ์การเกษตร

() 2. ธกส.

() 3. กองทุนหมู่บ้าน

() 4. เงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม

() 5.อื่นๆ ระบุ.....

9. จำนวนพื้นที่ถือกลุ่ม.....ไร่ ไร่ละ.....บาท

10. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มมาแล้วกี่ปี.....

11. เครื่องมือ , อุปกรณ์ผลิตผ้ามัดย้อมที่ท่านมี

- () 1. เตากลั่น.....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 2. กะละมัง.....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 3. ตัวหนีบ.....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 4. ยางเส้น.....เส้น มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 5. กระทะ.....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 6. พู่กันเขียนลาย.....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 7. ปากกา.....ด้าม มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 8. ขาหยั่ง สำหรับตรึงผ้าให้เรียบ.....ตัว มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 9. อื่นๆ (ระบุ).....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท
- () 10. อื่นๆ (ระบุ).....อัน มีอายุการใช้งาน.....ปี ราคา.....บาท

ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตผ้ามัดย้อม

1. ค่าใช้จ่ายของเกษตรกรที่ใช้ในการย้อมผ้าในรอบปี

ค่าใช้จ่าย	ของตัวเอง		ค่าใช้จ่าย (บาท)	
	จำนวน	บาท	จำนวน	บาท
1. ผ้า				
2. สี				
3. เตากลั่น				
4. ค่าน้ำ				
5. ค่าไฟ				
6. กะละมัง				
7. ตัวหนีบ				
8. ยางเส้น				
9. ปากกา				
10. อื่นๆ ระบุ.....				

2. ท่านผลิตผ้ามัดย้อมมากี่ปีแล้ว.....

3. ลายผ้ามัดย้อมที่ทำส่วนใหญ่ คือ.....

และอื่น ๆ ระบุ.....

4. ใครเป็นผู้ออกแบบลายผ้าให้ท่าน

() 1. ออกแบบเอง

() 2. หัวหน้ากลุ่ม

() 3. ลูกค้า

() 4. อื่นๆ ระบุ.....

5. ท่านใช้หลักใดในการตัดสินใจว่าจะย้อมผ้าชนิดใด

() 1. ย้อมตามชนิดที่อยากย้อม

() 2. กลุ่มเป็นผู้กำหนด

() 3. ย้อมตามลูกค้าสั่ง

() 4. อื่นๆ ระบุ.....

6. เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อวัน วันละประมาณ.....ชั่วโมง

7. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. เสื้อ

() 2. ผ้าเช็ดหน้า

() 3. กระเป๋า

() 4. หมวก

() 5. ผ้ามาลัย

() 6. หมอน

() 7. อื่น ๆ ระบุ.....

8. แหล่งจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ชื้อที่กลุ่ม

() 2. ชื้อจากประเทศเพื่อนบ้าน

() 3. ชื้อจากต่างอำเภอ

() 4. ชื้อจากจังหวัดอื่น

() 5. ชื้อจากพ่อค้าแร่

() 6. อื่นๆ ระบุ.....

9. วิธีการจัดหาสีย้อมผ้าของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ชื้อที่กลุ่ม

() 2. ชื้อจากประเทศเพื่อนบ้าน

() 3. ชื้อจากอำเภอ

() 4. ชื้อจากจังหวัดอื่นๆ

() 5. ชื้อจากพ่อค้าแร่

() 6. อื่นๆ ระบุ.....

10. การย้อมสีใช้สีชนิดใด

() 1. สีธรรมชาติ

() 2. สีเคมี

() 3. ใช้ทั้งสองสี

11. ท่านได้รับความรู้เรื่องการผลิตผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติจากแหล่งใดมากที่สุด

() 1. การฝึกอบรมจากหน่วยงานราชการ

() 2. การฝึกอบรมจากหน่วยงานเอกชน

- () 3. ศึกษาจากเอกสารตำรา () 4. จากสมาชิกกลุ่มหรือเพื่อนบ้าน
 () 5. จากบรรพบุรุษ () 6. อื่น ๆ

12. ช่วงเวลาในการฝั่มัดย้อม เดือน.....ถึง เดือน.....

13. ช่วงเวลาว่าง เดือน.....ถึง เดือน.....

14. ระยะเวลาที่ผลิตฝั่มัดย้อมมากที่สุดคือช่วงเดือนใด.....

15. นอกจากการย้อมผ้าสีธรรมชาติท่านทำการผลิตในรูปแบบอย่างอื่นอีกหรือไม่

- () 1. ไม่ทำ ย้อมผ้าอย่างเดียว () 2. ทำโดยการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า
 () 3. ทำผลิตภัณฑ์อื่นที่นอกจากผลิตฝั่มัดย้อม () 4. อื่น ๆ ระบุ.....

16. ผลผลิตที่ท่านผลิตมีความเพียงพอต่อความต้องการของตลาดหรือไม่

- () 1. เกินกว่าความต้องการ () 2. พอดีกับความต้องการ
 () 3. ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

17. ปัญหาในการผลิต

.....

.....

.....

.....

.....

18. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะทางการผลิต

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย)	นางสาวนิภารัตน์ นักรัตน์พงศ์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)	Miss. Niparat Nuktreepong
เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน	3 9011 00990** *
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์
สถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 1 ม.4 ต.ท่าจั่ว อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช โทรศัพท์ 087-514-9786 E-mail: nuk_yam@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ ปริญญาโท เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประสบการณ์ด้านผลงานวิจัย	เรื่อง เปรียบเทียบการกระจายรายได้และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ในเขต เทศบาลเมืองคลองแห อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (สารนิพนธ์) เรื่อง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนระหว่างบทเรียน E- Learning กับการเข้าฟังบรรยายวิชาหลัก เศรษฐศาสตร์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช