



การพัฒนาและศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม บ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

มณฑนา เลิศตระกูลพนา

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 16 มิถุนายน 2566

นักวิจัยอิสระ

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 19 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 26 มิถุนายน 2566

ธนภัทร กันทาวงศ์

อาจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

พีระพล ศรีวิชัย

นักวิจัยอิสระ

รัชดาภรณ์ มิ่งมิตร

นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทคัดย่อ

การศึกษการพัฒนาและศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อมบ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม และเพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม บ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.39$) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 4.36$) และด้านราคา ($\bar{X} = 4.35$) ต้นทุนการผลิตของเครื่องประดับจากผ้ามัดย้อมสร้อยคอ แบบที่ 1 ต้นทุนรวม 60 บาท สร้อยคอ แบบที่ 2 ต้นทุนรวม 61 บาท ตุ้มหู แบบที่ 1 ต้นทุนรวม 54 บาท ตุ้มหู แบบที่ 2 ต้นทุนรวม 46.25 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่ได้จากการลงทุนในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม สร้อยคอ แบบที่ 1 คือ ร้อยละ 65.00 สร้อยคอ แบบที่ 2 คือ ร้อยละ 29.51 ตุ้มหู แบบที่ 1 คือ ร้อยละ 27.78 และตุ้มหู แบบที่ 2 คือ ร้อยละ 58.92

คำสำคัญ: การพัฒนา ต้นทุน ผลตอบแทน ความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม

Development and cost-return of tie-dye jewelry products

Ban Thung Hong, Thung Hong Sub-district, Mueang District, Phrae Province

Mantana Lertragoonpana

Independent Researcher

Received: 16 June 2023

Revised: 19 June 2023

Accepted: 26 June 2023

Thanaphat Kuntawong

Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Peerapon Sriwicha

Independent Researcher

Ratchadaphorn Mingmit

Undergraduate Students, Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University

Abstract

The study of development and cost-return study of tie-dyed jewelry products at Ban Thung Hong, Thung Hong Sub-district, Muang District, Phrae Province was aimed at developing and studying consumer satisfaction toward tie-dyed jewelry products. dyed and to study the cost and return of tie-dyed jewelry products, Ban Thung Hong, Thung Hong Subdistrict, Mueang District, Phrae Province. The sample group used in the study was 400 respondents. The statistics used to analyze the data were percentage, value mean, standard deviation

The study found that Satisfaction towards tie-dye jewelry products in general was at a high level ($\bar{X} = 4.38$). When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average was product aspect ($\bar{X} = 4.41$), followed by distribution channel ($\bar{X} = 4.39$), marketing promotion ($\bar{X} = 4.36$) and price ($\bar{X} = 4.35$). Dyeing necklace Type 1 Total cost 60 baht Necklace Type 2 Total cost 61 baht Earring Type 1 Total cost 54 baht Earring Type 2 Total cost 46.25 baht The return on investment (ROI) obtained from investing in Jewelry products from tie-dye fabric Necklace type 1 is 65.00 percent, necklace type 2 is 29.51 percent, earring type 1 is 27.78 percent and earring type 2 is 58.92 percent.

Keywords: Development, Cost, Return, Satisfaction, Tie-dye jewelry products



บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาประเทศทุกระดับได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกซบเซา และการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรุนแรง ส่งผลให้ในแต่ละภาคมีภาวะเศรษฐกิจหดตัวจากการหยุดหรือชะลอการดำเนินงานกิจกรรมของสาขาการผลิตและบริการ ดังนั้น การพัฒนาการผลิตและบริการในระยะต่อไปจึงต้องมีการปรับตัว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความปลอดภัย โดยใช้งานวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 หมายเหตุที่ 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก กลยุทธ์ย่อยที่ 1.2 สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน

ภูมิปัญญาไทยหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ เนื่องจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เกิดขึ้นจากความรอบรู้ ประสบการณ์ แนวคิดที่สังคมหรือชุมชนได้ถ่ายทอดสืบสานต่อกันมา ด้วยคนไทยแต่โบราณมีภูมิปัญญาฉลาดล้ำลึก ในการประดิษฐ์คิดค้น สร้างสรรค์ เพื่อใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น เพื่อการดำรงชีวิตอย่างสุขกาย สบายใจ โดยเฉพาะภูมิปัญญาด้านปัจจัยพื้นฐาน แห่งการดำรงชีพ ประกอบด้วยความสามารถในการแสวงหาอาหาร การปลูกสร้างที่อยู่อาศัย การคิดค้นประดิษฐ์สิ่งทอเพื่อการนุ่งห่ม และความรู้ในการบำบัดรักษาโรคภัยไข้เจ็บ ซึ่งช่วยให้สังคมไทย นับแต่อดีตดำรงอยู่ได้อย่างสุขสงบสืบถึงปัจจุบัน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2559)

จังหวัดแพร่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านผ้าหม้อห้อมและผ้ามัดย้อม ผ้ามัดย้อม เป็นภูมิปัญญาที่มีมายาวนานกว่า 100 ปี ในสมัยก่อนยังไม่มีเครื่องจักรปั่นสีย้อมผ้าสังเคราะห์จึงเกิดเป็นภูมิปัญญาการใช้สีจากวัสดุจากธรรมชาติ ตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบที่ต้องการ ผ่านการตัดสับด้วยความตั้งใจ นวด เคี้ยวน้ำสีย้อมจนได้ที่ก่อนนำมาย้อมเครื่องนุ่งห่มให้มีสีสวยงาม ปัจจุบันผ้ามัดย้อม ถือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งในประเทศไทยที่มีความนิยมอย่างมาก มีขั้นตอนการทำงาน มีสีให้เลือกอย่างหลากหลายตามวัสดุจากธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นนั้น โดยบ้านทุ่งโฮ้งเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ขึ้นชื่อเรื่องผ้ามัดย้อม และมีการสืบทอดกันมายาวนาน สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนด้วยเสน่ห์ของการย้อมผ้าแบบธรรมชาติ แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผ้ามัดย้อมจากหลายพื้นที่นั้น ส่วนมากจะเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อและกางเกง เป็นต้น และมีลักษณะที่เหมือนกัน จึงไม่มีความแตกต่างในตลาด มีทางเลือกให้กับผู้บริโภคไม่หลากหลาย

จากข้อมูลและปัญหาของความไม่หลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการนำผ้ามัดย้อมมาพัฒนาและออกแบบเป็นเครื่องประดับ เช่น สร้อยคอ ตุ้มหู ให้เป็นสินค้าตามแฟชั่นนิยม มีความร่วมสมัยแต่ก็ยังคงอนุรักษ์ความเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้ โดยเลือกพื้นที่ในการศึกษาคือบ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมด้านต้นทุนภูมิปัญญาและความสามารถในการทำผ้ามัดย้อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม บ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่
2. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม บ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จิตพนธ์ ชุมเกตุ (2560) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้นที่สามารถต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์เดิม เป็นการสร้างผลกำไรให้กับบริษัทเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างสถานภาพการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาดที่ลูกค้าเสื่อมความนิยมลง เป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่มนุษย์คาดหวังไว้ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือได้รับมากกว่าที่คาดหวังไว้ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น (วิฑูรย์ จันทวงสี, 2556) โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดกลยุทธ์การตลาด 4Ps เข้ามาเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งธนธรตรี รัตนเรืองยศ (2564) กล่าวว่า 4P หรือ Marketing Mix คือเครื่องมือวางแผนการตลาดผ่านการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 4 ส่วน ได้แก่ Product (สินค้า) Price (ราคา) Promotion (การส่งเสริมการขาย) และ Place (ช่องทางจัดจำหน่าย) กลยุทธ์การตลาด 4P ที่ไปในทิศทางเดียวกันจะทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าและบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทน

ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปเพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนสินค้าหรือบริการที่ต้องการ หรือค่าใช้จ่ายที่ทำให้มูลค่าของสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นโดยทั่วไปต้นทุนที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปมักจะเน้นต้นทุนที่เป็นตัวเงิน เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการ จัดหาวัตถุดิบ ค่าเช่า ค่าดอกเบี้ย ค่าภาษี เป็นต้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, มปป.) ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย 1. ต้นทุนด้านวัสดุ/วัตถุดิบ (Material Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการผลิตทั้งทางตรงและทางอ้อม 2. ต้นทุนด้านแรงงาน (Labor Cost) เป็นค่าใช้จ่ายด้านแรงงานในการทำงานและผลิตสินค้าเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และ 3. ค่าใช้จ่ายโรงงาน หรือค่าเสียหายในการผลิต (Overhead Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือจากจากค่าใช้จ่ายของวัสดุ และค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563)

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) คือ ตัวเลขที่แสดงถึงผลตอบแทนของการลงทุน นิยมใช้ในการวิเคราะห์การลงทุนการตลาด ROI สูง เท่ากับว่ากำไรเยอะถ้าเทียบกับทุนที่ลงไป ROI ใช้ในการ



เปรียบเทียบการลงทุนต่าง ๆ เพื่อเลือกการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนมากที่สุดได้ สูตรในการคำนวณคือ กำไรหารด้วย ต้นทุน คูณด้วย 100 (ธเนตรตรี รัตนเรืองยศ, 2563).

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกวลิน อุณญาติ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง ต้นทุนผลตอบแทนการพัฒนาและปัญหาในการผลิตผ้ามัดย้อม ชุมชนบ้านห้วยก้าง ตำบลไม้ยา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย พบว่าปัญหาในการผลิตผ้ามัดย้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วย ปัญหาด้านวัตถุดิบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชนิดของเส้นสีชาวมี่มีผลต่อการดูดซึมของสีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ สีบางชนิด ย้อมเสร็จแล้วไม่ติด และวัตถุดิบราคาแพง ในส่วนของปัญหาด้านผู้ผลิต คือ สีย้อมผ้าทำให้เกิดอาการแพ้

ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2562) ศึกษาเรื่อง การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมาชิก จำนวน 25 คน ลักษณะการผลิตเป็นแบบช่วยกันทำภายในกลุ่ม โดยทำเป็นอาชีพเสริม งบประมาณในการจัดตั้งกลุ่ม เริ่มแรกได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตร ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตพบว่า การวิเคราะห์ต้นทุน การผลิตต่อหน่วย การกำหนดราคาขายใช้วิธีกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ศักยภาพการทำระบบบัญชี ต้นทุนของกลุ่มทำได้แต่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชีและไม่ครบถ้วน การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตพบว่า ต้นทุนรวม ทั้งหมดเท่ากับ 24,700 บาทต่อหนึ่งรอบการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 6.175 บาท/หน่วย

สำเรจ นนศิริ และรติพร มีชัย (2560) ศึกษาเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร พบว่าต้นทุนในการลงทุนผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุนเมื่อเริ่มแรก 324,880 บาท ต้นทุนในการผลิต 1,109,602.40 บาท ซึ่งประกอบไปด้วยค่าวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต สำหรับต้นทุนการผลิตต่อหน่วยของผ้าลายมัดหมี่ 4 ตะกอ เท่ากับ 282.94 บาทต่อเมตร ผ้าลายมัดหมี่ 2 ตะกอ เท่ากับ 282.94 บาทต่อเมตร ผ้าลายเกี๋ยงเต่า เท่ากับ 228.51 บาทต่อเมตร ผ้าลายเกี๋ยงแลน เท่ากับ 228.51 บาทต่อเมตร ผ้าลายพื้น 4 ตะกอ เท่ากับ 195.85 บาทต่อเมตร ผ้าลายพื้น 2 ตะกอ เท่ากับ 174.08 บาทต่อเมตร ผ้าลายสก็อต 2 ตะกอ เท่ากับ 195.85 บาทต่อเมตร กำหนดอายุโครงการเท่ากับ 10 ปี

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม ในพื้นที่จังหวัดแพร่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ประชากรในจังหวัดแพร่ จำนวน 430,669 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม ในพื้นที่จังหวัดแพร่ โดยคำนวณหากกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (1970) ซึ่งคำนวณได้ จำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาการพัฒนาและศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อมบ้านทุ่งไธ้ง ตำบลทุ่งไธ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบโครงสร้างของแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา กำหนดกรอบแนวคิดของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม

3. สร้างแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถาม มาปรับปรุงแก้ไขให้ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการ เพื่อให้ถูกต้อง และเหมาะสม ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ (ปี) สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม โดยประมาณลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Check list) แบบให้เลือกตอบและให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุด คือ 5 ถึง ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

4. สร้างแบบฟอร์มการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนการผลิต

ผู้วิจัยได้สร้างแบบฟอร์มการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนการผลิต โดยการนำเอาความรู้ด้านบัญชีต้นทุน มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบฟอร์มการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนที่มีความง่ายในการบันทึกตรวจสอบข้อมูลให้ครบถ้วน ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต

5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยพิจารณาจากความเห็น และให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

6. นำแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรอื่นที่ไม่ใช่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธี สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1970)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามครบแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยประมวลผลหาค่าทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. แบบสอบถามความพึงพอใจ

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบของตาราง

ตอนที่ 2 การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดได้ 5 ระดับ

2. แบบการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนการผลิต

ข้อมูลด้านต้นทุนการผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม ตรวจสอบข้อมูลให้ครบถ้วน ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลต้นทุนการผลิตที่ครบถ้วนแล้ว จึงนำมาคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.25 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 25.75 มีอายุ 20-31 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมา มีอายุระหว่างต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 23 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

2. ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้า มัดย้อม ในภาพรวม

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.41	0.72	มาก
2. ด้านราคา	4.35	0.73	มาก
3. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.36	0.67	มาก
4. ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.39	0.71	มาก
รวม	4.38	0.71	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.39$) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{X} = 4.36$) และด้านราคา ($\bar{X} = 4.35$)

ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านรูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมารูปแบบมีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.39$) ลวดลายมีเอกลักษณ์น่าสนใจ ขนาดสัดส่วน รูปทรง เหมาะสม ($\bar{X} = 4.38$) สีสีนมีความสวยงาม รูปแบบง่ายต่อการดูแล ($\bar{X} = 4.36$) และรูปแบบอยู่ในกระแสนิยมที่ทันสมัย ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ราคาการกำหนดราคาของเครื่องประดับเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมาราคามีความคุ้มค่าที่จะซื้อไปใช้งาน ($\bar{X} = 4.36$) และราคาเครื่องประดับมีความสอดคล้องกับคุณค่าที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดสำหรับสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาทำให้ผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดย้อมเป็นที่รู้จักมากขึ้น ($\bar{X} = 4.47$) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.36$) และมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ จำหน่ายผ่าน Facebook ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา Shopee ($\bar{X} = 4.38$) Lazada ($\bar{X} = 4.32$) และ Instagram ($\bar{X} = 4.31$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม



ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน เฉลี่ยต่อ 1 ชิ้น

ชื่อผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบ ทางตรง	ค่าแรงงาน ทางตรง	ค่าใช้จ่ายใน การผลิต	ต้นทุนรวม	ผล ตอบแทน	กำไรสุทธิ
สร้อยคอ แบบที่ 1	15.00	25.00	20.00	60.00	99.00	39.00
สร้อยคอ แบบที่ 2	25.50	25.00	10.50	61.00	79.00	18.00
ตุ้มหู แบบที่ 1	10.00	25.00	19.00	54.00	69.00	15.00
ตุ้มหู แบบที่ 2	10.00	25.00	11.25	46.25	69.00	22.75

จากตารางที่ 2 พบว่า สร้อยคอ แบบที่ 1 ต้นทุนรวม 60 บาท ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง 15 บาท ค่าแรงงานทางตรง 25 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิต 20 บาท โดยผลตอบแทนที่จะได้รับจากการขายเครื่องประดับจากผ้ามดัย้อม 99 บาท ดังนั้น กำไรสุทธิ เท่ากับ 39 บาทต่อชิ้น

สร้อยคอ แบบที่ 2 ต้นทุนรวม 61 บาท ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง 25.50 บาท ค่าแรงงานทางตรง 25 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิต 10.50 บาท โดยผลตอบแทนที่จะได้รับจากการขายเครื่องประดับจากผ้ามดัย้อม 79 บาท ดังนั้น กำไรสุทธิ เท่ากับ 18 บาทต่อชิ้น

ตุ้มหู แบบที่ 1 ต้นทุนรวม 54 บาท ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง 10 บาท ค่าแรงงานทางตรง 25 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิต 19 บาท โดยผลตอบแทนที่จะได้รับจากการขายเครื่องประดับจากผ้ามดัย้อม 69 บาท ดังนั้น กำไรสุทธิ เท่ากับ 15 บาทต่อชิ้น

ตุ้มหู แบบที่ 2 ต้นทุนรวม 46.25 บาท ประกอบไปด้วย วัตถุดิบทางตรง 10 บาท ค่าแรงงานทางตรง 25 บาท ค่าใช้จ่ายในการผลิต 11.25 บาท โดยผลตอบแทนที่จะได้รับจากการขายเครื่องประดับจากผ้ามดัย้อม 69 บาท ดังนั้น กำไรสุทธิ เท่ากับ 22.75 บาทต่อชิ้น

ตารางที่ 3 แสดงการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เฉลี่ยต่อ 1 ชิ้น

ชื่อผลิตภัณฑ์	สูตรคำนวณ	แทนค่า	ผลการคำนวณ
สร้อยคอ แบบที่ 1	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ต้นทุนรวม}} \times 100$	$\frac{39}{60} \times 100$	65.00%
สร้อยคอ แบบที่ 2	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ต้นทุนรวม}} \times 100$	$\frac{18}{61} \times 100$	29.51%
ตุ้มหู แบบที่ 1	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ต้นทุนรวม}} \times 100$	$\frac{15}{54} \times 100$	27.78%
ตุ้มหู แบบที่ 2	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ต้นทุนรวม}} \times 100$	$\frac{27.75}{46.25} \times 100$	58.92%

จากตารางที่ 3 พบว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่ได้จากการลงทุนในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม สร้อยคอ แบบที่ 1 คือ ร้อยละ 65.00 สร้อยคอ แบบที่ 2 คือ ร้อยละ 29.51 ตุ้มหู แบบที่ 1 คือ ร้อยละ 27.78 และตุ้มหู แบบที่ 2 คือ ร้อยละ 58.92

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

การพัฒนาและศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อมบ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการการศึกษาความพึงพอใจผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เพราะมีรูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร รูปแบบมีให้เลือกหลากหลาย ลวดลายมีเอกลักษณ์น่าสนใจ ขนาดสัดส่วน รูปทรง เหมาะสม สีสันทันมีความสวยงาม รูปแบบอยู่ในกระแสนิยมที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับ เกรวลิน อุณญาติ และคณะ (2564) พบว่า ความพึงพอใจในการพัฒนาลวดลายและสีของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การพัฒนาลวดลายและสีที่แตกต่างจากเดิม รองลงมาคือความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม ความพึงพอใจต่อรูปแบบในภาพรวม และการใช้วัสดุ สี ลวดลายเหมาะสมกับความนิยมปัจจุบัน

2. จากผลการศึกษาต้นทุนของเครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม พบว่า ส่วนประกอบของต้นทุนการผลิตประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ กรมส่งเสริม



อุตสาหกรรม (2563) ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย ต้นทุนด้านวัสดุ/วัตถุดิบ ต้นทุนด้านแรงงาน และค่าใช้จ่ายโรงงานหรือค่าใส่หุ้ยในการผลิต และสอดคล้องกับ สำเร็จ นนศิริ และรติพร มีชัย (2560) พบว่า ต้นทุนในการลงทุนผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมครามของกลุ่มทอผ้าอ้อมสี่ธรรมชาติ ประกอบไปด้วยค่าวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

3. จากผลการศึกษาผลตอบแทนจากการลงทุนของเครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม พบว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่ได้จากการลงทุนในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม สร้อยคอ แบบที่ 1 คือ ร้อยละ 65.00 สร้อยคอ แบบที่ 2 คือ ร้อยละ 29.51 ตุ้มหู แบบที่ 1 คือ ร้อยละ 27.78 และ ตุ้มหู แบบที่ 2 คือ ร้อยละ 58.92 ซึ่งโดยรวมแล้วมีผลตอบแทนมากกว่าร้อยละ 20 สอดคล้องกับ ธเนศร์ ตรีรัตน์ (2563) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) คือ ตัวเลขที่แสดงถึงผลตอบแทนของการลงทุน นิยมใช้ในการวิเคราะห์การลงทุนการตลาด ROI สูง เท่ากับว่ากำไรมากถ้าเทียบกับทุนที่ลงไป ROI ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ วัตถุดิบในการนำมาย้อมสีเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำ อีกทั้งยังใช้แรงงานของคนในพื้นที่ซึ่งมีความชำนาญในการทำผ้ามัดย้อม ทำให้ใช้เวลาในการผลิตไม่มาก ส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานต่ำ สอดคล้องกับ ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2562) พบว่า ต้นทุนด้านการผลิตกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองภายในชุมชน เพื่อเป็นการลดต้นทุนทางด้านวัตถุดิบทางตรง แรงงานที่ทำการผลิตเป็นการรวมกลุ่มจากชุมชนที่ว่างจากงานประจำโดยจะได้ผลตอบแทนจากกำไรเมื่อปิดบัญชีรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือน เป็นการลดต้นทุนทางด้านค่าแรงงานทางตรง จึงเป็นแนวทางการบริหารต้นทุนการผลิตของชุมชนเพื่อลดต้นทุนให้ต่ำสุดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากผ้ามัดย้อม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีรูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร รูปแบบมีให้เลือกหลากหลาย ลวดลายมีเอกลักษณ์ น่าสนใจ ขนาดสัดส่วน รูปทรง เหมาะสม สีสีนมีความสวยงาม รูปแบบอยู่ในกระแสนิยมที่ทันสมัย ดังนั้น ผู้นำชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความทันสมัยและน่าสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

1.2 จากผลการศึกษาพบว่าวัตถุดิบในการนำมาย้อมสีเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำ อีกทั้งยังใช้แรงงานของคนในพื้นที่ซึ่งมีความชำนาญในการทำผ้ามัดย้อม ทำให้ใช้เวลาในการผลิตไม่มาก ส่งผลให้ต้นทุนค่าแรงงานต่ำ ดังนั้น ผู้นำชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมให้เน้นใช้วัตถุดิบในพื้นที่ และส่งเสริมการอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อให้ต้นทุนการผลิตลดลง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการศึกษาในครั้งนี้ได้พัฒนาเป็นสร้อยและตุ้มหู ในการศึกษาและพัฒนาครั้งต่อไป อาจศึกษาและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น เช่น ที่คาดผม โบว์ติดผม เป็นต้น

2.2 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการนำเอาผ้ามัดย้อมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดแพร่มาพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องประดับในการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาและพัฒนาเครื่องประดับจากวัตถุดิบอื่น ๆ



เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). **ต้นทุนการผลิตและวิธีการลดต้นทุนการผลิต**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2565. จาก <https://shorturl.asia/fGupF>
- เกวลิน อุณญาติ. (2564). ต้นทุนผลตอบแทนการพัฒนาและปัญหาในการผลิตผ้ามัดย้อมชุมชนบ้านห้วยก้างปลา ตำบลไม้ยา อำเภอพญาเม็งรายจังหวัดเชียงราย. **วารสารบัญชีปริทัศน์**, 6(2), 80-88.
- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี**. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธเนตรตรี รัตนเรืองยศ. (2564). **การตลาด 4P คืออะไร**. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2565. จาก <https://thaiwinner.com/4p-marketing-mix/>
- _____ (2563). **Return on Investment (ROI) คืออะไร**. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2565. จาก <https://thaiwinner.com/what-is-roi/>
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (2562). **การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน**. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี**, 9(1), 47-56.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (มปป.). **การวางแผนการผลิต ต้นทุนการผลิต และรายรับจากการผลิต**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2565. จาก <https://shorturl.asia/vexw2>
- วิฑูรย์ จันทวงสี. (2556). **ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการ 3G PLUS เครือข่าย True Move H ในกรุงเทพมหานคร**. **บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2559). **ภูมิปัญญาไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565. จาก <https://www.nectec.or.th/thailand/thai-wisdom.html>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐**. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565. จาก https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_Final.pdf
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2565). **สถิติจำนวนประชากร**. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2565. จาก <https://shorturl.asia/a6jQd>
- สำเร็จ นนศิริ และรติพร มีชัย. (2560). **ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ตำบลพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร**. **วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล**, 3(2), 209-222.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing**. (5th ed.). New York : Harper Collins Publishers.
- Yamane, T. (1970). **Statistics; An Introductory Analysis**. (2nd ed.). New York: Harper and Row.