

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิกจากภูมิปัญญา
ท้องถิ่น : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพรร ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง
จังหวัดบุรีรัมย์

Analysis of the return on investment of organic bamboo charcoal products based
on local wisdom: A case study of the Rak Samunphrai Community Enterprise
Group, Som Poi Subdistrict, Non Din Daeng District, Buriram Province.

สายฝน อุไร¹ แก้วมณี อุทิรัมย์² รัตนา เพ็งเพรา³
Sayfonu Urai¹ Kaewmanee Utiram² Rattana Pengproh³

Received:

February 2nd, 2026

Revised:

April 6th, 2026

Accepted:

May 14th, 2026

DOI:

10.65205/jmsr.2026.e284324

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพรร ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และ 3) วิเคราะห์ต้นทุนและอัตราผลตอบแทน ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับสมาชิกกลุ่ม 45 คน เครื่องมือประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสังเกต แบบบันทึกต้นทุน และแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มมีผลิตภัณฑ์หลักคือถ่านไม้ไผ่ ก้อน ราคา 50-80 บาทต่อถุง การวิเคราะห์ SWOT พบจุดแข็งด้านวัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ขาดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารต้นทุน มีโอกาสจากกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและนโยบาย ภาครัฐที่สนับสนุน และอุปสรรคจากการแข่งขันสูงและ ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ชนิด คือ เจลอาบน้ำผงถ่านไม้ไผ่ (189 บาท) ผงถ่านล้างผักผลไม้ (200 บาท) และถ่านดูดกลิ่น (79 บาท) 3) ผลการดำเนินงาน 5 เดือน (กุมภาพันธ์-มิถุนายน 2568) พบว่า รายได้รวม 32,090 บาท เพิ่มขึ้น 28.36% ต้นทุนรวม 19,929.45 บาท เพิ่มขึ้น 2.20% กำไรสุทธิ 9,593.35 บาท เพิ่มขึ้น 219.78% อัตรากำไรสุทธิ 29.89 ผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดคือเจลอาบน้ำผงถ่านไม้ไผ่ (อัตรากำไรขั้นต้น 45.16%) การเปรียบเทียบก่อนและหลังพัฒนา พบว่า ผลิตภัณฑ์เพิ่มจาก 1 เป็น 3 ชนิด ราคาขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 150% ช่องทางจำหน่ายเพิ่มจาก 1 เป็น 3 ช่องทาง สมาชิกเพิ่มจาก 10-15 เป็น 45 คน ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนเพิ่มขึ้น 74.8% และความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 58.10% การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนอย่างเป็นระบบ สามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างรายได้ยั่งยืน และเป็นต้นแบบให้กลุ่มอื่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่น

คำสำคัญ: อัตราผลตอบแทน, ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, การบริหารต้นทุน

¹⁻³ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturer Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University

*Corresponding author, e-mail: Sayfon.ua@bru.ac.th

Abstract

This research, "Analysis of the Return on Investment of Organic Bamboo Charcoal Products from Local Wisdom: A Case Study of the Rak Samunphrai Community Enterprise Group, Som Poi Subdistrict, Non Din Daeng District, Buriram Province," aims to 1) study the current state of organic bamboo charcoal products, 2) develop new products, and 3) analyze costs and returns. A participatory action research method was used with 45 group members. Tools included semi-structured interviews, observation, cost recording forms, and satisfaction questionnaires. Qualitative data were analyzed using content analysis, and quantitative data using descriptive statistics. The research findings revealed that: 1) The group's main product is bamboo charcoal briquettes priced at 50-80 baht per bag. A SWOT analysis identified strengths in raw materials and local wisdom, but a lack of knowledge in product development and cost management. Opportunities arose from the popularity of natural products and supporting government policies, while obstacles included high competition. The research aimed to mitigate climate variability. The outcomes included: 2) developing three new products: bamboo charcoal shower gel (189 baht), charcoal powder for washing fruits and vegetables (200 baht), and charcoal odor absorber bags (79 baht); and 3) a five-month period (February-June 2025) showing total revenue of 32,090 baht (a 28.36% increase), total costs of 19,929.45 baht (a 2.20% increase), a net profit of 9,593.35 baht (a 219.78% increase), and a net profit margin of 29.89%. The highest-return product was the bamboo charcoal shower gel. (Gross profit margin 45.16%) A pre- and post-development comparison showed that the number of products increased from 1 to 3, the average selling price increased by 150%, distribution channels increased from 1 to 3, membership increased from 10-15 to 45 people, cost accounting knowledge increased by 74.8%, and satisfaction increased by 58.10%. This research demonstrates that developing products from local wisdom combined with systematic cost-benefit analysis can effectively enhance the competitiveness of community enterprises, create sustainable income, and serve as a model for other groups in developing products from local resources.

Keywords : Rate of Return, Organic Bamboo Charcoal, Local Wisdom, Cost Management

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในประเทศไทยมีความสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับฐานราก สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ที่มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2022) จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ประเทศไทยมีวิสาหกิจชุมชนจำนวน 73,472 แห่ง มีมูลค่าการผลิตรวมกันประมาณ 68,000 ล้านบาท (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2021) ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องคำนึงถึงการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริหารจัดการ

ต้นทุนและผลตอบแทนที่มีประสิทธิภาพ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2021)

ต้นทุนและผลตอบแทนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของวิสาหกิจชุมชน การบริหารต้นทุนที่อาศัยแนวคิดการบัญชีต้นทุน (Cost Accounting) ซึ่งครอบคลุมการจำแนกต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ การคำนวณต้นทุนต่อหน่วย และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและวางแผนกำไรได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนา และการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนจากภายในชุมชน ข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องจะช่วยให้กลุ่มวิเคราะห์ทางเลือกทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาของ Namnai (2019) พบว่าการบริหารต้นทุนที่ดีส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม Office of Agricultural Economics (2020) พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67) ไม่มีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนอย่างเป็นระบบ และมีเพียงร้อยละ 32 เท่านั้นที่มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ ปัญหาดังกล่าวทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถกำหนดราคาขายที่แม่นยำ ส่งผลให้รายได้และกำไรต่ำกว่าศักยภาพที่แท้จริง จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านนี้ให้กับผู้ประกอบการชุมชน

การศึกษาของ Kantabut et al. (2020) พบว่า ไม้ไผ่เป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะการแปรรูปเป็นถ่านคุณภาพสูง ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 300-400 เมื่อเทียบกับการจำหน่ายเป็นไม้ไผ่ดิบ แต่ยังมีช่องว่างในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ Phongklang (2019) ที่พบว่า การวิเคราะห์ต้นทุนอย่างเป็นระบบช่วยให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและสร้างผลกำไรได้ ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ มีการปลูกไม้ไผ่กว่า 500 ไร่ และมีการแปรรูปเป็นถ่านไม้ไผ่ประมาณ 5,000 กิโลกรัมต่อปี สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของทรัพยากรในพื้นที่ที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพร บ้านน้อยสะแกกวน หมู่ 3 ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ ก่อตั้งขึ้นจากการรวมตัวของเกษตรกรและชาวบ้านในชุมชนที่มีความต้องการสร้างรายได้เสริมจากทรัพยากรไม้ไผ่ที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ในพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแปรรูปสมุนไพรและทรัพยากรท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า สร้างรายได้ให้แก่สมาชิก และอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตถ่านไม้ไผ่ที่สืบทอดกันมา ยาวนานในชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิกที่จดทะเบียนและถือหุ้นสะสมจำนวน 45 คน โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.67) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี และมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร (ร้อยละ 44.44) มีประสบการณ์ทำงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4-6 ปี (ร้อยละ 44.44)

เดิมกลุ่มมีผลิตภัณฑ์หลักเพียงชนิดเดียว คือ ถ่านไม้ไผ่ก้อน จำหน่ายในราคา 50-80 บาทต่อถุง บรรจุในถุงพลาสติกใสโดยไม่มีฉลากและขาดข้อมูลผลิตภัณฑ์ มีช่องทางจำหน่ายเพียงช่องทางเดียวคือตลาดในชุมชน และมีสมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานจริงเพียง 10-15 คน จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า แม้กลุ่มจะมีจุดแข็งด้านวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมา ยาวนาน แต่ยังมีอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ การขาดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค การไม่มีระบบบัญชีต้นทุนที่เป็นระบบทำให้คำนวณต้นทุนได้เพียงประมาณการ ส่งผลให้การกำหนดราคาขายไม่แม่นยำและทำกำไรได้น้อยกว่าที่ควร นอกจากนี้ กลุ่มยังขาดความรู้ด้านการตลาดและการขยายช่องทางจำหน่าย ทำให้ฐานลูกค้าจำกัดอยู่เฉพาะชุมชนใกล้เคียง อีกทั้งยังมีปัญหาการประชุมที่ไม่สม่ำเสมอและสมาชิกมีส่วนร่วมน้อย ซึ่งส่งผลต่อความเข้มแข็งและความยั่งยืนของกลุ่มในระยะยาว

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่แอร์แกนิกโดยอาศัยกรอบแนวคิดด้านการบัญชีต้นทุน (Cost Accounting) และการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) จะช่วยให้ชุมชนเข้าใจโครงสร้างต้นทุน กำหนดราคาขายที่เหมาะสม และวางแผนการผลิตเพื่อเพิ่มกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ คาดการณ์ว่าจะสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 ด้วย

เหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิคจากภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมนไพร ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการลดต้นทุน การวางแผนเพิ่มผลกำไร และการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งและยั่งยืน

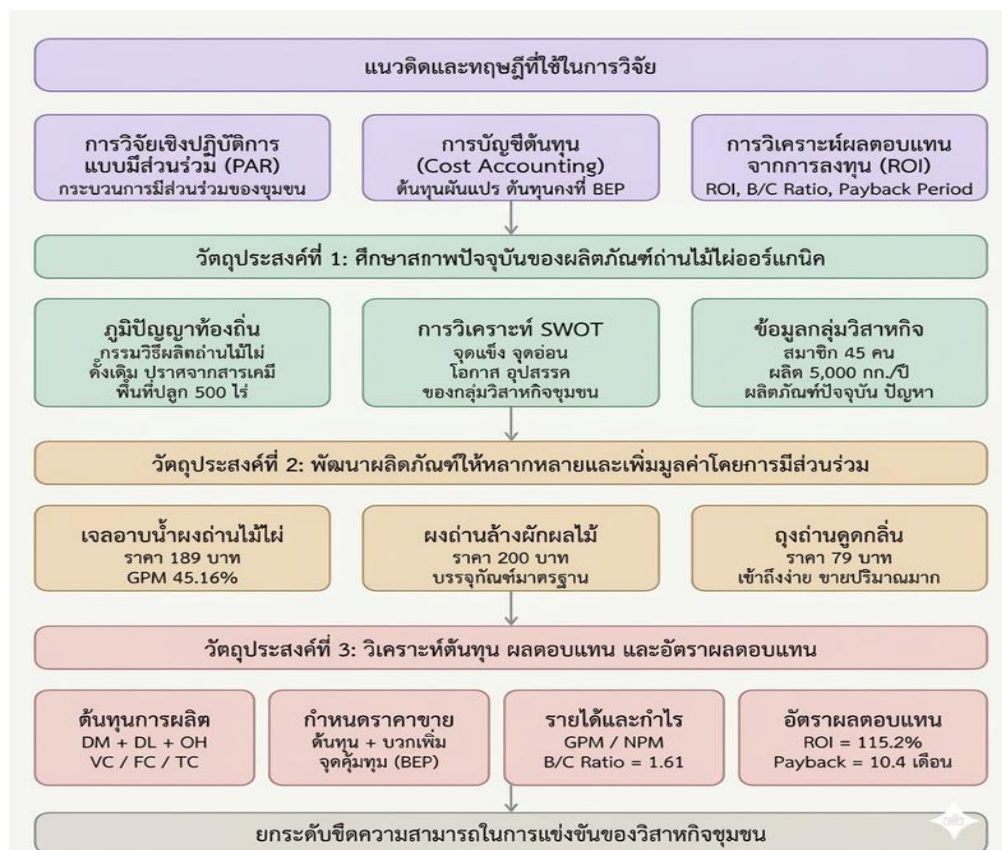
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน กระบวนการผลิต และปัญหา ของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิค
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิคให้มีความหลากหลายและเพิ่มมูลค่าโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิก
3. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิคเปรียบเทียบ

ก่อนและหลังการพัฒนา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิคจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมนไพร ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแสดงรูปที่ 1 ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยบูรณาการวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ในรูปแบบการออกแบบเชิงอธิบายแบบลำดับขั้นตอน (Explanatory Sequential Design) คือ เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในระยะแรก จากนั้นนำผลที่ได้มาอธิบายเพิ่มเติมด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพในระยะต่อมา ดำเนินการตลอดระยะเวลา 12 เดือน แบ่งเป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เดือนที่ 1-4 ศึกษาบริบทและสภาพปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพรรโนนดินแดง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ เภรณูญิก และสมาชิกที่มีประสบการณ์การผลิตไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 6 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากบทบาท ตำแหน่ง และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) เพื่อบันทึกขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบ อุปกรณ์ และปัญหาที่พบระหว่างการผลิต และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มด้วยกรอบ SWOT Analysis เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ระยะที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เดือนที่ 5-8 ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มทั้ง 45 คน โดยแบ่งขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อระดมความคิดเห็นและกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้เทคนิคแผนที่ความคิด (Mind Mapping) และการระดมสมอง (Brainstorming) ร่วมกัน ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3 ชนิด ได้แก่ เจลอาบน้ำผงถ่านไม้ไผ่ ผงถ่านล้างผักและผลไม้ และถุงดูดกลิ่นถ่านไม้ไผ่ โดยกำหนดสูตร ส่วนประกอบ และกระบวนการผลิตร่วมกับสมาชิก ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากให้ได้มาตรฐาน ระบุข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วน ขั้นตอนที่ 4 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบก่อนและหลังพัฒนาผลิตภัณฑ์

ระยะที่ 3 การวิเคราะห์ต้นทุนและอัตราผลตอบแทน (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เดือนที่ 9-12 เก็บรวบรวมข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายในช่วง 5 เดือน (กุมภาพันธ์-มิถุนายน พ.ศ. 2568) จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพรรโนนดินแดง จำนวน 45 คน โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลต้นทุนการผลิต และแบบสอบถามความพึงพอใจที่ตอบโดยสมาชิก 35 คน ซึ่งคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารต้นทุนตลอดระยะเวลาการวิจัย ทั้งนี้ในการนำเสนอผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไปของสมาชิกใช้ฐานข้อมูลสมาชิกทั้งหมด 45 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพรรโนนดินแดง หมู่ 3 ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 45 คน ซึ่งเป็นสมาชิกที่มีรายชื่อในทะเบียนและมีการซื้อหุ้นสะสมกับกลุ่มกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม 1 คน รองประธาน 1 คน เลขานุการ 1 คน เภรณูญิก 1 คน และสมาชิกที่มีประสบการณ์การผลิตไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 6 คน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระยะที่ 1

กลุ่มที่ 2 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนรักษัสมุนไพรร จำนวน 35 คน คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารต้นทุนตลอดระยะเวลาวิจัย สำหรับตอบแบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนของกลุ่ม

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือวิจัย 4 ชนิด ดังนี้

แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในระยะที่ 1 ครอบคลุมประเด็นข้อมูลทั่วไป ประวัติกลุ่ม กระบวนการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และข้อมูลด้านต้นทุน และราคา ใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม สำหรับบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบและอุปกรณ์
ระยะเวลาในแต่ละขั้นตอน และปัญหาที่พบระหว่างการผลิต ใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2

แบบบันทึกข้อมูลต้นทุนการผลิต สำหรับบันทึกต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ เจลอาบน้ำฝักบัวไม้ไผ่ ฝักบัวไม้ไผ่ล้างผักผลไม้ และถาดล้างไม้ไผ่ดัดกลึง ใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

แบบสอบถามความพึงพอใจ สำหรับประเมินความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริหารต้นทุนของกลุ่ม
ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำเครื่องมือทั้ง 4 ชนิดเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตถ่านไม้ไผ่ เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้ดัชนี IOC (Index of Item-Objective Congruence) ตามเกณฑ์ให้คะแนน +1, 0 และ -1 คำนวณค่า IOC ด้วยสูตร $IOC = \Sigma R/N$ กำหนดเกณฑ์คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า $IOC \geq 0.50$ ผลการตรวจสอบพบว่าข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 แสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับดีถึงดีมาก

ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ (1) ถอดเทปการสัมภาษณ์และจดบันทึกอย่างละเอียด (2) อ่านข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวม (3) จัดหมวดหมู่ข้อมูล (Categorizing) ตามประเด็นที่ศึกษา (4) สรุปและตีความข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย (5) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้วิธีตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ทั้งด้านข้อมูล ด้านวิธีการ และด้านผู้เก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย

1.1 ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย = ปริมาณที่ใช้ต่อหน่วย (กรัม/มล.) × ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ

1.2 ต้นทุนแรงงานต่อหน่วย = (จำนวนชั่วโมงที่ใช้ผลิตทั้งหมด × ค่าแรงต่อชั่วโมง) ÷ จำนวนหน่วย

ที่ผลิต

1.3 ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วย = ราคาขวด/ถุง + ราคาฉลาก + ราคากล่อง (ต่อหน่วย)

1.4 ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (VC/Unit) = ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย + ต้นทุนแรงงานต่อหน่วย + ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วย + ค่าสาธารณูปโภคต่อหน่วย

1.5 ต้นทุนคงที่รวม (TFC) = ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือ + ค่าเช่า (ถ้ามี) + ค่าใช้จ่ายคงที่อื่น

1.6 ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย (FC/Unit) = ต้นทุนคงที่รวม (TFC) ÷ จำนวนหน่วยที่ผลิต

1.7 ต้นทุนรวมต่อหน่วย (TC/Unit) = VC/Unit + FC/Unit

1.8 ต้นทุนรวมทั้งหมด (TC รวม) = TC/Unit × จำนวนหน่วยที่ผลิตทั้งหมด

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

2.1 รายได้รวม (TR) = ราคาขายต่อหน่วย × จำนวนหน่วยที่ขายได้ทั้งหมด

2.2 กำไรขั้นต้นต่อหน่วย (GP/Unit) = ราคาขายต่อหน่วย – VC/Unit

2.3 กำไรขั้นต้นรวม (TGP) = กำไรขั้นต้นต่อหน่วย × จำนวนหน่วยที่ขายได้ทั้งหมด

2.4 กำไรสุทธิต่อหน่วย (NP/Unit) = ราคาขายต่อหน่วย – TC/Unit

2.5 กำไรสุทธิรวม (TNP) = กำไรสุทธิต่อหน่วย × จำนวนหน่วยที่ขายได้ทั้งหมด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

3.1 อัตรากำไรขั้นต้น (GPM) = (กำไรขั้นต้นรวม ÷ รายได้รวม) × 100

3.2 อัตรากำไรสุทธิ (NPM) = (กำไรสุทธิรวม ÷ รายได้รวม) × 100

3.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) = (กำไรสุทธิรวม ÷ เงินลงทุนทั้งหมด) × 100

3.4 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio) = รายได้รวม ÷ ต้นทุนรวมทั้งหมด

3.5 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) = เงินลงทุนทั้งหมด ÷ กำไรสุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

4.1 จุดคุ้มทุน (หน่วย) = ต้นทุนคงที่รวมต่อเดือน (TFC) ÷ (ราคาขายต่อหน่วย – VC/Unit)

4.2 จุดคุ้มทุน (บาท) = จุดคุ้มทุน (หน่วย) × ราคาขายต่อหน่วย

การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด, 3.51–4.50 มาก, 2.51–3.50 ปานกลาง, 1.51–2.50 น้อย และ 1.00–1.50 น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ประเภท ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกและความพึงพอใจในการบริหารต้นทุน

สถิติทางการเงินและบัญชี (Financial and Accounting Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต (Cost Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point Analysis) การวิเคราะห์อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) การวิเคราะห์อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) การวิเคราะห์อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C Ratio) และการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ใช้วิเคราะห์ต้นทุนและอัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก เปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนา

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง **การวิเคราะห์** อัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิกจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพร่ ตำบลส้มป่อย อำเภอนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ นำเสนอผลการวิจัยตามลำดับวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล (สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษ์สมุนไพร่ นนดินแดง)
ตารางที่ 1 ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ

รายการข้อมูล	จำแนกประเภท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	15	33.33
	หญิง	30	66.67
	รวม	45	100.00
2. ช่วงอายุ (ปี)	ต่ำกว่า 30 ปี	5	11.11
	- 31-40 ปี	12	26.67
	- 41-50 ปี	18	40.00
	- มากกว่า 50 ปี	10	22.22
	รวม	45	100.00
3. ประสบการณ์ในการทำงานใน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ปี)	- ต่ำกว่า 1 ปี	4	8.89
	- 1-3 ปี	10	22.22
	- 4-6 ปี	20	44.44
	- มากกว่า 6 ปี	11	24.45
	รวม	45	100.00
4. อาชีพหลัก	- เกษตรกร	20	44.44
	- ค้าขาย / แม่ค้า	8	17.78
	- แปรรูปสมุนไพร่	12	26.67
	- รับจ้างทั่วไป	5	11.11
	รวม	45	100.00
5. ระดับการศึกษา	- ประถมศึกษา	9	20.00
	- มัธยมศึกษา	15	33.33
	- อนุปริญญา / ปวส.	13	28.89
	- ปริญญาตรีขึ้นไป	8	17.78
รวม		45	100.00

ที่มา : ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (พ.ศ. 2568)

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีประสบการณ์ทำงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4-6 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 และมีระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1: สภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมุนไพรโนนดินแดง มีสมาชิก 45 คน มีผลิตภัณฑ์หลักคือถ่านไม้ไผ่ก้อน ราคาขาย 50–80 บาทต่อถุง ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมายาวนาน บรรจุในถุงพลาสติกใสไม่มีฉลาก มีช่องทางจำหน่ายเพียงช่องทางเดียวคือตลาดในชุมชน และมีสมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานจริงเพียง 10–15 คน ผลการวิเคราะห์ SWOT พบว่า กลุ่มมีจุดแข็งด้านวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่มีจุดอ่อนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การตลาด และการบันทึกบัญชีต้นทุน มีโอกาสจากกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่มีอุปสรรคจากการแข่งขันสูงและความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ

ตอนที่ 3 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อร์แกนิก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดำเนินการผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสมาชิกกลุ่ม 45 คน ใช้เทคนิคการระดมสมองและแผนที่ความคิด ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ชนิด คือ (1) เจลอาบนำผ่าง่านไม้ไผ่ ราคา 189 บาท (2) ผงถ่านล้างผักผลไม้ ราคา 200 บาท และ (3) ถูถ่านดูกลิ่น ราคา 79 บาท ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดได้รับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย มีฉลากครบถ้วนตามมาตรฐาน และผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน อยู่ในระดับดีถึงดีมาก โดยเฉพาะด้านความคิดสร้างสรรค์และคุณภาพผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2 ตารางแสดงความคิดเห็นการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมุนไพรโนนดินแดง

ด้านการบริหารต้นทุน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ข้อสรุป
1. ด้านการวางแผนและการจัดการต้นทุน	4.45	0.52	มาก	มีการวางแผนต้นทุนชัดเจนและติดตามค่าใช้จ่ายใกล้ชิด
2. การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (วัตถุดิบ แรงงาน และเวลา)	4.60	0.48	มากที่สุด	มีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและแรงงานในชุมชน ลดต้นทุนการผลิตได้ดี
3. การบันทึกบัญชีต้นทุนและการคำนวณราคาขาย	4.35	0.60	มาก	ชุมชนสามารถคำนวณราคาขายได้ถูกต้องตามหลักบัญชี
4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและผลตอบแทน	4.25	0.57	มาก	มีการคำนวณอัตราผลตอบแทนและจุดคุ้มทุนครบ แต่ยังขาดการเปรียบเทียบกับตลาด
5. การนำข้อมูลต้นทุนไปใช้ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (เช่น การตั้งราคา การขยายตลาด)	4.20	0.61	มาก	เริ่มนำข้อมูลต้นทุนไปใช้วางแผนธุรกิจได้ดี แต่ควรพัฒนาเชิงกลยุทธ์ระยะยาว
รวมเฉลี่ย	4.37	0.56	โดยรวมการบริหารต้นทุนของกลุ่มอยู่ในระดับ “มีประสิทธิภาพสูง”	

ที่มา : ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (พ.ศ. 2568)

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการบริหารต้นทุนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน และอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน เรียง

จากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.48) ด้านการวางแผนและการจัดการต้นทุน ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.52) และการบันทึกบัญชีต้นทุนและการคำนวณราคาขาย ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 : การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราผลตอบแทน
ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานก่อนและหลังการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ด้าน	ก่อนการพัฒนา	หลังการพัฒนา	การเปลี่ยนแปลง
1. ผลិតภัณฑ์	1 ชนิด (ถ่านไม้ไผ่ก่อน)	3 ชนิด 1. เจลอาบน้ำฝักถ่าน ไม้ไผ่ 2. ฝักถ่านล้างผักผลไม้ 3. ถูดูดกลิ่นถ่านไม้ไผ่	+2 ชนิด (เพิ่มขึ้น 200%)
2. บรรจุภัณฑ์	1. ถูพลาสติกใส 2. ไม่มีฉลาก 3. ขาดข้อมูลผลิตภัณฑ์	1. ขวด/ถุงคุณภาพสูง 2. มีฉลากสวยงาม 3. ระบุข้อมูลครบถ้วน	ปรับปรุง 100%
3. ราคาขายเฉลี่ย (บาท/หน่วย)	50-80 บาท	150-200 บาท (เจล 189 / ฝักล้างผัก 200 / ถูดูดกลิ่น 79)	+100 - 150 บาท (เพิ่มขึ้น 150%)
4. รายได้รวม (5 เดือน)	ประมาณ 25,000 บาท	32,090.00 บาท (ข้อมูลจริง)	+7,090 บาท (+28.36%)
5. ต้นทุนรวม (5 เดือน)	ประมาณ 19,500 บาท	19,929.45 บาท (ข้อมูลจริง)	+429.45 บาท (+2.20%)
6. กำไรขั้นต้น (5 เดือน)	ประมาณ 5,500 บาท	12,160.55 บาท	+6,660.55 บาท (+121.1%)
7. อัตรากำไรขั้นต้น (%)	ประมาณ 25-30%	37.89%	+7-13%
8. ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (5 เดือน)	ประมาณ 2,500 บาท	2,567.20 บาท	+67.20 บาท (+2.69%)
9. กำไรสุทธิ (5 เดือน)	ประมาณ 3,000 บาท	9,593.35 บาท	+6,593.35 บาท (+219.8%)
10. อัตรากำไรสุทธิ (%)	ประมาณ 15-20%	29.89%	+10-15%
11. จำนวนสมาชิก ที่มีส่วนร่วม	10-15 คน	45 คน (ข้อมูลจริง)	+30-35 คน (เพิ่มขึ้น 200-300%)
12. ช่องทาง การจำหน่าย	1. ช่องทาง 2. ตลาดในชุมชน	3 ช่องทาง 1. ตลาดในชุมชน 2. งาน OTOP 3. ออนไลน์ (Facebook)	+2 ช่องทาง

13. ระบบบัญชีต้นทุน	1. ไม่มีระบบ 2. คำนวณประมาณการ	1. มีระบบบันทึก 2. คำนวณแม่นยำ 3. จัดทำงบกำไรขาดทุน	ปรับปรุงเป็นระบบให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
14. ความรู้ด้านบัญชี	ระดับต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 2.5/5)	ระดับสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.2/5)	+1.7 คะแนน (เพิ่มขึ้น 68%)
15. ความพึงพอใจ ของสมาชิก	ระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.2/5)	ระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.6/5)	+1.4 คะแนน (เพิ่มขึ้น 44%)

ที่มา : บันทึกบัญชีและการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กุ่มภาพันธุ์ - มิถุนายน พ.ศ. 2568)

จากตารางที่ 3 พบว่า หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจาก 1 เป็น 3 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 200 ราคาขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 150 ช่องทางจำหน่ายขยายจาก 1 เป็น 3 ช่องทาง รายได้รวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.36 ในขณะที่ต้นทุนรวมเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.20 ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 219.8 สมาชิกที่มีส่วนร่วมเพิ่มจาก 10-15 คน เป็น 45 คน ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 68 และความพึงพอใจของสมาชิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 44

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มก่อนและหลังการพัฒนา

ด้าน	ก่อนการพัฒนา	หลังการพัฒนา	การเปลี่ยนแปลง
คุณภาพผลิตภัณฑ์	3.2	4.7	+1.5 (↑ 46.9%)
บรรจุภัณฑ์	2.8	4.8	+2.0 (↑ 71.4%)
ราคาที่เหมาะสม	3.5	4.5	+1.0 (↑ 28.6%)
การบริหารต้นทุน	2.5	4.37	+1.87 (↑ 74.8%)
รายได้ที่เพิ่มขึ้น	2.7	4.5	+1.8 (↑ 66.7%)
การมีส่วนร่วม	3.0	4.7	+1.7 (↑ 56.7%)
ความเข้าใจระบบบัญชี	2.5	4.45	+1.95 (↑ 78.0%)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.89	4.57	+1.68 (↑ 58.1%)

ที่มา : ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (พ.ศ. 2568)

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มหลังการพัฒนาเพิ่มขึ้นในทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นจาก 2.89 เป็น 4.57 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.1 ด้านที่มีการเพิ่มขึ้นสูงสุดคือด้านความเข้าใจระบบบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 71.4 และด้านการบริหารต้นทุน เพิ่มขึ้นร้อยละ 74.8 ด้านที่มีการเพิ่มขึ้นน้อยที่สุดคือด้านราคาที่เหมาะสม เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.60

ตารางที่ 5 งบกำไรขาดทุนและโครงสร้างร้อยละของรายได้ กลุ่มวิสาหกิจรักษ์สมุนไพรโนนดินแดง
สำหรับระยะเวลา 5 เดือน (กุมภาพันธ์-มิถุนายน พ.ศ. 2568)

รายได้จากการขาย		32,090.00
ต้นทุนขาย		
ต้นทุนสินค้า - เจลอาบ้ำน้ำผงบ่านไม้ไผ่	7,773.75	
ต้นทุนสินค้า - ผงบ่านไม้ไผ่ล้างผักผลไม้	7,081.20	
ต้นทุนสินค้า - ผงบ่านไม้ไผ่ตุ๋นกลิ่น	<u>5,074.50</u>	
รวมต้นทุนขาย		(19,929.45)
กำไรขั้นต้น		12,160.55
อัตรากำไรขั้นต้น		37.89%
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		
ค่าใช้จ่ายในการขาย (5% ของรายได้)	1,604.50	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (3% ของรายได้)	<u>962.70</u>	
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		(2,567.20)
กำไรสุทธิ (อัตรากำไรสุทธิ 29.89%)		<u>9,593.35</u>

ที่มา: บันทึกบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กุมภาพันธ์ - มิถุนายน พ.ศ. 2568)

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจรักษ์สมุนไพรโนนดินแดง มีรายได้จากการขายรวม 32,090.00 บาท ต้นทุนขายรวม 19,929.45 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.11 ของรายได้ กำไรขั้นต้น 12,160.55 บาท อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 37.89 เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรวม 2,567.20 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.00 ของรายได้ ส่งผลให้มีกำไรสุทธิ 9,593.35 บาท อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 29.89 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมสำหรับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยต้นทุนขายที่สูงที่สุดคือเจลอาบ้ำน้ำผงบ่านไม้ไผ่ คิดเป็นร้อยละ 24.22 ของรายได้ รองลงมาคือผงบ่านล้างผักผลไม้ร้อยละ 22.07 และผงบ่านตุ๋นกลิ่นร้อยละ 15.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

รายการ	ผลการวิเคราะห์
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)	115.2% ต่อปี
อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio)	1.61 (32,090 ÷ 19,929.45)
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	10.4 เดือน
เงินลงทุนเพิ่มเติม	15,000 บาท

ที่มา : บันทึกบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กุมภาพันธ์ - มิถุนายน พ.ศ. 2568)

จากตารางที่ 6 พบว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ที่ร้อยละ 115.2 ต่อปี แสดงให้เห็นว่าการลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ผลตอบแทนสูงมาก อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.61 หมายความว่าทุกการลงทุน 1 บาท จะได้รับผลตอบแทนคืน 1.61 บาท ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (B/C Ratio > 1.0) อย่างมีนัยสำคัญ และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 10.4 เดือน ซึ่งถือว่ารวดเร็วมากเมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนทั่วไปที่มักมีระยะเวลาคืนทุน 2-3 ปี

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่เออร์แกนิกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นกรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมุนไพร่ ตำบลส้มป่อย อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมุนไพร่โนนดินแดง มีสมาชิก 45 คน มีผลิตภัณฑ์หลักคือถ่านไม้ไผ่ก้อน ราคาขาย 50-80 บาทต่อถุง ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมายาวนาน ผลการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งดำเนินการผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระยะที่ 1 พบว่า กลุ่มมีจุดแข็งด้านวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ (ไม้ไผ่กว่า 500 ไร่) และภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่มีจุดอ่อนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การตลาด และการบันทึกบัญชีต้นทุน มีโอกาสจากกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่มีอุปสรรคจากการแข่งขันสูงและความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ

วัตถุประสงค์ที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดำเนินการผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับสมาชิกกลุ่ม 45 คน ใช้เทคนิคการระดมสมองและแผนที่ความคิด ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ชนิด คือ (1) เจลอาบน้ำผงถ่านไม้ไผ่ ราคา 189 บาท (2) ผงถ่านล้างผักผลไม้ ราคา 200 บาท และ (3) ถูถ่านดุดกลิ่น ราคา 79 บาท ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดได้รับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและมีฉลากครบถ้วนตามมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในช่วง 5 เดือน (กุมภาพันธ์-มิถุนายน 2568) โดยใช้แบบบันทึกต้นทุนการผลิตและการคำนวณตามสูตรที่กำหนดในระเบียบวิธีวิจัย พบว่า รายได้รวม 32,090 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.36 ต้นทุนรวม 19,929.45 บาท เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.20 กำไรขั้นต้น 12,160.55 บาท อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 37.89 กำไรสุทธิ 9,593.35 บาท อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 29.89 เพิ่มขึ้นร้อยละ 219.78 เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงสุดคือเจลอาบน้ำผงถ่านไม้ไผ่ ร้อยละ 45.16 นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) คำนวณตามสูตรที่กำหนดในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ROI อยู่ที่ร้อยละ 115.2 ต่อปี B/C Ratio เท่ากับ 1.61 และระยะเวลาคืนทุน 10.4 เดือน การเปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนาพบว่า จำนวนผลิตภัณฑ์เพิ่มจาก 1 เป็น 3 ชนิด ราคาขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 150 ช่องทางจำหน่ายเพิ่มจาก 1 เป็น 3 ช่องทาง สมาชิกที่มีส่วนร่วมเพิ่มจาก 10-15 เป็น 45 คน ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.8 และความพึงพอใจของสมาชิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.10

อภิปรายผล

ด้านสภาพปัจจุบันและการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษัสมุนไพร่โนนดินแดงมีวัตถุดิบไม้ไผ่กว่า 500 ไร่และภูมิปัญญาการผลิตถ่านที่สืบทอดมายาวนาน แต่ขาดระบบบัญชีต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด

SWOT Analysis ของ [Wehrich \(1982\)](#) ที่ระบุว่าการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อยกระดับศักยภาพขององค์กร ผลการวิเคราะห์ SWOT ได้มาจากกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน ในระยะที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับ Office of Agricultural Economics (2020) ที่พบว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ร้อยละ 67 ไม่มีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนอย่างเป็นระบบ ปัญหาดังกล่าวสะท้อนถึงช่องว่างสำคัญที่วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมูลค่าเพิ่ม (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก 1 ชนิดเป็น 3 ชนิด ผ่านกระบวนการ PAR ส่งผลให้ราคาขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 150 และช่องทางจำหน่ายขยายจาก 1 เป็น 3 ช่องทาง ทั้งนี้ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดำเนินการผ่านการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การออกแบบสูตรผลิตภัณฑ์ร่วมกับสมาชิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ PAR ในระยะที่ 2 ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบวิธีวิจัย ผลการประเมินอยู่ในระดับดีถึงดีมากทุกด้าน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (New Product Development) ของ [Kotler and Keller \(2016\)](#) ที่ระบุว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มต้นจากความเข้าใจความต้องการของลูกค้าและการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ซึ่งในการวิจัยนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ดีสามารถขายได้ในราคาสูงขึ้นถึงร้อยละ 150 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ [Kantabut et al. \(2020\)](#) ที่พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับวิสาหกิจชุมชนได้ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยและมีข้อมูลครบถ้วนช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและดึงดูดผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิด Value Chain ของ [Porter \(1985\)](#) ที่ระบุว่าการเพิ่มมูลค่าในกระบวนการผลิตและการนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นกุญแจสำคัญของความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกขั้นตอนยังสอดคล้องกับแนวคิด PAR ของ [Kemmis and McTaggart \(2005\)](#) ที่เน้นว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งส่งผลให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายจาก 1 เป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ ตลาดชุมชน งาน OTOP และช่องทางออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิด Multichannel Marketing ของ [Kotler and Armstrong \(2018\)](#) ที่ระบุว่าการมีหลายช่องทางจำหน่ายช่วยขยายฐานลูกค้าและลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาช่องทางเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนและอัตราผลตอบแทน (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ผลการวิจัยพบว่า รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.36 ในขณะที่ต้นทุนเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.20 ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 219.78 อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 29.89 ROI ร้อยละ 115.2 ต่อปี B/C Ratio 1.61 และระยะเวลาคืนทุน 10.4 เดือน ซึ่ง ROI B/C Ratio และ Payback Period คำนวณตามสูตรในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ของระเบียบวิธีวิจัยจากข้อมูลบันทึกบัญชีจริงในช่วง 5 เดือน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการบัญชีต้นทุน (Cost Accounting) ของ [Horngren et al. \(2015\)](#) ที่ระบุว่าการบริหารต้นทุนอย่างเป็นระบบโดยการจำแนกต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่อย่างแม่นยำเป็นรากฐานสำคัญของการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและการสร้างผลกำไรที่ยั่งยืน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ [Namnai \(2019\)](#) ที่พบว่าการบริหารต้นทุนที่ดีส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ [Phongklang \(2019\)](#) ที่พบว่าการวิเคราะห์ต้นทุนอย่างเป็นระบบช่วยให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและสร้างผลกำไรได้ อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 29.89 ที่พบในการวิจัยนี้สูงกว่าการศึกษาของ [Suwandee and Phongsri \(2020\)](#) ที่ศึกษากลุ่ม OTOP ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิเพียงร้อยละ 1.95 อย่างมีนัยสำคัญ ความแตกต่างดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Value-Based Pricing ของ [Nagle and Müller \(2018\)](#) ที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเชิงสุขภาพและสิ่งแวดล้อมสูงสามารถกำหนดราคาที่สูงกว่ามูลค่าที่แท้จริงได้ ซึ่งส่งผลให้อัตรากำไรสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบต่ำเนื่องจากสามารถหาได้ในท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิด

Competitive Advantage ของ Porter (1985) ด้านการได้เปรียบด้านต้นทุนจากทรัพยากรท้องถิ่น B/C Ratio ที่ 1.61 แสดงว่าทุกการลงทุน 1 บาท ได้รับผลตอบแทนคืน 1.61 บาท ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (B/C Ratio > 1.0) อย่างมีนัยสำคัญ และระยะเวลาคืนทุน 10.4 เดือน ถือว่ารวดเร็วมากเมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนทั่วไปที่มีระยะเวลาคืนทุน 2-3 ปี สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ถ่านไม้ไผ่อบร่อนที่สูงมาก ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงสุดคือเจลอาบน้ำผงถ่านไม้ไผ่ ร้อยละ 45.16 สอดคล้องกับแนวคิด Product Mix Strategy ของ Kotler and Keller (2016) ที่ระบุว่า การมีผลิตภัณฑ์หลากหลายในระดับราคาต่างกันช่วยให้กลุ่มเข้าถึงลูกค้าที่กว้างขึ้นและกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจได้ดีขึ้น โดยเจลอาบน้ำตบสนองตลาดพรีเมียม ผงถ่านล้างผักผลไม้ตบสนองผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และถ่านดูดกลิ่นตบสนองตลาดมวลชน

ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกและผลตอบแทนทางสังคม

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกที่มีส่วนร่วมเพิ่มจาก 10-15 คน เป็น 45 คน ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.8 และความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.10 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Social Capital ของ Putnam (2000) ที่ระบุว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนเป็นรากฐานสำคัญของทุนทางสังคมที่ช่วยให้กลุ่มมีความเข้มแข็งและยั่งยืน ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Phongklang (2019) ที่พบว่าการวิเคราะห์ต้นทุนอย่างเป็นระบบช่วยให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการได้ดีขึ้นและสร้างความพึงพอใจแก่สมาชิก ความรู้ด้านบัญชีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 74.8 สอดคล้องกับแนวคิด Capacity Building ของ UNDP (2009) ที่ระบุว่า การพัฒนาขีดความสามารถของสมาชิกในชุมชนเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากทักษะที่ได้รับจะคงอยู่กับกลุ่มในระยะยาวแม้เมื่อโครงการวิจัยสิ้นสุดลงแล้ว

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ (1) ระยะเวลาเก็บข้อมูล 5 เดือนอาจไม่เพียงพอต่อการประเมินความยั่งยืนในระยะยาว (2) ผลการวิจัยเป็นกรณีศึกษาเฉพาะกลุ่ม การนำไปใช้กับกลุ่มอื่นควรพิจารณาปรับให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ และ (3) ความสำเร็จยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายภาครัฐ สภาพเศรษฐกิจ และการแข่งขันในตลาด อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนอย่างเป็นระบบสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างรายได้ที่ยั่งยืน และเป็นต้นแบบให้กับวิสาหกิจชุมชนอื่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษสมุนไพร่ ตำบลส้มป่อย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรักษสมุนไพร่โนนดินแดงควรดำเนินการในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ควรเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราผลตอบแทนสูงสุด จัดทำมาตรฐานการผลิต (SOP) เพื่อควบคุมคุณภาพให้คงที่ พัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นชุด (Product Set) เช่น ชุดของผาก ชุดของขมิ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ศึกษาแนวโน้มตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เช่น ผลิตภัณฑ์สปา สครับผิว หรือผลิตภัณฑ์ดูแลบ้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.2 ด้านการบริหารจัดการต้นทุนและการเงิน

ใช้ระบบบัญชีต้นทุนที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง บันทึกข้อมูลรายวันและจัดทำรายงานสรุปรายเดือน ทบทวนต้นทุนทุกสามเดือนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและปรับราคาให้สอดคล้องกับตลาด ลดต้นทุนวัตถุดิบโดยการจัดซื้อเป็นกลุ่ม จัดทำงบประมาณรายรับ-รายจ่ายเพื่อป้องกันปัญหาสภาพคล่อง และจัดอบรมพัฒนาทักษะด้านการบริหารต้นทุนให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาช่องทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ควรศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของช่องทางการจำหน่าย ทั้งตลาดท้องถิ่น งาน OTOP และออนไลน์ เพื่อหาช่องทางที่ให้ผลตอบแทนสูงสุด ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ รวมทั้งศึกษากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนของการลงทุนด้านการตลาดในแต่ละช่องทาง

2.2 การพัฒนานวัตกรรมและขยายผลสู่ชุมชนอื่น

ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากถ่านไม้ไผ่อร์แกนิกที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์สบู่ เครื่องสำอาง หรือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ศึกษาแนวทางขยายผลรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมไปยังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น และติดตามผลกระทบระยะยาวต่อรายได้และความยั่งยืนของชุมชนอย่างน้อยสามถึงห้าปี

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งต่อสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้ทุนสนับสนุนโครงการวิจัยในครั้งนี้ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่ได้สนับสนุนการดำเนินการของงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis* (15th ed.). Pearson Education.
- Kantabut, S., Somjai, P., & Wongprasert, K. (2020). Development of herbal products to increase the value of community enterprises. *Community Development Journal*, 14(1), 23–38.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 559–603). SAGE Publications.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2022). *Annual report on sustainable agriculture performance 2022*. Ministry of Agriculture and Cooperatives.
- Nagle, T. T., & Müller, G. (2018). *The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably* (6th ed.). Routledge.
- Namnai, K. (2019). *Cost management capability and profit planning affecting the performance of SMEs in Maha Sarakham Province* [Research report]. Maha Sarakham Rajabhat University.
- Office of Agricultural Economics. (2020). *Agricultural commodity situation report of Thailand 2020*. Office of Agricultural Economics.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2021). *SME situation report of Thailand 2021*. Office of Small and Medium Enterprises Promotion.

- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *The thirteenth national economic and social development plan (2023–2027)*. Office of the National Economic and Social Development Council.
- Phongklang, P. (2019). Cost structure analysis of rice production: A case study of the community enterprise of rice seed center, On Tai sub-district, San Kamphaeng district, Chiang Mai province. *Naresuan University Journal: Science and Technology*, 12(2), 145–162.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Suwandee, I., & Phongsri, S. (2020). Cost and return analysis of processed fermented fish production: A case study of Jaew Bong OTOP 3-star group, Ban Nong Kae, Si Bun Rueang district, Nong Bua Lamphu province [Research report]. Udon Thani Rajabhat University.
- United Nations Development Programme. (2009). *Capacity development: A UNDP primer*. UNDP.
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix: A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54–66. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(82\)90120-0](https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0)