

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและความสำคัญของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
2. การดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. ทฤษฎีการพัฒนา
5. การพัฒนาอุตสาหกรรมตามวงจรธุรกิจ
6. แนวทางการบริหารจัดการ
7. การพัฒนาระบบต้นทุนเพื่อการจัดการ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวข้อง

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและความสำคัญของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือที่ผ่านมามีเรียกว่าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำเนิดมาจากชุมชน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้นๆ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ภาครัฐโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทุ่มเทส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ผ่านหลายมาตรการ ตั้งแต่การสร้างผู้นำเครือข่ายระดับอำเภอและจังหวัดครอบคลุมทุกพื้นที่ สร้างตราของสินค้า (Brand) ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ จัดมหกรรมสินค้าและกิจกรรมพิเศษ (Trade Fair and Special Events) ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ จัดฝึกอบรมโดยหน่วยงานต่างๆ จัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ผลิตและเจ้าหน้าที่ และกำหนดมาตรฐาน มผช. เพื่อรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้คุณภาพ มีการขึ้นทะเบียนผู้ผลิตทั่วประเทศและคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ (OPC) นอกจากนั้นยังได้ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องทั้งในรูปแบบของการเป็นผู้กระตุ้นเป็นผู้สนับสนุนและเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ในปัจจุบันแนวทางการพัฒนาผู้ผลิต

ผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในภาพรวมของประเทศได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานไปตามนโยบายของรัฐบาลจากเดิมที่ภาครัฐมีบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนโดยตรงในทุกๆ ด้านมาเป็นภาครัฐจะลดบทบาทลงและส่งเสริมให้ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความต้องการในการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงตามที่กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องการ

1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Thaitambon, 2554)

“หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้ชุมชนสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่ผลิตได้อย่างมีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นสามารถจำหน่ายทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง สินค้าที่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

โดยวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จากความสำคัญและเป้าหมายของโครงการนี้ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติเมื่อปีพ.ศ. 2544 ได้กำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ 5 ประการ คือ

1. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

1.2 ความสำคัญของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(O-top Product Champion website: 2551, 2555)

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลไทยในปัจจุบัน โดยได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นด้วยการสนับสนุนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคตามศักยภาพทางการตลาด

ในระดับต่างๆ คือ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับส่งออก โดยจัดระบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างเทคโนโลยีและการจัดการควบคู่ไปกับการสนับสนุนด้านการตลาด

โครงการ OTOP ช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชน ดังนั้นการส่งเสริมการพัฒนาจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างแรงจูงใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ มีการค้นคว้าผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มอาชีพ ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ทั้งนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่แท้จริงนั้นเกิดจากพลังความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่น และการมีผู้นำกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถ โดยรัฐเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนทางด้านเทคนิค จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นและให้ความช่วยเหลือกิจกรรมทางการตลาด โดยโครงการนี้ปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนเป็น “โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น” (OTOP) แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์ชุมชน” ซึ่งไม่จำเป็นว่าหนึ่งตำบลจะต้องมีหนึ่งผลิตภัณฑ์ อาจเป็นหลายชุมชนและไม่จำเป็นต้องอยู่ในจังหวัดหรือภาคเดียวกัน แต่จะเป็นการรวมกลุ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในรูปแบบเครือข่าย

ส่วนที่ 2 ผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการรายเดียว เช่น ห้างหุ้นส่วน หรือ บริษัท เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” โดยกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการที่ทำการลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชนผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการและร่วมกันรับผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ กลุ่มผู้ผลิตที่ไม่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กลุ่ม ชมรม

2. ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตหรือการจ้างแรงงานในชุมชน หรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชนหรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ หรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

3. ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทยและมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตหรือการจ้างแรงงานในชุมชน หรือมีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ โดยมีสินทรัพย์ร่วมกันมากกว่า 5 ล้านบาท

1.3 นโยบายรัฐบาลต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) การส่งเสริมผลิตภัณฑ์และท้องถิ่น (OTOP) เป็นโครงการที่มีความสำคัญรัฐบาลจึงได้ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน ดังนี้

- ปี 2544 2545 มุ่งเน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจกลไกการบริหาร แนวทางการดำเนินงานของโครงการ OTOP
- ปี 2546 มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการพัฒนาตลาด
- ปี 2547 มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์และยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ
- ปี 2548 มุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขัน
- ปี 2549 มุ่งเน้นการค้นหาสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่นและสุดยอดหมู่บ้าน OTOP
- ปี 2550 มุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดและเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ
- ปี 2551 2555 แผนแม่บทการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบตามที่รองนายกรัฐมนตรี (นายไชยสิทธิ์ ปั้นเปี่ยมรัษฎ์) และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ประธานอนุกรรมการบริหารงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น รวม 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่
- (1) ยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย
- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากลุ่มผู้ผลิตเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากลุ่มผู้ผลิตเชิงธุรกิจ
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว
- (2) ยุทธศาสตร์กลาง ประกอบด้วย
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างปัจจัยเอื้อในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
- รวมทั้งได้กำหนดกลไกการขับเคลื่อนการดำเนินงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
- 2 ระดับ ได้แก่ ส่วนกลางให้คณะอนุกรรมการบริหารงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ภายใต้คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แผนงาน แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และแผนปฏิบัติการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โครงการ งบประมาณ รวมถึงกำกับติดตามผลการดำเนินงานการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ชุมชนและท้องถิ่น และให้คณะทำงานภายใต้คณะอนุกรรมการบริหารงาน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นพิจารณากลับกรองเรื่องต่าง ๆ เสนอต่อคณะอนุกรรมการบริหารงาน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นและส่วนภูมิภาคให้คณะกรรมการอำนวยการระดับจังหวัดของ คณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประชาชนอยู่ดีมีสุข ภายใต้ยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขเป็นกลไกการขับเคลื่อนในระดับภูมิภาค สนับสนุนและดำเนินงานตามนโยบายและแผนปฏิบัติการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (แผนแม่บทการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) พ.ศ. 2551 -2555, 2556, จาก www.soc.soc.go.th: ระบบออนไลน์เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 20 สิงหาคม 2556)
- ปี 2555 2559 มุ่งเป็นยุทธศาสตร์ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน (ยุทธศาสตร์_สกว_

2556:จาก www.cep.cdd.go.th: ระบบออนไลน์:เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 18 กันยายน 2556)

1.4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย

1.4.1 สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน กำหนดแผนยุทธศาสตร์กรมฯ พ.ศ.2555 - 2559 มีเป้าหมายสูงสุดภายใต้วิสัยทัศน์ “ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง” ด้วยภารกิจกรมฯ ที่ทุกคนต้องขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายร่วมกันเกี่ยวกับ การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ ตามพันธกิจการพัฒนาระบบและกลไกส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของชุมชน การส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการบริหารจัดการชุมชน การส่งเสริมการพัฒนาระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาสมรรถนะองค์กรในการทำงานเชิงบูรณาการ โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุเป้าหมาย “ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง” 5 ประเด็น ดังนี้

1. สร้างสรรค์ชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข
2. เสริมสร้างขีดความสามารถการบริหารงานชุมชน
3. ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
4. เสริมสร้างธรรมาภิบาลและความมั่นคงของทุนชุมชน
5. เสริมสร้างองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนประเด็นเกี่ยวกับ ยุทธศาสตร์ของกรมการพัฒนาชุมชนคือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป้าประสงค์ คือ มุ่งหวังให้ประชาชนในหมู่บ้านมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อน 3 กลยุทธ์ ดังนี้

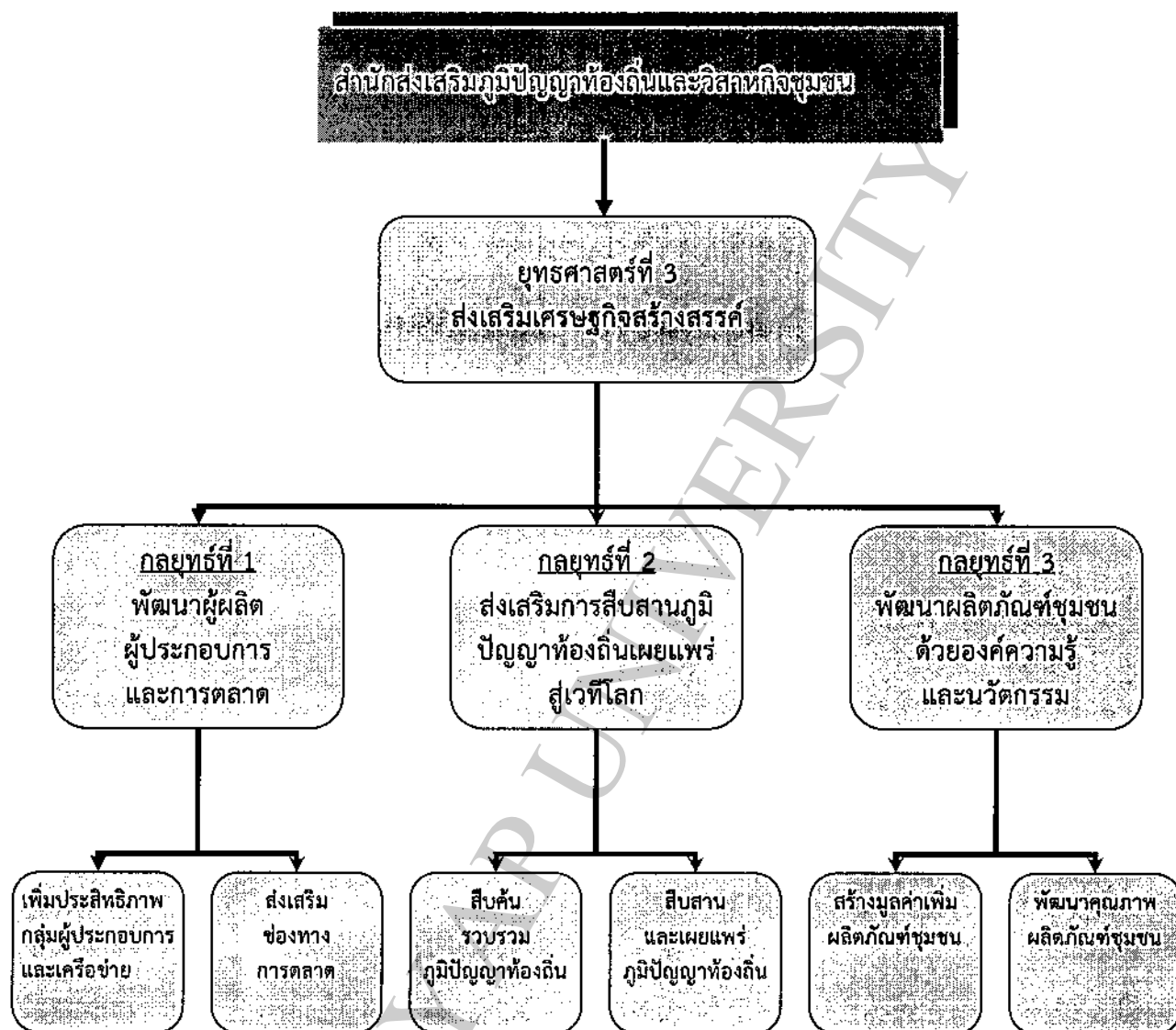
1. พัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และการตลาด
2. ส่งเสริมการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเผยแพร่สู่เวทีโลก
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

มีกระบวนการทำงานในการขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุเป้าหมายประเด็นยุทธศาสตร์ ภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว 6 กระบวนการ ได้แก่

1. กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการและเครือข่าย
2. กระบวนการส่งเสริมช่องทางการตลาด
3. กระบวนการสืบค้น รวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. กระบวนการสืบสาน และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

6. กระบวนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากบทบาทการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชนของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถแสดงความสัมพันธ์เชื่อมโยงของประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การขับเคลื่อนได้ดังแผนภูมิ ต่อไปนี้



ภาพที่ 2 -1 แสดงความสัมพันธ์เชื่อมโยงของประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์การขับเคลื่อน

ที่มา: ยุทธศาสตร์_สกว_2555 - 2559: จาก www.cep.cdd.go.th, เข้าถึงข้อมูลเมื่อ 18 กันยายน 2556

1.4.2 การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และความเสี่ยง ภายใต้เครื่องมือการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงาน (SWOT ANALYSIS) รวมทั้งการศึกษาแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์

กระทรวงมหาดไทย นโยบายเร่งด่วนกระทรวงมหาดไทย ยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานและแปลงแผนกลยุทธ์นำสู่ การปฏิบัติ ในขณะเดียวกันสำนักงานให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน โดยใช้เครื่องมือเกณฑ์พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นกรอบการพัฒนา องค์การ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์องค์การโดยเครื่องมือ SWOT ANALYSIS และเกณฑ์คุณภาพการ บริหารจัดการภาครัฐ ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strength)

- 1.1 มีฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน
- 1.2 การดำเนินงาน OTOP ตามภารกิจของสำนักงาน มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 1.3 ภารกิจหลักของสำนักงาน ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของรัฐบาล
- 1.4 มีกลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย OTOP ทุกระดับในพื้นที่
- 1.5 มีการจัดการความรู้ และถอดบทเรียนการทำงานของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- 1.6 บุคลากรของสำนักงาน มีสมรรถนะและความรับผิดชอบต่อการทำงานสูง
- 1.7 บุคลากรของสำนักงาน มีความรู้ ประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในกระบวนการ ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
- 1.8 บุคลากรสำนักงาน มีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานภาคี เพื่อขอรับการ สนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินงานตามภารกิจ
- 1.9 บุคลากรสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน มีการปรับตัวพร้อมรับต่อ การตอบสนองนโยบายรัฐบาล
- 1.10 มีระบบติดตาม ประเมินผลและตัวชี้วัดที่สามารถนำไปใช้กับการดำเนินงานตาม ภารกิจสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพ
- 1.11 มีระเบียบ กฎหมายรองรับภารกิจสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

2. จุดอ่อน (Weakness)

- 2.1 ขาดการบริหารจัดการฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพ
- 2.2 ขาดความร่วมมืออย่างจริงจังจากหน่วยงานภาคี/เครือข่ายในการดำเนินงาน
- 2.3 ขาดการศึกษาค้นคว้า วิจัยและพัฒนาใหม่ ๆ ที่มาสนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจ สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน
- 2.4 ขาดการบูรณาการ การดำเนินงาน OTOP ตามภารกิจสำนักงาน ที่เป็นระบบ
- 2.5 อัตรากำลัง บุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน
- 2.6 ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้าน
- 2.7 บุคลากรขาดทักษะการวิเคราะห์งานเชิงระบบ
- 2.8 เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของสำนักงาน มีน้อยและจำกัดเฉพาะบุคคล
- 2.9 ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างบุคคลเมื่อมีการโยกย้าย สับเปลี่ยนตำแหน่งงาน

3. โอกาส (Opportunity)

- 3.1 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารเอื้อต่อการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สนับสนุนการบริหารจัดการและการตัดสินใจต่อการดำเนินงาน OTOP
- 3.2 นโยบายของรัฐบาลสนับสนุนภารกิจ
- 3.3 กระแสความตื่นตัวการอนุรักษ์วิถีไทย การอ้างไร่ ซึ่งอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชน
- 3.4 มีหน่วยงานภาคี/เครือข่ายในการดำเนินงาน
- 3.5 ภารกิจของสำนักฯ ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- 3.6 ความเชื่อมั่นและไว้วางใจในกระบวนการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของผู้รับบริการ
- 3.7 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงค่านิยมสังคมไทยในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย
- 3.8 ผลสัมฤทธิ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น
- 3.9 แนวทางการพัฒนาประเทศที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 3.10 การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และการเปิดเสรีทางการค้าในกลุ่มประเทศอาเซียน เอื้อต่อการดำเนินงานตามภารกิจของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน
- 3.11 ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

4. อุปสรรค (Threat)

- 4.1 ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกส่งผลกระทบต่อการทำงาน OTOP
- 4.2 ข้อจำกัด และกฎระเบียบในการดำเนินงาน OTOP
- 4.3 การปรับเปลี่ยนแนวนโยบายของรัฐบาล/นโยบายไม่ต่อเนื่อง
- 4.4 การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง
- 4.5 ภาวะโลกร้อน และความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน (กลุ่มลูกค้า/ผู้รับบริการ)
- 4.6 การส่งเสริม สนับสนุนการเรียนรู้ของบุคลากรมีน้อย
- 4.7 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารส่งผลทำให้การลอกเลียนแบบอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ชุมชน ทำได้ง่ายขึ้น
- 4.8 ความซ้ำซ้อนในการของบประมาณ และการดำเนินโครงการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 4.9 ความล่าช้าในการอนุมัติงบประมาณของรัฐบาล ทำให้เลยระยะเวลาที่เหมาะสมในการดำเนินงาน OTOP
- 4.10 ความซ้ำซ้อนของบทบาทภารกิจหน้าที่ของหน่วยงานภาคีกับสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน มีภารกิจหลักสำคัญภายใต้วิสัยทัศน์
 กรมการพัฒนาชุมชน ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง” การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของ

ชุมชน มีเป้าหมายสุดท้าย คือ ประชาชนในหมู่บ้านมีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ และภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของกรมการพัฒนาชุมชนให้บรรลุ สำนักฯ จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์รองรับโดยการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ภายใต้ยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน

วิสัยทัศน์ (Vision)

ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง

พันธกิจ (Mission)

ส่งเสริมการพัฒนาระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เป้าประสงค์ (Goals)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)

ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลยุทธ์ (Strategy)

- 1) พัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และการตลาด
- 2) ส่งเสริมการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเผยแพร่สู่เวทีโลก
- 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

1.5 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพัฒนาชุมชน, 2555)

ตามนโยบายของกรมพัฒนาชุมชนจะเน้น “คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์” เป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรต้องได้รับการรับรองมาตรฐานที่กำหนด ได้แก่ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ต้องผ่าน มาตรฐานหรืออยู่ในกระบวนการพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐาน มีการกำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไป (General criteria) และหลักเกณฑ์เฉพาะธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ใหม่ (Specific-criteria) โดยกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วยหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

1.5.1 ด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน	40	คะแนน
1.5.2 ด้านตัวผลิตภัณฑ์	30	คะแนน
1.5.3 ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์	30	คะแนน

ซึ่งจะนำมากำหนดระดับสินค้า (Product level) ออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

ระดับ 5 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 91 คะแนนขึ้นไป เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือศักยภาพในการส่งออก

ระดับ 4 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 89-90 คะแนน เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล

ระดับ 3 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 70-79 คะแนน เป็นสินค้าระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาว

ระดับ 2 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 60-69 คะแนน เป็นสินค้าสามารถที่จะพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

ระดับ 1 ดาว ได้คะแนนต่ำกว่า 60 คะแนน เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาไปสู่ระดับ 2 ดาว ได้เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา

ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ชุมชนที่เข้าคัดสรรในระดับประเทศได้รับการพิจารณาให้ได้คะแนนในทุกระดับดาวโดยแยกออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทอาหาร
2. ประเภทเครื่องดื่ม
3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย
4. ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง
5. ประเภทศิลปะ งานประดิษฐ์ และของที่ระลึก
6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2. การดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลหนองป่าครั่ง

2.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองป่าครั่ง (เทศบาลตำบลหนองป่าครั่ง, 2555)

โครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนเริ่มมาจากโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ มากกว่า 20 ประเภท กล่าวคือ ได้แก่ พวงมาลัย เครื่องเงิน ตุ๊กตาไม้ ผลิตภัณฑ์เซรามิคบายศรี เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไม้มุงกล ถ้วยรางวัลเซรามิค ชุดเด็กผ้าพื้นเมือง เสื้อผ้าพื้นเมืองผู้ใหญ่ ผ้ามาบน-ผ้าปูโต๊ะ กล่องผ้าไหม ผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพร กระเป๋าถักเชือกโพลีเอทิลีนขัดผิว ผลิตภัณฑ์เป่าแก้ว น้ำพริก ผลิตภัณฑ์หนัง ขนมเปียะขาววัง เห็ดดินญี่ปุ่น ข้าวเหนียวห่อใบตอง กลุ่มขนมอบ ขนมไทย กรอบรูปไม้โบราณ ศิลปะกระดาษสา เป็นต้น(ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองป่าครั่ง, 2555: ระบบออนไลน์)

2.2 การดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในตำบลหนองป่าครั่ง

จากการวิจัยทำให้ทราบถึงสภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนที่อาศัยอยู่ในตำบลหนองป่าครั่ง ประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน คือ บ้านหนองอิน บ้านบวกครกน้อย หมู่ 1 บ้านบวกครกน้อย หมู่ 2 บ้านหนองป่าครั่ง บ้านแม่ควาเหนือ บ้านบวกครกใหม่ และ บ้านบวกครกน้อยริมควา

ประชากรในตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 3,654 คน ครัวเรือนเป็นเพศชาย 3,114 คน และเป็นเพศหญิง 3,557 คน รวมทั้งสิ้น 6,671 คน (สำนักงานอำเภอเมืองเชียงใหม่, จังหวัดเชียงใหม่, 2555: ระบบออนไลน์) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยวิธีการสัมภาษณ์ การสังเกตและการบันทึก ข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้ที่มิอาศัยเป็นประชากรดั้งเดิมของ

ท้องถิ่น และมีบางส่วนที่เข้ามาพักอาศัยโดยย้ายมาจากที่อื่นมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีการประกอบอาชีพหลัก ได้แก่ ทำการเกษตรและเลี้ยงสัตว์ รับจ้าง รับราชการ ค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว โดยมีสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 15 กลุ่ม (สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองป่าครั่ง ,2555) ดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการที่เข้มแข็งจากการคัดสรรกลุ่มโดยเทศบาลตำบลหนองป่าครั่ง มีจำนวน 6 กลุ่มที่พร้อมให้ข้อมูลและเข้าร่วมดำเนินงานวิจัย โดยมีจำนวนสมาชิก ตั้งแต่ 2-10 คนขึ้นไป ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนแสงระวีผ้าไทย 2) มีดเป็ยกโบวี 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมเป่าแก้วศิลป์ 4) ชุดเด็กพื้นเมือง(ฝ้ายละอ่อน) 5) สไบทอง(ผ้าพื้นเมือง) 6) บ้านขนมคุณเป่า

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการพื้นที่ดำเนินการจริงปัจจุบัน

ลำดับที่	กลุ่ม	เข้าร่วมโครงการ	ไม่เข้าร่วมโครงการ
1	บายศรีหนองป่าครั่ง		✓
2	สมุนไพรรไทย		✓
3	ชุดเด็กพื้นเมือง(ฝ้ายละอ่อน)	✓	
4	เป่าแก้ววิทยาศาสตร์ของพนาไพร		✓
5	สไบทอง (ผ้าพื้นเมือง)	✓	
6	เจียงดินเซรามิค		✓
7	Paper Ark		✓
8	นวดแผนไทย		✓
9	วิสาหกิจชุมชนแสงระวีผ้าไทย	✓	
10	มีดเป็ยกโบวี	✓	
11	บ้านขนมอบคุณเป่า	✓	
12	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมเป่าแก้วศิลป์	✓	
13	Herb for Health		✓
14	กล่องบรรจุภัณฑ์		✓
15	อาหาร ขนมจีบและข้าวซอย		✓

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองป่าครั่งที่เข้าร่วมโครงการวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม 2555 - ตุลาคม 2556

โดยสามารถระบุเป็นรายกลุ่มตามลำดับที่เข้าร่วมโครงการดังนี้

- กลุ่มที่ 1 วิสาหกิจชุมชนแสงระวีผ้าไทย ประธานกลุ่มคือ นางแสงระวี มะเทวิน
 กลุ่มที่ 2 มีดเป็ยกโบวี ประธานกลุ่มคือ นายเสกสรร กลับนุ่ม
 กลุ่มที่ 3 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมเป่าแก้วศิลป์ ประธานกลุ่มคือ นายอำนาจ ไชยกุล

กลุ่มที่ 4 ชุดเด็กพื้นเมือง(ฝ่ายละอ่อน)

ประธานกลุ่มคือ นางสาวกันยา ลิมสัมพันธ์สันติ

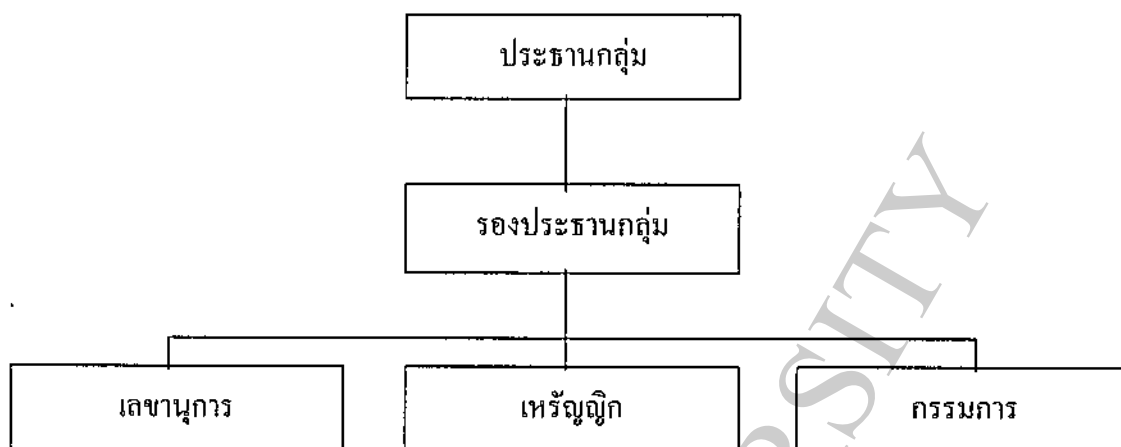
กลุ่มที่ 5 สไบทอง (ผ้าพื้นเมือง)

ประธานกลุ่มคือ นางจุฑามาศ จิตพัยค

กลุ่มที่ 6 บ้านขนมอบคุณเป้า

ประธานกลุ่มคือ นางสาวจิรัฐ อุ่นทรัพย์

2.3 แผนผังโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มแต่ละกลุ่มมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน



ภาพที่ 2 - 2 แผนผังโครงสร้างกลุ่มแต่ละกลุ่มมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

3. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.1 ความหมายของต้นทุน (Costs) (ดวงมณี โภการัตต์, 2553)

ต้นทุน หมายถึง

1) มูลค่าที่วัดได้เป็นจำนวนเงินของสินทรัพย์ หรือความเสียหายที่กิจการได้ลงทุนไป เพื่อให้ได้สินค้า สินทรัพย์หรือบริการต่างๆ ซึ่งกิจการคาดว่าจะนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ ภายหลังจากเหตุนี้ นักบัญชีจึงต้องพิจารณาจำแนกต้นทุนให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ต้นทุนในแต่ละกรณี

2) รายจ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่อาจจ่ายเป็นเงินสด สินทรัพย์อื่น ทุน การให้บริการหรือการก่อหนี้สิน รวมทั้งผลขาดทุนที่วัดค่าเป็นตัวเงินได้และเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ต้นทุนถือเป็นหัวใจสำคัญของหน่วยธุรกิจ เพราะเมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้นย่อมมีผลทำให้หน่วยธุรกิจมีกำไรลดลง ดังนั้นผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์ต้นทุนให้ถูกต้องเพื่อการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ กิจการที่ทำการผลิตสินค้า ข้อมูลด้านต้นทุนซึ่งได้จากระบบบัญชี ต้นทุน คือ สิ่งสำคัญ ประกอบด้วย การบันทึกบัญชี การจัดทำรายงานต้นทุนการผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของฝ่ายบริหารการบัญชีต้นทุนจึงมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. สะสมข้อมูลเพื่อใช้ในการคำนวณมูลค่าสินค้าคงเหลือ และวัดผลการดำเนินงานของกิจการ (Inventory Valuation and Income Determination)
2. ให้ข้อมูลเพื่อช่วยในการวางแผนและควบคุมในกิจการ (Planning and Control) การวางแผนต้นทุนสำหรับโครงการ เป็นต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการดำเนินงานตามโครงการแต่ละ

โครงการซึ่งเป็นทางเลือกให้ผู้บริหารตัดสินใจลงทุน การวางแผนต้นทุนสำหรับงวด เป็นต้นทุนที่หน่วยงานคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตตามความรับผิดชอบของหน่วยงานนั้นๆ

3. ให้ข้อมูลเพื่อช่วยฝ่ายบริหารในการตัดสินใจ(Decision Making) ต้นทุนในงบการเงินพิจารณาจากประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนที่เสียไป แบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

3.1 ต้นทุนที่ยังไม่หมดประโยชน์ (Unexpired Cost) คือ ต้นทุนที่ยังคงเหลืออยู่หรือใช้ประโยชน์ได้ในงวดถัดไป เช่น ต้นทุนสินค้าคงเหลือ ต้นทุนเครื่องจักร เป็นต้น จัดเป็นสินทรัพย์คงเหลือในงบดุลซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้งวดถัดไป

3.2 ต้นทุนที่หมดประโยชน์ (Expired Cost) คือต้นทุนที่ไม่ให้ประโยชน์อีกต่อไปและถือเป็นค่าใช้จ่ายในงวดบัญชีที่จัดทำงบการเงิน ได้แก่ ค่าใช้จ่าย (Expense) หมายถึง ต้นทุนส่วนที่หักออกจากรายได้ในรอบระยะเวลาการดำเนินงานหนึ่งและผลขาดทุน (Loss) หมายถึง

- 1) ต้นทุนที่หมดไปโดยไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้
- 2) ส่วนของต้นทุนที่เกินกว่ารายได้จากรายการที่ไม่ได้เป็นวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการนั้น

3.2 ต้นทุนการผลิตสินค้า (ดวงมณี โกมารชิตและคณะ, 2551)

ต้นทุนการผลิตสินค้า ประกอบด้วย

3.2.1 วัสดุทางตรง (Direct Material) หมายถึง วัตถุดิบที่เบิกใช้ในการผลิตสินค้าโดยตรง เช่น ผ้าขาวที่ใช้ในการตัดเสื้อสำเร็จรูป ไม้เนื้อดีที่ใช้ทำเครื่องประดับหรือเฟอร์นิเจอร์ หนังสือพิมพ์ที่ใช้ในการผลิตรองเท้าหรือสายเข็มขัด ผ้าไหมที่ใช้ทำชุดสำเร็จรูปของสตรี เป็นต้น

3.2.2 ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานต่างๆ ที่จ่ายให้คนที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง รวมทั้งเป็นค่าแรงที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้า ค่าจ้างคนงานควบคุมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตควรถือเป็นแรงงาน ทางตรง

3.2.3 ค่าใช้จ่ายการผลิตหรือค่าใช้จ่ายโรงงาน (Manufacturing Overhead or Factory Overhead) หมายถึง ต้นทุนทางการผลิตอื่นๆ ที่จำเป็นทำให้การผลิตดำเนินไปได้ นอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายการผลิตแบ่งเป็น

1. วัสดุทางอ้อมหรือวัสดุโรงงาน (Indirect Material) หมายถึง วัตถุดิบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าแต่ไม่ใช่วัตถุดิบหลัก เช่น กาวที่ใช้เป็นส่วนประกอบของโต๊ะวางของใช้ภายในบ้านหรือเฟอร์นิเจอร์ ตะปูที่ใช้ทำเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ไม้ เป็นต้น

2. ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labors) หมายถึง ค่าแรงงานไม่เกี่ยวข้องกับค่าแรงงานทางตรงที่ใช้ในการผลิตสินค้า เช่น เงินเดือนผู้ควบคุมโรงงาน ค่าล่วงเวลาพนักงาน เงินเดือนยาม ค่าจ้างพนักงานทำความสะอาดโรงงาน เป็นต้น

3. ค่าใช้จ่ายการผลิตอื่นๆ (Other Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายการผลิตที่จำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้การผลิตสินค้าดำเนินไปได้เช่น ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน ค่าซ่อมบำรุง เครื่องจักร ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

การจัดสรรต้นทุนให้หน่วยต้นทุน (Cost Object)

หน่วยต้นทุน คือ สิ่งที่เราต้องการคำนวณหาต้นทุน เช่น ผลิตภัณฑ์ แผนก ลูกค้า กิจกรรม วัตถุประสงค์ในการจัดสรรต้นทุนเพื่อประโยชน์ในการตั้งราคาขายผลิตภัณฑ์ ศึกษาความสามารถในการทำกำไรและควบคุมค่าใช้จ่าย ได้แก่ ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม

ต้นทุนทางตรง(Direct Costs) หมายถึง ต้นทุนที่สามารถคิดเข้าเป็นหน่วยวัดต้นทุนได้ง่ายและชัดเจน ได้แก่ วัสดุทางตรง ค่าแรงงานทางตรง

ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Costs) หมายถึง ต้นทุนที่ไม่สามารถจัดเป็นต้นทุนได้ชัดเจน เรียกต้นทุนประเภทนี้ว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิต

การจำแนกต้นทุนลักษณะนี้มีความสำคัญต่อระบบการจัดการต้นทุน (Cost Management System) เนื่องจากจุดประสงค์ที่สำคัญคือ การจัดสรรต้นทุนไปยังกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กร บางครั้งเรียกว่า บัญชีกิจกรรม (Activity Accounting) ซึ่งกระบวนการนี้มีความสำคัญต่อการ ลดต้นทุนที่ไม่เพิ่มคุณค่าแก่องค์กร(Non Value Added Cost) เป็นต้นทุนที่สามารถกำจัดออกไป โดยไม่ทำให้คุณภาพของสินค้าหรือประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรลดลง

3.3 การจำแนกตามลักษณะและวัตถุประสงค์ในการใช้ต้นทุน (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์,2551)

3.3.1 การจำแนกประเภทต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

ในธุรกิจที่ผลิตสินค้าจำเป็นต้องคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost) ไม่ว่าธุรกิจจะผลิตสินค้าในรูปลักษณะใด มีขนาดเล็กหรือใหญ่ ส่วนประกอบของต้นทุนผลิตภัณฑ์จะเหมือนกัน คือ ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายการผลิต สำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตควรที่จะต้องทราบถึงต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้นในการประกอบอาชีพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1 วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง สิ่งนำมาใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญโดยตรงในการผลิตสินค้า ค่าวัตถุดิบทางตรงที่รวมอยู่ในการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วยนั้นสามารถคำนวณได้ง่าย

2 ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าตอบแทนที่จ่ายให้คนงานผลิตซึ่งมีหน้าที่เปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปเช่น ค่าแรงงานเตรียมการผลิต ค่าแรงงานในการว่าจ้างต่าง ๆ

3 ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากวัตถุดิบทางตรง และค่าแรงงานทางตรง ได้แก่

3.1 วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะเป็นส่วนที่สนับสนุนให้กระบวนการผลิตสำเร็จ ได้แก่สินค้า แต่ใช้เป็นจำนวนน้อยและไม่สามารถคำนวณต้นทุนเข้าไปในตัวสินค้าได้โดยง่าย

3.2 ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึง ค่าตอบแทนที่กิจการได้จ่ายให้คนงานที่ไม่ได้ทำหน้าที่ในการผลิตโดยตรง แต่มีส่วนสนับสนุนให้กระบวนการผลิตดำเนินต่อไปได้ เช่น ค่าแรงงานในการฉีดยาปราบศัตรูพืช

3.3 ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ใช้ในการผลิตสินค้า ที่เกิดจากการประมาณการค่าใช้จ่ายในการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ไปทำการซ่อมแซมและบำรุงรักษาให้สามารถใช้งานในปีละครั้ง

3.4 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เกิดจากการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตของผู้ประกอบการที่มีเป็นของตนเอง ทุกครั้งเมื่อมีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง การจำแนกต้นทุนลักษณะนี้เพื่อการคำนวณหาต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป ส่วนประกอบของต้นทุนผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต

สรุป ต้นทุนการผลิตสินค้า แสดงได้ดังนี้

1. ต้นทุนการผลิต = วัตถุดิบทางตรง + ค่าแรงงานทางตรง + ค่าใช้จ่ายการผลิต
2. ต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสำเร็จรูป จึงประกอบด้วย
= ต้นทุนการผลิต + วัสดุทางอ้อม + ค่าแรงงานทางอ้อม + ค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่นๆ

3.3.2 การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม (ดวงมณี โกมารชิต, 2553)

การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม คือ การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน (Cost Behavior Analysis) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณกิจกรรม ปริมาณกิจกรรมนี้อาจแสดงในรูปต่าง ๆ เช่น หน่วยของสินค้าที่ผลิตหรือขาย ชั่วโมงแรงงาน ชั่วโมงเครื่องจักร ชั่วโมงให้บริการ จำนวนระยะทาง (กิโลเมตร)

การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน

ลักษณะของพฤติกรรมต้นทุนมีความแตกต่างกัน บางชนิดผันแปรตามปริมาณการผลิต หรือกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น จำนวนชั่วโมงแรงงาน จำนวนชั่วโมงเครื่องจักร เป็นต้น ต้นทุนบางชนิดอาจไม่ผันแปรหรือเปลี่ยนแปลงตามปริมาณหรือกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมต้นทุนชนิดต่างๆ ของกิจการจะช่วยให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องต่อไปนี้

1. ใช้วิเคราะห์การตัดสินใจระยะสั้นเช่น การตัดสินใจซื้อเครื่องจักรใหม่ทดแทน เครื่องจักรเก่า การยอมรับหรือปฏิเสธใบสั่งซื้อพิเศษ
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (จุดคุ้มทุน)
3. การรายงานและประเมินผลการดำเนินงาน
4. การจัดทำงบประมาณยืดหยุ่น

พฤติกรรมต้นทุน(Cost Behavior)

สำหรับต้นทุนแต่ละประเภทจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการวางแผน ควบคุมและตัดสินใจ การศึกษาเพื่อทราบพฤติกรรมของต้นทุน การประมาณการต้นทุน และการพยากรณ์ต้นทุนจะมีความสัมพันธ์กันได้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนกับกิจกรรมที่ทำให้เกิดต้นทุน ดังนี้

1. ประมาณการต้นทุน(Cost Estimation) เป็นข้อมูลต้นทุนในอดีต
2. การพยากรณ์ต้นทุน (Cost Prediction) นำความรู้เรื่องพฤติกรรมต้นทุนมาใช้ในการประมาณต้นทุนที่จะเกิดขึ้น ณ ระดับกิจกรรมที่กำหนด

3.3.3 จำแนกตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนจะสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผสม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนผันแปร (Variable) หมายถึง ต้นทุนที่มีต้นทุนรวมเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรม กิจกรรมอาจเป็นจำนวนสินค้าที่ผลิตเสร็จ จำนวนหน่วยสินค้าที่ขาย จำนวนชั่วโมงทำงานของพนักงาน จำนวนกิโลเมตรที่เป็นระยะทางขับรถบรรทุกส่งวัตถุดิบที่ซื้อเข้าโรงงานผลิตหรือจำนวนเตียงคนไข้ในโรงพยาบาล เป็นต้น ต้นทุนต่อหน่วยจะคงที่ แต่ต้นทุนรวมจะเปลี่ยนแปลงตามกิจกรรม หรือปริมาณการผลิต เช่น ค่าวัสดุทางตรงที่เบิกใช้ในการผลิตสินค้า ค่าแรงงานทางตรง ค่านายหน้าพนักงานขาย วัสดุโรงงาน ค่าล่วงเวลาของพนักงานในโรงงาน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า เป็นต้น

2. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เป็นต้นทุนที่มีพฤติกรรมคงที่ คือ ต้นทุนรวมไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามระดับของการผลิตในช่วงของการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนต่อหน่วยจะเปลี่ยนแปลงในทางลดลงตามปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายในการค้นคว้าวิจัย เงินเดือน ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าเช่าและค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร เป็นต้น

3. ต้นทุนผสม (Mixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนบางส่วนคงที่และต้นทุนบางส่วนผันแปร โดยต้นทุนรวมอาจจะเปลี่ยนแปลงตามกิจกรรมหรือปริมาณการผลิต เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าซ่อมบำรุงเครื่องจักร ค่าสาธารณูปโภค ค่าสวัสดิการพนักงาน ค่าภาษีที่นายจ้างออกให้แก่ลูกจ้าง เป็นต้น

3.4 แสดงความสัมพันธ์ต้นทุนตามหน้าที่ (Functional Areas)และตามลักษณะของแหล่งต้นทุน

3.4.1 ต้นทุนการผลิต (Production Costs)

หมายถึง ต้นทุนต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่าย เช่น ค่าแรงงานทางตรง ค่าวัตถุดิบทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต เป็นต้น

$$\text{ต้นทุนผลิตภัณฑ์} = \text{วัสดุทางตรง} + \text{ค่าแรงงานทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายการผลิต}$$

3.4.2 ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Administration Cost or Expenses)

หมายถึง ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดจากการดำเนินงาน เช่น เงินเดือนผู้จัดการหรือพนักงานในบริษัท ค่าเช่าสำนักงาน เป็นต้น

3.4.3 ต้นทุนเกี่ยวกับการขายหรือการตลาด (Marketing Costs)

หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ

3.4.4 ต้นทุนฝ่ายการเงิน (Financing Cost)

หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุนมาใช้ในการดำเนินงานของกิจการ เช่น ดอกเบี้ยเงินกู้ ค่าธรรมเนียมธนาคาร เป็นต้น

3.4.5 ต้นทุนการผลิต (Manufacturing Costs or Production Costs) (ดวงมณี โกมารทัต, 2552)

ต้นทุนต่าง ๆ ของผู้ผลิต ประกอบด้วยต้นทุนที่แท้จริงในการผลิตสินค้าโดยจะต้องคิดออกมาในรูปของค่าเสียโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์จากการผลิตในทางอื่น ซึ่งเรียกว่า ต้นทุนเสียโอกาส (Opportunity Cost)

ต้นทุนที่จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน หรือ ต้นทุนแจ้งชัด (Explicit Costs) คือ ต้นทุนที่เป็นตัวเงินที่ได้จ่ายให้แก่เจ้าของปัจจัยการผลิตในรูปต่าง ๆ เช่น ค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ย เงินเดือน ค่าซื้อวัตถุดิบ ค่าขนส่ง เป็นต้น

ต้นทุนที่ไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน หรือ ต้นทุนไม่แจ้งชัด (Implicit Costs) คือ ต้นทุนที่เราไม่ได้จ่ายเป็นตัวเงินให้กับใครเลยแต่เป็นต้นทุนเกิดขึ้นเนื่องจากการใช้ทรัพยากรซึ่งผู้ผลิตเป็นเจ้าของโดยตรง เช่น การเปิดร้านขายของตนเองทำให้ไม่ได้รับค่าตอบแทนจากรายได้อื่น 4,000 บาท ซึ่งต้องนำมาคำนวณเป็นต้นทุนในการขายสินค้าด้วย (ต้นทุนชนิดนี้จะไม่เป็นที่ยอมรับในการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีที่ยอมรับโดยทั่วไป)

ต้นทุนทางบัญชี (Accounting Cost) คือ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่กิจการจ่ายออกไปและได้บันทึกไว้ในบัญชีซึ่งต้นทุนทางบัญชีจะเป็นจำนวนเดียวกันกับต้นทุนแจ้งชัด

ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Costs) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการผลิต ไม่ว่าจะ เป็นค่าใช้จ่ายที่แจ้งชัดหรือไม่แจ้งชัด ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จึงมีค่าเท่ากับต้นทุนแจ้งชัดบวก ต้นทุนที่ไม่แจ้งชัด ดังนั้นต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จึงมีค่ามากกว่าต้นทุนทางบัญชี ซึ่งจะทำให้กำไรทางเศรษฐศาสตร์มีค่าต่ำกว่าต้นทุนทางบัญชี

ต้นทุนเอกชน (Private Cost) คือ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ผลิตในการใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้นต้นทุนเอกชนจะหมายถึงต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์นั่นเอง

ต้นทุนของสังคม (Social Costs) คือ ค่าใช้จ่ายทุกชนิดที่เกิดขึ้นกับสังคมจากการผลิตสินค้าซึ่งจะมีค่าเท่ากับต้นทุนเอกชนบวกต้นทุนภายนอกซึ่งหมายถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้ผลิต เช่น โรงงานปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ ล่าคลองทำให้ผู้ใช้น้ำเดือดร้อน รัฐบาลหรือเอกชนมีค่าใช้จ่ายที่ต้องเข้ามาช่วยเหลือบำบัดน้ำเสีย

ต้นทุนผลิตระยะสั้น (Short-run Costs) คือ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นสำหรับการผลิตในระยะสั้น โดยมีการใช้ปัจจัยการผลิตอยู่ 2 ประเภท คือ ปัจจัยคงที่ (Fixed Factors) และปัจจัยที่ผันแปร (Variable Factors) นั่นคือ ต้นทุนผลิตระยะสั้นประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร

ต้นทุนระยะยาว (Long-run Costs) คือ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่หน่วยธุรกิจใช้ไปในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งในระยะยาวหน่วยธุรกิจสามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตที่ใช้ได้ทุกชนิด จึงมีเฉพาะปัจจัยผันแปรและต้นทุนผันแปรเท่านั้น

ดังนั้นต้นทุนการผลิตสินค้าประกอบด้วย ค่าวัสดุทางตรง (Direct Material Costs) ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor Costs) และค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) ค่าวัสดุทางตรงและค่าแรงงานทางตรง จัดเป็นต้นทุนทางตรง (Direct Cost) ที่สามารถจัดสรรให้กับสินค้าหรือบริการได้อย่างชัดเจน ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตเป็นต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost) ซึ่งเกิดจากการใช้ทรัพยากรในการผลิตร่วมกันในกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ ทำให้ไม่อาจจัดสรรต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับหน่วยคิดต้นทุนได้ง่าย เนื่องจากระบบการผลิตและโครงสร้างต้นทุนในปัจจุบันมีกรรมวิธีและกิจการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ค่าใช้จ่ายการผลิตมีสัดส่วนที่มากขึ้น ดังนั้นการปันส่วนต้นทุน (Cost Allocation) จึงเป็นกระบวนการจัดสรรต้นทุนทางอ้อมให้กับหน่วยคิดต้นทุนอย่างเป็นระบบ การปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับหน่วยคิดต้นทุน กิจการสามารถเลือกใช้ระบบต้นทุนจริงและระบบต้นทุนปกติ โดยระบบต้นทุนจริง จะใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตที่เกิดขึ้นจริง และปริมาณปัจจัยที่เกิดขึ้นจริงในการปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับสินค้าหรือบริการ ส่วนระบบต้นทุนปกติจะใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตโดยประมาณที่กำหนดล่วงหน้าและประมาณการปริมาณของปัจจัยในการปันส่วนให้กับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่ากิจการจะเลือกใช้ระบบต้นทุนจริง หรือต้นทุนปกติ กิจการสามารถเลือกคำนวณอัตราค่าใช้จ่ายการผลิตเพียงอัตราเดียว หรืออัตราค่าใช้จ่ายการผลิตประจำแผนก ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายการผลิตอัตราเดียว (Plant - wide Overhead Rate) กิจการจะใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งในการคำนวณค่าใช้จ่ายการผลิตเข้าสู่ตัวผลิตภัณฑ์ เช่น กิจการใช้เกณฑ์การจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตโดยใช้ชั่วโมงแรงงานทางตรง การคำนวณค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์แบบอัตราเดียวทั้งโรงงานจะเหมาะสมกับกิจการที่ไม่มีการผลิตที่ซับซ้อนมากนัก หรือไม่มีการใช้ต้นทุนที่แตกต่างกันในแต่ละแผนก

2. ค่าใช้จ่ายการผลิตอัตราประจำแผนก (Departmental Overhead Rate) กิจการจะใช้เกณฑ์ในการคำนวณค่าใช้จ่ายในการผลิตเข้าสู่ตัวผลิตภัณฑ์แตกต่างกันแยกตามรายแผนก เช่น กิจการใช้เกณฑ์การจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตโดยใช้ชั่วโมงแรงงานทางตรงในแผนกประกอบและใช้ชั่วโมงเครื่องจักรในแผนกเครื่องจักร เกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณค่าใช้จ่ายการผลิตแบบอัตราประจำแผนกเหมาะสำหรับแต่ละแผนกที่มีพฤติกรรมในการคำนวณต้นทุนที่แตกต่างกัน เช่น แผนกเครื่องจักรเน้นการผลิตด้วยเครื่องจักร ในขณะที่แผนกประกอบเน้นการใช้แรงงานคนในการผลิต

ดังนั้นจึงควรคำนวณค่าใช้จ่ายการผลิตตามพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละแผนก โดยแผนกเครื่องจักรควรจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตด้วยเกณฑ์ชั่วโมงเครื่องจักร ส่วนแผนกประกอบควรจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตด้วยเกณฑ์ชั่วโมงแรงงานทางตรง เป็นต้น

3.5 การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (สุปราณี ศุกระเศรณีและคณะ, 2549)

การคำนวณต้นทุนแบ่งออกเป็น 2 ระบบ คือ

1. ระบบต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order System) เป็นต้นทุนทางตรงของผลิตภัณฑ์ตามระบบต้นทุนงานสั่งทำ ได้แก่ วัสดุทางตรงและค่าแรงงานทางตรง ส่วนต้นทุนทางอ้อมคือ ค่าใช้จ่ายการผลิต เมื่อมีการบันทึกต้นทุนค่าวัสดุทางตรงและค่าแรงงานทางตรงแล้ว จัดสรรปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตคิดเข้าเป็นต้นทุนของแต่ละงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

1.1 วิธีต้นทุนจริง (Actual Cost) ซึ่งจะใช้ค่าใช้จ่ายการผลิตที่เกิดขึ้นจริง ณ สิ้นงวดบัญชีคำนวณหาอัตราค่าใช้จ่ายการผลิตที่จะใช้ในการจัดสรรให้กับงานแต่ละงาน โดยมีการจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตโดยใช้ต้นทุนจริง ดังนี้

$$\text{อัตราค่าใช้จ่ายการผลิต} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายการผลิตทั้งปี}}{\text{ปริมาณกิจกรรมทั้งปี}}$$

* หมายถึง ชั่วโมงแรงงานทางตรงที่ใช้ในการผลิตสินค้า และชั่วโมงเครื่องจักรที่ผลิตสินค้า เป็นต้น

1.2 วิธีต้นทุนปกติ (Normal Cost) จะทำการกำหนดอัตราที่ใช้ในการจัดขึ้นล่วงหน้า จัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตให้แก่งานผลิตระหว่างงวด และนำไปคูณกับเวลาที่ใช้ในการผลิต การจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตโดยใช้ต้นทุนปกติ มีดังนี้

$$\text{อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตล่วงหน้า} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายการผลิตประมาณไว้}}{\text{ปริมาณกิจกรรมที่ประมาณไว้}}$$

2. ระบบต้นทุนช่วงการผลิต (Process Costing System)

เป็นการคิดต้นทุนสินค้าตามระบบต้นทุนช่วงการผลิตใช้ในการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันและผลิตเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันระบบต้นทุนช่วงมีการผลิตสินค้ามากกว่าหนึ่งชนิด ซึ่งไม่ได้ผลิตสินค้าเพียงชนิดเดียวดังเช่นในอดีต วิธีการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์จึงเป็นไปตามลักษณะเดียวกันกับระบบต้นทุนงานสั่งทำ ต่างกันเพียงระบบต้นทุนช่วงแบ่งต้นทุนการผลิตออกเป็น 2 กลุ่ม คือ วัสดุทางตรง และต้นทุนแปรสภาพ (ประกอบด้วย ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต)

3.5.1 แนวคิดการคำนวณต้นทุนทางบัญชี

แนวคิดการคำนวณต้นทุนทางบัญชีที่ใช้ในการคำนวณต้นทุนและบันทึกบัญชีมี 2 แนวคิด ได้แก่

1. การใช้หลักเงินค้ำหรือเกณฑ์ค้ำ จะบันทึกโดยไม่พิจารณารายการว่าจะได้รับเงินสดหรือจ่ายเงินสด ไม่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงเงินสด

2. การใช้หลักเงินสดหรือเกณฑ์เงินสด จะบันทึกรายการบัญชีโดยพิจารณารายการเฉพาะกรณีที่ได้รับเงินสดหรือจ่ายเงินสด คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงเงินสด (ศศิวิมล มีอำพล, 2551)

3.5.2 แนวคิดการคำนวณต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์

ต้นทุนการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นเนื่องจากการผลิต ทั้งรายจ่ายที่เห็นชัดเจนว่ามีการจ่ายจริงและรายจ่ายที่มองไม่เห็นชัดเจนหรือไม่ต้องจ่ายจริง (Implicit Cost) รายจ่ายที่เห็นชัดเจนว่ามีการจ่ายจริง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน เช่น

เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ย และอื่นๆ รายจ่ายที่มองไม่เห็นชัดเจนว่ามีการจ่ายจริงเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน แต่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องประเมินขึ้นมาและถือเป็นต้นทุนการผลิตส่วนหนึ่ง ได้แก่ ราคา หรือผลตอบแทนของปัจจัยการผลิต ในส่วนที่ผู้ผลิตเป็นเจ้าของและได้นำปัจจัยนั้นมาใช้ร่วมในการผลิตด้วย เช่น กลุ่มผู้ประกอบการไม่ได้คิดค่าเช่าที่ดินหรืออาคารของตนเองที่นำมาใช้ในการประกอบกิจการ ซึ่งถ้านำไปให้ผู้อื่นเช่าจะทำให้มีรายได้ค่าเช่าเกิดขึ้นถือว่าเป็นต้นทุนเสียโอกาส (Opportunity Cost) ซึ่งต้นทุนดังกล่าวจะนำมารวมอยู่ในต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ และค่าจ้างแรงงานที่ควรจ่ายให้กับผู้ประกอบการเนื่องจากไม่ได้จ้างผู้อื่นแต่เพราะเป็นเจ้าของกิจการเองจึงไม่ได้รับเงินค่าจ้างแรงงาน จึงต้องนำมารวมในต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ด้วยเช่นกัน ต้นทุนที่มองไม่เห็นเหล่านี้จะถูกนำไปคำนวณด้วยทำให้ ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์สูงกว่าต้นทุนทางบัญชี และกำไรในทางเศรษฐศาสตร์จึงต่ำกว่ากำไรทางบัญชีเสมอ

4. ทฤษฎีการพัฒนา

ทฤษฎีการพัฒนา (Ginzberg, E : 1966) เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในทิศทางที่มุ่งแก้ไข ปัญหา โดยพิจารณาคุณสมบัติ 3 ประการ คือ

4.1 คุณสมบัติในเชิงสัมพัทธ์ (relative) หมายความว่าเมื่อพูดถึงคำว่าพัฒนา (Development) จำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบ สิ่งอื่นกับตนเองในช่วงเวลาที่ผ่านมาโดยยึดเอาแนวทางการดำเนินงานที่เป็นการกล่าวอ้างว่าประสบความสำเร็จมากที่สุดมาเป็นบรรทัดฐานในการเปรียบเทียบ

4.2 การมีเข็มมุ่ง (Goal Orientated) เป็นคุณสมบัติการพัฒนาที่สามารถมองได้ 2 มิติ คือ

1. มิติที่สภาพการพัฒนาเป็นอยู่ (state of being) หมายถึง สภาพที่จะนำความสำเร็จสูงสุด

2. มิติที่มีความหมายในเชิงกระบวนการ (Process) ซึ่งเป็นสภาพที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

เมื่อพิจารณาถึงการพัฒนาที่ผ่านมาและได้รับการยอมรับ อาจสรุปได้ เป็น 3 มิติ คือ

- มิติทางเศรษฐกิจ การพัฒนาหมายถึง การเพิ่มผลผลิตอย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดการ

เติบโตทางอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องในตัวของมันเอง (Self-sustaining industrial growth)

- มิติทางสังคม การพัฒนาหมายถึง การกระจายรายได้อย่างเสมอภาค และการดึงดูด

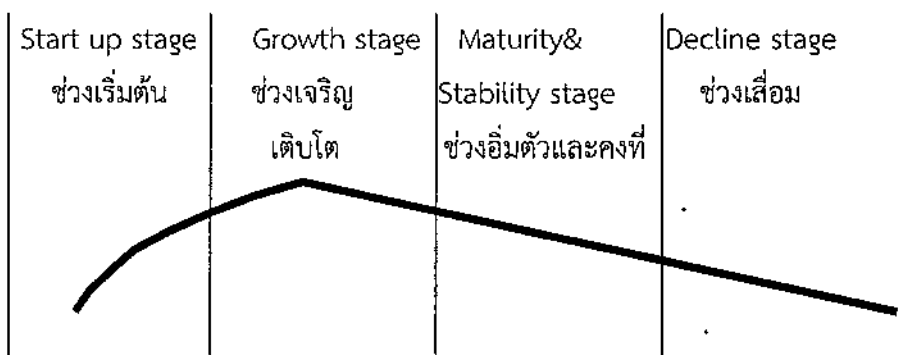
มวลชนที่เคยอยู่รอบนอกเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจการเงิน

- มิติทางวัฒนธรรม การพัฒนาหมายถึง การสร้างความรู้สึกร่วมถึงความเป็นมิตร มีความ

เชื่อมั่นและพร้อมที่จะเสียสละเพื่อชาติ

5. การพัฒนาอุตสาหกรรมตามวงจรธุรกิจ

Geoffrey G. Meredith ได้ให้คำจำกัดความวงจรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่า สามารถศึกษาได้จากปัญหาการดำเนินงานที่เกิดขึ้นของกิจการ



ภาพที่ 2 - 3 แสดงวงจรของธุรกิจ

ปัญหาในช่วงต่างๆ จำแนกออกได้ดังนี้ (Meredith, Geoffrey G. Management Service for Small Enterprise Small Enterprise Development: Problems and Programmers, (Eneva: International Labour Organization 1978) p.129-132)

1. ช่วงเริ่มต้น Start up stage ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นอันดับแรก ได้แก่ ปัญหาการจัดการผลิ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเงิน โดยเฉพาะกิจการที่ดำเนินการโดยเจ้าของคนเดียว

2. ช่วงเติบโต Growth stage ปัญหาที่เกิดขึ้นจะเป็นวิกฤตทางการจัดการกลยุทธ์ซึ่ง เป็นเกี่ยวกับผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกัน ปัญหาต้นทุนที่สูงขึ้น การจัดการการเงิน ตลอดจน การจัดการให้กิจการประสบความสำเร็จเป็นปัญหาเฉพาะเจาะจง ต้องมีการปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ

3. ช่วงอิมตัวและคงที่ Maturity & Stability stage ส่วนใหญ่เป็นปัญหาการวางแผนเพื่อให้ กิจการอยู่รอดจะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้กับการจัดการ ต้องมีคำปรึกษาคำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ ที่สามารถให้คำปรึกษาครอบคลุมทุกปัญหาที่เกิดขึ้นได้

4. ช่วงเสื่อม Decline stage ปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกด้านต้องการความช่วยเหลือจากภายนอก การนำปัจจัยการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัดและมีความขาดแคลนไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับ

1. ปัญหาการจัดการระบบการผลิต ทำให้เกิดปัญหาดังต่อไปนี้

- ปัญหาว่าจะผลิตอะไร จำนวนเท่าใด
- ปัญหาว่าควรจัดการผลิตอย่างไร
- ปัญหาว่าสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ควรให้กับใครหรือเพื่อใคร

2. ปัญหาการเลือกผลิตสินค้า ผู้ผลิตจะต้องหาวิธีการเลือกผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ส่วนผู้บริโภคก็ต้องเลือกบริโภคสินค้าที่ตนมีความพึงพอใจสูงสุด จากรายได้ที่มีอยู่

6. แนวทางการบริหารจัดการ

เป็นการมุ่งแก้ปัญหาภายในธุรกิจต่าง ๆ จะจัดการบริหารงานอย่างไรจึงจะช่วยให้ได้ผลผลิต สูง มีผลกำไร คาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตได้ ตามกระบวนการบริหารที่สำคัญ ข้อมูลที่สามารถ

ตอบสนองความต้องการของผู้บริหารได้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้บริหาร จะต้องมีการวางแผนการ
จัดการที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กระบวนการที่
สำคัญประกอบด้วย

6.1. การวางแผน (Planning Operation) หน้าที่ในการวางแผนดำเนินงานของฝ่าย
บริหาร คือ การเลือกที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้ง
การกำหนดแผนกลยุทธ์ที่จะทำให้กิจการบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

6.2. การประสานงานและการอำนวยความสะดวก (Coordinating and Directing Activities)
กระบวนการบริหารงานจะเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การมีภาวะ
ผู้นำ การลงมือปฏิบัติงาน มีการทำความเข้าใจในการทำงาน ปัญหาและข้อขัดแย้งต่างๆ จะต้องมี
การแก้ไขทันเหตุการณ์ เพื่อให้เกิดการประสานงานกันและให้มีการปฏิบัติหน้าที่ได้ดีในสายงานของ
องค์การ ระบบข้อมูลตามขั้นตอนของการอำนวยความสะดวก มีความสำคัญมากเพราะเป็นหน่วยปฏิบัติตาม
นโยบายและแผนงาน

6.3. การควบคุม (Controlling) เป็นหน้าที่สำคัญมากประการหนึ่งของฝ่ายบริหาร เพื่อ
ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ดีที่สุดในการใช้ทรัพยากรของกิจการ สอดคล้องกับแผนงานที่กำหนดไว้
ตามวัตถุประสงค์และให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุด

6.4. การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการเลือกที่เหมาะสมที่สุด
และให้กิจการสามารถบรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้วางแผนไว้

6.5. การวัดผลการปฏิบัติงาน (Performance Measurement) เมื่อผู้บริหารวาง
เป้าหมาย (Goals) ขององค์การข้อมูลเพื่อการจัดการจะเข้ามาช่วยผู้บริหารให้ดำเนินงานบรรลุ
เป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้ข้อมูลในการวางระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Evaluation System)
ที่เหมาะสมและยุติธรรมตามโครงสร้างการบริหาร กิจการผลิตสินค้าจะต้องมีการรวบรวมและ
วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อช่วยให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ

- รวบรวมข้อมูล (Score Keeping) สามารถให้ตัวเลข สำหรับใช้ในการประเมินผลการ
ดำเนินงานและแสดงฐานะทางการเงินของกิจการได้

- การพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้น (Attention Directing) เพื่อนำรายงานทางการเงินมา
พิจารณาอย่างละเอียด ข้อมูลทางการเงินจะช่วยให้ฝ่ายบริหาร รับทราบถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น
จากการดำเนินงานช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา รวมทั้งข้อบกพร่องและความไม่มีประสิทธิภาพในการ
บริหารงาน

- การแก้ไขปัญหา (Problem Solving) จะต้องหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาเพื่อช่วยใน
การตัดสินใจปัญหาสำคัญๆ และเลือกทางแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลายๆ ทาง

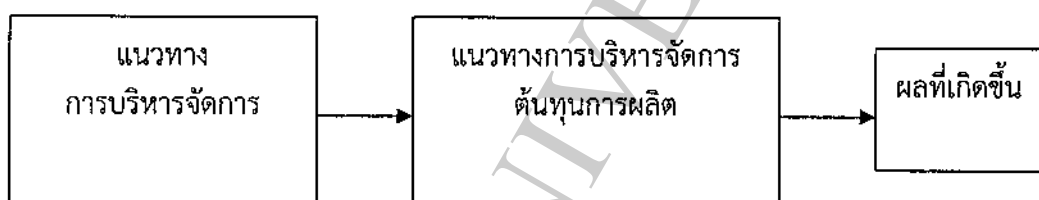
7. การพัฒนาระบบต้นทุนเพื่อการจัดการ

7.1 แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็ง (Empowerment) ให้มีพลังในการขับเคลื่อนสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน และการสร้างโอกาสให้แก่ประชาชน อย่างยั่งยืนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพัฒนาศักยภาพของประชาชนให้มีความพร้อมในกระบวนการสร้างสรรค์ความคิดและนำไปสู่แนวทางปฏิบัติในด้านการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพมั่นคงและยั่งยืน คือ

7.1.1 เป็นเครื่องมือที่ทำให้เห็นทิศทางและความต้องการที่แท้จริงของประชาชน (Demand)

7.1.2 เป็นรูปแบบในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในภาคประชาชน จากการมีส่วนร่วมในกระบวนการ เพื่อการดำรงชีพและการมีอาชีพของประชาชนโดยส่วนรวม เป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชน เกิดการสร้างผู้นำในท้องถิ่นโดยแท้จริง เพื่อพัฒนาให้ชุมชนท้องถิ่นมีประสิทธิภาพในอนาคต ประกอบด้วย



ภาพที่ 2 - 4 รูปแบบในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคลในภาคประชาชน

7.2 การพัฒนาระบบต้นทุนเพื่อการจัดการ (ดวงมณี โกมารทัต, 2552)

7.2.1 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้การเงินทั้งภายนอกและภายในกิจการ การวางระบบต้นทุนจะมีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. จัดทำรายงานการเงินของธุรกิจการผลิต (Financial Reporting) ที่เสนอต่อหน่วยงานภายนอก หน้าทีนี้เป็นหน้าที่ที่สำคัญอันดับแรกของระบบต้นทุนที่เกิดขึ้นในยุคแรกๆ ในช่วงปีทศวรรษ 40 แผนกบัญชี โดยนักบัญชีต้นทุนจะทำหน้าที่ประมวลผลต้นทุนการผลิตทั้งหมดในโรงงานนำไปคิดให้กับสินค้าที่ผลิตเสร็จในแต่ละงวด เพื่อหาต้นทุนสินค้าผลิตเสร็จต่อหน่วยแล้วนำไปคำนวณต้นทุนสินค้าขายประจำงวดในงบกำไรขาดทุน รวมทั้งตีราคาของคงเหลือซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบคงเหลือ งานระหว่างทำคงเหลือ และสินค้าสำเร็จรูปคงเหลือในงบดุล เนื่องจากการจัดทำต้นทุนและรายงานการเงินดังกล่าวจะใช้หลักการบัญชีที่รับรองกันทั่วไป ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการวางระบบต้นทุนในข้อนี้จึงเป็นการสนับสนุนการบัญชีการเงิน (Financial Accounting)

2. วัดค่าต้นทุน (Cost Measurement) ในรูปแบบต่างๆ ในอดีตนักบัญชีจะคำนวณเพราะต้นทุนการผลิตสินค้า หรือต้นทุนผลิตภัณฑ์เท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต แต่ในสภาวะแวดล้อมของธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ฝ่ายบริหารต้องการทราบต้นทุนภายใต้แนวคิดการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ เช่น ต้นทุนกิจกรรม (Activity Cost) ต้นทุนการใช้ทรัพยากร (Resource Cost) ต้นทุนวงจรอายุผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Cost) ต้นทุนทันเวลา (Just in Time Cost) ต้นทุนคู่ค้า (Supplier Cost) ต้นทุนลูกค้า (Customer Cost) ฯลฯ ซึ่งแนวคิดต้นทุนใหม่นี้อาจไม่สอดคล้องและเข้ากับระบบต้นทุนแบบเดิม และอาจไม่เป็นที่ยอมรับของผู้สอบบัญชี เพราะไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่ถือปฏิบัติในปัจจุบัน

3. เป็นฐานข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Decision Making) ของฝ่ายบริหาร เนื่องจากฝ่ายบริหารต้องการข้อมูลและต้นทุนประเภทต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าใหม่ เลือกตลาดและช่องทางจำหน่าย กำหนดราคาขายและวิธีส่งเสริมการขาย ฯลฯ ในการนี้ฝ่ายบริหารต้องการทั้งข้อมูล (ที่ไม่เป็นตัวเงิน) และต้นทุนเพื่อสร้างความสำเร็จเปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้บริหารทุกระดับควรจะเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและต้นทุนได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และทันเวลา ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เนื่องจากระบบต้นทุนแบบเดิมเน้นการรายงานต้นทุนจริงในอดีตมากกว่าการประมาณการหรือพยากรณ์ต้นทุนในอนาคต

4. วัดผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) ภายใต้ระบบต้นทุนแบบเดิม เครื่องมือวัดผล การปฏิบัติงานที่รู้จักกันดีก็คือ การประยุกต์หลักการบัญชีตามความรับผิดชอบ และการจัดทำรายงานผลต่างต้นทุน (Cost Variances Report) แต่เนื่องจากความล่าช้าในการได้รับรายงาน การวัดผลงานที่เน้นเฉพาะผลงานที่เป็นตัวเงิน โดยไม่เข้ากับลักษณะงานที่ทำจริง ประกอบกับความไม่เข้าใจเกี่ยวกับศัพท์ผลต่างที่ระบุไว้ในรายงาน (ผลต่างราคา ผลต่างปริมาณ ผลต่างประสิทธิภาพ) ทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถนำรายงานนี้ไปปรับปรุงการทำงานได้ ดังนั้น คุณลักษณะที่พิจารณาเพิ่มขึ้นในระบบต้นทุนใหม่ ก็คือ เน้นการวัดผลงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถที่จะวิเคราะห์หาที่มาของผลต่าง สาเหตุที่ทำให้เกิดผลต่างเพื่อนำข้อมูลนี้ไปปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำงานให้ดีขึ้น

7.2.2 การบริหารต้นทุนเพื่อการจัดการ มีการจำแนกระบบต้นทุนของกิจการประเภทต่างๆ ในรูปของโมเดลระบบต้นทุนเป็น 4 ระยะ (The Four Stage Model of Cost Systems Design) ดังต่อไปนี้

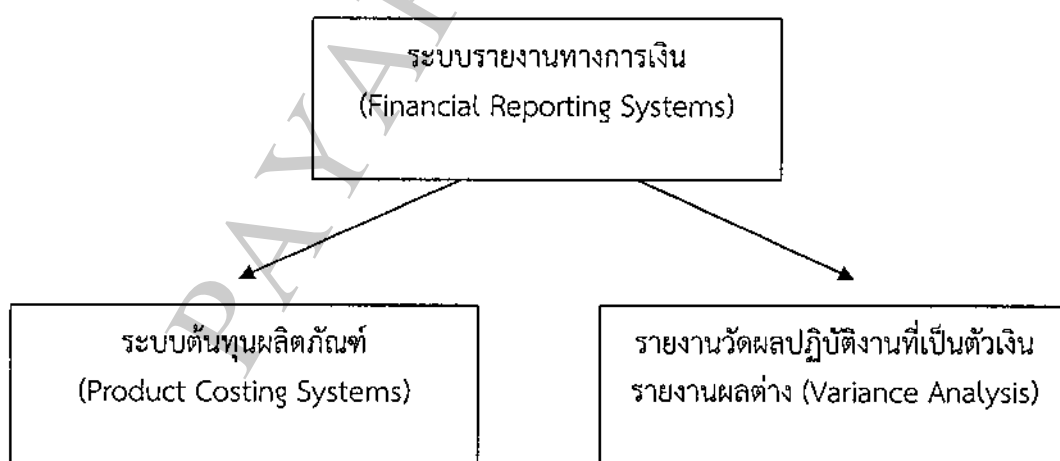
โมเดลระบบต้นทุนระยะที่ 1 เป็นระบบต้นทุนที่บกพร่องไม่สมบูรณ์ (Broken Cost System) การบันทึกบัญชีไม่สมบูรณ์เนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ เช่น ขาดเอกสารในการลงบัญชี มีปัญหาด้านการควบคุมภายใน การบันทึกรายการไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง การตรวจนับของคงเหลือจริงไม่ตรงกับยอดคงเหลือตามบัญชี มีปัญหาในการปรับปรุงและปิดบัญชีในตอนสิ้นงวด ฯลฯ การบันทึกรายการที่ไม่ถูกต้องและครบถ้วนนี้ ทำให้การคำนวณต้นทุนของสินค้าไม่ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลต่อการจัดหางบการเงินที่เสนอต่อหน่วยงานภายนอกด้วย ในแง่ของผู้บริหารภายในกิจการ ไม่สามารถใช้

ต้นทุนในการตัดสินใจและในการบริหารหน่วยงานได้ เพราะความบกพร่องของต้นทุนและความล่าช้าของรายงาน รวมทั้งวิธีการคิดต้นทุนล้าสมัยไม่เข้ากับสภาพแวดล้อมธุรกิจปัจจุบัน

โมเดลระบบต้นทุนประเภทนี้ พบได้ในกิจการทุกขนาด ไม่ว่าจะเป็นกิจการที่เพิ่งก่อตั้งใหม่หรือกิจการที่ก่อตั้งมาเป็นระยะเวลานาน สำหรับกิจการใหม่อาจประสบปัญหาด้านเงินทุนและบุคลากร รวมทั้งเจ้าของไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวางระบบต้นทุนดังกล่าว ส่วนในกิจการที่เปิดดำเนินงานมานานเจ้าของมักให้ความสำคัญเฉพาะการจัดทำงบการเงินต่อหน่วยงานภายนอกเท่านั้น และได้ยึดถือแนวคิดต้นทุนแบบเดิมต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตามแนวคิดต้นทุนบางอย่างอาจล้าสมัยและไม่สะท้อนความเป็นจริงในสภาพการณ์ปัจจุบัน เมื่อธุรกิจขยายตัวมากขึ้น มีการเปิดสาขา และเพิ่มสายการผลิตใหม่ ๆ ผู้บริหารแต่ละคนต้องการใช้ต้นทุนในวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ซึ่งระบบต้นทุนเพียงระบบเดียวของกิจการไม่อาจตอบสนองได้

โมเดลระบบต้นทุนระยะที่ 2 จากบทความของ Kaplan และ Cooper (อ้างถึงโดยดวงฉนิ โภมารัตต์, 2552) พบว่าธุรกิจส่วนใหญ่ของประเทศสหรัฐอเมริกา มีระบบต้นทุนในระยะที่ 2 ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นระบบต้นทุนที่สนับสนุนการรายงานการเงินต่อหน่วยงานภายนอกเช่นเดียวกับโมเดลระบบต้นทุนระยะที่ 1 การคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าจะใช้วิธีต้นทุนรวม (Full Costing) ซึ่งมีปัญหาในเรื่องการเลือกเกณฑ์การปันส่วนต้นทุน ปัญหาการคิดค่าใช้จ่ายการผลิตเข้าสินค้า ทำให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่คำนวณได้มีความคลาดเคลื่อนสูง
2. เป็นระบบที่ใช้วัดผลการปฏิบัติงานหน่วยงานต่าง ๆ ภายในกิจการ โดยแผนกบัญชีจะใช้ต้นทุนจากฐานข้อมูลชุดเดียวกันกับการจัดทำรายงานการเงินต่อหน่วยงานภายนอกมาจัดทำรายงานตามหน่วยงานหรือตามศูนย์ความรับผิดชอบ ดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2 - 5 โมเดลระบบต้นทุนในระยะที่ 2 (โมเดลต้นทุนตามระบบรายงานทางการเงิน)

ส่วนแตกต่างระหว่างโมเดลระบบต้นทุนของระยะที่ 2 กับระยะที่ 1 อยู่ที่การนำต้นทุนไปจัดทำรายงานวัดผลการปฏิบัติงานภายใน ข้อบกพร่องของระบบนี้มี 3 ประการคือ

1. ปัญหาการคำนวณต้นทุนสินค้าที่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากใช้วิธีการคิดต้นทุนแบบเดิมซึ่งไม่เหมาะสมกับระบบการผลิตในปัจจุบัน

2. ในการจัดทำรายงานวัดผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ แผนกบัญชีจะเน้นเฉพาะผลงานที่เป็นตัวเงินเท่านั้น โดยใช้ต้นทุนชุดเดียวกันกับต้นทุนที่ใช้จัดทำรายงานภายนอก เป็นรายการที่ผ่านการบันทึกและปรับปรุงรายการทางบัญชีภายใต้ GAAP รวมทั้งผ่านการปันส่วนต้นทุนหลายขั้นตอนมาแล้ว ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนที่คำนวณได้คลาดเคลื่อนไปจากต้นทุนจริง

3. การจัดทำรายงานต้นทุนล่าช้าและไม่เป็นปัจจุบัน (เพราะจัดทำภายหลังจากการปิดบัญชีประจำงวด) แต่ถ้าระบบนั้นไม่ใช่ระบบ ERP แผนกบัญชีจะเสียเวลาในการรวบรวมข้อมูลจากระบบย่อยอื่น ๆ ทำให้ส่งมอบรายงานล่าช้า

โมเดลระบบต้นทุนระยะที่ 3 เป็นระบบต้นทุนที่ออกแบบตามความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลภายในกิจการโดยเฉพาะ (Specialized System) ทั้งนี้โดยอาศัยระบบ ERP ทำให้กิจการสามารถประมวลผลต้นทุนด้วยระบบ ABC การคำนวณต้นทุนจะแยกเป็นอิสระจากกันตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน ดังภาพที่ 2-6 ดังนี้ (โมเดลต้นทุนที่ออกแบบสำหรับการบริหารโดยเฉพาะ)

7.3 แนวคิดเรื่องการตลาดท้องถิ่น

การตลาดมี 2 ระดับ คือ ตลาดภายใน และตลาดภายนอก ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ประกอบการโดยต้องการผลตอบแทนทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อชุมชน มีกระบวนการปรับตัวของชุมชนภายใต้กระแสพัฒนาศัลยภาพแบบทุนนิยม ซึ่งมีการสร้างรายได้และอาชีพ ประกอบด้วย

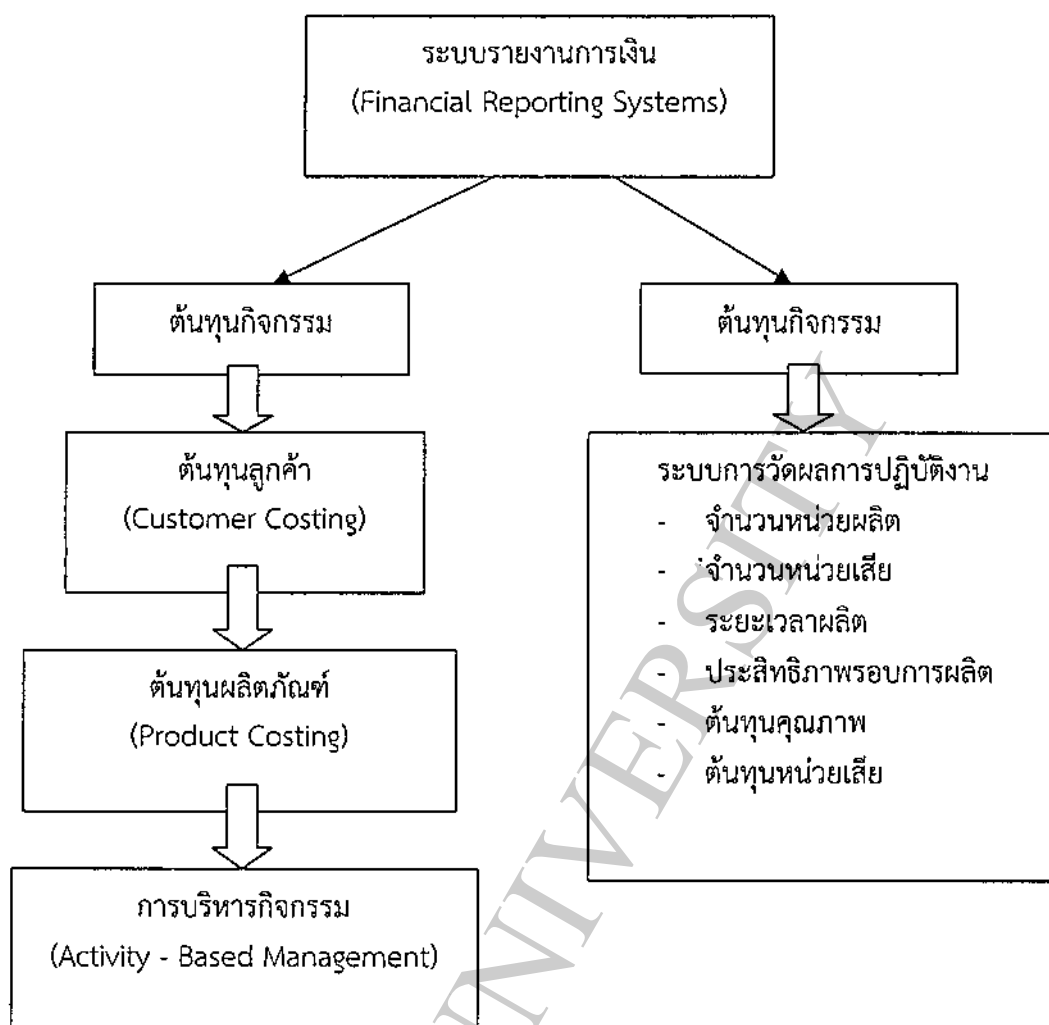
1. ดำเนินการกิจการโดยใช้ทุนตามงบประมาณของชุมชนและมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม
2. ดำเนินการโดยหลักสามัคคีธรรม
3. มีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้และควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นการพึ่งตนเอง

7.4 แนวคิดการบริหารจัดการแบบเศรษฐกิจครัวเรือน

สังคมไทยเป็นแบบชุมชนที่มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาชุมชนโดยแบ่งออกเป็น การมีส่วนร่วมในการเข้ากลุ่มตามขนาดของชุมชน มีการตัดสินใจ มีการปฏิบัติงานอย่างมีส่วนร่วม และมีการประเมินผล ผู้ผลิตเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เป้าหมายการผลิตเพื่อความดำรงอยู่เพื่อครอบครัวอยู่รอด สามารถเลี้ยงตัวเองได้ ใช้แรงงานของสมาชิกของครอบครัว บนพื้นที่ดินเพื่อให้เกิดผลผลิต เพราะเป็นสิ่งที่มียู่แล้วตามธรรมชาติ

7.5 การพัฒนาเทคโนโลยี

การพัฒนาเทคโนโลยีจากโครงการนี้คือ การเรียนรู้ระบบการจัดเก็บข้อมูล วิธีการและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้นำมาใช้เกี่ยวกับการดำเนินงานและปัญหาด้านต้นทุนการผลิต ด้านการตลาดและข้อมูลทางการเงินของกลุ่มเกษตรกรเพื่อช่วยในการนำไปใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 2-6 แสดงโมเดลต้นทุนแยกเป็น 3 ระบบ

7.6 การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

เศรษฐศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน จึงต้องศึกษาถึงการจัดสรรทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อสนองความต้องการที่มีไม่จำกัด โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การตัดสินใจเลือกใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิตและประโยชน์ที่จะได้รับอย่างคุ้มค่าตลอดจนการมีคุณธรรมของผู้ผลิต

ด้านปัจจัยการผลิต (Factors of Production) ประกอบด้วย ที่ดิน แรงงาน ทุนและผู้ประกอบการ

ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development) หมายถึง การปรับปรุงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ ทั้งด้านการผลิต การกระจายและการบริโภคสินค้า บริการ ให้มีประสิทธิภาพและสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างทั่วถึง

ด้านเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจ คือ พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร ให้อยู่ดีกินดีมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีสวัสดิการทางสังคม มีความพอใจและความสุขในการดำเนินชีวิต

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติ เขียวทอง (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการการบัญชีแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้วยการจัดการความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลือง และน้ำมันงาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรของบ้านปางหมูและบ้านสบสอยทำบัญชีเพียงร้อยละ 16.70 เกษตรกรมีความรู้ในเรื่องการทำบัญชีในระดับปานกลาง นอกจากนี้เกษตรกรไม่เคยทำบัญชีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (บัญชีต้นทุน) มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 75 เกษตรกรส่วนใหญ่คิดว่าบัญชีเป็นเรื่องยาก ในทางกลับกันเกษตรกรกลับมีความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีในระดับปานกลางถึงมาก นอกจากนี้ยังไม่มีกรบันทึกบัญชีอย่างสม่ำเสมอ ทั้งที่รู้ว่าการทำบัญชีมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต

ขวัญนรี กล้าปราบโจร (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารต้นทุนและการประเมินมูลค่าโดยรวมของการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการค้า จำนวน 4 ชนิด คือ ผลิตภัณฑ์แข่ง ผลิตภัณฑ์หน่อไม้ต้มส่งโรงงาน ผลิตภัณฑ์หน่อไม้ต้มบรรจุปี๊บ ผลิตภัณฑ์หน่อไม้บรรจุถุงพลาสติก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการผลิต ต้นทุนการผลิต ปัญหาการบริหารต้นทุนการผลิต และเสนอแนะแนวทางการบริหารต้นทุนการผลิต ตลอดจนประเมินมูลค่าการผลิตโดยรวมของผลิตภัณฑ์จากไม้ ปัญหาการบริหารต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ทั้ง 4 ชนิดเกิดจากต้นทุนการผลิตผันแปร โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ค่อนข้างสูงกว่าต้นทุนประเภทอื่น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางการบริหารต้นทุนการผลิตโดยการ 1) ลดต้นทุนการผลิต 2) ลดต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ลดของเสียในกระบวนการผลิต 3) ลดค่าใช้จ่ายในการผลิตอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง 4) เพิ่มปริมาณการผลิตโดย ส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมและถ่ายทอดฝีมือการสานแข่งไปยังเยาวชนในท้องถิ่น และเพิ่มเวลาในการผลิต

ขวัญชัย ศรีไวย (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาการดำเนินธุรกิจบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด สาขาพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินงานของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด สาขาพิษณุโลก ในด้านการผลิต การจัดการและการบริหารการตลาดและการเงิน ซึ่งเป็นตัวชี้ความสามารถของบริษัท ในการแข่งขันกับบริษัทอื่นในธุรกิจประเภทเดียวกัน 2) เพื่อศึกษาปัญหา และหาแนวทางแก้ไขปัญหา ในการดำเนินงานของ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อุตสาหกรรม จำกัด สาขาพิษณุโลก พบว่า ยอดขายของบริษัทเพิ่มขึ้น ตามกำลังการผลิตของบริษัทผู้บริโภครายในจังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดข้างเคียง ทำให้กำลังการผลิตของบริษัทฯ มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายได้ในปัจจุบัน ส่งผลให้ต้องมีการสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากผู้ผลิตในแหล่งอื่น ๆ เพื่อเข้ามาจำหน่ายแทน จึงทำให้ต้นทุนของบริษัทเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหา

สินค้าขาดตลาดของบริษัทและลดต้นทุนของบริษัท ตลอดจนเพื่อการรองรับการขยายตัวของบริษัทในอนาคต บริษัทควรจมองหาแหล่งผลิตเพิ่มขึ้นโดยการสนับสนุนการส่งเสริมประชาชนทั่วไปให้สนใจ การเลี้ยงสัตว์ หรือที่ทางบริษัทเรียกว่า ฟาร์มส่งเสริม อีกทั้งยังจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับประชาชน ภายในจังหวัดพิษณุโลกอีกด้วย

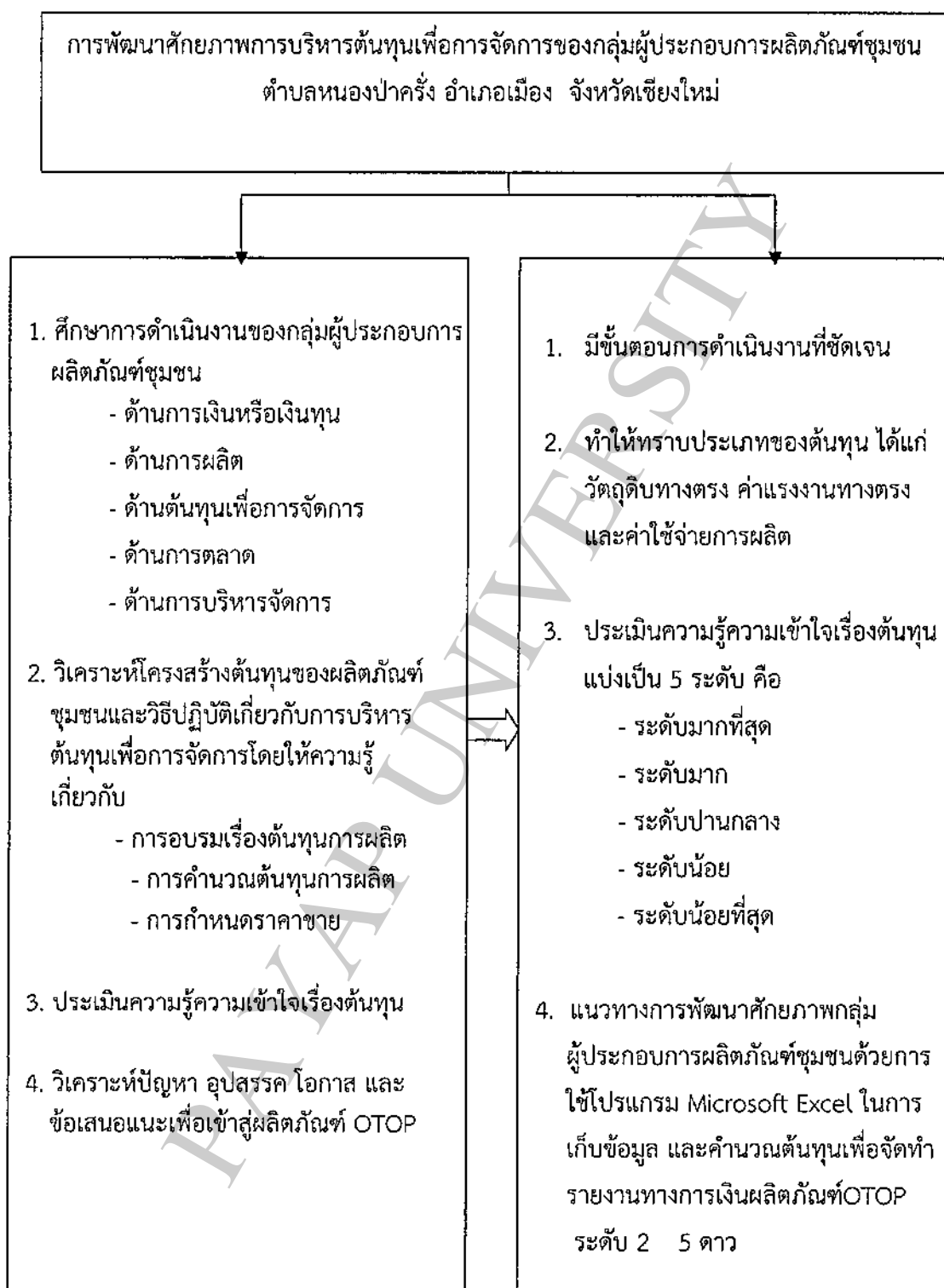
ฉายรุ่ง ไชยกำบัง (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาระบบบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา: เครือข่าย “ฝ้าย ไหม ไม้ โบราณ” จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการธุรกิจชุมชนเครือข่าย “ฝ้าย ไหม ไม้ โบราณ” จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่มทอผ้า 8 กลุ่ม กลุ่มจักสาน 2 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุม การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การดูงาน การใช้แบบสังเกตขั้นตอนการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนใน 4 ประเด็นได้แก่ การผลิต การตลาด การจัดการกลุ่ม การทำบัญชีและการบริหาร การเงิน วิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา พบว่ามีการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ดังนี้ (ก) ด้านการบริหารการตลาด มีกลยุทธ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้โดยการรักษาคุณภาพสม่ำเสมอ และแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ทันสมัย และสินค้ามีเอกลักษณ์ (ข) ด้านการบริหารการผลิต มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการผลิต และจำหน่ายของกลุ่มแล้วนำมาวิเคราะห์ตลาดก่อนทำการวางแผนการผลิต เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอต่อการจำหน่าย ไม่ผลิตสินค้าเพื่อกักตุนไว้ เพราะไม่มีเงินทุนเพียงพอ มีการควบคุมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอยู่เสมอ ทำให้ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) (ค) ด้านการบริหาร การเงินและบัญชี ระดมเงินทุนของสมาชิกโดยการซื้อหุ้น และมีแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุน มีระบบการบริหารเงินทุนหมุนเวียนโดยให้สมาชิกกู้ยืมเงินดอกเบี้ยต่ำ ไปลงทุนผลิตสินค้า จัดสรรรายได้และแบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนี้ กลุ่มสมาชิกเครือข่ายยังได้ จัดทำระบบการเงินและบัญชีที่มีความชัดเจน โปร่งใส การดำเนินงานของโครงการวิจัย ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นสามารถพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนให้มีพื้นฐานที่แข็งแกร่งมากขึ้น

บุษบา อารีย์ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มรายได้โดยใช้เทคนิค บัญชีบริหารของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ เพื่อศึกษาสภาพชุมชน ปัญหา อุปสรรคการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์ วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จเพื่อเพิ่มรายได้โดยใช้ เทคนิคบัญชีบริหารของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์และศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นของเกษตรกรในตำบลเมืองนะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จากการดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสำรวจ สัมภาษณ์ ใช้แบบสอบถาม จัดประชุมและอบรมให้ความรู้วิธีการบันทึกบัญชีครัวเรือนด้านรายรับ-รายจ่ายและวิธีการวัดผลเชิงคุณภาพ (BSC) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อควบคุมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ตอบสนองลูกค้าทันเวลา และต้องการผลตอบแทนที่สูงขึ้น พบว่า ต้นทุนการผลิตสูง และขาดแรงงาน จุดแข็ง คือ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร จุดอ่อน คือ ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูง

ขาดการผลิตอย่างต่อเนื่องและไม่ได้มาตรฐาน ผลิตสินค้าไม่ทันเวลาตามความต้องการของลูกค้า โอกาส คือ กระแสความต้องการปุ๋ยหมักชนิดปั้นเม็ดมีมากขึ้น อุปสรรค คือ ขาดเงินทุนและต้องซื้อต้นข้าวโพดจากพื้นที่อื่น มุมมองด้านการเงิน คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนและไม่มีการจัดทำบัญชีเพื่อรายงานการเงินประจำปี มุมมองด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์มากที่สุด มุมมองด้านกระบวนการภายใน คือ มีระบบการทำงานเป็นทีม แต่ขาดการประเมินและปรับปรุงทัศนคติของคณะกรรมการและสมาชิก มุมมองด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต คือ สมาชิกให้ความร่วมมือในการทำงานด้วยความเต็มใจโดยคาดหวังถึงความสำเร็จ แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน คือ ทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ โดยได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ เรียนรู้วิธีการผลิตช่วยแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีคุณภาพ

สุขุม พรหมเมืองคุณ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ และความต้องการสื่อสารสนเทศด้านเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 330 ตัวอย่าง ได้แก่ หัวหน้าส่วนราชการ ผู้นำชุมชน และประชาชนทั่วไป พบว่า ตัวแปรอาชีพ ระดับรายได้ เพศ วุฒิการศึกษา มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจและความต้องการสื่อสารสนเทศด้านเศรษฐกิจพอเพียงที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 7 กรอบแนวคิดการวิจัย