

การผลิตและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร
ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



นายชวพงษ์ น้อยสุข

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE PRODUCTION AND COST OF HERBAL SOAP
IN ONE TAMBON ONE PRODUCT PROJECT (OTOP)

Mr. Chawapong Nuisuk



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics Program in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

| | |
|-------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | การผลิตและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ |
| โดย | นายชวพงษ์ น้อยสุข |
| สาขาวิชา | เศรษฐศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | รองศาสตราจารย์ ดร.นวลน้อย ตีร์รัตน์ |

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต



..... คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.โสติธิร มัลลิกะมาส)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.นวลน้อย ตีร์รัตน์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรเวศม์ สุวรรณระดา)

ชวงษ์ น้อยสุข: การผลิตและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. (PRODUCTION AND COST OF HERBAL SOAP IN ONE TAMBON ONE PRODUCT PROJECT) อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.นวลน้อย ตริรัตน์ , 168 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการผลิต สมการการผลิตและต้นทุนจากการผลิต รวมทั้งวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคในการผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยทำการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ 33 ราย เพื่อศึกษาถึงการผลิตและสมการการผลิตของผู้ผลิตสบู่ก้อน 19 ราย และสบู่เหลว 23 ราย ทางด้านต้นทุน ศึกษาเฉพาะผู้ผลิตในจังหวัดนครศรีธรรมราช 5 ราย แบ่งเป็นผู้ผลิตสบู่ก้อน 3 ราย และสบู่เหลว 3 ราย โดยใช้สมการการผลิตแบบคอบบ์ดักลาส

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสบู่สมุนไพรส่วนใหญ่เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้านทำการผลิตสบู่เป็นอาชีพเสริม อาชีพหลักคือเกษตรกร ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสบู่สมุนไพร คือ คุณภาพสินค้าต่ำ ขาดความรู้ทางด้านการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายมีน้อย

เมื่อวิเคราะห์สมการการผลิตพบว่า ถ้าเพิ่มปัจจัยทุน 1 บาท หรือเพิ่มชั่วโมงแรงงานขึ้น 1 ชั่วโมงจะผลิตสบู่ก้อนได้เพิ่มขึ้น 0.00471 และ 0.75664 กิโลกรัม ตามลำดับ ผลผลิตภาพของแรงงานเฉลี่ยในการผลิตสบู่ก้อนคือ 0.911231 กิโลกรัมต่อชั่วโมง ในส่วนของสบู่เหลว ปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญในการเพิ่มปริมาณสบู่ปัจจัยทุนและแรงงาน ถ้าเพิ่มปัจจัยทุน 1 บาท หรือเพิ่มชั่วโมงแรงงานขึ้น 1 ชั่วโมงจะผลิตสบู่ก้อนได้เพิ่มขึ้น 0.01117 และ 1.74142 ลิตร ตามลำดับ ผลผลิตภาพของแรงงานเฉลี่ยในการผลิตสบู่เหลวคือ 1.29395 ลิตรต่อชั่วโมง



ในด้านต้นทุน พบว่าต้นทุนการผลิตสบู่ก้อนและสบู่เหลวมีสัดส่วนของปัจจัยแปรผันมากกว่าปัจจัยคงที่ ทั้งนี้มาจาก ค่าสารเคมี ค่าบรรจุภัณฑ์ และต้นทุนทางการตลาด ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบแตกต่างกันไป โดยปัจจัยที่ได้เปรียบประกอบด้วย ขนาดการผลิตที่ใหญ่ ปัจจัยการผลิตมีราคาถูก และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์..... ลายมือชื่อนิสิต.....ชวงษ์ น้อยสุข.....
ปีการศึกษา.....2549..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....han.....

4685558629 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD: HERBAL SOAP / PRODUCTION FUNCTION / COST OF PRODUCTION / OTOP

CHAWAPONG NUISUK : (THE PRODUCTION AND COST OF HERBAL SOAP IN ONE
TAMBON ONE PRODUCT PROJECT (OTOP)). THESIS ADVISOR :
ASSOC.PROF.NUALNOI TREERAT, 168 pp.

This study aims to analyze the production function and the production cost, as well as identify the problems and obstacles in the herbal soap business in one tambon one product project. For estimating Cobb Douglas's production function, data was collected by conducting survey from the 33 herbal soap producers; 19 samples for bar soap and 23 samples for liquid soaps. For the case study of the production cost, 5 samples in Nakhonsrithammarat province were investigated.

The study shows that the groups of samples of the herbal soap producers produce the herbal soap for their part time job and their main jobs are in the agriculture. The problems and obstacles of this business are the low quality, lack of knowledge in marketing and less distribution channel.

For the production function of bar soap, the marginal products of capital and labor are 0.00471 and 0.75664 respectively. The productivity of labor is 0.911231 kilogram/hour. In the production of liquid soap, the marginal products of capital and labor are 0.01117 and 1.74142 respectively. The productivity of labor is 1.29395 liter/hour.

For the cost analysis of bar soap and liquid, the variable costs of bar soap and liquid soap are higher than the fixed costs. The main variable costs are chemical, packaging and marketing cost. Each producer has the different advantages and disadvantages. The advantage factors are large scale production, cheap raw materials, as well as their experiences in the business.

Field of study.....ECONOMICS..... Student's signature..... CHAWAPONG NUISUK
Academic year.....2006..... Advisor's signature..... N. Treerat

กิตติกรรมประกาศ

การเขียนวิทยานิพนธ์ถือเป็นก้าวสำคัญก้าวหนึ่งของการทำวิจัยสำหรับผู้เขียน และก้าว
อย่างที่สำคัญนี้คงจะไม่อาจเกิดขึ้นและสำเร็จลงได้หากปราศจากความช่วยเหลือของบุคคล
มากมาย

ขอขอบคุณ รศ.ดร. นवलน้อย ตีร์รัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งเป็นผู้จุดประกาย
และแนวคิดให้กับผู้เขียน รวมถึงยังได้ให้คำแนะนำที่มีคุณค่าอย่างยิ่งระหว่างการทำงานชิ้นนี้

ขอขอบคุณ รศ.ดร. กนกศักดิ์ แก้วเทพ รศ.ดร. ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ ผศ.ดร. วรเวชม์
สุวรรณระดา ทั้งในฐานะที่เป็นครูอาจารย์ผู้มอบความรู้และแรงบันดาลใจ และทั้งในฐานะ
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาเสียสละเวลาอ่านงานชิ้นนี้ให้ผู้เขียน

ต้องขอบคุณอย่างยิ่งกับครอบครัวและบุคคลอันเป็นที่รักของผู้เขียนที่เป็นผู้ให้การ
สนับสนุนในทุก ๆ ด้านตลอดระยะเวลาของการศึกษาและการเขียนวิทยานิพนธ์

และท้ายที่สุดต้องขอขอบคุณเจ้าของผลงานทุกชิ้นที่ผู้เขียนได้อ้างอิงถึงในงานวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ฅ |
| สารบัญรูปภาพ..... | ฎ |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 6 |
| 1.3 ขอบเขตของการวิจัย..... | 6 |
| 1.4 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 7 |
| 1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 8 |
| 1.6 แหล่งที่มาของข้อมูล..... | 9 |
| 1.7 วรรณกรรมปริทัศน์..... | 10 |
| 1.8 คำจำกัดความ..... | 19 |
| 1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 20 |
| บทที่ 2 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และและโครงการพัฒนาชุมชนอื่นๆ..... | 21 |
| 2.1 ภาพรวมของโครงการ OTOP..... | 21 |
| 2.2 ความสอดคล้องของการนำแนวคิดโครงการ OTOP มาใช้ในภาคปฏิบัติ..... | 42 |
| 2.3 โครงการพัฒนาชุมชนอื่นๆ..... | 43 |
| บทที่ 3 ลักษณะการดำเนินการของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์..... | 47 |
| 3.1 การจัดตั้งและการบริหารจัดการวิสาหกิจในโครงการ OTOP..... | 47 |
| 3.2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP..... | 50 |
| 3.3 การผลิตและการจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP..... | 57 |
| 3.4 แหล่งเงินทุน ลักษณะการถือครองสินทรัพย์ถาวรและภาวะหนี้สิน ของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP..... | 59 |

| | |
|--|-----|
| 3.5 ความช่วยเหลือของภาครัฐ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ของวิสาหกิจผู้ผลิตภัณฑท์สบูสมุนไพรในโครงการ OTOP..... | 62 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการการผลิต..... | 64 |
| 4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสมการการผลิต..... | 64 |
| 4.2 รูปแบบสมการการผลิตที่ใช้..... | 70 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิต..... | 72 |
| 4.4 ข้อสังเกตจากผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิต..... | 79 |
| บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ต้นทุน รายได้และกำไร..... | 81 |
| 5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต..... | 81 |
| 5.2 วิธีการคำนวณต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุน จากการผลิตสบูสมุนไพรในโครงการ OTOP..... | 84 |
| 5.3 โครงสร้างต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบูสมุนไพร กรณีศึกษาผู้ผลิต OTOP จำนวน 5 ราย ในจังหวัดนครศรีธรรมราช..... | 89 |
| 5.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบโครงสร้างต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุน จากการผลิตสบูสมุนไพรกรณีศึกษาผู้ผลิต OTOP จำนวน 5 ราย ฯ..... | 124 |
| 5.5 วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจผู้ผลิตสบูสมุนไพรกลุ่มตัวอย่าง 5 ราย ได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ..... | 129 |
| 5.6 ประเด็นค้นพบที่น่าสนใจของวิสาหกิจผู้ผลิตสบูสมุนไพรในโครงการ OTOP..... | 137 |
| บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ..... | 140 |
| 6.1 สรุปผลการวิจัย..... | 140 |
| 6.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย..... | 145 |
| 6.3 ข้อจำกัดในการวิจัยในครั้งนี้..... | 147 |
| 6.4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป..... | 148 |
| รายการอ้างอิง..... | 149 |
| ภาคผนวก..... | 152 |
| ภาคผนวก ก..... | 153 |
| ภาคผนวก ข..... | 159 |
| ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... | 168 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 1.1 ลำดับหมวดรายการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จาก 52,130 รายการ..... | 4 |
| ตารางที่ 1.2 ลำดับในหมวดเคมี เครื่องสำอาง เครื่องห้องน้ำ อุปกรณ์การแพทย์และอนามัย..... | 5 |
| ตารางที่ 2.1 บทบาท ภารกิจของกระทรวง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง..... | 28 |
| ตารางที่ 2.2 งบประมาณของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์..... | 30 |
| ตารางที่ 2.3 สรุปผลการดำเนินโครงการสำรวจและลงทะเบียนวิสาหกิจผู้ผลิตในโครงการฯ..... | 31 |
| ตารางที่ 2.4 เป้าหมายยอดจำหน่ายและผลการจำหน่ายจริงของผลิตภัณฑ์ ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2545 – 2548..... | 33 |
| ตารางที่ 2.5 สถิติการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากงาน OTOP City ปี พ.ศ.2546 – 254..... | 34 |
| ตารางที่ 2.6 ผลการดำเนินงานคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภาค ประจำปี 2546..... | 36 |
| ตารางที่ 2.7 ผลการดำเนินงานคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประจำปี 2547 กับ ปี 2549..... | 36 |
| ตารางที่ 2.8 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภค สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการคิดจะใช้..... | 37 |
| ตารางที่ 2.9 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับความยากง่าย ในการหาซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์..... | 37 |
| ตารางที่ 2.10 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพ และมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์..... | 38 |
| ตารางที่ 2.11 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามการใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น..... | 38 |
| ตารางที่ 2.12 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ..... | 39 |
| ตารางที่ 2.13 ร้อยละของประชาชน จำแนกความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์หรือ การประสบความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นรายภาค..... | 40 |
| ตารางที่ 2.14 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ในการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์..... | 41 |
| ตารางที่ 3.1 วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรจำแนกตามภาคและจำแนกตามการบริหารจัดการ..... | 54 |

| | |
|---|----|
| ตารางที่ 3.2 ระยะเวลาในการจัดตั้งวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร..... | 54 |
| ตารางที่ 3.3 สถานที่ที่วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรใช้ในการผลิต..... | 54 |
| ตารางที่ 3.4 จำนวนสมาชิกของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร..... | 55 |
| ตารางที่ 3.5 จำนวนคนแยกประเภทตามอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของแต่ละอาชีพของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร..... | 55 |
| ตารางที่ 3.6 ช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร..... | 55 |
| ตารางที่ 3.7 ผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์และเกณฑ์การกำหนดราคา..... | 56 |
| ตารางที่ 3.8 รางวัลที่วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรได้รับจากงานคัดสรรสุดยอด ผลิตภัณฑ์ในโครงการฯ..... | 56 |
| ตารางที่ 3.9 วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรที่ได้รับจากงานคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ ในโครงการฯ 3, 4 และ 5 ดาว เปรียบเทียบตามระยะเวลาการจัดตั้ง..... | 56 |
| ตารางที่ 3.10 วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แยกประเภทการผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรและสบู่เหลวสมุนไพร..... | 58 |
| ตารางที่ 3.11 การผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรและการจำหน่ายของ วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ..... | 59 |
| ตารางที่ 3.12 การผลิตสบู่เหลวสมุนไพรและการจำหน่ายของ วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ..... | 59 |
| ตารางที่ 3.13 แหล่งเงินทุนของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการฯ..... | 61 |
| ตารางที่ 3.14 ลักษณะการถือครองที่ดิน อาคาร และเครื่อง/อุปกรณ์ การผลิตของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ..... | 61 |
| ตารางที่ 3.15 ภาวะหนี้สิน ณ วันที่ทำการสัมภาษณ์ของวิสาหกิจ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการฯ..... | 61 |
| ตารางที่ 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.D.) ค่า t-value และระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆในสมการ การผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนของกลุ่มตัวอย่าง..... | 73 |
| ตารางที่ 4.2 ค่าสัมประสิทธิ์ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.D.) ค่า t-value และระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆในสมการ การผลิตสบู่สมุนไพรชนิดเหลวของกลุ่มตัวอย่าง..... | 77 |

| | | |
|--------------|--|-----|
| ตารางที่ 5.1 | ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด กลุ่มสบู่สมุนไพร..... | 118 |
| ตารางที่ 5.2 | ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนของ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่..... | 119 |
| ตารางที่ 5.3 | ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนของ ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด อำเภอปากพนัง..... | 120 |
| ตารางที่ 5.4 | ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดเหลวของ ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด อำเภอปากพนัง..... | 121 |
| ตารางที่ 5.5 | ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดเหลวของ บริษัทสิริยา คอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่..... | 122 |
| ตารางที่ 5.6 | ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดเหลวของ กลุ่มชุมชนแม่บ้านสระไคร อำเภอเฉลิมพระเกียรติ..... | 123 |
| ตารางที่ 5.7 | เปรียบเทียบต้นทุน ราคาจำหน่าย ปริมาณการผลิตต่อเดือน ปริมาณที่ผลิตได้กำไรปกติและกำไรต่อหน่วยของ สบู่ก้อนสมุนไพรโดยปรับหน่วยให้เป็นต่อกรัม..... | 127 |
| ตารางที่ 5.8 | เปรียบเทียบต้นทุน ราคาจำหน่าย ปริมาณการผลิตต่อเดือน ปริมาณที่ผลิตได้กำไรปกติและกำไรต่อหน่วยของ สบู่เหลวสมุนไพรโดยปรับหน่วยให้เป็นต่อมิลลิลิตร..... | 128 |

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายของรัฐบาล
กับ SMEs วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกร.....46

ภาพที่ 3.1 ลักษณะการจัดตั้งและการบริหารจัดการ
ของวิสาหกิจในโครงการ OTOP.....48

ภาพที่ 5.1 ผลของการสนับสนุนของภาครัฐต่ออุปทานและอุปสงค์
ของปริมาณสินค้า OTOP.....136



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

จากการที่ภาครัฐบาลมีนโยบายในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในปี พ.ศ. 2545 เพื่อส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น

แนวคิดในการดำเนินของ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จะเริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นมีอะไรบ้าง หลังจากนั้นก็ทำการพิจารณาว่าตลาดมีความต้องการหรือไม่ โดยทำการสำรวจตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม หรืออาจจะเริ่มจากการพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้าง โดยดูจากท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่า ทั้งภายในประเทศ ตลอดจนต่างประเทศ แล้วทำการผลิตเลียนแบบผลิตภัณฑ์นั้นๆ¹ มีหลายวิสาหกิจผู้ผลิตด้วยกันที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เลียนแบบผลิตภัณฑ์จากชุมชนหรือแหล่งการผลิตอื่นๆอย่างกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร ไวน์พื้นบ้าน สุรากลั่นพื้นบ้าน ฯลฯ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการผลิตและในตัวอย่างรูปแบบของผลิตภัณฑ์เอง ถึงแม้ว่านโยบายของ OTOP มีหลักการคัดค้านผลิตภัณฑ์ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรท้องถิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น แต่การทำการผลิตผลิตภัณฑ์เลียนแบบก็เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาวิสาหกิจผู้ผลิตในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เช่นกัน

มีผู้ผลิตหลายรายได้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ เลียนแบบจากชุมชนหรือแหล่งการผลิตอื่นๆ โดยผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการผลิต เนื่องจากมีหลายปัจจัยหลายด้านที่สนับสนุนให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรเป็นจำนวนมาก เช่น การ

¹ กิตติ ลิ้มสกุล, “แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยมีประชาชนมีส่วนร่วม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product),” <<http://www.thaitambon.com/OTOP/OTOPProcess/ProcessPage1.htm>>, 25 มกราคม 2549.

ประสบความสำเร็จของผู้ผลิตสมุนไพร การผลิตมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก พฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้นในเรื่องการใช้สมุนไพรบำบัด และที่สำคัญการสนับสนุนจากภาครัฐ* เป็นต้น

ปัจจุบันภาพรวมของตลาดสมุนไพรในเมืองไทยตกอยู่ในภาวะการถดถอยที่เพิ่มเฉพาะยอดปริมาณการขาย แต่มูลค่าการจำหน่ายไม่ขยับตัวมากนัก ดังนั้นบรรดาผู้ผลิตสมุนไพรในเมืองไทยหลายรายจึงต่างต้องเร่งปรับกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นตลาดภายในประเทศ รวมถึงการหันไปขยายตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเพื่อทดแทนตลาดภายในประเทศที่มีแนวโน้มทรงตัว ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สินค้าสมุนไพรของไทยในตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเติบโตค่อนข้างดี โดยในช่วง 2545-2547 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 22 ต่อปี และคาดว่าในปี 2549 มูลค่าการส่งออกสมุนไพรของไทยในตลาดต่างประเทศก็น่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นด้วยอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 23-25 ส่วนในปี 2550 นั้น คาดว่า สินค้าของไทยในตลาดโลกน่าจะสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อีกด้วยอัตราการเติบโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ตามความต้องการในตลาดโลกที่ยังคงมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจุบันสินค้าผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของไทยเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับในระดับสากลค่อนข้างสูงมาก ผู้ผลิตสมุนไพรไทยจึงควรอาศัยส่วนผสมธรรมชาติเป็นจุดแข็งในการแข่งขัน แต่ขณะเดียวกันสินค้าสมุนไพรของไทยยังต้องเผชิญกับคู่แข่งที่มีการปรับตัวและพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องด้วย อีกทั้งการผลิตสมุนไพรได้แบรนด์เนมของไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมที่มีการใช้แรงงานคนเป็นหลัก จึงทำให้ปริมาณและคุณภาพของสินค้ายังไม่แน่นอน²

ทั้งนี้วิสาหกิจผู้ผลิตที่ทำการผลิตสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในกลุ่มประเภทสมุนไพร ได้รับความนิยมนำการผลิตเป็นจำนวนมาก จากการแบ่งหมวดประเภทของผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แบ่งเป็น 16 หมวด จากทั้งหมด 52,130 รายการสินค้า ในส่วนของหมวดเคมี เครื่องสำอาง เครื่องห้องน้ำ อุปกรณ์การแพทย์และอนามัย (สมุนไพรจัดอยู่ในหมวด

* ทั้งนี้ในชุมชนส่วนหนึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตอยู่แล้ว จะมีบางหมู่บ้านเท่านั้นที่ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ซึ่งเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลท้องถิ่นมีส่วนรับผิดชอบในโครงการ จะเป็นผู้เข้ามาให้ความรู้ในการนำทรัพยากรหรือสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ โดยสมุนไพร งามสมุนไพร ฯลฯ เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นเข้ามาให้ความรู้ในด้านการผลิต หน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก คือ กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ทำการฝึกอบรมให้ชุมชนนั้นๆ

² ศูนย์วิจัยกิจการ, “สมุนไพร 2550 : เร่งบุกตลาดนอก เน้นตลาดใหม่ ทดแทนตลาดในทรงตัว,”

ประเภทนี้) มีจำนวนทั้งสิ้น 3,273 รายการ ซึ่งถือเป็นอันดับ 3 จากหมวดสินค้าทั้งหมดที่ทำการผลิตในสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (ตารางที่ 1.1) และในหมวดหมวดเคมี เครื่องสำอาง เครื่องห้องน้ำ อุปกรณ์การแพทย์และอนามัย ยังมีการแบ่งแยกย่อยประเภทออกเป็น 12 ประเภท โดยในกลุ่มรายการสินค้าสมุนไพร พืชสมุนไพรและยาหม่อง (สบู่สมุนไพรจัดอยู่ในรายการสินค้านี้) มีการผลิตมากเป็นลำดับที่หนึ่ง มีจำนวน 1,368 รายการ จากจำนวนทั้งสิ้น 3,273 รายการ* (ตารางที่ 1.2)

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่สมุนไพรนั้นมีวิสาหกิจผู้ผลิตในโครงการฯนิยมทำการผลิตเป็นจำนวนมาก และสินค้าประเภทดังกล่าวของแต่ละวิสาหกิจผู้ผลิตในโครงการฯมีความคล้ายคลึงกันเป็นอันมาก เช่น ประเภทสบู่ที่คล้ายกัน (สบู่มะขาม, สบู่ขมิ้น) เป็นต้น หากเทียบกับหมวดสินค้าประเภทอื่น เช่น หมวดของขวัญ ของตกแต่ง และ หัตถกรรม หมวดอาหาร ซึ่งมีการผลิตเป็นจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ในสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แต่ทว่าในหมวดสินค้านี้มีความแตกต่างกัน สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ดังนั้นความคล้ายคลึงกันของสินค้าสบู่สมุนไพรในโครงการจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาศึกษาถึงการผลิตและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ยังรวมการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร เพื่อเป็นประโยชน์แก่วิสาหกิจผู้ผลิตและรัฐบาลในการออกนโยบายส่งเสริมเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่สมุนไพรต่อไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* ข้อมูลจากเว็บไซต์ <http://www.thaitambon.com> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2549 โดยเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นเว็บไซต์ที่ทำการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ สินค้าวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และยังเป็นช่องทางจัดจำหน่ายทางหนึ่งในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ในโครงการให้เป็นที่รู้จัก

ตารางที่ 1.1 ลำดับหมวดรายการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จาก 52,130 รายการ

| ลำดับ | แบ่งประเภทหมวดของผลิตภัณฑ์ | รายละเอียดของแต่ละประเภท | จำนวนรายการ |
|-------|---|--|-------------|
| 1 | ของขวัญ ของตกแต่ง และ หัตถกรรม | หัตถกรรม หนังสือประดิษฐ์/ทำเทียม จักรสาน เครื่องปั้นดินเผา เซรามิค ผ้าทอ | 32,289 |
| 2 | อาหาร | เครื่องดื่ม เครื่องปรุง ผลไม้ อาหารว่าง ขนมต่างๆ อาหารแปรรูป | 10,544 |
| 3 | เคมี เครื่องสำอาง เครื่องห้องน้ำ อุปกรณ์การแพทย์และอนามัย | ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ปู่ยต่างๆ สบุน้ำ, พิมเสน, ยาหม่อง แชมพู, สบู่ | 3,273 |
| 4 | ผลิตผลทางการเกษตร | ผลไม้/ผักต่างๆ ไม้ดอกไม้ประดับ ข้าวสาร ยางพารา ใบชา ปศุสัตว์ ประมง | 2,323 |
| 5 | เครื่องหนัง/ พิวซีซี/ รองเท้า/ อุปกรณ์ท่องเที่ยว และกีฬา | กระเป๋า/ถุง ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์เครื่องกีฬา | 953 |
| 6 | ผลิตภัณฑ์ผ้า/ เครื่องแต่งกาย/ แฟชั่น | ผลิตภัณฑ์ผ้า เครื่องแต่งกาย ฯลฯ | 885 |
| 7 | อัญมณี/ เพชรพลอย | อัญมณีเพชรพลอยต่างๆ เครื่องประดับ ฯลฯ | 705 |
| 8 | เฟอร์นิเจอร์ | เฟอร์นิเจอร์ไม้ ไม้สัก เฟอร์นิเจอร์หนัง ฯลฯ | 464 |
| 9 | ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน | ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว | 409 |
| 10 | ของเล่นและเกมส์ | ตุ๊กตา เกมส์ต่างๆ ของเล่น | 223 |
| 11 | อุปกรณ์สำนักงาน/เครื่องเขียน/อาหารสัตว์/อื่นๆ | อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องเขียน เครื่องดนตรี | 177 |
| 12 | การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ | กระดาษ สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ | 30 |
| 13 | การให้บริการ | แพทย์แผนไทย บริการด้านที่พัก ฯลฯ | 21 |
| 14 | อุปกรณ์การก่อสร้าง/วัสดุต่างๆ | ไม้ไผ่ ไม้สัก ไม้ประดู่ แกะสลักลายไม้ ฯลฯ | 19 |
| 15 | อิเล็กทรอนิกส์, ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ | ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า วงจรไฟฟ้า ฯลฯ | 12 |
| 16 | รถยนต์/ชิ้นส่วน/เครื่องจักร/อุปกรณ์ | ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องจักรรถยนต์ เครื่องจักรกลการเกษตร | 1 |

ที่มา : เว็บไซต์ <http://www.thaitambon.com> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2549

ตารางที่ 1.2 ลำดับในหมวดเคมี เครื่องสำอาง เครื่องห้องน้ำ อุปกรณ์การแพทย์และอนามัย

| ลำดับ | รายการสินค้า | จำนวนรายการ |
|-------|--|-------------|
| 1 | สมุนไพร พืชสมุนไพร ยาหม่อง (Other Medical) | 1368 |
| 2 | สบู่ แชมพู (Soap Shampoo) | 726 |
| 3 | ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (Cleaning/Washing) | 362 |
| 4 | เครื่องสำอาง และ น้ำหอม (Cosmetic & Perfume) | 300 |
| 5 | เครื่องใช้ห้องน้ำ (Toiletries) | 298 |
| 6 | ปุ๋ยต่างๆ (Fertilizers) | 138 |
| 7 | เครื่องใช้เคมีในบ้าน (Household Chemicals) | 30 |
| 8 | เครื่องอนามัย (Hygiene) | 25 |
| 9 | จุลินทรีย์ชีวภาพ (Bio Technologies) | 23 |
| 10 | ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ (Medical & Hospital Products) | 3 |
| 11 | เครื่องใช้ในเครื่องบิน/โรงแรม | 0 |
| 12 | ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก (Baby Products) | 0 |

ที่มา : เว็บไซต์ <http://www.thaitambon.com> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2549

หมายเหตุ: การคัดสรรสุดยอดสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แยกประเภทของสินค้าดังนี้

- 1) อาหาร
- 2) เครื่องดื่ม
- 3) ผ้าและเครื่องแต่งกาย
- 4) เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
- 5) ศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก
- 6) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสมการการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างต้นทุน ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.2.4 เพื่อศึกษาถึงนโยบายและมาตรการของภาครัฐในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจผู้ผลิตในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP ที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1.3.2 สมุนไพรที่ทำการศึกษาทางด้านการผลิตนั้นเป็นสมุนไพรชนิดก้อนและสมุนไพรชนิดเหลว ไม่รวมผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดอื่น เช่น ยาสระผม ครีมนวดผม เป็นต้น และผู้ก่อนที่ทำการศึกษาไม่รวมถึงผู้ก่อนกลีเซอรอลในใส

1.3.3 วิสาหกิจผู้ผลิตที่ทำการผลิตสมุนไพรในโครงการฯ ที่ได้ทำการศึกษามีทั้งหมด 33 ราย ศึกษาในช่วง เดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2549

1.3.4 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาถึงโครงสร้างต้นทุน รายได้และกำไรในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 ราย ดังนี้

- ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มิ่งคุณกลุ่มสมุนไพร (บ้านคีรีวง) อำเภอลานสกา
- กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา อำเภอปากพนัง
- บริษัทสิริยาคอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่
- กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

1.3.5 ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตสับผสมนไพร โดยใช้สมการการผลิตแบบคอบบ์ดักลาส (Cobb-Douglas Production Function) และวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนจากการผลิต ทั้งนี้จะคำนึงถึงเฉพาะต้นทุนในระยะสั้นเท่านั้น

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ในระยะแรกได้ทำการศึกษาแนวคิด นโยบายและแนวทางการดำเนินการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งและนโยบายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันก็ทำการศึกษาการผลิต (เทคโนโลยี) และขั้นตอนการผลิตสับผสมนไพร จากหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ต่างๆที่สามารถหาได้ในปัจจุบัน

ในระยะต่อมา เมื่อพอเข้าใจถึงภาพรวมการผลิตสับผสมนไพรพอสมควรแล้ว ก็ออกพื้นที่สำรวจเบื้องต้น เพื่อนำข้อมูลมาออกแบบสอบถาม หลังจากทีออกแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำการทดสอบแบบสอบถาม เพื่อปรับปรุงแก้ไขและออกพื้นที่อีกครั้งเพื่อเก็บข้อมูลจริง การสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจะเน้นไปที่แบบแผนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการผลิต ส่วนด้านต้นทุนการผลิตสำรวจเฉพาะกลุ่มที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์สับในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 ราย

ต่อมาก็นำข้อมูลที่ได้ออกแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยการประมาณสมการการผลิตสับผสมนไพรสับก่อนและสับเหลว และทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี Multiple Regression Analysis โดยใช้วิธี Least Square Method แล้วทำการทดสอบค่าทางสถิติและ Goodness of Fit

นอกจากนี้ยังนำข้อมูลในส่วนนี้มาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากหนังสือและวารสาร มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในส่วนการผลิต รายได้และต้นทุนการผลิต และปัญหาและอุปสรรคในการผลิตสับผสมนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นำข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดทำการประมวลผล และเขียนเป็นวิทยานิพนธ์ส่ง

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นมา 1 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยนำแบบอย่างการทำแบบสอบถามจากการสำรวจการประกอบอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมการผลิตขนาดเล็ก พ.ศ. 2547 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบกับส่วนที่ผู้วิจัยเองสร้างขึ้น เพื่อนำไปใช้สัมภาษณ์วิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างแบบสอบถามสามารถดูได้จากภาคผนวก ก ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งของกลุ่มวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ เวลาที่สถานประกอบการนี้ทำการดำเนินกิจการ จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ลักษณะอาชีพของสมาชิกในกลุ่ม รายได้ที่เป็นตัวเงินของสมาชิกในกลุ่ม สินค้าที่ทำการผลิตทั้งหมด การจัดจำหน่าย การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และสินค้าของกลุ่มเคยได้รับรางวัลในโครงการคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต ต้นทุนการผลิตและการจำหน่ายสมุนไพร ประกอบไปด้วยประเภทของสมุนไพรที่ทำการผลิต จำนวนวันที่ทำการผลิตในแต่ละเดือน ปริมาตรสมุนไพร 1 หน่วย ราคาขาย 1 หน่วย การผลิตสมุนไพรในหนึ่งครั้งการผลิต จำนวนและราคาของปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการผลิต แรงงานที่ใช้ในการผลิตและค่าตอบแทนแรงงาน อุปกรณ์ เครื่องใช้และเครื่องจักรในการผลิต และค่าใช้จ่ายต่างๆ

ส่วนที่ 3 แหล่งเงินทุนและ สินทรัพย์ถาวร ประกอบไปด้วย แหล่งเงินทุนที่ทางกลุ่มหรือสถานประกอบการได้ใช้ในการลงทุน สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ประกอบกิจการ ณ วันสัมภาษณ์

ส่วนที่ 4 ภาวะหนี้สินของกิจการของกิจการและเหตุผลหลักของการกู้ยืมเพื่อใช้ในการประกอบกิจการ

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ การดำเนินการตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.6 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาศมการการผลิตและโครงสร้างต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการศึกษาดูเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณ ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูลมีดังนี้

1.6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในบางพื้นที่ และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และโทรศัพท์เพื่อสอบถามข้อมูล รวมทั้งจากการสัมภาษณ์บุคคลในชุมชนที่ทำการศึกษ เพื่อให้ทราบข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่องานศึกษาในครั้งนี้

1.6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากหนังสือวารสาร วิทยานิพนธ์ เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลต่างๆเหล่านี้ได้มาจาก

- ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- บทความหรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- Web site ใน Internet

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.7 วรรณกรรมปริทัศน์

จากการศึกษาวรรณกรรมปริทัศน์ในครั้งนี้ได้พิจารณาถึงการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการศึกษาบนพื้นฐานแนวคิดต่อไปนี้

1.7.1. ปรัชญาและแนวคิดโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

จากแนวทางการพัฒนาท้องถิ่น โดยประชาชนมีส่วนร่วม “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product)³ ขบวนการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล พร้อมๆกับการเพิ่มศักยภาพท้องถิ่น

ขบวนการนี้ต้องการที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลก เสริมกับการตลาดในประเทศ

การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แต่ละท้องถิ่นผลิตขึ้นให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีการจัดการทางด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถเพิ่มรายรายได้ให้ชุมชนนั้นๆได้ทางหนึ่ง

คนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจให้คำแนะนำ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีจุดประสงค์ไปในทางเดียวกัน จึงจะสามารถทำให้ความคิดนั้นๆสำเร็จได้ สิ่งที่มีมองเห็นได้ชัดคือการคิดค้น และการสร้างผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม สิ่งที่มีมองไม่เห็นคือ พลังของความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นซึ่งจะเกิดความเชื่อมั่นซึ่งกันและกันนั่นเอง

³ กิตติ ลิ้มสกุล, “แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยมีประชาชนมีส่วนร่วม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product),” <<http://www.thaitambon.com/OTOP/OTOPProcess/ProcessPage1.htm>>, 25 มกราคม 2549.

* ผลิตภัณฑ์ เป็นคำกว้างๆหมายถึง ผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมต่างๆ อาทิ การรักษาสัตว์เลี้ยง การแสดงศิลปะ การนำเสนอประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ต่อไปสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น อยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้น รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน

แนวทางการพัฒนานี้จึงเป็นแนวทางการส่งเสริม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหาร การจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

มีหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ (1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (2) พึ่งตนเองและคิดสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น (3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้สู้ชีวิตด้วยความทำทนายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

จากแนวคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าแนวทางการคิดค้นสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นมาเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นๆ มาใช้เป็นปัจจัยในการผลิต รวมทั้งความถนัดและความชำนาญในการผลิตสินค้าของคนในท้องถิ่น ซึ่งฐานแนวคิดนี้ ตรงกับแนวคิดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)⁴ คือความได้เปรียบในการผลิตสินค้า เช่น ความได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิต (วัตถุดิบที่มีราคาต่ำกว่า

⁴ Dominick Salvatore, *International Economics*, 7th (New York: John Wiley & Son, 2001), p. 33.

แรงงานที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสูงกว่า เป็นต้น) เมื่อเทียบกับกลุ่มหรือชุมชนอื่นๆ ที่ทำการผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน

ขั้นตอนการเปิดตัวแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” สู่การปฏิบัติ มีขั้นตอนดังนี้

- **ขั้นที่ 1** ขั้นตอนการพัฒนา คือ ขั้นตอนการประสัมพันธ์และสร้างกระแสให้คนในชุมชนต้องการที่จะทำการผลิตสินค้าในโครงการ OTOP ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรม ฝึกอบรมและ การสะสมประสบการณ์
- **ขั้นที่ 2** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นมีอะไรบ้างหลังจากนั้นก็ทำการพิจารณาว่า ตลาดมีความต้องการหรือไม่โดยทำการสำรวจตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้าง อาจดูจากท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่าทั้งภายในประเทศตลอดจนต่างประเทศ โดยการทำการผลิตเลียนแบบ ในขั้นนี้มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อเป็นรวบรวมผลงานวิจัยด้านเทคนิคการผลิต การฝึกอบรม การแนะแนวตลอดจนข้อมูลข่าวสาร
- **ขั้นที่ 3** การกระจายสินค้า ในด้านนี้หน่วยงานในระดับต่างๆจะเป็นผู้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ช่วยหาตลาดและทำวิจัยตลาด รวมทั้งการหาช่องทางการจัดจำหน่าย

1.7.2 งานวิจัยเกี่ยวกับโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ⁵ ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ศึกษาการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์ต่อส่วนประสมทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และเปรียบเทียบความแตกต่างในการ

⁵ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้,” วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 10 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2547): 175-187.

ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีปริมาณการซื้อสินค้าแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าโดยซื้อสินค้าประเภทอาหารและการแปรรูปมากที่สุด สำหรับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก โดยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญกับการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด และ ผู้บริโภคที่มีปริมาณการซื้อสินค้าแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน

จากงานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่าส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญของสินค้า OTOP คือ ราคา (Price) และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ดังนั้น หากต้องการพัฒนา ด้านการตลาดของสินค้า OTOP ต้องมุ่งเน้นที่สองปัจจัยนี้ แต่อย่างไรก็ตามสองปัจจัยที่เหลือคือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และผลิตภัณฑ์ (Product) ก็มีความสำคัญในระดับปานกลาง

วรกันต์ จารุพัฒน์⁶ ได้ทำการศึกษาถึงการวัดประสิทธิภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชุมชนสินค้าผ้าพื้นเมืองในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยศึกษาวิวัฒนาการของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เปรียบเทียบลักษณะการจัดตั้ง และการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในโครงการระหว่าง วิสาหกิจที่จัดตั้งและบริหารจัดการโดยชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งและบริหารจัดการโดยบุคคลหรือนายทุน และเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพ ปัญหา และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนสินค้าผ้าพื้นเมืองในโครงการ โดยใช้แบบจำลอง Stochastic Frontier ประมาณค่าแบบจำลองแบบ Maximum Likelihood Estimation (MLE) ซึ่งอยู่ในรูปแบบของฟังก์ชันแบบ Cobb - Douglas Production Function กำหนดการแจกแจงของข้อมูลเป็นลักษณะ Truncated Normal Distribution โดยข้อมูล Cross – Sectional ผลการศึกษาพบว่าทั้ง 2 มีความแตกต่างกันในประสิทธิภาพการผลิต โดยที่วิสาหกิจชุมชนที่ชาวบ้านร่วมกันจัดตั้งและบริหารจัดการมีประสิทธิภาพน้อยกว่าวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งและบริหารจัดการโดยบุคคลหรือนายทุน ซึ่งวัดจากเทคนิคการผลิตโดยเฉลี่ย (Mean Efficiency) ของชาวบ้านมีค่า 0.6814 และบุคคลหรือนายทุนมีค่าเท่ากับ 0.7478 ส่วนประสิทธิภาพการบริหารจัดการหรือการประกอบธุรกิจวัดจากอัตราส่วนกำไรต่อต้นทุนรวมซึ่งชาวบ้านมีค่าเท่ากับ 0.4042 ส่วนบุคคลหรือ

⁶ วรกันต์ จารุพัฒน์, “การวัดประสิทธิภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชุมชนสินค้าผ้าพื้นเมืองในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546)

นายทุนมีค่าเท่ากับ 0.6677 ซึ่งแตกต่างกัน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งและบริหารจัดการ โดยชาวบ้านไม่มีความรู้ในการประกอบธุรกิจหรือไม่มีความเป็นผู้ประกอบการ ทำให้การพัฒนาการสร้างผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้เป็นไปได้ลำบาก

งานศึกษาชิ้นนี้เป็นข้อมูลที่สำคัญในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนที่มี ลักษณะการบริหารจัดการแตกต่างกัน เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิต แต่การ วิจัยในครั้งนี้ก็เป็นได้แบ่งวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการฯเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่จด ทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนโดยมีชาวบ้านบริหารจัดการกันเอง (2) กลุ่มที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจ ชุมชนโดยมีบุคคลหรือนายทุนเป็นผู้ทำการบริหารจัดการ และ (3) กลุ่มที่เป็นธุรกิจส่วนบุคคล หรือ SMEs

ประภาส ปิ่นตบแต่งและพญงค์ดี ศษสวส์⁷ ได้ทำการศึกษาประเมินการนโยบายหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยในงานศึกษาชิ้นนี้มุ่งเน้นให้เห็นภาพลักษณะของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าใน โครงการ OTOP ผลประโยชน์ที่เกิดจากโครงการและผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการ รวมทั้งการ ประเมินผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ว่าสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในด้าน การสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนหรือไม่ ซึ่งเป็นการศึกษาโดยใช้แบบสำรวจผู้ผลิตใน โครงการฯจำนวน 164 ราย ในจังหวัดทั้ง 4 ภาค และได้ทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึก สินค้าที่ประสบ ความสำเร็จซึ่งเป็นสินค้า 5 ดาว จำนวน 11 ชนิดในเขตอำเภอหนึ่ง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) กลุ่มองค์กรชาวบ้านที่อาจเรียกว่า “กลุ่มแท้” กล่าวคือมีการจัดตั้งกลุ่มที่ชาวบ้านเป็นเจ้าของ (2) “กลุ่มเทียม” ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขนโยบายของรัฐ และความต้องการรับการสนับสนุนจากรัฐ กล่าวคือ เดิมเคยเป็นกิจการส่วนตัว เมื่อจดทะเบียนหรือได้รับการส่งเสริมให้เป็นกลุ่มจึงยังคงมี ลักษณะเป็นกิจการส่วนตัว เพียงแต่มีการจดทะเบียนเป็นกลุ่มตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ และมี โครงสร้างแบบกลุ่ม (3) กลุ่มที่เป็นธุรกิจส่วนบุคคล หรือ SMEs ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เข้า ร่วมโครงการต้องการเพื่อหาช่องทางในการประชาสัมพันธ์ หรือโอกาสในการเผยแพร่หรือขาย สินค้า ในลักษณะที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือลดต้นทุนด้านการโฆษณา

⁷ ประภาส ปิ่นตบแต่ง และพญงค์ดี ศษสวส์, “รายงานการประเมินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์,” (คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548)

จากการแบ่งกลุ่มตามลักษณะทั้ง 3 ประเภทนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งกลุ่มวิสาหกิจ ผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการเป็น 3 ประเภท เช่นเดียวกับงานวิจัยของประภาส ปิ่นตบแต่งและพยุงค์ คชสวัสดิ์

สกุล สุขสวัสดิ์⁸ ได้ทำการศึกษานำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ กรณีศึกษากลุ่มชุมชนผู้รับบริการในเขตพื้นที่ อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี ได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้ (1) วัตถุประสงค์ของนโยบาย (2) ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (3) กลุ่มชุมชนผู้รับบริการ มีผลสัมฤทธิ์ต่อการนำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติใน 3 ประเด็น (1) การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ (2) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ (3) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการตลาด การศึกษาได้ทำการแบ่งกลุ่มผู้ผลิตออกเป็น 5 ประเภทด้วยกัน คือ (1) กลุ่มชุมชน SMEs (2) กลุ่มชุมชนเข้มแข็ง (3) กลุ่มชุมชนจัดตั้ง (4) กลุ่มชุมชนชั้นนำ และ (5) กลุ่มชุมชนย่อย พบว่า กลุ่มชุมชน SMEs กลุ่มชุมชนเข้มแข็ง และกลุ่มชุมชนจัดตั้ง ได้รับประโยชน์จากโครงการ OTOP ในประเด็น การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายและการตลาด

งานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่า แนวทางการนำนโยบายไปปฏิบัติ เน้นในเรื่องการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายและการตลาดเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นแนวทางในการนำไปวิเคราะห์เรื่องความสอดคล้องของการนำแนวคิดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาใช้ในภาคปฏิบัติ

1.7.3 งานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจสบู่ในประเทศไทย

สุนทร คำบุญเศรษฐี⁹ ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่ของผู้บริโภคกลุ่มแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาสภาพตลาดและการแข่งขันโดยทั่วไปของสินค้าสบู่ในประเทศไทยรวมทั้งปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดสำหรับตัวผลิตภัณฑ์นั้น ผลการศึกษาพบว่า การที่ผู้บริโภคเลือกใช้สบู่ตัวยี่ห้อที่ใช้อยู่ เนื่องจากกลิ่นหอมของสบู่เป็นจุดสำคัญ เหตุรองลงมาก็คือ เนื้อสบู่แข็งไม่ละลาย ส่วนสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาใช้สบู่ยี่ห้อใหม่เพราะเนื้อสบู่ละเอียดและกลิ่นไม่หอม สำหรับการ

⁸ สกุล สุขสวัสดิ์, "การนำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ: กรณีศึกษากลุ่มชุมชนผู้รับบริการในเขตพื้นที่ อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี," (เอกสารวิจัยปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546)

⁹ สุนทร คำบุญเศรษฐี, "การศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่ฟอกตัว ของผู้บริโภคกลุ่ม แม่บ้านในเขต กรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

ตัดสินใจซื้อสบู่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงกลิ่นหอมของสบู่เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชื่อเสียงของตรายี่ห้อและราคาของสบู่ตามลำดับ ส่วนการเลือกตรายี่ห้อและการซื้อ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกและซื้อสบู่ด้วยตัวเอง โดยซื้อจากร้านใกล้บ้านมากที่สุดและจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง ประมาณ 7-12 ก้อน ในด้านตัวผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะชอบสบู่ที่เป็นสีขาวและเป็นน้ำหอมมากที่สุด ในการส่งเสริมการขายส่วนใหญ่จะให้ความสนใจเป็นพิเศษโดยเฉพาะการลดราคาสินค้า

จากการศึกษาดังกล่าวเน้นการศึกษาทางด้านการตลาด ปีที่ทำการศึกษาคือ พ.ศ. 2527 โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไปเมื่อเทียบกับปัจจุบัน แต่ก็สามารถเป็นแนวทาง ประยุกต์ในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการผลิตผลิตภัณฑ์ได้

อภิชาติ ลิลิตการตกุล¹⁰ ศึกษาการลดและขจัดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสบู่ของโรงงานตัวอย่าง ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตของโรงงานคือเวลาการทำงาน ของพนักงานและเครื่องจักรต่ำ รวมทั้งมีปริมาณพัสดุคงคลังในโรงงานมากอันเนื่องมาจากความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต วิธีการในการลดและขจัดความสูญเสียคือ (1) การใช้เทคนิคการวิเคราะห์กรรมวิธีกับกระบวนการการผลิตสบู่ หลังจากนั้นทำการขจัด รวบรวม สับเปลี่ยนหรือทำให้ง่ายกับขั้นตอนต่างๆ เพื่อลดและขจัดความสูญเสียที่เกิดขึ้น (2) การใช้เทคนิคการวิเคราะห์การไหลกับการกระบวนการผลิตสบู่ แล้วทำการจัดตำแหน่งสถานีการผลิตและเส้นทางไหลใหม่ให้เหมาะสม (3) การวิเคราะห์แผนภูมิกิจกรรมเชิงซ้อนของพนักงานผสมสีและกลิ่น เพื่อปรับปรุงการทำงานผสมสีและกลิ่น ผลจากการปรับปรุง คือ (1) พนักงานเพิ่มขึ้น 4.45 % (2) เครื่องจักรทำงานเพิ่มขึ้น 5.76% (3) ปริมาณพัสดุคงคลังเพิ่มขึ้น 3.41% (4) ปริมาณเศษสบู่ที่ต้องนำเข้ากระบวนการแปรรูปใหม่ลดลง (5) ปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น 10.53%

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาการลดและขจัดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสบู่ของโรงงาน โดยใช้ความรู้ในแนววิศวกรรมอุตสาหกรรมมาวิเคราะห์และศึกษา

Siripong Pretthipan¹¹ ได้ทำการศึกษาในเรื่องการเลือกตราสินค้าของสบู่เหลว (Brand Selection of Liquid Soap) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อสบู่เหลวของผู้บริโภค โดยปัจจัยที่

¹⁰ อภิชาติ ลิลิตการตกุล, "การลดและขจัดความสูญเสียในอุตสาหกรรมสบู่," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

¹¹ Siripong Pretthipan, "Brand Selection of Liquid Soap," < <http://se-ed.net/siripong2000/brandname.ppt> >, 2549.

ทำทำการศึกษามีดังนี้ (1) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix); ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด (2) ปัจจัยทางสังคม (Social); ครอบครัวและกลุ่มเพื่อน (3) ลักษณะส่วนบุคคล (Demographic or Personal Characteristic); เพศ สถานะสมรส อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ (4) Subculture; ศาสนาและถิ่นที่อยู่ และ (5) ลักษณะผิวพรรณ โดยตั้งสมมติฐานว่าปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวมีผลต่อการเลือกซื้อและใช้สบู่เหลวตรายี่ห้อใด (Brand Name) และชนิดใด (Type) ได้ทำการศึกษาสบู่ 5 ยี่ห้อ คือ ลักซ์ ไทกนูซี โพรเท็กซ์ ปาล์มโอดีฟและ Johnson's pH 5.5 ซึ่งทั้ง 5 ยี่ห้อนี้มีส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) อยู่ใน 5 อันดับแรกของตลาดสบู่เหลว และยังแบ่งชนิดของสบู่เพื่อการศึกษาเป็น 3 ชนิด ดังนี้ (1) สบู่เหลวเพื่อการบำรุง (2) สบู่เหลวเพื่อป้องกันแบคทีเรีย และ (3) สบู่เหลวสำหรับเด็ก ได้ทำการศึกษาเฉพาะประชากรที่อยู่ในกรุงเทพฯ โดยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรดังกล่าว จำนวนตัวอย่างที่ทำการสุ่ม 384 แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS ด้วย ANOVA และ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในส่วนของผลิตภัณฑ์(Product) มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสบู่เหลวของผู้บริโภค โดยที่สบู่เหลวยี่ห้อลักซ์และปาล์มโอดีฟ มีการเลือกซื้อเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ เนื่องจากมีภาพลักษณ์ของตัวสินค้าที่ดี สินค้าลักษณะน่าสนใจ ในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นที่ดึงดูดน่าสนใจ มีกลิ่นหอม ผสมสารที่ให้ความชุ่มชื้น (Moisturizer) ยับยั้งแบคทีเรีย ไม่มีการระคายเคืองต่อผิว ใช้แล้วผิวไม่แห้งและสามารถล้างออกได้ง่าย ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ แต่ผู้บริโภคในกลุ่มที่ต้องสบู่ที่ยับยั้งแบคทีเรียจะเลือกซื้อสบู่เหลวยี่ห้อโพรเท็กซ์เป็นส่วนใหญ่ซึ่งแตกต่างออกไป ส่วนในด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ก็มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสบู่เหลว ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น ครอบครัวและเพื่อน ไม่มีความสัมพันธ์ในการเลือกซื้อสบู่ ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล ช่วงอายุรายได้ และการศึกษามีความสัมพันธ์ในการเลือกซื้อสบู่เหลวตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยทางด้านศาสนาและถิ่นที่อยู่ไม่มีความสัมพันธ์การเลือกซื้อสบู่เหลว และลักษณะของผิวของผู้บริโภคมีผลต่อการเลือกซื้อสบู่เหลว สบู่เหลวแต่ละยี่ห้อก็มีสบู่เหลวที่ตอบสนองความแตกต่างแต่ละผิวพรรณของผู้บริโภคเช่นกัน การศึกษายังพบอีกว่าความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Royalty) มีแนวโน้มที่ลดลง ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้ามาบริโภคหลากหลายมากขึ้น

การศึกษานี้จึงเป็นประโยชน์ในงานการศึกษาเรื่องการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP เพื่อเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการผลิต และทราบว่าความหลากหลายในตัว

สินค้าสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของบริโภคได้มากขึ้น และจากแนวโน้มที่ลดลงของความจงรักภักดีจึงเป็นโอกาสให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการ OTOP เข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดสมุนไพรมากยิ่งขึ้น

1.7.4 งานวิจัยเกี่ยวกับสมการการผลิต

โดยปิยวรรณ สุขศรี¹² ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์เศรษฐกิจ การผลิตสุราที่บ้านของชุมชนในประเทศไทย กรณีศึกษา การผลิตเหล้าขาวใน จ. เชียงราย และ จ. แพร่ ศึกษาถึงวิวัฒนาการการผลิต แบบแผนการผลิต กรรมวิธีการผลิต (เทคโนโลยี) ในการผลิตเหล้าขาว ศึกษาสมการการผลิตเหล้าขาวที่ผลิตโดยชุมชน รวมทั้งวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการผลิตและจำหน่ายเหล้าขาวโดยชุมชน

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตของเหล้าขาว ทำการศึกษาโดยใช้สมการการผลิตแบบคอบบ์ดักลาส (Cobb-Douglas Production Function) ทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) โดยการประมาณสมการการผลิตเหล้าขาว ทำการประเมินค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี Multiple Regression Analysis โดยใช้วิธี Least Square Method แล้วทำการทดสอบค่าสถิติและ Goodness of Fit และการวิเคราะห์ต้นทุนจากการผลิตเหล้าขาว คำนึงถึงเฉพาะต้นทุนในระยะสั้นเท่านั้น

การวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์การผลิตและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโดยชุมชนกรณีศึกษา จึงนำวิธีการศึกษาของ ปิยวรรณ สุขศรี มาเป็นแนวทางในการศึกษาไม่ว่าจะเป็นการใช้สมการการผลิต โดยใช้สมการการผลิตแบบคอบบ์ดักลาส (Cobb-Douglas Production Function) ซึ่งเป็นสมการที่ใช้อธิบายการผลิตสินค้าทางการเกษตรเช่นเดียวกัน รวมทั้งการวิเคราะห์ต้นทุนจากการผลิตเหล้าขาว คำนึงถึงเฉพาะต้นทุนในระยะสั้นเท่านั้นเช่นกัน ซึ่งนั่นก็เป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของชุมชน เพิ่มศักยภาพของธุรกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

¹²ปิยวรรณ สุขศรี, "การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตสุราขาวที่บ้านของชุมชนในประเทศไทย กรณีศึกษาการผลิตเหล้าขาวในจังหวัดเชียงรายและแพร่," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544)

1.8 คำจำกัดความ

ศัพท์ที่สำคัญที่ควรจะได้ทำความเข้าใจและทราบถึงขอบเขตของคำจำกัดความต่างๆที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือความรู้พื้นฐาน (Folk wisdom) (สัญญา สัญญาภิวัดณ์, 2538:8) หมายถึงแหล่งความคิดทางสังคม กรณีสังคมไทยดูได้จากเรื่องอนามัยสาธารณสุข เช่น ยาสมุนไพร น้ำมันตรี วิถีรักษาโรคด้วยวิธีบีบนวด เป่ากระหม่อม ฟันน้ำมันตรี ความรู้เกี่ยวกับฤดูกาล ดิน ฟ้า อากาศ การหาตาน้ำ ความรู้เกี่ยวกับต้นไม้ พันธุ์ไม้ สัตว์ป่า หิน ดิน น้ำ การเป็นผู้นำของชาวบ้าน เป็นต้น

ชาวบ้าน(Country folk) ในที่นี้หมายถึง ผู้อาศัยอยู่ในชนบท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีฐานะความเป็นอยู่ค่อนข้างยากจน

ชนบท ในที่นี้หมายถึงความถึง พื้นที่ที่อยู่ห่างไกลความเจริญ เป็นพื้นที่ที่อยู่ห่างออกไปจากตัวเมือง หรืออยู่นอกเขตเทศบาลและสุขาภิบาล ผู้ที่อาศัยอยู่ในชนบทนั้นเรียกว่า “ชาวชนบท” หรือ “ชาวบ้าน” มีสภาพความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย

สมุนไพร หมายถึง พืชที่มีสรรพคุณในการรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ การใช้สมุนไพรสำหรับรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ นี้ จะต้องนำเอาสมุนไพรตั้งแต่สองชนิดขึ้นไป มาผสมรวมกันซึ่งจะเรียกว่า “ยา” ในตำรับยานอกจากพืชสมุนไพรแล้วยังอาจประกอบด้วยสัตว์และแร่ธาตุอีกด้วย เราเรียกพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุที่เป็นส่วนประกอบของยานี้ว่า “เภสัชวัตถุ” พืชสมุนไพรบางชนิดเช่น เร่ว กระวาน กานพลู และจันทน์เทศ เป็นต้น เป็นพืชที่มีกลิ่นหอม และมีรสเผ็ดร้อน ใช้เป็นยาสำหรับขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ พืชเหล่านี้ถ้านำมาปรุงอาหาร เราจะเรียกว่า “เครื่องเทศ” ในพระราชบัญญัติยาฉบับที่ 3 ปีพุทธศักราช 2522 ได้แบ่งยาที่ได้จากเภสัชวัตถุนี้ไว้เป็น 2 ประเภทคือ

ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพืชสัตว์แร่ธาตุที่ยังมิได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพ

สบู่ (Soap) หมายถึง สิ่งที่ผลิตขึ้นโดยนำไขมันสัตว์เช่นไขวัว หรือน้ำมันพืชเช่นน้ำมันมะพร้าว

น้ำมันมะกอกไปต้มกับด่างโซเดียมไฮดรอกไซด์ จะได้สบู่แข็ง หรือนำไปต้มกับด่างโพแทสเซียมไฮดรอกไซด์ จะได้สบู่อ่อน ใช้ชำระล้างและซักฟอก

สบู่สมุนไพร หมายถึง สบู่ที่มีสมุนไพรเป็นส่วนผสมในการผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาปัญหาเกี่ยวกับผิว ทำความสะอาด หรือสามารถใช้กลิ่นสมุนไพรในการบำบัดและทำให้ผ่อนคลาย

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนท้องถิ่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.9.1 ทราบถึงสมการการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- 1.9.2 ทราบถึงโครงสร้างต้นทุนการผลิตในการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร
- 1.9.3 ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรโดยชุมชน
- 1.9.4 แนวนโยบายและมาตรการที่ภาครัฐควรสนับสนุนผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และโครงการพัฒนาชุมชนอื่น ๆ

ในบทนี้จะกล่าวถึงภาพรวมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และการวิเคราะห์ถึงความสอดคล้องของการนำแนวคิดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาใช้ในภาคปฏิบัติ และโครงการต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือชุมชน

2.1 ภาพรวมของโครงการ OTOP

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพในการดำเนินการตามนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในส่วนนี้จะประกอบไปด้วย ที่มาของแนวคิด แนวคิดและแนวทางการดำเนินโครงการฯ งบประมาณการดำเนินโครงการฯ และผลการดำเนินโครงการฯ

2.1.1 ที่มาของแนวคิดของโครงการ OTOP

แนวคิดในการดำเนินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีที่มาจาก หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village, One Product Movement) ในจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น โครงการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดโออิตะ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2522 จากความริเริ่มของนายโมริฮิโกะ ฮิรามัทสึ ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ โดยมีปรัชญาในการพึ่งตนเอง (Self-reliance) การใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คนในชุมชน เป็นพัฒนาที่มีจุดเน้น คือการพัฒนาท้องถิ่น (Local Development Emphasized) การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดโออิตะนั้น องค์การปกครองจังหวัดโออิตะ (The Oita Prefecture Government) กระตุ้นให้แต่ละชุมชนค้นหาหรือสร้างสรรค์สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น มะนาว Kaibosulimes เห็ดหอม Shitake Mushroom ปลา Toyonoki Bun Fish เนื้อวัว Bungo Cattle โดยเฉพาะจังหวัดจะให้การสนับสนุนทางเทคนิคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงความ

ช่วยเหลือทางการบริหารจัดการ การตลาดและการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความริเริ่มของชุมชนที่สืบสานจิตวิญญาณของการพึ่งตนเอง¹

ผลการดำเนินงานของโครงการ หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village, One Product Movement) จังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นในช่วง 20 กว่าปีที่ผ่านมาหลังจากเริ่มโครงการพบว่าสินค้าในโครงการได้เพิ่มขึ้นจาก 143 ชนิด เป็น 329 ชนิด เพิ่มขึ้นถึง 2.3 เท่า ส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตรแปรรูป อาหาร งานศิลปหัตถกรรม และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีมูลค่าการขายสูงขึ้นจาก 480 ล้านเยน เป็น 1,300 ล้านเยน เพิ่มขึ้น 2.7 เท่าตัว มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี นอกจากนั้น ยังมีกลุ่มของภาครัฐบาลและผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาดูงานในจังหวัดโออิตะทุกปี การดำเนินโครงการดังกล่าวในจังหวัดโออิตะช่วยนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก และทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทำให้นายฮิรามัทสึ (Mr. Hiramatsu) ได้รับรางวัลรามอนเม็กไซไซ รางวัลโนเบลสาขาสันติภาพของเอเชียด้านการกระจายเศรษฐกิจภูมิภาคและการพัฒนาประเทศในแถบเอเชียในปี 2538 นอกจากนั้นการดำเนินโครงการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังบรรลุวัตถุประสงค์ในการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแบบองค์รวมภายในทวีปเอเชีย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงของประเทศในแถบเอเชียที่สำคัญมาก²

ความสำเร็จในการดำเนินงานของโครงการ หนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น มีประเทศต่างๆให้ความสนใจมาดูงานเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้เข้ากับแต่ละประเทศของตน รวมถึงประเทศไทยที่ได้นำเอาโครงการดังกล่าวมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในประเทศไทยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการดำเนินที่คล้ายคลึงกับจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น แต่ในประเทศไทยมีการดำเนินโครงการทั่วทั้งประเทศ คือแต่ละหมู่บ้านจะต้องมีผลิตภัณฑ์ สินค้า/บริการ อย่างน้อย 1 ชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ สินค้า/บริการหลัก แต่เนื่องจากการเริ่มต้นในบางหมู่บ้านไม่มีศักยภาพในการคิดค้นหรือพัฒนา ผลิตภัณฑ์ สินค้า/บริการที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองได้ จึงอาจจำเป็นต้องลอกเลียนแบบดูการผลิตกุ่ม/ชุมชนที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ สินค้า/บริการในประเทศที่มีอยู่เดิมหรือชุมชนใกล้เคียงที่ประสบความสำเร็จ หรือตามที่หน่วยงานราชการได้แนะแนวทางไว้

¹ อดานัย มากนวล, "การศึกษานโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระดับรากหญ้า ของรัฐบาล พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร," วารสาร "สารัตถคดี" วารสารทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปีที่ 1, ฉบับที่ 1. (มกราคม 2545): 31-46.

² วรกันต์ จารุพัฒน์, "การวัดประสิทธิภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชุมชนสินค้าผ้าพื้นเมืองในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), หน้า 16.

2.1.2 แนวคิดและแนวทางการดำเนินโครงการ OTOP

1) แนวคิดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ขบวนการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่น สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล พร้อมๆกับการเน้นท้องถิ่น (Local Links Global Reaches)

การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่แต่ละท้องถิ่นผลิตขึ้นให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีการจัดการทางด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถเพิ่มรายรายได้ให้ชุมชนนั้นๆได้ทางหนึ่ง คนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจให้คำแนะนำ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีจุดประสงค์ไปในทางเดียวกัน จึงจะสามารถทำให้ความคิดนั้นๆสำเร็จได้ สิ่งที่มองเห็นได้ชัดคือ การคิดค้น และการสร้างผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม สิ่งที่ไม่เห็นคือ พลังของความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นซึ่งจะเกิดความเชื่อมั่นซึ่งกันและกันนั่นเอง แนวการพัฒนาท้องถิ่นนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น อยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้น รวมทั้งการสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน แนวทางการพัฒนานี้จึงเป็นแนวทางการส่งเสริม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

2) แนวทางการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์³

ในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ รัฐบาลได้กำหนดให้มีระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 เพื่อให้มีผู้รับผิดชอบในการวางแผนงานและงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ยังได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการฯ และคณะทำงานขึ้นทำหน้าที่ต่างๆอีกหลายชุดเพื่อทำหน้าที่นำนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท ซึ่งผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติไปสู่การปฏิบัติดังนี้

(1) คณะอนุกรรมการบริหาร มีหน้าที่ประสานการบูรณาการแผนงานและงบประมาณ พัฒนาระบบฐานข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข้อมูล พร้อมเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ประสานความร่วมมือด้านวิชาการ เทคนิค การตลาด และแหล่งเงินทุน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

(2) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต มีหน้าที่ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนส่งเสริมการผลิตและกระบวนการผลิต การสนับสนุนส่งเสริม รวมทั้งการดำเนินการแก้ไขปัญหาอุปสรรค การพัฒนารูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน รวมถึงการประสานงานและติดตามการประเมินผลการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามแผนการส่งเสริมการผลิตและกระบวนการผลิต

(3) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด มีหน้าที่กำหนดแผนการบริหารจัดการด้านการตลาด และจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่จะออกสู่ตลาดกำหนดทิศทางการบูรณาการด้านการตลาดทุกระดับแผนและวิธีดำเนินการส่งเสริมการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ กำหนดแผนการกระจายสินค้า พิจารณาความเหมาะสมของสถานที่จำหน่ายสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน

³ ประภาส ปิ่นตบแต่ง และพยุหศักดิ์ ศุภสวัสดิ์, "รายงานการประเมินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์," (คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), หน้า 12-14.

(4) คณะอนุกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีหน้าที่กำหนดมาตรฐานและผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การกำหนดแผนพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดทำแผนงานและกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

(5) คณะอนุกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค มีหน้าที่ในการดำเนินงานคัดเลือก ตรวจสอบและกลั่นกรองผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลเสนอต่อคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ การจัดทำแผนงานและกิจกรรมการสร้างเสริมความแข็งแกร่งของชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แก้ไขปัญหาอุปสรรคการดำเนินงาน การบูรณาการแผนงาน/งบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน เพื่อสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การประชาสัมพันธ์เพื่อแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิต แนวคิด ปรัชญา เพื่อปลูกจิตสำนึกและสร้างความร่วมมือในการประสานงานติดตามประเมินผลการดำเนินงานของคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด และอำเภอ/กิ่งอำเภอ

(6) คณะอนุกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับจังหวัด มีหน้าที่ในการดำเนินงานคัดเลือก ตรวจสอบและกลั่นกรองผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลเสนอต่อคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาค การจัดทำแผนงานและกิจกรรมการสร้างเสริมความแข็งแกร่งของชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แก้ไขปัญหาอุปสรรคการดำเนินงาน การบูรณาการแผนงาน/งบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน เพื่อสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การประชาสัมพันธ์เพื่อแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิต แนวคิด ปรัชญา จัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่ายของผู้ผลิตประเภทผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายกันได้ในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น เป็นศูนย์กลางประสานงานในจังหวัด ประสานงานติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

(7) คณะอนุกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ หน้าที่ในการดำเนินงานคัดเลือก ตรวจสอบและกลั่นกรองผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลเสนอต่อคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด การจัดทำแผนงานและกิจกรรมการสร้างเสริมความแข็งแกร่งของชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แก้ไขปัญหาอุปสรรคการดำเนินงาน การบูรณาการแผนงาน/งบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชน เพื่อสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การประชาสัมพันธ์เพื่อแพร่ความรู้ความเข้าใจ ส่งเสริมการผลิต การพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจ และตลาดในระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ เชื่อมโยงระดับจังหวัด/ภาค รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ คัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัด และจัดส่งบัญชีผลิตภัณฑ์ของอำเภอ/กิ่งอำเภอ ให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น เป็นศูนย์กลางการประสานงานในการสนับสนุนและส่งเสริมในอำเภอ/กิ่งอำเภอ ประสานงานติดตามประเมินผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในอำเภอ/กิ่งอำเภอ

3) ขั้นตอนการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์⁴

การดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินโครงการ 5 ขั้นตอน พอสรุปได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การเรียนรู้และประชาสัมพันธ์โครงการ: (1) ประชุมทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน (2) ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ปรัชญา (3) แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานจังหวัด/อำเภอ/ตำบล และ (4) กำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินการ หลักการ “บูรณาการ” การทำงาน “พหุภาคี”

ขั้นที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์: (1) คณะทำงานระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด ร่วมจัดประชาคมตำบล ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นในแต่ละท้องถิ่น (2) คัดเลือก/จัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบล

ขั้นที่ 3 การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์: (1) วางแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. มอก. รหัสสากล ฮาลาล (2) สนับสนุนแหล่งเงินทุน (3) ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ (4) วิจัยผลิตภัณฑ์

⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 16-17.

ขั้นที่ 4 การขยายตลาด (กระจายสินค้า): (1) วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายในประเทศ (2) วางแผนการขนส่งจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (3) ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทางสื่อ E-commerce (4) การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก (5) จัดประกวดผลิตภัณฑ์มอบประกาศเกียรติคุณ (6) จัดงานมหกรรมสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” และ (7) วิจัยการตลาด

ขั้นที่ 5 การติดตามประเมินผลโครงการ: (1) กำหนดเกณฑ์ชี้วัด และมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ (2) ติดตามประเมินผล โดยคณะกรรมการจังหวัด/อำเภอ และ (3) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่กล่าวไปข้างต้น ไม่ได้กล่าวถึงการช่วยเหลือในด้านการฝึกอาชีพและแนะแนวทางอาชีพสำหรับกลุ่มชุมชนที่ไม่มีผลิตภัณฑ์เด่นหรือสิ่งที่เป็นจุดเด่นของท้องถิ่น แต่ในทางปฏิบัติจะมีหน่วยงานจากภาครัฐเข้ามาช่วยคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ซึ่งอยู่ในขั้นตอนที่ 2 และในการฝึกอาชีพอาจจะเป็นส่วนสนับสนุนจากโครงการอื่นๆของภาครัฐซึ่งจะกล่าวในหัวข้อถัดไป

จากเอกสารรายงานการประเมินผลมหกรรม “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545) ระบุถึงบทบาทหรือภารกิจของกระทรวงและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 2.1)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.1 บทบาท ภารกิจของกระทรวง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

| บทบาท/ภารกิจ | หน่วยงานหลัก | หน่วยงานสนับสนุน |
|--|--|--|
| 1) การประชาคม ค้นหาผลิตภัณฑ์/ข้อมูลพื้นฐาน การส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม คน/ชุมชน | กระทรวงมหาดไทย (จังหวัด และอำเภอ/ กิ่งอำเภอ) | กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงานฯ |
| 2) การส่งเสริมการผลิต/วัตถุดิบคุณภาพของวัตถุดิบ/การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | กระทรวงเกษตรฯ | กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงศึกษาธิการ |
| 3) กำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ | กระทรวง อุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข | กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงศึกษาธิการ ททท. กระทรวงแรงงานฯ |
| 4) การส่งเสริมการตลาด การจัดหน่ายและการกระจายสินค้า สิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า | กระทรวงพาณิชย์ ภาคเอกชน | กระทรวงต่างประเทศ, ททท. , NECTEC กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงคมนาคม |
| 5) การวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และพัฒนาเทคโนโลยี การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ | กระทรวงวิทยาศาสตร์ ภาคเอกชน | กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข ทบวงมหาวิทยาลัย สภาวิจัยแห่งชาติ, สกว. กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรฯ |

| บทบาท/ภารกิจ | หน่วยงานหลัก | หน่วยงานสนับสนุน |
|---|--|---|
| 6) การประชาสัมพันธ์ | สำนักนายกรัฐมนตรี | กระทรวงต่างประเทศ, ททท. กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย |
| 7) การติดตามและประเมินผล | ภาคเอกชน กระทรวงมหาดไทย สภาพัฒนา | กระทรวงเกษตรฯ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ฯ กระทรวงวิทยาศาสตร์ สภาวิจัยแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุข |
| 8) วิเทศน์สัมพันธ์รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคจากต่างประเทศ ความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน | สำนักนายกรัฐมนตรี | กระทรวงต่างประเทศ กรมวิเทศน์สัมพันธ์ |

ที่มา: คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.1.3 งบประมาณการดำเนินโครงการ OTOP

ในด้านงบประมาณในการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แรกเริ่มมีโครงการในปี 2545 งบประมาณที่รัฐบาลใช้ส่วนใหญ่มาจากงบประมาณปกติของหน่วยงานราชการต่างๆ จากนั้นงบประมาณของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้งบอุดหนุนของกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม⁵

ตารางที่ 2.2 งบประมาณของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

| ปีงบประมาณ | งบประมาณ (บาท) |
|------------|----------------|
| 2546 | 800,000,000 |
| 2547 | 1,500,000,000 |
| 2548 | 1,000,000,000 |
| 2549 | 1,000,000,000 |

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ 2549 ภายใต้งบอุดหนุนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาคงบประมาณ 335,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ (1) เสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพกระบวนการผลิตมาตรฐาน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ งบประมาณ 70,000,000 บาท (2) สนับสนุนส่งเสริมด้านการตลาดและเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันในตลาดโลก งบประมาณ 30,000,000 บาท (3) เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจสู่ความเข้มแข็งของชุมชน งบประมาณ 214,230,000 บาท (4) เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโครงการ งบประมาณ 20,770,000 บาท⁶

⁵ สยามพร ลิ้มไทย, "เส้นทาง OTOP: Local Link Global Reaches ผืนจะเป็นจริงหรือไม่,"

<<http://www.cep.go.th/CLINIC/otopway.doc>>, 22 มกราคม 2549.

⁶ กรมพัฒนาชุมชน, "งบหน้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ2549,"

<http://www.cep.go.th/wcep/modules/admin/download_files/22-08-2006-2Title49.xls>, 5 กรกฎาคม 2549.

2.1.4 ผลการดำเนินโครงการ OTOP

ตามที่รัฐบาลได้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนา/สร้างผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสร้างเป็นอาชีพ สร้างรายได้และเป็นการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ ซึ่งผลของการดำเนินโครงการมีผู้ลงทะเบียนผู้ประกอบการ/ผลิต สินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3 สรุปผลการดำเนินโครงการสำรวจและลงทะเบียนวิสาหกิจผู้ผลิตในโครงการฯ

| จำนวนผู้ลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP (ราย) | | | |
|---|-------|--------------|---|
| ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต OTOP เดิม (ฐานข้อมูล ปี 2547) | | | ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต OTOP ใหม่ (เฉพาะผู้ลงทะเบียนใหม่ ปี 2549) |
| 36,189 | | | 13,763 |
| ลงทะเบียน | | ไม่ลงทะเบียน | |
| 23,506 | | 12,683 | |
| ลักษณะกลุ่ม | | | |
| 1 | 2 | 3 | |
| 14,423 | 8,486 | 597 | |

ที่มา: สืบค้นจากเว็บไซต์ <http://www.cep.go.th/cep_web/sev.htm> สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2549

หมายเหตุ: ในการลงทะเบียนในปี 2549 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้แบ่งลักษณะกลุ่มออกเป็นดังนี้

- 1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัว กันเป็นกลุ่ม ในชุมชน ผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยและสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมกันบริหารจัดการและร่วมรับผลประโยชน์
- 2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่ง ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต (จ้างแรงงาน/ใช้วัตถุดิบ) หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์
- 3) ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัดห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดง ความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนในข้อใดข้อหนึ่งได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต (จ้างแรงงาน/ใช้วัตถุดิบ) หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ หรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์โดยมีสินทรัพย์ที่รวมกันมากกว่า 5 ล้านบาท

ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้ทำการสำรวจและลงทะเบียนผู้ประกอบการและผู้ผลิต ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2 ครั้ง ด้วยกัน คือ ในปี พ.ศ. 2547 และล่าสุดในปี 2549 (สำหรับผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตที่ยังไม่เคยลงทะเบียนเลย)* จากฐานข้อมูลเดิม ในปี 2547 มียอดจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 36,189 ราย ผู้ประกอบการ/ผลิตที่ลงทะเบียนแล้ว 23,506 และที่ยังไม่ลงทะเบียน 12,683 ราย ในส่วนผู้ที่ลงทะเบียนแล้ว สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้แบ่งลักษณะของประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ (1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน (2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ (3) ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยกลุ่มแรกมีจำนวน 14,423 ราย กลุ่มที่สองมีจำนวน 8,486 ราย และกลุ่มที่สามมีจำนวน 597 ราย การลงทะเบียน ในปี 2549 สำหรับผู้ที่ยังไม่เคย ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP เลย มีจำนวนทั้งสิ้น 13,763 ราย และจำนวนผลิตภัณฑ์ในฐานะข้อมูลเดิม ปี 2547 มีจำนวนทั้งสิ้น 49,594 รายการ ที่ได้ทำการลงทะเบียน จำนวนผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ/ผลิตรายใหม่ (ปี 2549) มี 26,626 รายการ

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามีการเพิ่มขึ้นของการลงทะเบียนผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าและจำนวนผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากปี 2547 ถึงปี 2549 แต่ข้อมูลดังกล่าวไม่ได้แสดงว่าผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าในโครงการที่ล้มเลิก ไม่ทำการผลิตหรือเปลี่ยนสินค้าที่เคยผลิตเดิมเป็นสินค้าชนิดใหม่แต่อย่างใด ทั้งนี้ตัวเลขเกี่ยวกับจำนวนของประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าในโครงการที่เพิ่มขึ้น จะนำไปอ้างประกอบเสมอว่าผลของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นในทางที่ดีคือเพิ่มขึ้น

สามารถสรุปผลของการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น ยอดการจำหน่ายสินค้า การคิดสรุยยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลความคิดเห็นของประชาชนทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) การจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ในการประเมินผลความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า ตัวชี้วัดหนึ่งที่สำคัญที่หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องและรัฐบาลใช้อ้างอิงก็คือ การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้น (ตารางที่ 2.4)

* ผลการลงทะเบียน ณ วันที่ 31 พ.ค. 2549

ตารางที่ 2.4 เป้าหมายยอดจำหน่ายและผลการจำหน่ายจริงของผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2545 - 2548

| ปี พ.ศ. | เป้าหมาย | ผลจำหน่าย |
|--|------------------------|------------------------|
| ปี 2545 (ต.ค. 44 – ก.ย. 45) | 10,000 ล้านบาท | 16,700 ล้านบาท |
| ปี 2546 (ต.ค. 45 – ก.ย. 46) | 20,000 ล้านบาท | 33,200 ล้านบาท |
| ปี 2547 (ต.ค. 46 – ก.ย. 47) | 40,000 ล้านบาท | 46,300 ล้านบาท |
| ปี 2548 (ต.ค. 47 – ก.ย. 48) (ข้อมูล 9 เดือน) | 46,000 ล้านบาท | 38,474 ล้านบาท |
| รวมยอดจำหน่าย ปี 2545-2548 | 116,000 ล้านบาท | 134,674 ล้านบาท |
| ● แยกเป็นยอดจำหน่ายภายในประเทศ | ร้อยละ 85.97 | 115,789 ล้านบาท |
| ● ยอดจำหน่ายต่างประเทศ | ร้อยละ 14.03 | 18,885 ล้านบาท |

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ได้มีการประมาณรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – 2548 ประมาณ 116,000 ล้านบาท ในขณะที่รายได้จากการจำหน่ายสินค้าทั้งหมดเป็น 134,674 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 116.0983 ของการประมาณการทั้งหมด ตั้งแต่ พ.ศ. 2545 – 2548 มีการเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – 2547 ยกเว้น ปี 2548 แต่นั่นเป็นเพียงข้อมูลเพียง 9 เดือน หากดูภาพโดยรวมแล้วโครงการนี้จึงมีรายได้ทะลุเป้าอย่างมาก และเป็นตัวเลขที่หยิบไปกล่าวอ้างเสมอ

การจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากงาน OTOP City เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งทางการตลาดที่ภาครัฐได้ให้การสนับสนุน จำนวนยอดจำหน่าย ตั้งแต่ ปี 2546 – 2548 มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามลำดับ ส่วนในปี 2549 มีจำนวนยอดจำหน่ายที่ลดลงอาจเป็นเพราะปัจจัยในหลายด้าน เช่น การคัดเลือกผู้ที่จะมาจำหน่ายสินค้าในงาน OTOP City จะต้องผ่านการคัดสรร (โครงการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์) เป็นต้น

ตารางที่ 2.5 สถิติการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากงาน OTOP City ปี พ.ศ.

2546 - 2549

| ปี พ.ศ. | ยอดจำหน่ายสินค้า (ล้านบาท) |
|---------|----------------------------|
| 2546 | 835 |
| 2547 | 1,138 |
| 2548 | 1,127 |
| 2549 | 359 |

ที่มา: สืบคำจากเว็บไซต์ <http://www.thaitambon.com/OTOP2549/Summary.htm>

อย่างไรก็ดี มีข้อสังเกตเกี่ยวกับตัวเลขการจำหน่ายเหล่านี้ คือ (1) ไม่สามารถระบุที่มาและวิธีการเก็บข้อมูลได้อย่างชัดเจน (2) จากข้อมูลที่เห็นนั้นมาสามารถแยกข้อมูลว่ามาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทใด ทำให้ไม่เห็นความแตกต่างของรายได้ระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านเอง และของ SMEs ** (3) ไม่มีการแยกแยะระหว่างสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่กับสินค้าที่มียอดขายเดิมอยู่แล้ว แต่เมื่อมีการจดทะเบียนเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ยอดจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมากโดยไม่ตรงกับความเป็นจริง⁷ (4) ยอดจำหน่ายที่เกิดขึ้นหากไม่รวมการจำหน่ายในงาน OTOP city หรืองานอื่นๆที่หน่วยงานราชการจัดขึ้นจะเป็นเช่นไร ถ้าหากพิจารณายอดการจำหน่ายสินค้าที่ไม่รวมกับการจำหน่ายสินค้าในงานดังกล่าว ยอดขายที่แท้จริงอาจไม่สูงเท่านี้ ควรแยกพิจารณายอดจำหน่ายสินค้าในเวลาปกติ

* การจัดเก็บตัวเลขผลการจำหน่ายสินค้า OTOP ได้ดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา โดยให้คณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด ซึ่งผู้ว่าราชการเป็นประธาน และพัฒนาการจังหวัดเป็นเลขานุการ แล้วรายงานให้กระทรวงมหาดไทยทราบเป็นประจำทุกเดือน โดยกรมการพัฒนาชุมชนจะสรุปผลการจำหน่ายในภาพรวมของทุกจังหวัด

** การจัดทำฐานข้อมูลเดิมในปี 2547 ได้แบ่ง ผู้ประกอบการ/ผลิต ออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ (1) กลุ่มของชาวบ้านเอง และ(2) SMEs แต่ในการจัดทำฐานข้อมูลใหม่มีการแบ่ง ผู้ประกอบการ/ผลิต ออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน (2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ (3) SMEs

⁷ ประภาส ปิ่นตบแต่ง และพยุหศักดิ์ ศุขสวัสดิ์, "รายงานการประเมินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์," (คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), หน้า 3-4.

2) การคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion)

การดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการโดยกระทรวงมหาดไทย เพื่อคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากทุกจังหวัด ทุกภาค เพื่อหาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีศักยภาพสำหรับจัดแสดงและจำหน่ายในตลาดสากล ตามแนวคิด Local Links Global Reaches ในการคัดสรรได้ใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาโดยดูจากความสามารถในการผลิต (Supply Side) ควบคู่ไปกับความต้องการของตลาด (Demand Side) โดยคำนึงถึงความสามารถในการส่งออกได้ (Exportable) เป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังคงพิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ อาทิ ความแกร่งของตัวสินค้า (Brand Equity) ผลิตได้อย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent) ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

ทั้งนี้ได้แบ่งสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้าสู่กระบวนการคัดสรรออกเป็น 6 ประเภท คือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และยา

หลักเกณฑ์ในการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้งในด้านหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) นำมาพิจารณาให้คะแนนแล้วกำหนดระดับสินค้าออกเป็น 5 ระดับ หรือ 5 ดาวด้วยกัน คือ ระดับ 5 ดาวมีคะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป ระดับ 4 ดาวมีคะแนนอยู่ระหว่าง 80 – 89 คะแนน ระดับ 3 ดาวมีคะแนนอยู่ระหว่าง 70 – 79 คะแนน ระดับ 2 ดาวมีคะแนนอยู่ระหว่าง 60 – 69 คะแนน และระดับ 1 ดาว มีคะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน

ในปี 2546 มีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้ 5 ดาว 671 รายการ (ตารางที่ 2.6) ส่วนในปี 2547 มีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้ 5 ดาว 539 รายการ ส่วนในปี 2549 มีผลิตภัณฑ์ที่ได้ 5 ดาว 688 รายการ (ตารางที่ 2.7) ทั้งนี้จะมีการคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อยู่ตลอดเพื่อเป็นการรักษามาตรฐานสินค้าในโครงการและเพื่อให้ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้มาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานคัดสรร

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่ได้มีการแยกผลิตภัณฑ์ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวว่าผลิตจากกลุ่มที่เป็นของชาวบ้านผลิตเองหรือ SMEs เป็นผู้ผลิต หรือเป็นกลุ่มที่จัดตั้งทำการผลิตสินค้ามาเป็นเวลานาน ก่อนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2.6 ผลการดำเนินงานคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภาค ประจำปี 2546
สรุปข้อมูลได้ดังนี้

| กิจกรรม/โครงการ | จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ ส่งคัดสรร (รายการ) | แยกผลิตภัณฑ์ 3 – 5 ดาว | | | |
|---------------------------|---|------------------------|-------|-------|-------|
| | | 3 ดาว | 4 ดาว | 5 ดาว | รวม |
| ผลการคัดสรรในระดับภูมิภาค | 16,808 | 3,723 | 2,883 | 626 | 6,932 |
| ผลการคัดสรรของ กทม. | | 95 | 109 | 45 | 249 |

ตารางที่ 2.7 ผลการดำเนินงานคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประจำปี 2547 กับ ปี 2549

| ผลการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ | จำนวนรายการสินค้าในปี 2547 และ 2549 | |
|--|-------------------------------------|---------------|
| | 2547 | 2549 |
| 5 ดาว | 539 | 688 |
| 4 ดาว | 2,177 | 3,270 |
| 3 ดาว | 4,734 | 4,052 |
| 2 ดาว | 16,611 | 3,401 |
| 1 ดาว | 3,443 | 667 |
| รวมผลิตที่เข้าคัดสรร | 27,504 | 12,078 |

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยและสืบค้นจากเว็บไซต์

<http://www.thaitambon.com>

3) ผลความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์⁸

จากรายงานผลสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2547 มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนจำนวน 5,800 คน จากทั่วประเทศ และทำการเลือกชุมชน/หมู่บ้านทั้งสิ้น 580 ชุมชน/หมู่บ้าน โดยสำรวจจากการใช้หรือบริโภคสินค้าชุมชน/สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง

⁸ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, “รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP),” 2547. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

ผลิตภัณฑ์ สำนวความยากง่ายในการหาซื้อสินค้า สำนวคุณภาพและมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สำนวการใช่วัตถุ/ทรัพยากร และภูมิปัญญาในท้องถิ่น สำนวปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ สำนวประโยชน์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และความพอใจต่อการดำเนินโครงการ

(1) มีการใช้หรือบริโภคสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 53.90 (ตารางที่ 2.8)

ตารางที่ 2.8 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามการใช้หรือบริโภคสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการคิดจะใช้

| การใช้หรือบริโภคสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ | | | |
|---|------------------|-------------|------------------|
| มีการใช้/บริโภค | ไม่ได้ใช้/บริโภค | | |
| 53.90% | 43.10% | | |
| | คิดจะใช้ | ไม่คิดจะใช้ | ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ |
| | 24.50% | 6.60% | 12% |

ที่มา: รายงานผลการสำวความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(2) สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย ร้อยละ 52.80 (ตารางที่ 2.9)

ตารางที่ 2.9 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

| ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้า | | |
|------------------------------|--------------|------------------|
| หาซื้อได้ง่าย | หาซื้อได้ยาก | ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ |
| 52.80% | 31.10% | 16.10% |

ที่มา: รายงานผลการสำวความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(3) ประชาชนคิดว่าสินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน ร้อยละ 70.90 (ตารางที่ 2.10)

ตารางที่ 2.10 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

| คุณภาพและมาตรฐานสินค้าฯ | |
|-------------------------|-------------|
| มีคุณภาพ | ไม่มีคุณภาพ |
| 70.90% | 29.10% |

ที่มา: รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(4) ประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าผลิตภัณฑ์ OTOP มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 41.4 และภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 50.0 (ตารางที่ 2.11)

ตารางที่ 2.11 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามการใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น

| การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรในท้องถิ่น | | | การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น | | |
|-----------------------------------|---------|-------|-------------------------|---------|-------|
| มาก | ปานกลาง | น้อย | มาก | ปานกลาง | น้อย |
| 37.7% | 41.4% | 20.9% | 35.6% | 50.0% | 14.4% |

ที่มา: รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(5) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

ผลสำรวจจากการสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ ประชาชนทุกส่วน ร้อยละ 83.3 ระบุว่า มีปัญหา ส่วนผู้ระบุว่าไม่มีปัญหามีเพียง ร้อยละ 8.9 และไม่แน่ใจร้อยละ 7.8 ซึ่งในกลุ่มที่ระบุว่า มีปัญหา/อุปสรรค ระบุว่าปัญหา/อุปสรรคสำคัญในสามเรื่องแรก คือ ไม่มีตลาดจำหน่ายสินค้าถึง ร้อยละ 63.8 แหล่งเงินทุนร้อยละ 38 ขาดบุคลากรของรัฐที่ให้ความรู้ร้อยละ 31.4 ส่วนปัญหา รองลงมา คือ ขาดแคลนวัตถุดิบร้อยละ 27.4 การพัฒนาคุณภาพสินค้า/เทคนิคสมัยใหม่ในการผลิต มีสัดส่วนไม่ต่างกันคือประมาณร้อยละ 21 และนอกจากนั้นก็เป็นปัญหาเรื่องการขาดแคลน เครื่องมือ/เครื่องใช้ และขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะฝีมือ และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 2.12 ร้อยละความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ

| | มีปัญหา | ไม่มีปัญหา | ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ | รวม |
|---------------------------------------|---------|------------|------------------|------|
| | 83.3% | 8.9% | 7.8% | 100% |
| ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ | | | | |
| 1) ตลาดจำหน่ายสินค้า | 63.8% | | | |
| 2) แหล่งเงินทุน | 38.0% | | | |
| 3) ขาดบุคลากรของรัฐที่ให้ความรู้ | 31.4% | | | |
| 4) ขาดแคลนวัตถุดิบ | 27.4% | | | |
| 5) การพัฒนาคุณภาพสินค้า | 21.4% | | | |
| 6) ขาดความรู้/เทคนิคสมัยใหม่ในการผลิต | 21.2% | | | |
| 7) ขาดเครื่องมือเครื่องใช้ | 18.7% | | | |
| 8) ขาดแรงงานที่มีทักษะและฝีมือ | 18.6% | | | |
| 9) การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ | 12.3% | | | |

หมายเหตุ: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ข้อสังเกตจากความคิดเห็นของประชาชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ตลาดจำหน่ายสินค้าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ไม่มีแหล่งขายขนาดใหญ่ที่เป็นที่รู้จักของประชาชนโดยทั่วไปที่สามารถจะนำผลิตภัณฑ์มาตั้งจำหน่ายเป็นสถานที่ประจำได้ ทำให้สินค้าไม่สามารถมีแหล่งขายที่แน่นอน การจัดจำหน่ายจึงอยู่แค่ในชุมชน นานๆครั้งถึงจะได้มีการนำสินค้ามาจัดจำหน่ายในงานมหกรรมสินค้า OTOP การขยายตลาดออกสู่นอกจังหวัดทำได้ยาก นอกจากจะติดต่อขายตามร้านที่ตนเอง สินค้าถึงจะเป็นที่รู้จัก การขาดช่องทางการจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ขั้นตอนมีความยุ่งยากและชาวบ้านโดยทั่วไปไม่มีความรู้ความเข้าใจในการนำสินค้าออกจำหน่ายยังต่างประเทศ⁹

(6) ประโยชน์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับประโยชน์หรือการประสบความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการสร้างอาชีพ รายได้ และเป็นการสร้างชุมชนเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้นเพียงใดนั้น ประชาชนในทุกภาคมีความเห็นไม่แตกต่างกัน คือ เห็นว่าโครงการมีประโยชน์/ประสบผลสำเร็จ ในระดับปานกลางถึงมากร้อยละ 89.1 มีประโยชน์/ประสบผลสำเร็จน้อย ร้อยละ 9 และมีร้อยละ 9.1 ที่ระบุว่าไม่มีประโยชน์/ไม่ประสบผลสำเร็จ

ตารางที่ 2.13 ร้อยละของประชาชน จำแนกความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์หรือการประสบความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นรายภาค

| ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์/การประสบผลสำเร็จ | ทั่วประเทศ (%) | ภาค (%) | | | | |
|---|----------------|---------|------|-------|-------|------|
| | | กทม. | กลาง | เหนือ | อีสาน | ใต้ |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| มาก | 40.7 | 47.1 | 40.8 | 37.8 | 41.0 | 37.3 |
| ปานกลาง | 48.4 | 43.0 | 49.3 | 48.4 | 49.1 | 51.0 |
| น้อย | 9.0 | 8.0 | 8.2 | 11.1 | 8.2 | 10.4 |
| ไม่มี | 1.9 | 1.9 | 1.7 | 2.7 | 1.7 | 1.3 |
| | | 89.1 | 90.1 | 86.2 | 90.1 | 88.3 |

ที่มา: รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

⁹ ประภาส ปิ่นตบแต่ง และพูนศักดิ์ คุชฌ์สวัสดิ์, "รายงานการประเมินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์," (คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), หน้า 63.

(7) ความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน

สำหรับความพึงพอใจในการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าประชาชนในทุกภาคส่วนมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน คือ ร้อยละ 91 มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโครงการในระดับปานกลางถึงมาก ส่วนผู้ที่ระบุว่ามีความพึงพอใจน้อย และไม่พึงพอใจมีเพียงร้อยละ 7.3 และ 1.7 เท่านั้น

ตารางที่ 2.14 ร้อยละของประชาชน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการดำเนินงานของรัฐบาลต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

| ความพึงพอใจในการดำเนินงาน | ทั่วประเทศ (%) | ภาค (%) | | | | | |
|---------------------------|----------------|---------|------|-------|-------|------|------|
| | | กทม. | กลาง | เหนือ | อีสาน | ใต้ | |
| รวม | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| พึงพอใจมาก | 42.2 | 47.5 | 41.0 | 41.0 | 43.6 | 36.7 | |
| ปานกลาง | 48.8 | 42.0 | 50.4 | 49.6 | 48.3 | 53.0 | |
| พึงพอใจน้อย | 7.3 | 7.6 | 7.3 | 7.3 | 6.7 | 8.7 | |
| ไม่มีพึงพอใจ | 1.7 | 2.9 | 1.3 | 2.1 | 1.4 | 1.6 | |
| | | 91.0 | 89.5 | 91.4 | 90.6 | 91.9 | 89.7 |

2.2 ความสอดคล้องของการนำแนวคิดโครงการ OTOP มาใช้ในภาคปฏิบัติ

จากแนวคิดโครงการ OTOP ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาในท้องถิ่น โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา สร้างรายได้ให้กับชุมชนและสามารถพึ่งตนเองได้ โดยผลิตสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ที่มีจุดเด่น บนรากฐานของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีขั้นตอนการเปิดตัวแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” สู่การปฏิบัติ คือ ขั้นตอนการพัฒนาและประชาสัมพันธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการกระจายสินค้ารวมทั้งการตลาด โดยมีขั้นตอนการดำเนินโครงการ OTOP คือ การเรียนรู้และประชาสัมพันธ์โครงการฯ การกำหนดผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การขยายตลาด (กระจายสินค้า) และการติดตามประเมินผล

ซึ่งการดำเนินโครงการ OTOP ที่ผ่านมา ได้เน้นขั้นตอนการกระจายสินค้ารวมทั้งการตลาด เช่น การจัดงานแสดงสินค้า งานออกร้านต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นยอดขายให้มีปริมาณมาก โดยผู้ผลิตที่ได้รับประโยชน์ค่อนข้างมาก คือ ผู้ผลิตที่มีศักยภาพอยู่แล้ว ส่วนผู้ผลิตรายใหม่อาจจะได้รับประโยชน์ไม่มาก

ส่วนขั้นตอนของการพัฒนาและกำหนดผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการให้สินค้าของโครงการ OTOP เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นและนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตรวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่คนในชุมชนมีความถนัดและความชำนาญในการผลิต แต่ในทางปฏิบัติการพัฒนาและกำหนดผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ได้คัดเลือกเป็นสินค้าในโครงการฯได้มีการผลิตสินค้ามาก่อนโครงการฯและสินค้าเป็นที่รู้จักอยู่ก่อนแล้วเพียงเข้าร่วมโครงการฯจากการแนะนำชักชวนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐในท้องถิ่นที่รับผิดชอบ และในบางชุมชนที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ ก็ทำการผลิตลอกเลียนแบบจากชุมชนที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงการที่หน่วยงานของภาครัฐเข้ามาฝึกอบรมให้กับชุมชนดังกล่าว ซึ่งไม่ตรงกับแนวคิดที่วางไว้ตั้งแต่ต้น ที่ต้องการให้สินค้ามีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นไม่ซ้ำใคร มีการค้นหาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความถนัดความชำนาญของคนในชุมชนอย่างแท้จริง ส่วนในประเด็นที่ต้องการนำทรัพยากรท้องถิ่นมาเป็นปัจจัยการผลิตนั้น ชุมชนหรือกลุ่มที่ทำการผลิตในโครงการฯบางส่วนแทบไม่ได้นำทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่มาเป็นปัจจัยการผลิตเลย แต่มีการซื้อปัจจัยการผลิตจากแหล่งอื่น ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากการคิดค้นและกำหนดผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับชุมชน

ขั้นตอนที่เน้นมากและเห็นได้ชัดที่สุดคือ การจัดประกวดคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการขยายตลาด (กระจายสินค้า) ถึงแม้ว่าจะเป็นแรงกระตุ้นทำให้ชุมชนพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้รับรางวัล ทั้งนี้การได้รับรางวัล เป็นการรับรองคุณภาพที่ทำให้สามารถจำหน่ายได้มากขึ้นเพราะผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น แต่ก็ทำให้หลายชุมชนขาดโอกาสเนื่องจากศักยภาพที่มีอยู่น้อย อาจเป็นผลต่อเนื่องมาจากขั้นตอนการค้นคิดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับศักยภาพของคนในท้องถิ่นจริงๆ ในส่วนนี้เองที่เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้หลายชุมชนล้มเหลวจากการผลิตสินค้าในโครงการ OTOP

ถึงแม้ว่าจากแนวคิดตั้งต้นของโครงการ OTOP จะมีการเปลี่ยนแปลงไปเมื่อนำใช้ในทางปฏิบัติ หากมีการทบทวนในเรื่องขั้นตอนการนำแนวคิดมาปฏิบัติแล้ว ขั้นตอนที่คุณคิดว่าสำคัญก็คือ ขั้นตอนของการพัฒนาและกำหนดผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนนี้ก่อนที่จะเน้นส่งเสริมพัฒนาในขั้นตอนนี้ คือ คิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับศักยภาพ ความถนัด ความรู้ ความชำนาญของคนในท้องถิ่นจริงๆ รวมทั้งนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ จะทำให้ชุมชนนั้นๆ มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และควรมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนและเน้นการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาชุมชนมากกว่าจะมุ่งเน้นการผลิตเพื่อแข่งขันในลักษณะเชิงพาณิชย์มากเกินไปอย่างที่เป็นมา

2.3 โครงการพัฒนาชุมชนอื่นๆ

ก่อนที่รัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รัฐบาลในยุคก่อนหน้าก็ได้มีการสนับสนุนกลุ่มชุมชน และการสร้างอาชีพให้คนในชุมชน อาทิเช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านต่างๆ ภายใต้หน่วยงานของภาครัฐ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดและอำเภอ กระทรวงมหาดไทย และกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น¹⁰ ในปัจจุบันยังมีกลุ่มและโครงการต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ SMEs และวิสาหกิจชุมชนในชนบท อาทิ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ สหกรณ์การเกษตร โครงการแก้ไขความยากจน (กข.คจ.) กองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม (กลส.หรือ SIF) กองทุนหมู่บ้านและ

¹⁰ สกฤต สุขสวัสดิ์, "การนำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ: กรณีศึกษากลุ่มชุมชนผู้รับบริการในเขตพื้นที่อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี," (เอกสารวิจัยปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), หน้า 3.

ชุมชนเมือง เป็นต้น โดยกลุ่ม/สหกรณ์/โครงการ/กองทุน ต่างๆ เหล่านี้ได้จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป¹¹ ตัวอย่างเช่น

1) กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ซึ่งตั้งโดยได้รับการส่งเสริมและแนะนำจากกรมพัฒนาชุมชนเพื่อให้ประชาชนรู้จักประหยัดคอดออมแล้วนำมาสะสมรวมกันเป็นกองทุนและนำเงินมาช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านารประกอบอาชีพหรือเป็นค่าใช้จ่ายยามจำเป็น

2) โครงการแก้ไขปัญหาความยากจน (กข.คจ.) เป็นโครงการที่สร้างโอกาสให้ครัวเรือนยากจนมีเงินทุนประกอบอาชีพให้เกิดรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐาน โดยมอบอำนาจให้คณะกรรมการกองทุน กข.คจ. ประจำหมู่บ้านเป็นองค์การบริหารจัดการเงินทุนของหมู่บ้าน และมีเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือการดำเนินงาน เป็นการสนับสนุนเงินทุนในระดับหมู่บ้านให้แก่ครัวเรือนเป้าหมายยืมไปประกอบอาชีพโดยไม่มีดอกเบี้ย

3) กองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม (กลส.) เป็นกองทุนของรัฐบาลที่ได้กู้เงินจากธนาคารโลกเพื่อจัดตั้งกองทุนขึ้นโดยมีธนาคารออมสินเป็นผู้บริหารจัดการ เป็นลักษณะเงินให้เปล่า จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสนับสนุนชุมชนและท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองร่วมกันโดยจะให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มคนยากจน กลุ่มสตรี และผู้ด้อยโอกาสในสังคม เป็นต้น

โครงการสำคัญที่สนับสนุนตลาดการเงินในชนบทที่สำคัญ ได้แก่ โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง โครงการธนาคารประชาชน และโครงการจัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1) **โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง** เป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามแนวนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่จะสนับสนุนชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้สามารถพัฒนาเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป สอดรับกับปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 โดยรัฐบาลได้จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเพื่อให้เป็นแหล่ง

¹¹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2544,”

เงินทุนในการลงทุนสร้างอาชีพเสริม อันจะนำมาซึ่งรายได้ของประชาชนและวิสาหกิจขนาดเล็ก ในชุมชน กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแต่ละแห่งจะได้รับเงินอุดหนุนจากกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติเป็นจำนวนเงิน 1 ล้านบาท โดยมีคณะกรรมการซึ่งคัดเลือกโดยสมาชิกภายในหมู่บ้านและชุมชนทำหน้าที่ดำเนินการบริหารจัดการตรวจสอบกำกับดูแล จัดสรรประโยชน์จากเงินกองทุน

2) **โครงการจัดตั้งธนาคารประชาชน** ธนาคารประชาชนเป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามแนวนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้ประชาชนทุกคนสามารถใช้บริการทางการเงินได้อย่างเท่าเทียมกันส่งเสริมประชาชนผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าสู่ระบบการเงินที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดย่อมให้มีเงินทุนเพื่อการประกอบกิจการ โดยธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่รับสนองนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวในการจัดตั้งโครงการธนาคารประชาชนขึ้นซึ่งมีบริการอยู่ในทุกสาขาของธนาคารทั่วประเทศ 584 สาขา

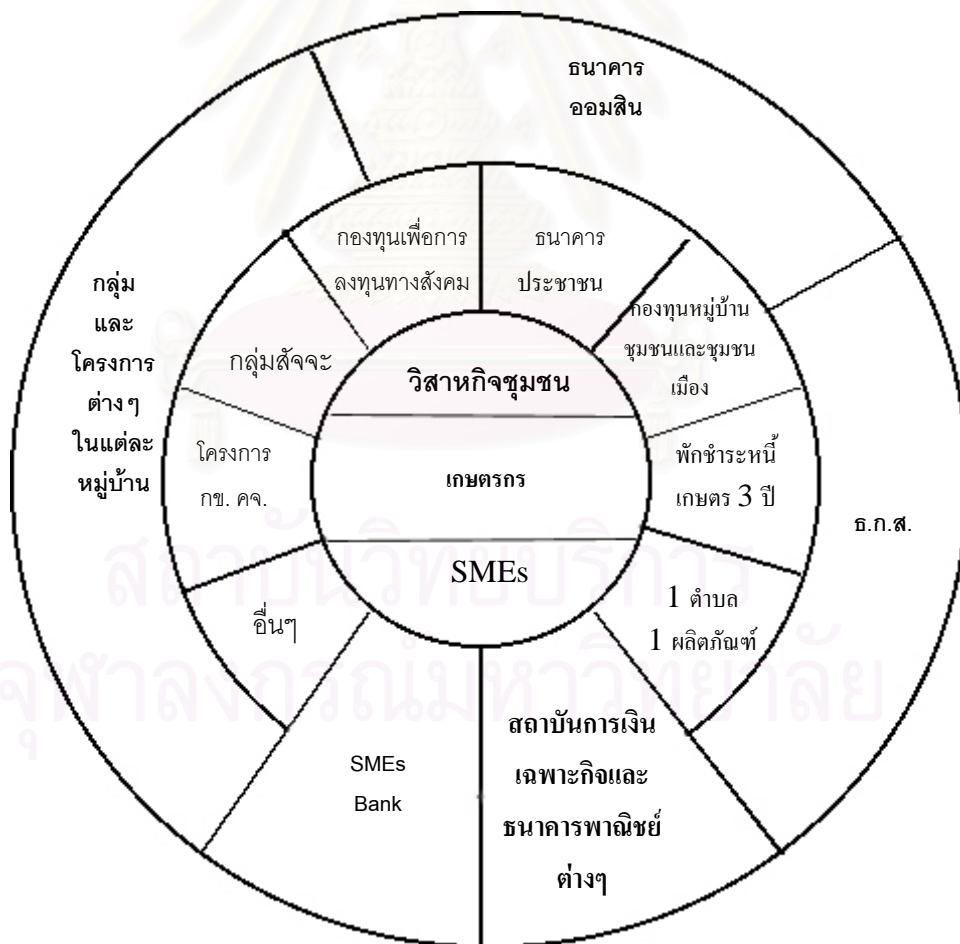
โครงการดังกล่าวจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริมให้ประชาชนมี อาชีพ รายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการออมทรัพย์อย่างเป็นระบบในหมู่สมาชิก พัฒนาและส่งเสริมให้สมาชิกมีงานทำ ตลอดจนเป็นแหล่งเงินทุนให้กับสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่สามารถเข้าสู่ระบบการเงินที่เป็นปกติได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการให้บริการหลัก 3 ด้านคือ ด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อและ ด้านการพัฒนาซึ่งจะเป็นการให้บริการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาในการประกอบอาชีพ กลุ่มเป้าหมายของโครงการคือ ผู้ประกอบการรายย่อย หรือผู้ที่มีรายได้ประจำอยู่แล้วแต่ประสงค์ที่จะประกอบอาชีพเสริมเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้นหรือผู้ที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆที่มีความตั้งใจที่จะประกอบอาชีพอิสระรายย่อย

3) **โครงการจัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Bank)** รัฐบาลมีนโยบายที่จะให้ บอย.ขยายการสนับสนุนแก่ SMEs ให้มากขึ้น ตลอดจนการปรับสถานะ บอย. ให้เป็น “ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย” ทั้งนี้สำนักงานเศรษฐกิจการคลังนับเป็นหน่วยงานร่วมสำคัญในการยกร่างพระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยขึ้น ซึ่งในร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจะให้ยุบเลิก บอย. โดยให้โอนบรรดากิจการ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุน กำไรสะสม เงินสำรอง สิทธิและความรับผิดชอบของ บอย. รวมทั้งพนักงาน ลูกจ้าง ไปเป็นของธนาคารที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่เพื่อให้สามารถบริการ SMEs ได้อย่างครบวงจร สามารถให้บริการทางการเงินได้ใกล้เคียงกับธนาคารพาณิชย์ ทั้งการให้สินเชื่ออื่นนอกเหนือจากการกู้ยืมโดยตรง เช่น การทำแพคตอริงและลิสซิง การทำธุรกิจ

เงินตราต่างประเทศเพื่อให้บริการแก่ SMEs ที่มีธุรกิจด้านการส่งออกและการค้ากับต่างประเทศ การค้าประกัน การร่วมลงทุน การให้คำปรึกษาแนะนำ หรือให้บริการที่จำเป็นอื่นเพื่อให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการให้บริการด้านการรับฝากเงินจากผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อประโยชน์ในการให้บริการและติดตามความเคลื่อนไหวของลูกค้า โดยสามารถรับฝากเงินทางบัญชีกระแสรายวันได้ รวมทั้งมีการบริหารจัดการควบคุมไปด้วยกันอันจะเป็นการพัฒนาช่วยเหลือและส่งเสริม SMEs ที่มีความอ่อนแอแต่มีศักยภาพที่มีอยู่จำนวนมาก ช่วยให้ SMEs อยู่รอดเข้มแข็งและสามารถช่วยเหลือตนเองได้

โดยสรุปแล้ว การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายของรัฐบาลกับ SMEs วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกร ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายของรัฐบาลกับ SMEs วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกร



ที่มา: รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2544 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลักษณะการดำเนินการของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากการที่ภาครัฐบาลมีนโยบายในการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในปี พ.ศ. 2545 เพื่อส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ที่มีจุดเด่นและมูลค่าเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น จากโครงการนี้มีหลายชุมชนที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งผลิตภัณฑ์สมุนไพรก็เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่อยู่ในโครงการ OTOP ที่ชุมชนหรือกลุ่มอาชีพในหลายตำบลนิยมทำการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยในหลายด้านที่สนับสนุนให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นจำนวนมาก เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น การสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น

ในบทนี้กล่าวถึงแนวความคิดการจัดตั้งและการบริหารจัดการวิสาหกิจในโครงการ OTOP ข้อมูลทั่วไป การผลิต การจำหน่าย แหล่งเงินทุน สิทธิทรัพย์สิน ภาวะหนี้สินของกิจการ และส่วนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ การดำเนินการตามโครงการ OTOP จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรจำนวน 33 ราย ตัวเลขต่างๆ

3.1 การจัดตั้งและการบริหารจัดการวิสาหกิจในโครงการ OTOP

3.1.1 การจัดตั้งวิสาหกิจในโครงการ OTOP

จากการดำเนินนโยบายของรัฐบาลในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) รัฐบาลกลางจะเป็นผู้กำหนดแนวทางหรือกรอบในการดำเนินงานของโครงการ ส่วนรัฐบาลท้องถิ่นจะนำแนวนโยบายหรือแนวคิดโครงการของรัฐบาลกลางเข้าไปเผยแพร่และให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มชาวบ้านหรือหมู่บ้าน โดยกลุ่มชาวบ้านหรือหมู่บ้านส่วนใหญ่จะมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตอยู่แล้ว จะมีบางหมู่บ้านเท่านั้นที่ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ซึ่งทางเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลท้องถิ่นจะเป็นผู้เข้ามาให้ความรู้ในการนำทรัพยากรหรือสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้

ในการผลิตเป็นตัวผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำการผลิตให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ซึ่งต่อมาก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของชาวบ้านซึ่งประกอบด้วยหลายๆ ครัวเรือนหรือหลายๆหมู่บ้านขึ้นเป็นวิสาหกิจ¹

ดังนั้นสามารถสรุปการจัดตั้งวิสาหกิจแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) วิสาหกิจที่รัฐบาลให้การช่วยเหลือในการจัดตั้ง (2) วิสาหกิจที่ชาวบ้านรวมตัวกันตั้งขึ้นเอง (3) วิสาหกิจที่หน่วยงานหรือองค์กรเอกชนสนับสนุนในการจัดตั้ง และ (4) วิสาหกิจที่บุคคลหรือนายทุนทำการสนับสนุนในการจัดตั้ง และแบ่งการบริหารจัดการวิสาหกิจออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) การบริหารจัดการวิสาหกิจแบบชาวบ้านบริหารจัดการกันเอง และ (2) การบริหารจัดการวิสาหกิจแบบบุคคลหรือนายทุนเป็นผู้ทำการบริหารจัดการ (แผนภาพที่ 3.1)

ภาพที่ 3.1 ลักษณะการจัดตั้งและการบริหารจัดการของวิสาหกิจในโครงการ OTOP



ที่มา: วรกันต์ จารุพัฒน์ (2546)

¹ วรกันต์ จารุพัฒน์, "การวัดประสิทธิภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนชั้นค้าผ้าพื้นเมืองในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), หน้า 44-45

3.1.2 การบริหารจัดการของวิสาหกิจในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การจัดตั้งวิสาหกิจทั้ง 4 ประเภทสามารถสรุปการบริหารจัดการของวิสาหกิจออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การบริหารจัดการวิสาหกิจแบบชาวบ้านบริหารจัดการกันเอง และ 2) การบริหารจัดการวิสาหกิจแบบบุคคลหรือนายทุนเป็นผู้ทำการบริหารจัดการ* ซึ่งการบริหารจัดการแบบบุคคลหรือนายทุนโดยทั่วไปจะเป็นระบบมากกว่า เนื่องจากบุคคลหรือนายทุนมีความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า มีช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากกว่าทำให้สามารถศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวิธีการผลิตและเทคนิคการผลิต รวมถึงการพัฒนาในรูปแบบในการผลิตผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของตลาด และการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดการสูญเสียในเรื่องต้นทุนและเวลาที่ใช้ในการผลิต การจัดทำข้อมูลสถิติเป็นระบบ มีการควบคุมคุณภาพมาตรฐานวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรวมถึงกระบวนการที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ และมีความสามารถในการหาช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปูสมุนไพรรและ ความสามารถในการทำกำไรสูง ทำให้ได้เปรียบในด้านการบริหารจัดการมากกว่าของชาวบ้าน แต่ก็มีวิสาหกิจที่ชาวบ้านทำการบริหารจัดการบางกลุ่มที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าวิสาหกิจที่บุคคลหรือนายทุนบริหารจัดการ

ส่วนวิสาหกิจที่ชาวบ้านทำการบริหารจัดการส่วนใหญ่ จะมีลักษณะการบริหารจัดการในรูปแบบของเครือญาติที่พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบ ขาดการจัดเก็บข้อมูลสถิติในกระบวนการผลิต การคิดต้นทุนในการผลิตเป็นการคิดแบบง่าย ๆ ซึ่งบางวิสาหกิจไม่ได้นำต้นทุนแรงงานของสมาชิกและต้นทุนที่ไม่ชัดเจนนำมาพิจารณารวมเข้าไปด้วย ทำการคิดต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริง ขาดการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและกระบวนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานต่ำ ขาดการพัฒนาตราสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงไม่มีความรู้ในเรื่องการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต

ประกาศ ปันตบต่าง (2548) ได้แบ่งวิสาหกิจผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็น 3 ประเภท คือ กลุ่มองค์กรชาวบ้านที่อาจเรียกว่า “กลุ่มแท้” กล่าวคือมีการจัดตั้งกลุ่มที่ชาวบ้านเป็นเจ้าของร่วมกัน พบว่าส่วนใหญ่เกิดขึ้นและมีการจัดตั้งที่เข้มแข็งมาก่อนการมีนโยบาย OTOP

* สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจได้แบ่งลักษณะของวิสาหกิจผู้ผลิตสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ (1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน (2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียวและ (3) ผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

มีบางส่วนเท่านั้นที่เกิดขึ้นหลังโครงการ OTOP กลุ่มที่มีความเข้มแข็งอยู่จำนวนหนึ่งได้รับการร้องขอให้เข้าร่วมโครงการฯ โดยไม่มีการสนับสนุนที่จริงจังเพราะเห็นว่าเป็นกลุ่มที่พึ่งตนเองได้

ประเภทที่สองคือ “กลุ่มเทียม” ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขนโยบายของรัฐ และความต้องการรับการสนับสนุนจากรัฐ กล่าวคือ เดิมเคยเป็นกิจการส่วนตัว เมื่อจดทะเบียนหรือได้รับการส่งเสริมให้เป็นกลุ่มจึงยังคงมีลักษณะเป็นกิจการส่วนตัว เพียงแต่มีการจดทะเบียนเป็นกลุ่มตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ และมีโครงสร้างแบบกลุ่ม ซึ่งพบว่า ในบัญชีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานราชการระดับจังหวัด อำเภอ จะมี 2 บัญชีคือ SMEs และกลุ่มสินค้าชุมชน แต่ในกลุ่มสินค้าชุมชนนี้มักมีลักษณะเป็น “กลุ่มเทียม” รวบรวมอยู่ละ 30 -40 แต่ถูกนับรวมเป็นสินค้าชุมชน

กลุ่มที่สามคือ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นธุรกิจส่วนบุคคล หรือ SMEs พบว่าส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการต้องการเพื่อหาช่องทางในการประชาสัมพันธ์ หรือโอกาสในการเผยแพร่หรือขายสินค้า ในลักษณะที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือลดต้นทุนด้านการโฆษณา

3.2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในโครงการ OTOP

วิสาหกิจผู้ผลิตชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ทำการศึกษาคือ เป็นกลุ่มตัวอย่าง 33 ราย จากการสำรวจสามารถแบ่งตามภาคได้ดังนี้ ภาคกลาง 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.58 ของกลุ่มตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร 6 รายคิดเป็นร้อยละ 18.18 ของกลุ่มตัวอย่าง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคเหนือและภาคตะวันออกภาคละ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.06 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3.1)

ผู้ศึกษาได้แบ่งวิสาหกิจผู้ผลิตชุมชนในโครงการออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนโดยมีชาวบ้านบริหารจัดการกันเอง 2) จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนโดยมีบุคคลหรือนายทุนเป็นผู้ทำการบริหารจัดการ และ 3) SMEs และจากการสำรวจพบว่าวิสาหกิจชุมชนที่มีชาวบ้านบริหารจัดการกันเองมี 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.76 ของกลุ่มตัวอย่าง วิสาหกิจชุมชนโดยมีบุคคลที่มีนายทุนเป็นผู้ทำการบริหารจัดการมี 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.18 ของกลุ่มตัวอย่าง และ SMEs มี 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.06 ของกลุ่มตัวอย่าง แต่ทั้งนี้ในการตอบแบบสอบถามของ

กลุ่มที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนโดยมีชาวบ้านบริหารจัดการกันเอง อาจมีบางรายที่เป็นแบบจดทะเบียนเป็นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแต่บริหารจัดการโดยบุคคล/นายทุน หรือแบบกึ่งนายทุน กึ่งชาวบ้าน (ตารางที่ 3.1)

วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรที่จัดตั้งหลังจากรัฐบาลได้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือหลังปี พ.ศ. 2545 คือ จัดตั้งไม่เกิน 4 ปี มีจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.55 ของกลุ่มตัวอย่าง วิสาหกิจที่จัดตั้งในระยะเวลาระหว่าง 4-9 ปี หรือในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่าง วิสาหกิจที่จัดตั้งเป็นระยะเวลาเกิน 9 ปี มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3.2)

การดำเนินการผลิตของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรส่วนใหญ่ทำการผลิตในบริเวณที่พักอาศัยมีจำนวน 19 คิดเป็น 57.58 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือการทำการผลิต ณ อาคารที่สร้างเพื่อทำการผลิตโดยเฉพาะ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.21 ของกลุ่มตัวอย่าง การผลิตของวิสาหกิจที่ทำการผลิต ณ อาคารอเนกประสงค์ของชุมชนมี 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.12 ของกลุ่มตัวอย่าง และสุดท้ายการผลิต ณ สถานที่อื่นๆ มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของสถานที่อื่นๆ นั้นระบุว่าเป็นการเช่าสถานที่เอกชนเพื่อทำการผลิตเช่นห้องเช่าที่เป็นอาคารหรือบ้านเช่า (ตารางที่ 3.3)

จำนวนสมาชิกของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร สมาชิกน้อยกว่า 10 คน มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.15 ของกลุ่มตัวอย่าง มีสมาชิกจำนวน 11-20 คน มี 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.48 ของกลุ่มตัวอย่าง สมาชิกจำนวน 21-30 คน มี 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.24 ของกลุ่มตัวอย่าง และสมาชิกมากกว่า 31 คน มีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.24 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3.4)

จำนวนคนของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร ประกอบอาชีพหลักเป็นเกษตรกรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.35 ของจำนวนคนในกลุ่มวิสาหกิจที่ทำการผลิตสบู่สมุนไพรทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณคนละ 4,741.38 บาท/เดือน รองลงมาคือประกอบอาชีพในการผลิตสบู่สมุนไพรเป็นอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 13.18 ของจำนวนคนในกลุ่มวิสาหกิจที่ทำการผลิตสบู่สมุนไพรทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณคนละ 3,821.43 บาท/เดือน ประกอบอาชีพอื่นๆ เป็นอาชีพหลัก (จากการสำรวจส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน นักศึกษา ฯลฯ) คิดเป็นร้อยละ 12.82 มีรายได้

เฉลี่ยเดือนประมาณคนละ 3,041.28 บาท/เดือน ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 11.06 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณคนละ 3,438.83 บาท/เดือน สุดท้ายคือประกอบธุรกิจอื่น และเป็นข้าราชการ ลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.53 และ 9.06 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณคนละ 4,691.36 บาท/เดือน และ 8,649.35 บาท/เดือน ตามลำดับ ในการคำนวณค่าแรงงานบางสถานประกอบการหรือบางอาชีพให้ข้อมูลค่าจ้างมาเป็นรายวัน การคำนวณจึงเป็นการประมาณค่าจ้างเป็นรายเดือนเพื่อทำการเปรียบเทียบ (ตารางที่ 3.5)

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรทำการจำหน่ายเอง โดยตรง คิดเป็นร้อยละ 50.79 ของช่องทางรวมทั้งหมดในการจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร รองลงมาคือ ตัวแทนตำบลคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของช่องทางรวมทั้งหมดในการจำหน่าย ช่องทางอื่นๆในการจำหน่าย (สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้นำไปจำหน่ายเอง) คิดเป็นร้อยละ 12.70 ของช่องทางรวมทั้งหมดในการจำหน่าย สุดท้ายคือมีบริษัทคนกลางเป็นตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนจังหวัดเป็นผู้จำหน่าย ซึ่งทั้งสองช่องทางคิดเป็นร้อยละ 11.11 ของช่องทางรวมทั้งหมดในการจำหน่าย ทั้งนี้การจำหน่ายของวิสาหกิจหนึ่งแห่งอาจมีช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากกว่าหนึ่งช่องทาง (ตารางที่ 3.6)

การกำหนดราคาส่วนใหญ่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยประธานกลุ่มหรือหัวหน้าสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 57.58 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 42.42 เป็นการกำหนดราคาโดยมติของสมาชิกหรือคณะกรรมการกลุ่ม ทั้งนี้ผู้กำหนดราคาอาจสามารถบอกได้ว่าการอำนาจการตัดสินใจส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประธานกลุ่มหรือหัวหน้าสถานประกอบการ โดยส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์คำนวณราคาจำหน่ายจากต้นทุนต่างๆ เช่น ราคาวัตถุดิบ ค่าแรงรวมถึงกำไรในการจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 54.55 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือการใช้เกณฑ์หลายๆ ด้านเข้ามาพิจารณา เช่น ต้นทุนการผลิตต่างๆ ความยากง่ายในการผลิต เปรียบเทียบราคากับสินค้าชนิดเดียวกันในตลาด ความสนใจของผู้บริโภค และสภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 27.27 ของกลุ่มตัวอย่าง วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ใช้เกณฑ์เปรียบเทียบราคากับสินค้าชนิดเดียวกันในตลาด คิดเป็นร้อยละ 15.15 สุดท้ายคือพิจารณาจากความยากง่ายในการผลิตหรือคุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.03 ของกลุ่มตัวอย่าง วิสาหกิจที่ทำการกำหนดราคาของสมุนไพรโดยใช้เกณฑ์ของต้นทุนนั้นส่วนใหญ่เป็นการประมาณการเท่านั้น ไม่ใช้ต้นทุนที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง (ตารางที่ 3.7)

จากการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP หรือ OTOP Product Champion วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรเคยได้รับรางวัล 22 ราย (เฉพาะสมุนไพร) คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่เคยได้รับรางวัล 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่าง รางวัล OTOP Product Champion ที่ได้รับแบ่งเป็น 1 ดาว 2 ดาว 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว โดยผู้ได้รับรางวัล 3 ดาวจากการผลิตสมุนไพรมีมากที่สุด เท่ากับ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของผู้ที่เคยได้รับรางวัล รองลงมาคือ 4 ดาว มี 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.82 ของผู้ที่เคยได้รับรางวัล 2 ดาว มี 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.18 ของผู้ที่เคยได้รับรางวัล และรางวัล 5 ดาว ซึ่งเป็นรางวัลสูงที่สุดมีเพียง 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.16 ของผู้ที่เคยได้รับรางวัล ผลจากรางวัลที่รับชี้ให้เห็นว่าผลิตสมุนไพรส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยมาตรฐาน แต่ทั้งนี้วิสาหกิจที่ไม่เคยได้รับรางวัลนั้นไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้ผลิตไม่ได้มีมาตรฐาน แต่อาจไม่ได้ทำการส่งเข้าประกวดในงานคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP รวมทั้ง ข้อมูลที่ทำการสำรวจไม่ได้แบ่งแยกปีที่ได้รับรางวัล ในปีปัจจุบันผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอาจไม่ได้รับรางวัล หรือระดับรางวัลอาจลดลงก็ได้หากไม่ได้รักษามาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นโดยผู้คัดสรร (ตารางที่ 3.8)

และเมื่อเปรียบเทียบวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ได้รับรางวัล 3, 4 และ 5 ดาว กับระยะเวลาเวลาในการจัดตั้ง ปรากฏว่าวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่จัดตั้งก่อนโครงการ OTOP มีจำนวน 11 รายที่ได้รับรางวัล 3, 4 และ 5 ดาว คิดเป็นร้อยละ 61.11 ของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ได้รับรางวัล 3, 4 และ 5 ดาวทั้งหมด ส่วนวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่จัดตั้งหลังโครงการ OTOP มีจำนวน 7 รายที่ได้รับรางวัล คิดเป็นร้อยละ 38.89 ของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ได้รับรางวัล 3, 4 และ 5 ดาวทั้งหมด ซึ่งรางวัลจากการคัดสรร 3, 4 และ 5 ดาว แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการที่รับโอกาสต่างๆที่จะได้จำหน่ายในงานสำคัญๆที่หน่วยงานต่างๆจัดขึ้น จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า มีวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่จัดตั้งก่อนโครงการ OTOP มีศักยภาพผลิตผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานมากกว่ากลุ่มมีวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่จัดตั้งหลังโครงการ OTOP (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.1 วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรจำแนกตามภาคและจำแนกตามการบริหารจัดการ

| | กทม. | กลาง | อีสาน | ใต้ | เหนือ | ตะวันออก | จดทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพและ ชาวบ้านเองบริหารจัดการเอง | จดทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพแต่ บุคคลหรือนายทุนบริหารจัดการ | SMES |
|------------|-------|-------|-------|------|-------|----------|---|---|------|
| จำนวน(ราย) | 6 | 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 | 6 | 2 |
| ร้อยละ | 18.18 | 57.58 | 6.06 | 6.06 | 6.06 | 6.06 | 75.76 | 18.18 | 6.06 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.2 ระยะเวลาในการจัดตั้งวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร

| ระยะเวลาในการจัดตั้ง | จำนวน(ราย) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| ไม่เกิน 4 ปี (ระยะเวลาเริ่มต้นโครงการ OTOP) | 18 | 54.55 |
| 4-9 ปี (ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ) | 11 | 33.33 |
| มากกว่า 9 ปี | 3 | 9.09 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.3 สถานที่ที่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรใช้ในการผลิต

| | สถานที่ประกอบการผลิต | | | |
|------------|----------------------|------------|-------------|--------------|
| | อาคารเฉพาะ | อาคารชุมชน | ที่พักอาศัย | อื่นๆ (ระบุ) |
| จำนวน(ราย) | 7 | 4 | 19 | 3 |
| ร้อยละ | 21.21 | 12.12 | 57.58 | 9.09 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.4 จำนวนสมาชิกของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร

| | จำนวนสมาชิก | | | |
|------------|----------------|----------|----------|---------------|
| | น้อยกว่า 10 คน | 11-20 คน | 21-30 คน | มากกว่า 31 คน |
| จำนวน(ราย) | 5 | 16 | 4 | 8 |
| ร้อยละ | 15.15 | 48.48 | 12.12 | 24.24 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.5 จำนวนคนแยกประเภทตามอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแต่ละอาชีพของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร

| | อาชีพหลัก | เกษตร | ประกอบธุรกิจ | ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ลูกจ้างเอกชน | อื่นๆ(ระบุ) |
|--------------------------|-----------|----------|--------------|--------------------|--------------|-------------|
| จำนวน(คน) | 112 | 377 | 81 | 77 | 94 | 109 |
| ร้อยละ | 13.18 | 44.35 | 9.53 | 9.06 | 11.06 | 12.82 |
| รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน) | 3,821.43 | 4,741.38 | 4,691.36 | 8,649.35 | 3,438.83 | 3,041.28 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.6 ช่องทางการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร

| | ช่องทางการจำหน่าย | | | | |
|-------------|-------------------|---------------|--------------|------------|-------------|
| | ตัวแทนตำบล | ตัวแทนจังหวัด | บริษัทคนกลาง | จำหน่ายเอง | อื่นๆ(ระบุ) |
| จำนวน (ราย) | 9 | 7 | 7 | 32 | 8 |
| ร้อยละ | 14.29 | 11.11 | 11.11 | 50.79 | 12.70 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.7 ผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์และเกณฑ์การกำหนดราคา

| | ผู้กำหนดราคา | | เกณฑ์การกำหนดราคา | | | |
|------------|--------------------------------|--------------|--------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| | ประธานหัวหน้า สถานประกอบการ | มติของสมาชิก | ต้นทุนการผลิตต่างๆ | ราคาตามท้องตลาด | ความง่ายในการ ผลิต | หลายๆปัจจัยรวมกัน |
| จำนวน(ราย) | 19 | 14 | 18 | 5 | 1 | 9 |
| ร้อยละ | 57.58 | 42.42 | 54.55 | 15.15 | 3.03 | 27.27 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.8 รางวัลที่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับจากงานคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ใน
โครงการ OTOP

| | รางวัล | | ระดับรางวัล | | | | |
|-------------|---------------|-------|-------------|-------|-------|-------|-------|
| | จากงานคัดสรรฯ | | 1 ดาว | 2 ดาว | 3 ดาว | 4 ดาว | 5 ดาว |
| | ไม่เคย | เคย | | | | | |
| จำนวน (ราย) | 11 | 22 | 0 | 4 | 8 | 7 | 3 |
| ร้อยละ | 66.67 | 33.33 | 0.00 | 18.18 | 36.36 | 31.82 | 13.64 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.9 วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ได้รับจากงานคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ในโครงการ
OTOP 3, 4 และ 5 ดาว เปรียบเทียบตามระยะเวลาการจัดตั้ง

| | วิสาหกิจที่ได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ 3, 4 และ 5 ดาว | | |
|-------------|---|------------------|------------------|
| | รวม | จัดตั้งหลัง OTOP | จัดตั้งก่อน OTOP |
| จำนวน (ราย) | 18 | 7 | 11 |
| ร้อยละ | 100 | 38.89 | 61.11 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

3.3 การผลิตและการจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการ OTOP

จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการ OTOP จำนวน 33 ราย มี 10 ราย ที่ทำการผลิตเฉพาะสบู่ก้อนสมุนไพร หรือคิดเป็นร้อยละ 30.30 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มี 14 ราย ทำการผลิตเฉพาะสบู่เหลวสมุนไพร หรือคิดเป็นร้อยละ 42.42 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และทำการผลิตทั้งสบู่ก้อนสมุนไพรและสบู่เหลวสมุนไพร จำนวน 9 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 27.27 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังนั้นวิสาหกิจที่ทำการสบู่ก้อนสมุนไพรจึงมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 19 ราย และวิสาหกิจที่ทำการสบู่เหลวสมุนไพรมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 23 ราย (ตารางที่ 3.10)

วิสาหกิจที่ทำการสบู่ก้อนสมุนไพรจำนวน 19 ราย มีการทำการผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรด้วยกันหลายชนิด ที่นิยมทำการผลิตมากที่สุดคือ สบู่ก้อนสมุนไพรที่มีส่วนผสมมาจาก มะขาม ขมิ้น น้ำผึ้ง เปลือกมังคุด เป็นต้น ซึ่งส่วนผสมที่เป็นตัวสมุนไพร ผู้ผลิตบางรายอาจมีการผสมตัวสมุนไพรหลายชนิดในตัวสบู่ ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของแต่ละที่ ขนาดของสบู่หนึ่งก้อนที่วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรทำการผลิต มีน้ำหนักเฉลี่ยสุทธิ 91.58 กรัม/ก้อน มีฐานนิยมของน้ำหนักสุทธิเท่ากับ 100 กรัม/ก้อน ในส่วนของปริมาณเฉลี่ยในการผลิตหนึ่งครั้งเท่ากับ 42.49 กิโลกรัม/หนึ่งครั้งการผลิต หากคิดเป็นจำนวนก้อนที่ทำการผลิตหนึ่งครั้งการผลิตมีค่าประมาณ 425 ก้อน/หนึ่งครั้งการผลิต (ขนาด 100 กรัม/ก้อน) และราคาจำหน่ายปลีกเฉลี่ยของสบู่เมื่อเทียบเป็นกรัม เท่ากับ 0.44 บาท/กรัม (ฐานนิยมราคาจำหน่ายปลีกอยู่ที่ 0.50 บาท/กรัม) หากสมมติสบู่มีน้ำหนักสุทธิ 100 กรัม จะมีราคาจำหน่ายปลีกเฉลี่ยก่อนละประมาณ 44 บาท ราคาจำหน่ายส่งเฉลี่ยของสบู่เมื่อเทียบเป็นกรัม เท่ากับ 0.33 บาท/กรัม (ฐานนิยมราคาจำหน่ายส่งอยู่ที่ 0.30 บาท/กรัม) หากสมมติสบู่มีน้ำหนักสุทธิ 100 กรัม จะมีราคาจำหน่ายส่งเฉลี่ยก่อนละประมาณ 33 บาท เมื่อพิจารณาถึงส่วนต่างระหว่างราคาจำหน่ายปลีกและราคาจำหน่ายส่ง หรืออีกนัยหนึ่งคือส่วนแบ่งที่วิสาหกิจผู้ผลิตให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง มีค่าเท่ากับ 0.11 บาท/กรัม (ฐานนิยมส่วนต่างของราคาจำหน่ายปลีกและราคาจำหน่ายส่งอยู่ที่ 0.10 บาท/กรัม) หากสมมติสบู่มีน้ำหนักสุทธิ 100 กรัม จะมีส่วนต่างเฉลี่ยเท่ากับ 11 บาท/ก้อน หรือ เป็นต้นทุนทางการตลาดที่ผู้ผลิตจ่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 25 ของราคาจำหน่ายปลีก (ตารางที่ 3.11)

ในส่วนของวิสาหกิจที่ทำการปลูกเห็ดสมุนไพรจำนวน 23 ราย มีการทำการผลิตสมุนไพรด้วยกันหลายชนิดเช่นเดียวกับปลูกก่อนสมุนไพร ที่นิยมทำการผลิตมากที่สุดคือ ปลูกก่อนสมุนไพรที่มีส่วนผสมมาจาก มะขาม ขมิ้น เป็นต้น ขนาดของปลูกเห็ดหนึ่งขวดที่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรทำการผลิต มีปริมาตรสุทธิเฉลี่ย 257.39 มิลลิลิตร/ขวด มีฐานนิยมของปริมาตรสุทธิเท่ากับ 240 มิลลิลิตร/ขวด ในส่วนของปริมาณเฉลี่ยในการผลิตหนึ่งครั้งเท่ากับ 62.03 ลิตร/หนึ่งครั้งการผลิต หากคิดเป็นจำนวนขวดที่ทำการผลิตหนึ่งครั้งการผลิตมีค่าประมาณ 258 ขวด/หนึ่งครั้งการผลิต (ขนาด 240 มิลลิลิตร/ขวด) และราคาจำหน่ายปลีกเฉลี่ยของปลูกเมื่อเทียบเป็นมิลลิลิตรเท่ากับ 0.20 บาท/มิลลิลิตร (ฐานนิยมราคาจำหน่ายปลีกอยู่ที่ 0.19 บาท/มิลลิลิตร) หากสมมติปลูกมีปริมาตรสุทธิ 240 มิลลิลิตร/ขวด จะมีราคาจำหน่ายปลีกเฉลี่ยขวดละประมาณ 48 บาท ราคาขายจำหน่ายส่งเฉลี่ยของปลูกเมื่อเทียบเป็นมิลลิลิตร เท่ากับ 0.15 บาท/มิลลิลิตร (ฐานนิยมราคาจำหน่ายส่งอยู่ที่ 0.17 บาท/มิลลิลิตร) หากสมมติปลูกมีปริมาตรสุทธิ 240 มิลลิลิตร/ขวด จะมีราคาจำหน่ายส่งเฉลี่ยขวดละประมาณ 36 บาท เมื่อพิจารณาถึงส่วนต่างระหว่างราคาจำหน่ายปลีกและราคาจำหน่ายส่ง มีค่าเท่ากับ 0.04 บาท/มิลลิลิตร (ฐานนิยมส่วนต่างของราคาจำหน่ายปลีกและราคาจำหน่ายส่งอยู่ที่ 0.02 บาท/มิลลิลิตร) หากสมมติปลูกมีปริมาตรสุทธิ 240 มิลลิลิตร/ขวด จะมีส่วนต่างเฉลี่ยเท่ากับ 9.6 บาท/ขวด หรือ เป็นต้นทุนทางการตลาดที่ผู้ผลิตจ่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 20 ของราคาจำหน่ายปลีก (ตารางที่ 3.12)

ตารางที่ 3.10 วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แยกประเภทการผลิตปลูกก่อนสมุนไพรและปลูกเห็ดสมุนไพร

| | ประเภทของปลูกสมุนไพรที่ทำการผลิต | | |
|-------------|----------------------------------|-----------------|-------------------|
| | ปลูกก่อนสมุนไพร | ปลูกเห็ดสมุนไพร | ผลิตทั้ง 2 ประเภท |
| จำนวน (ราย) | 10 | 14 | 9 |
| ร้อยละ | 30.30 | 42.42 | 27.27 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.11 การผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรและการจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรใน
โครงการ OTOP

| | ขนาดต่อก้อน (กรัม) | ปริมาณการผลิต 1 ครั้ง (กก.) | ราคาสบู่ก้อน (บาท/กรัม) | | |
|-----------|-----------------------|--------------------------------|-------------------------|--------|----------|
| | | | ปลีก | ขายส่ง | ส่วนต่าง |
| ค่าเฉลี่ย | 91.58 | 42.49 | 0.44 | 0.33 | 0.11 |
| ฐานนิยม | 100 | - | 0.50 | 0.30 | 0.20 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.12 การผลิตสบู่เหลวสมุนไพรและการจำหน่ายของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรใน
โครงการ OTOP

| | ขนาดต่อขวด (มิลลิลิตร) | ปริมาณการผลิต 1 ครั้ง (ลิตร) | ราคาสบู่ก้อน (บาท/มิลลิลิตร) | | |
|-----------|---------------------------|---------------------------------|------------------------------|--------|----------|
| | | | ปลีก | ขายส่ง | ส่วนต่าง |
| ค่าเฉลี่ย | 257.39 | 62.03 | 0.20 | 0.15 | 0.04 |
| ฐานนิยม | 240 | - | 0.19 | 0.17 | 0.02 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร 33 ราย

3.4 แหล่งเงินทุน ลักษณะการถือครองสินทรัพย์ถาวรและภาวะหนี้สินของ วิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP

แหล่งเงินทุนหลักของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP ผู้ศึกษาได้
แบ่งแหล่งเงินทุนออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ 1) กองทุนหมู่บ้านชุมชนและชุมชนเมือง 2) สถาบัน
ทางการเงินที่มีอยู่แต่ละชุมชน เช่น กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ สหกรณ์กลุ่มอาชีพ เป็นต้น 3) ธนาคาร
พาณิชย์ 4) การระดมทุนของสมาชิกในวิสาหกิจหรือเงินทุนส่วนตัวของเจ้ากิจการ และ 5) แหล่ง
อื่นๆ เช่น เงินบริจาคหรือเงินให้ยืมจากหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 33
ราย พบว่า วิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรได้รับเงินทุนมากที่สุดจากการระดมทุนของ
สมาชิกในวิสาหกิจหรือเงินทุนส่วนตัวของเจ้ากิจการ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.71 ของ
แหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรได้รับ รองลงมาคือ แหล่งอื่นๆ
เท่ากับ 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.43 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่

สมุนไพรรักษาโรค จากแหล่งสถาบันทางการเงินที่มีอยู่แต่ละชุมชน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.07 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับ จากกองทุนหมู่บ้านชุมชนและชุมชนเมือง จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับ และสุดท้ายจากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับ (ตารางที่ 3.13)

ลักษณะการถือครองที่ดิน อาคาร และเครื่อง/อุปกรณ์การผลิตของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรเป็นเจ้าของ 2) วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรเช่าเพื่อทำการผลิต 3) การถือครองในลักษณะอื่นๆ เช่น ที่ดินหรืออาคารที่เป็นของสาธารณะ อาคารรอกเนกประสงค์ เป็นต้น จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรพบว่า การถือครองที่ดินที่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรเป็นเจ้าของมีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.73 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือ ทำการเช่าที่ดินจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.15 ของกลุ่มตัวอย่าง และสุดท้าย การถือครองที่ดินในลักษณะอื่นๆจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.12 ของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนอาคารของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรเป็นเจ้าของมีจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.82 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือ อาคารของวิสาหกิจผู้ผลิตที่ถือครองในลักษณะอื่นๆ มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.12 ของกลุ่มตัวอย่าง และสุดท้ายเช่าอาคารเพื่อทำการผลิต มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.06 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3.14) หากพิจารณาเฉพาะอาคารที่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรเป็นเจ้าของแล้วสามารถแยกได้ 2 ประเภท คือ 1) มีอาคารที่ทำการผลิตโดยเฉพาะมีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.93 ของจำนวนวิสาหกิจที่เป็นเจ้าของอาคารที่ทำการผลิต และ 2) ทำการผลิตบริเวณที่พักอาศัย มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.07 ของจำนวนวิสาหกิจที่เป็นเจ้าของอาคารที่ทำการผลิต

ในส่วนของภาวะหนี้สิน วิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่มีภาวะหนี้สิน ณ วันที่สัมภาษณ์ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของกลุ่มตัวอย่าง และวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีภาวะหนี้สิน ณ วันที่สัมภาษณ์ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งหนี้สินที่เกิดขึ้นแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ 1) กู้ยืมเพื่อนำมาใช้ในการประกอบกิจการอย่างเดียว จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.24 ของกลุ่มตัวอย่าง และ 2) กู้ยืมเพื่อนำมาใช้ในการประกอบกิจการและอย่างอื่น ๆ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 3.15)

ตารางที่ 3.13 แหล่งเงินทุนของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการ OTOP

| | แหล่งเงินทุน | | | | |
|-------------|---------------------|--------------------------|----------------------------------|-------------------|------------|
| | กองทุนหมู่บ้าน ๑ | สถาบันการเงิน ในชุมชน | ระดมทุน สมาชิก /ทุนส่วนตัว | ธนาคาร พาณิชย์ | แหล่งอื่นๆ |
| จำนวน (ราย) | 8 | 9 | 20 | 7 | 12 |
| ร้อยละ | 14.29 | 16.07 | 35.71 | 12.50 | 21.43 |

หมายเหตุ: วิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรหนึ่งรายอาจมีแหล่งเงินได้หลายประเภท

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.14 ลักษณะการถือครองที่ดิน อาคาร และเครื่องจักร/อุปกรณ์การผลิตของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการ OTOP

| สินทรัพย์ | ที่ดิน | | | อาคาร | | | เครื่องจักร/อุปกรณ์ | | |
|----------------------|---------|-------|-------|---------|------|-------|---------------------|------|-------|
| | เจ้าของ | เช่า | อื่นๆ | เจ้าของ | เช่า | อื่นๆ | เจ้าของ | เช่า | อื่นๆ |
| ลักษณะการ ถือครอง | | | | | | | | | |
| จำนวน (ราย) | 24 | 5 | 4 | 27 | 2 | 4 | 29 | 0 | 0 |
| ร้อยละ | 72.73 | 15.15 | 12.12 | 81.82 | 6.06 | 12.12 | 87.88 | 0 | 0 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

ตารางที่ 3.15 ภาวะหนี้สิน ณ วันที่ทำการสัมภาษณ์ของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการ OTOP

| | ไม่มีหนี้ | มีภาวะหนี้สิน | |
|------------|-----------|------------------------|--------------------------|
| | | ประกอบกิจการอย่างเดียว | ทั้งประกอบกิจการและอื่นๆ |
| จำนวน(ราย) | 22 | 8 | 3 |
| ร้อยละ | 66.67 | 24.24 | 9.09 |

ที่มา: จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร 33 ราย

3.5 ความช่วยเหลือของภาครัฐ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการ OTOP

จากกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรจำนวน 33 ราย พบว่าวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น การจัดอบรมในด้านการตลาด อบรมเกี่ยวกับการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สนับสนุนทางด้านเงินทุนเป็นบางส่วน เป็นต้น รวมทั้งภาครัฐทั้งส่วนกลางและในส่วนภูมิภาคยังสนับสนุนในการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมาจำหน่ายในงานต่างๆ ส่วนหน่วยงานที่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่วิสาหกิจผู้ผลิต เช่น พัฒนาชุมชนอำเภอ/จังหวัด กระทรวงอุตสาหกรรมจังหวัด กระทรวงพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ธนาคาร SMEs องค์การบริหารส่วนตำบล รวมทั้งการจัดงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP เป็นต้น

วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรต้องการได้รับความช่วยเหลือเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านเงินทุน การประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ต้องการขยายตลาด ช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น ต้องการได้รับความรู้ทางด้านสารเคมีในการผลิตที่สำคัญวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรต้องการการสนับสนุนอย่างจริงจังและยั่งยืนมากยิ่งขึ้นจากภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่เป็นเพียงการให้การสนับสนุนชั่วคราวครั้งชั่วคราว และต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่มาจากกรรวมกลุ่มของชาวบ้านซึ่งอยู่ในระดับรากหญ้าอย่างแท้จริง เพราะมีบางวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่มาจากกรดำเนินงานของบุคคล/บริษัท (SMEs) ที่ซึ่งมีประสิทธิภาพในการผลิตและการทำการตลาดอยู่แล้ว มาจดทะเบียนเป็นกลุ่มชุมชน/อาชีพ มาแบ่งการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งพื้นที่การขายในงานแสดงสินค้า OTOP ต่างๆ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจการ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสมุนไพร คือ ผลิตภัณฑ์ของทางวิสาหกิจชุมชนยังไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) คนในชุมชนไม่ค่อยให้ความร่วมมือ ขาดความรู้ทางด้านการตลาด/การผลิตที่มีมาตรฐาน ราคาของปัจจัยการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้น ปัญหาทางด้านขาดเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต มาตรฐานของการจัดการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP มีบางสถานประกอบการที่ต้องการความรู้ทางด้าน การส่งออก เพราะจากการไปออกร้านในการจัดงาน OTOP มีชาวต่างชาติสนใจตัวผลิตภัณฑ์แต่ไม่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้เพราะขาดความรู้ในเรื่องภาษา และการส่งออก

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรต่อโครงการ OTOP กับการพัฒนาท้องถิ่น ร้อยละ 74.07 คิดเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 18.20 คิดเห็นว่าพอใช้ ร้อยละ 7.41 คิดว่าควรปรับปรุง และพอที่จะสรุปความคิดเห็นของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรต่อโครงการ OTOP กับการพัฒนาท้องถิ่น ได้ดังนี้ ทำให้มีรายได้เสริมในท้องถิ่น ลดรายจ่ายในครัวเรือน มีโอกาสได้แสดงความรู้ความสามารถและรู้จักใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ในส่วนของข้อเสนอแนะต่อโครงการ OTOP ว่า รัฐบาลควรเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้ด้านวิชาการมากยิ่งขึ้น ไม่ใช่สนับสนุนเป็นช่วง รัฐบาลควรให้เงินสนับสนุน และจัดหาแหล่งจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมโครงการให้เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในระดับรากหญ้าอย่างแท้จริง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์สมการการผลิต

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับสมการการผลิต รูปแบบของสมการการผลิตที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ และผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิต ซึ่งประกอบไปด้วยผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิตสแปร์สมุนไพรชนิดก่อนและสแปร์สมุนไพรชนิดเหลว โดยวิเคราะห์ถึงความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยแต่ละชนิด ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยแต่ละชนิด ผลิตภาพของแรงงานและอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยการผลิต และข้อสังเกตจากผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิต

4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสมการการผลิต (Production function)

การพิจารณาทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตนั้น เราแบ่งตัวผันแปรของธุรกิจออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยการผลิต (input) และผลผลิต (Output) ปัจจัยการผลิตจะเป็นอะไรก็ได้ที่ธุรกิจซื้อไว้เพื่อใช้ในการผลิต หรือเพื่อการแปรรูปอื่นๆ ส่วนความหมายของ **ผลผลิต** นั้นคือสินค้าใดๆก็ได้ที่ธุรกิจผลิตขึ้นหรือแปรรูปเพื่อขาย¹ ให้ผลผลิตชนิดหนึ่ง (Y) มีปัจจัยการผลิต (X) จำนวน n ชนิด สามารถเขียนเป็นความสัมพันธ์ทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

เราเรียกสมการนี้ว่าฟังก์ชันการผลิต (Production function) ซึ่งจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิตกับปริมาณการใช้ปัจจัยการผลิต อย่างไรก็ตามเมื่อปัจจัยการผลิตมีเป็นจำนวนมากเราจึงไม่สามารถที่จะนำมารวมไว้ในฟังก์ชันการผลิตทั้งหมดแต่จะให้ความสำคัญเฉพาะปัจจัยการผลิตบางตัวที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการผลิตสูงเท่านั้น

ฟังก์ชันการผลิตแสดงถึงปริมาณผลผลิตที่ได้รับจากการใช้ปัจจัยการผลิต ณ ระดับต่างๆ ในระยะเวลาหนึ่ง เนื่องจากปัจจัยการผลิตมี 2 ชนิดคือ ปัจจัยคงที่ ซึ่งหมายถึงปัจจัยการผลิตที่ถูกต้อง

¹ สมพงษ์ อรพินท์, เศรษฐศาสตร์จุลภาค, (กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตร, 2536), หน้า 165.

ใช้ในจำนวนคงที่ตลอดระยะเวลาการผลิต และปัจจัยแปรผัน ซึ่งหมายถึงปัจจัยการผลิตที่ถูกใช้ในจำนวนที่เปลี่ยนแปลงไปในระหว่างการผลิต

ปัจจัยคงที่และปัจจัยแปรผันจึงนำมาใช้แบ่งแยกประเภทของระยะเวลาการผลิต ดังนี้

ระยะสั้น (Short run) หมายถึง ระยะเวลาการผลิตที่มีปัจจัยการผลิตอย่างน้อยหนึ่งชนิดเปลี่ยนแปลงได้ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

ระยะยาว (Long run) หมายถึง ระยะเวลาการผลิตที่มีปัจจัยการผลิตทุกชนิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้หรือปัจจัยการผลิตทุกชนิดเป็นปัจจัยแปรผัน

ผลผลิตเฉลี่ย (Average Product: AP) สามารถแสดงได้โดยผลหารของปริมาณผลผลิตรวม (Y) กับปริมาณการใช้ปัจจัยแปรผัน (X)

$$AP_i = \frac{f(X_i)}{X_i} \quad ; \text{ where } i = 1, 2, 3, \dots, n$$

ผลผลิตหน่วยสุดท้าย (Marginal Physical Product: MP) เป็นการเปลี่ยนแปลงในปริมาณผลผลิตรวมอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยแปรผันจำนวน 1 หน่วย

$$MP_i = \frac{\partial f(X_i)}{\partial X_i} \quad ; \text{ where } i = 1, 2, 3, \dots, n$$

ความยืดหยุ่นของการใช้ปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด ค่าความยืดหยุ่นจะแสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ปัจจัยการผลิตไปร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าใด

$$\varepsilon_{x_i} = \frac{\partial Y}{\partial X_i} \cdot \frac{X_i}{Y} \quad ; \text{ where } i = 1, 2, 3, \dots, n$$

อัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยการผลิต (Marginal Rate of Technical Substitution: MRTS) คืออัตราระหว่าง จำนวนปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งที่ลดลง ต่อ จำนวนปัจจัยการผลิตอีกชนิดหนึ่งที่เพิ่มขึ้นจาก โดยคงจำนวนผลผลิตไว้เท่าเดิม²

$$MRTS_{LK} = \frac{MP_L}{MP_K} \quad ; \text{ กำหนดให้มีปัจจัยการผลิต 2 ชนิดคือ แรงงาน (L) และทุน (K)}$$

4.1.1 ชนิดของสมการการผลิต

การความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับปัจจัยการผลิต โดยใช้สมการการผลิตนั้นมีรูปแบบสมการการผลิตหลายรูปแบบ ตัวอย่างสมการการผลิต มีดังนี้

1) Linear Function (สมการเส้นตรง)

$$Y = \sum_{i=1}^n \beta_i X_i$$

โดยที่ Y คือ จำนวนผลิต
 X_i คือ ปริมาณของปัจจัยการผลิต
 β_i คือ Marginal Physical Product of i

2) The Leontief Production Function (ฟังก์ชันการผลิตซึ่งมีสัดส่วนของปัจจัยการผลิตคงที่)

$$Y = \min \left\{ \frac{X_i}{\beta_i} \right\} \quad ; (\beta_i > 0); (i = 1, 2, 3, \dots, n)$$

โดยที่ Y และ X_i มีความหมายเหมือนกับ Linear Function

β_i คือ เป็นค่าคงที่มีค่าเป็นบวกเสมอ

ในกรณีของ The Leontief Production Function เป็นฟังก์ชันการผลิตที่เฉพาะเจาะจงคือ มีปริมาณของสัดส่วนของปัจจัยการผลิตที่ตายตัวตลอด

² นราทิพย์ ชุตินวงศ์, วิทยุเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539),

3) Cobb-Douglas Production Function

$$Y = \gamma \prod_{i=1}^n X_i^{\beta_i} \quad ; (\gamma > 0, \beta_i > 0)$$

โดยที่ Y และ X_i มีความหมายเหมือนกับ Linear Function ส่วน γ แสดงระดับการผลิตที่ได้จากเทคนิคการผลิต (Efficiency parameter)

Cobb-Douglas Production Function มีลักษณะเป็น Homogeneous function คือ สมการใดสมการหนึ่งจะถูกเรียกเป็นสมการที่เป็น Homogeneous ของดีกรี r (Homogeneous of degree r : $r =$ ค่าคงที่ใดๆ) ก็ต่อเมื่อ ผลคูณของตัวแปรอิสระทุกตัว (ปัจจัยการผลิต) กับค่าคงที่ใดๆที่เป็นจำนวนจริงบวก (j) แล้วทำให้ผลลัพธ์ของสมการ (ผลผลิต) เปลี่ยนไปเท่ากับ j^r เท่าของสมการเดิม

ถ้า $\sum_{i=1}^n \beta_i > 1$ แสดงว่า การผลิตอยู่ในระยะผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น (Increasing return to scale) กล่าวคือ เมื่อมีการใช้ปัจจัยแปรผันทุกชนิดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1

ถ้า $\sum_{i=1}^n \beta_i = 1$ แสดงว่า การผลิตอยู่ในระยะผลได้ต่อขนาดคงที่ (Constant return to scale) กล่าวคือ เมื่อมีการใช้ปัจจัยแปรผันทุกชนิดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ผลผลิตเพิ่ม ร้อยละ 1 เช่นกัน

ถ้า $\sum_{i=1}^n \beta_i < 1$ แสดงว่า การผลิตอยู่ในระยะผลได้ต่อขนาดลดลง (Decreasing return to scale) กล่าวคือ เมื่อมีการใช้ปัจจัยแปรผันทุกชนิดเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นน้อยกว่า ร้อยละ 1

4) The CES production function (The constant elasticity of substitution production function)³

$$Y = \gamma \left[\sum_{i=1}^n \beta_i X_i^{-\rho} \right]^{-\nu/\rho} ; \nu, \beta_i, \gamma > 0, \sum \delta_i = 1 \text{ and } \rho \geq -1$$

โดยที่ Y และ X_i มีความหมายเหมือนกับ Linear Function ส่วน γ แสดงระดับการผลิตที่ได้จากเทคนิคการผลิต (Efficiency parameter) ซึ่ง The CES production function เป็นฟังก์ชันการผลิตที่มีความยืดหยุ่นของการทดแทนกันของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดมีค่าคงที่ ซึ่งค่าของ ν แสดงถึง the degree of homogeneity ดังนี้

ถ้า $\nu > 1$ แสดงว่า การผลิตอยู่ในระยะผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น (Increasing return to scale) ถ้า $\nu = 1$ แสดงว่า การผลิตอยู่ในระยะผลได้ต่อขนาดคงที่ (Constant return to scale) และถ้า $\nu < 1$ แสดงว่า การผลิตอยู่ในระยะผลได้ต่อขนาดลดลง (Decreasing return to scale)

4.1.2 สมการการผลิตที่ใช้ในรูปของ Cobb-Douglas production function

สำหรับการวิเคราะห์สมการการผลิตผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ได้ใช้สมการการผลิตในรูปของ Cobb-Douglas production function ซึ่งเป็นสมการแบบ Power function และสามารถเปลี่ยนให้อยู่ในรูปของสมการเส้นตรงได้ด้วยวิธีการของ \log^4 สมการผลิตตามรูปแบบ Cobb-Douglas production function แสดงในรูปสมการคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$Y = A X_1^{\beta_1} \cdot X_2^{\beta_2} \dots X_n^{\beta_n}$$

เมื่อ Take log จะได้สมการเส้นตรง คือ

$$\ln Y = \ln A + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \dots + \beta_n \ln X_n$$

³ Pablo Coto-Millán, Utility and Production Theory and Application, (New York: Physica-Verlag Heidelberg, 1999), p. 130.

⁴ G.C. da Costa, Production Prices and Distribution neoclassical and classical systems, (New Delhi: Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited), pp. 194-195.

| | |
|------------------------------------|--|
| โดยกำหนดให้ Y | คือ ผลผลิต (Output) |
| A | คือ ค่าคงที่ |
| X_1, X_2, \dots, X_n | คือ ปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต (Inputs) |
| $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ | คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัย $X_1, X_2 \dots X_n$ ตามลำดับ |

1) สาเหตุที่ใช้สมการการผลิตแบบ Cobb-Douglas เพราะมีข้อดีดังนี้

1.1) Cobb-Douglas Production Function มีลักษณะเป็น Homogeneous function

1.2) ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยการผลิต (Marginal Product) จะลดลงเมื่อเพิ่มปัจจัยการผลิตชนิดนั้นขึ้น ถ้า $\sum_{i=1}^n \beta_i < 1$ ซึ่งสอดคล้องกับกฎลดลงของผลได้

1.3) มีความสะดวกในการคำนวณหาความยืดหยุ่นของผลผลิตจากปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด เนื่องจากค่าความยืดหยุ่น ก็คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยแต่ละชนิด ซึ่งมีค่าคงที่ตลอดในทุกระดับของปัจจัยการผลิตที่ใช้⁵

1.4) ค่า standard Error ต่างๆจะมีค่าน้อยลง เพราะการเปลี่ยนข้อมูลต่างๆให้อยู่ในรูปของ Logarithm ก่อนการคำนวณ เป็นการลดขนาดของข้อมูล ดังนั้นค่า Standard Error ของข้อมูลที่นำมาใช้ก็จะมีค่าน้อยลงด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁵ นราทิพย์ ชุตินวงศ์, วิทยุเศรษฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์, (กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539),

2) ข้อจำกัดของสมการ Cobb-Douglas มีดังนี้

2.1) ไม่สามารถนำมาใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและปัจจัยคงที่ได้ เนื่องจาก Cobb-Douglas Production Function เริ่มจากจุดกำเนิด (Origin point)

2.2) ข้อมูลของปัจจัยแปรผันจะมีค่าเท่ากับ 0 ไม่ได้ เพราะสมการอยู่ในรูปของการคูณและเมื่อเปลี่ยนให้อยู่ในรูปของ log จะไม่สามารถหาค่าได้เช่นกัน

2.3) Cobb-Douglas Production Function เป็นสมการการผลิตที่มีความยืดหยุ่นของการทดแทนกันคงที่และมีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งปกติแล้ว ค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกันของปัจจัยการผลิตมีโอกาสเท่ากับ 1 น้อยมาก⁶

4.2 รูปแบบสมการการผลิตที่ใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตกับผลผลิตส่วนบุคคล โดยการประมาณการสมการการผลิตแบบคอบบ์ดักลาส (Cobb-Douglas Production Function) มีรูปแบบสมการ 2 รูปแบบ คือ สมการการผลิตของส่วนบุคคลก่อนสมมุติฐาน และสมการการผลิตส่วนบุคคลสมมุติฐาน

4.2.1 สมการการผลิตของส่วนบุคคลก่อนสมมุติฐาน

$$YB = \beta_1 (KB)^{\beta_2} (LB)^{\beta_3}$$

เมื่อ Take Log จะได้สมการเส้นตรง ดังนี้

$$\ln YB = \beta_1 + \beta_2 \ln(KB) + \beta_3 \ln(LB)$$

⁶ Hal R. Varian, *Microeconomic Analysis*, (New York: Norton & company, 1992), p 13.

โดยกำหนดให้

YB คือ ปริมาณสบู่มาก่อนที่ผลิตได้ มีหน่วยเป็นกิโลกรัม

KB คือ ปริมาณปัจจัยทุน * มีหน่วยเป็นบาท

LB คือ แรงงานมีหน่วยเป็นชั่วโมง

4.2.2 สมการการผลิตสบู่มาก่อน

$$YL = \beta_1 (KL)^{\beta_2} (LL)^{\beta_3}$$

เมื่อ Take Log จะได้สมการเส้นตรง ดังนี้

$$\ln YL = \beta_1 + \beta_2 \ln(KL) + \beta_3 \ln(LL)$$

โดยกำหนดให้

YL คือ ปริมาณสบู่มาก่อนที่ผลิตได้ มีหน่วยเป็นลิตร

KL คือ ปริมาณปัจจัยทุน ** มีหน่วยเป็นบาท

LL คือ แรงงานมีหน่วยเป็นชั่วโมง

แล้วทำการประมาณสัมประสิทธิ์ด้วยวิธี Multiple Regression Analysis โดยวิธี Least Square และทำการทดสอบค่าทางสถิติ

* คิดค่าเสื่อมราคาของปัจจัยทุน คิดในอัตราคงที่ตามวิธีเส้นตรง (Straight-line Method) การคิดค่าเสื่อมราคาในครั้งนี้ จะไม่คิดราคาซาก เพราะส่วนใหญ่เมื่อใช้ไปเมื่อหมดอายุการใช้งานแล้วมักจะหมายถึงเครื่องเสีย อุปกรณ์ชำรุด ราคาซากจึงมีมูลค่าน้อยมาก และคิดอายุการใช้งานเท่ากับ 10 ปี สำหรับอุปกรณ์ประเภทเครื่องจักรและ 3 ปี ประเภทภาชนะที่ใช้ในการผลิต

** คิดค่าเสื่อมราคาของปัจจัยทุน คิดในอัตราคงที่ตามวิธีเส้นตรง (Straight-line Method) เช่นเดียวกับปัจจัยทุนในสบู่มาก่อน
สมุนไพรร

4.3 ผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิต

4.3.1 ผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิตสบู่มุขไพรชนิดก้อน

1) ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับปัจจัยการผลิต

จากการประมาณการการผลิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสบู่มุขไพรจำนวน 33 ราย เป็นผู้ผลิตสบู่มุขไพรชนิดก้อนจำนวนทั้งหมด 19 ราย ดังนั้นจำนวนข้อมูลที่ใช้ในการประมาณการการผลิตสบู่มุขไพรชนิดก้อนมี 19 ข้อมูล โดยใช้วิธี Multiple Regression Analysis ด้วยโปรแกรม E-View (ผลของการประมาณการสมการของโปรแกรม E-view สามารถดูได้จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 1.1) พบว่าสมการไม่มีปัญหา Heteroskedasticity จากการตรวจสอบปัญหาด้วย White Heteroskedasticity Test (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 1.2) และไม่มีปัญหา Autocorrelation เนื่องจากค่า Durbin-Watson stat เท่ากับ 1.742577 เมื่อเทียบดูค่าจากตาราง Durbin-Watson d statistic⁷ เมื่อมี degree of freedom เท่ากับ 19 ด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 99 พบว่า d_L เท่ากับ 0.835 และค่า d_U เท่ากับ 1.265 ดังนั้นค่า Durbin-Watson stat ที่คำนวณได้ไม่ตกอยู่ในช่วงดังกล่าว จึงมั่นใจได้ 99% ว่าไม่มีปัญหา และยังพบอีกว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity จากตาราง Correlation Matrix (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 1.3) ซึ่งไม่มีตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กันเกิน 0.8 หลังจากประมาณการสมการการผลิตสบู่มุขไพรชนิดก้อน ได้สมการดังนี้

$$\ln(YB) = -3.221577 + 0.422248 \ln(KB) + 0.8303501 \ln(LB)$$

เมื่อทำการ Anti-log จะได้สมการการผลิตแบบ Cobb-Douglas ดังนี้

$$YB = e^{-3.221577} (KB)^{0.422248} (LB)^{0.830350}$$

$$S.E. = (1.556197) (0.201665) (0.332569)$$

$$R^2 = 0.514916$$

$$\bar{R}^2 = 0.454281$$

$$Prob(F - statistic) = 0.003066$$

⁷ Damodar N. Gujarati, Basic Econometrics, (Singapore: McGRAW-HILL, 2003), p 972.

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิตสับผสมนไพรกับปัจจัยการผลิตทั้ง 2 ชนิด เมื่อได้ทดสอบนัยสำคัญของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด โดย T-test (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 4.1) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของปริมาณปัจจัยทุน (KB) ที่ใช้ในการผลิตสับก่อนผสมนไพร มีค่าเท่ากับ 0.422248 และค่าสัมประสิทธิ์ของปริมาณปัจจัยแรงงาน (LB) ที่ใช้ในการผลิตสับก่อนผสมนไพร มีค่าเท่ากับ 0.830350

และเมื่อทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-statistic ปรากฏว่า มีระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99.6934 แสดงว่า ปัจจัยการผลิตมีสหสัมพันธ์กับผลผลิต และค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.514916 แสดงว่าปริมาณสับก่อนผสมนไพรที่ผลิตได้ที่เปลี่ยนแปลงไปนี้สามารถอธิบายได้ด้วยปริมาณปัจจัยทุนและแรงงาน ประมาณร้อยละ 51.49 ส่วนอีกร้อยละ 48.51 สามารถอธิบายได้โดยปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

ตารางที่ 4.1 ค่าสัมประสิทธิ์ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.D.) ค่า t-value และระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆในสมการการผลิตสับผสมนไพรชนิดก่อนของกลุ่มตัวอย่าง

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์ (ค่าความยืดหยุ่น) | ค่าความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน | t-value | ระดับ นัยสำคัญ |
|------------|--------------------------------------|-------------------------------|----------|-------------------|
| ทุน(KB) | 0.422248 | 0.201665 | 2.093810 | 0.0526 |
| แรงงาน(LB) | 0.830350 | 0.332569 | 2.496775 | 0.0238 |

2) ความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยแต่ละชนิด ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยแต่ละชนิด ผลิตภาพของแรงงานและอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยการผลิต

ในรูปแบบสมการ Cobb-Douglas ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด จะแสดงถึงความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด ค่าความยืดหยุ่นจะแสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ปัจจัยการผลิตไปร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าใด เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ณ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของตัวแปร

จากสมการ
$$YB = e^{-3.221577} (KB)^{0.422248} (LB)^{0.830350}$$

พิจารณาความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยทุน(KB) มีค่าเท่ากับ 0.422248 หมายถึง เมื่อเพิ่มปัจจัยทุนร้อยละ 1 ปริมาณสบู่งก่อนสมุนไพรที่ผลิตได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.42 โดยประมาณ กล่าวคือ ถ้าเพิ่มปัจจัยทุน 1 บาท จะสามารถผลิตสบู่งก่อนสมุนไพรได้เพิ่ม 0.00471 กิโลกรัม*

$$\left(0.422248 \times \frac{42.49216}{3805.78947} \right) \text{ (ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยทุน: } MP_{KB} \text{)}$$

ความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยแรงงาน(LB) มีค่าเท่ากับ 0.830350 หมายถึง เมื่อเพิ่มปัจจัยแรงงานร้อยละ 1 ปริมาณสบู่งก่อนสมุนไพรที่ผลิตได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.83 โดยประมาณ กล่าวคือ ถ้าเพิ่มปัจจัยแรงงาน 1 ชั่วโมงการทำงาน จะสามารถผลิตสบู่งก่อนสมุนไพรได้เพิ่ม

$$0.75664 \text{ กิโลกรัม } \left(0.830350 \times \frac{42.49216}{46.63158} \right) \text{ (ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยแรงงาน: } MP_{LB} \text{)}$$

นอกจากนี้ผลรวมของค่าความยืดหยุ่นยังแสดงถึงผลตอบแทนต่อขนาด (Return to scale) ด้วย ในกรณีนี้ ผลรวมของค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.252598 (ไม่รวมค่าสัมประสิทธิ์ของค่าคงที่) ซึ่งมากกว่า 1 เพียงเล็กน้อย จึงทำการทดสอบด้วยวิธี Wald test เพื่อยืนยันว่าค่า 1.252598 นั้นมีค่าเข้าใกล้ 1 หรือ ไม่ใช่ค่า 1 อย่างมีนัยสำคัญ (ผลการทดสอบโดยโปรแกรม E-view ดูได้จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 1.4) ผลการทดสอบพบว่า ค่า 1.252598 ไม่แตกต่างจาก 1 แสดงว่าการผลิตสบู่งก่อนสมุนไพรชนิดก่อนอยู่ในระยะผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ (Constant Return to Scale) กล่าวคือ เมื่อเพิ่มปัจจัยทุนและแรงงานร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตสบู่งก่อนสมุนไพรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ด้วยเช่นกัน

ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) หาได้จากสูตร $\frac{YB}{LB}$ นั่นคือ อัตราส่วนของผลผลิตสบู่งก่อนสมุนไพร (กิโลกรัม) ต่อปริมาณชั่วโมงแรงงาน ดังนั้น ผลิตภาพของแรงงานเฉลี่ยใน

* จากสูตรการหาค่าความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยการผลิตคือ $\varepsilon_{x_i} = \frac{\Delta Y}{\Delta X_i} \cdot \frac{X_i}{Y}$ ดังนั้น

$$\frac{\Delta Y}{\Delta X_i} = \varepsilon_{x_i} \cdot \frac{Y}{X_i} = MP_{X_i} \text{ (ผลผลิตหน่วยสุดท้าย Marginal Physical Product) โดยที่ } Y \text{ คือค่าเฉลี่ยเลขคณิตของปริมาณ}$$

ผลผลิต และ X_i คือค่าเฉลี่ยเลขคณิตของปริมาณปัจจัยการผลิต

การผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรคือ 0.911231 กิโลกรัมต่อชั่วโมง หมายถึง แรงงานใช้เวลา 1 ชั่วโมง สามารถผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรได้ประมาณ 0.911231 กิโลกรัม (911.231 กรัม) โดยเฉลี่ย

อัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยแรงงาน (LB) แทนปัจจัยทุน (KB) ($MRTS_{LK}$) เท่ากับ 160.49379 นั่นคือ ถ้าเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงาน 1 ชั่วโมง เพื่อทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงประมาณ 160.49379 บาท
$$\left(MRTS_{LK} = \frac{MP_{LB}}{MP_{KB}} = \frac{0.75664}{0.00471} \right)$$

เมื่อพิจารณาฐานนิยมของชั่วโมงแรงงานในการผลิตมีค่าเท่ากับ 8 ชั่วโมงต่อวันต่อคน ค่าจ้างเฉลี่ยต่อวันเท่ากับ 166.94224 บาทต่อคน หากใน 1 ชั่วโมงต้องจ่ายค่าแรงประมาณ 20.86778 บาทต่อชั่วโมงต่อคน ดังนั้นเมื่อทำการเปรียบเทียบว่า ถ้าเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงาน 1 ชั่วโมง เพื่อทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงประมาณ 160.49379 บาท ($MRTS_{LK}$) กับค่าแรงต่อชั่วโมงต่อคนซึ่งเท่ากับ 20.86778 บาท แล้ว จึงประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ปัจจัยทุนในการผลิตเท่ากับ 139.62601 บาทเพื่อเพิ่มปัจจัยแรงงาน 1 ชั่วโมง หรือประมาณร้อยละ 87 ของปัจจัยทุนที่ลดลง

4.3.2 ผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรชนิดเหลว

1) ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับปัจจัยการผลิต

จากการประมาณสมการการผลิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรจำนวน 33 ราย เป็นผู้ผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรชนิดเหลวจำนวนทั้งหมด 23 ราย แต่เนื่องจากการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มา มีผู้ผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรหนึ่งรายมีมูลค่าปัจจัยทุนที่สูงเกิน (Overvalue) ผู้ผลิตรายอื่นๆ จึงไม่รวมข้อมูลผู้ผลิตรายนี้มาคิดในการประมาณการสมการการผลิต ดังนั้นจำนวนข้อมูลที่ใช้ในการประมาณสมการการผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรชนิดเหลวจึงมี 22 ข้อมูล โดยใช้วิธี Multiple Regression Analysis ด้วยโปรแกรม E-View (ผลของการประมาณการสมการของโปรแกรม E-view สามารถดูได้จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 2.1) พบว่าสมการไม่มีปัญหา Heteroskedasticity จากการตรวจสอบปัญหาด้วย White Heteroskedasticity Test (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 2.2) ไม่มีปัญหา Autocorrelation เนื่องจากค่า Durbin-Watson stat เท่ากับ 1.822627 เมื่อเทียบค่าจากตาราง

Durbin-Watson d statistic⁸ เมื่อมี degree of freedom เท่ากับ 22 ด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 99 พบว่า d_L เท่ากับ 0.914 และค่า d_U เท่ากับ 1.284 ดังนั้นค่า Durbin-Watson stat ที่คำนวณได้ ไม่ตกอยู่ในช่วงดังกล่าว จึงมั่นใจได้ 99% ว่าไม่มีปัญหา และยังพบอีกว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity จากตาราง Correlation Matrix (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 2.3) ซึ่งไม่มีตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กันเกิน 0.8 หลังจากประมาณการสมการการผลิตสมมุติหน่วยได้สมการ ดังนี้

$$\ln(YL) = -3.829130 + 0.318572 \ln(KL) + 1.345817 \ln(LL)$$

เมื่อทำการ Anti-log จะได้สมการการผลิตแบบ Cobb-Douglas ดังนี้

$$YL = e^{-3.829130} (KL)^{0.318572} (LL)^{1.345817}$$

$$S.E. = (1.347912) (0.168325) (0.216905)$$

$$R^2 = 0.709358$$

$$\bar{R}^2 = 0.678764$$

$$Prob(F - statistic) = 0.000008$$

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณผลผลิตสมมุติหน่วยกับปัจจัยการผลิตทั้ง 2 ชนิด เมื่อได้ทดสอบนัยสำคัญของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด โดย T-test (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 4.2) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของปริมาณปัจจัยทุน (KL) ที่ใช้ในการผลิตสมมุติหน่วย มีค่าเท่ากับ 0.318572 และค่าสัมประสิทธิ์ของปริมาณปัจจัยแรงงาน (LL) ที่ใช้ในการผลิตสมมุติหน่วย มีค่าเท่ากับ 1.345817

และเมื่อทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-statistic ปรากฏว่า มีระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99.9992 แสดงว่า ปัจจัยการผลิตมีสหสัมพันธ์กับผลผลิต และค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.709358 แสดงว่าปริมาณสมมุติหน่วยที่ผลิตได้ที่เปลี่ยนแปลงไปนี้สามารถอธิบายได้ด้วยปริมาณปัจจัยทุนและแรงงาน ประมาณร้อยละ 70.94 ส่วนอีกร้อยละ 29.06 สามารถอธิบายได้โดยปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

⁸ Damodar N. Gujarati, Basic Econometrics, (Singapore: McGRAW-HILL, 2003), p 972.

ตารางที่ 4.2 ค่าสัมประสิทธิ์ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.D.) ค่า t-value และระดับนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆในสมการการผลิตสับผสมนไพรชนิดเหลืองของกลุ่มตัวอย่าง

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์ (ค่าความยืดหยุ่น) | ค่าความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน | t-value | ระดับนัยสำคัญ |
|------------|--------------------------------------|-------------------------------|----------|---------------|
| ทุน(KL) | 0.318572 | 0.168325 | 1.892600 | 0.0737 |
| แรงงาน(LL) | 1.345817 | 0.216905 | 6.204632 | 0.0000 |

2) ความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยแต่ละชนิด ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยแต่ละชนิด ผลผลิตภาพของแรงงานและอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยการผลิต

ในรูปแบบสมการ Cobb-Douglas ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด จะแสดงถึงความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยการผลิตแต่ละชนิด ค่าความยืดหยุ่นจะแสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ปัจจัยการผลิตไปร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตเปลี่ยนแปลงไปร้อยละเท่าใด เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ณ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของตัวแปร

$$\text{จากสมการ } YL = e^{-3.829130} (KL)^{0.318572} (LL)^{1.345817}$$

พิจารณาค่าความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยทุน(KL) มีค่าเท่ากับ 0.318572 หมายถึง เมื่อเพิ่มปัจจัยทุนร้อยละ 1 ปริมาณสับก่อนผสมนไพรที่ผลิตได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.32 โดยประมาณ

กล่าวคือ ถ้าเพิ่มปัจจัยทุน 1 บาท จะสามารถผลิตสบู่เหลวสมุนไพรได้เพิ่ม 0.01117 ลิตร*

$$\left(0.422248 \times \frac{64.16818}{1830.559} \right)$$
 (ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยทุน: MP_{KL})

ความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยแรงงาน(LL) มีค่าเท่ากับ 1.345817 หมายถึง เมื่อเพิ่มปัจจัยแรงงานร้อยละ 1 ปริมาณสบู่เหลวสมุนไพรที่ผลิตได้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.35 โดยประมาณ กล่าวคือ ถ้าเพิ่มปัจจัยแรงงาน 1 ชั่วโมงการทำงาน จะสามารถผลิตสบู่เหลวสมุนไพรได้เพิ่ม 1.74142 ลิตร $\left(1.345817 \times \frac{64.16818}{49.59091} \right)$ (ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของปัจจัยแรงงาน: MP_{LL})

นอกจากนี้ผมรวมของค่าความยืดหยุ่นยังแสดงถึงผลตอบแทนต่อขนาด (Return to scale) ด้วย ในกรณีนี้ ผลรวมของค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.664389 (ไม่รวมค่าสัมประสิทธิ์ของค่าคงที่) ซึ่งมากกว่า 1 จึงทำการทดสอบด้วยวิธี Wald test เพื่อยืนยันว่าค่า 1.664389 นั้นมีค่าเข้าใกล้ 1 หรือ ไม่ใช่ค่า 1 อย่างมีนัยสำคัญ (ผลการทดสอบโดยโปรแกรม E-view ดูได้จากภาคผนวก ข. ตารางที่ 2.4) ผลการทดสอบพบว่า ค่า 1.664389 แตกต่างจาก 1 แสดงว่าการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดเหลวไม่ได้อยู่ในระยะผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ (Constant Return to Scale)

และเมื่อทำการทดสอบผลรวมค่าความยืดหยุ่นครั้งที่ 2 (ภาคผนวก ข. ตารางที่ 2.5) ทดสอบด้วย Wald test เพื่อยืนยันว่าค่า 1.664389 นั้นมีค่าเข้าใกล้ 1.5 หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าค่า 1.664389 ไม่แตกต่างจาก 1.5 ซึ่งหมายถึง การผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนอยู่ในระยะผลตอบแทนต่อขนาดเพิ่มขึ้น (Increasing Return to Scale) กล่าวคือ เมื่อเพิ่มปัจจัยทุนและแรงงานร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 1.5

ผลิตภาพของแรงงาน (Labor Productivity) หาได้จากสูตร $\frac{Y}{LL}$ นั่นคือ อัตราส่วนของผลผลิตสบู่สมุนไพรเหลว (ลิตร) ต่อปริมาณชั่วโมงแรงงาน ดังนั้น ผลิตภาพของแรงงานเฉลี่ยใน

*

จากสูตรการหาค่าความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยการผลิตคือ $\varepsilon_{x_i} = \frac{\Delta Y}{\Delta X_i} \cdot \frac{X_i}{Y}$ ดังนั้น

$$\frac{\Delta Y}{\Delta X_i} = \varepsilon_{x_i} \cdot \frac{Y}{X_i} = MP_{X_i}$$
 (ผลผลิตหน่วยสุดท้าย Marginal Physical Product) โดยที่ Y คือค่าเฉลี่ยเลขคณิตของปริมาณผลผลิต และ X_i คือค่าเฉลี่ยเลขคณิตของปริมาณปัจจัยการผลิต

การผลิตสับปะรดหวานไร่คือ 1.29395 ลิตรต่อชั่วโมง หมายถึง แรงงานใช้เวลา 1 ชั่วโมง สามารถผลิตสับปะรดหวานไร่ได้ประมาณ 1.29395 ลิตร (1,293.951 มิลลิลิตร) โดยเฉลี่ย

อัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยแรงงาน (LL) แทนปัจจัยทุน (KL) ($MRTS_{LK}$) เท่ากับ 155.94092 นั่นคือ ถ้าเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงาน 1 ชั่วโมง เพื่อทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงประมาณ 155.94092 บาท $\left(MRTS_{LK} = \frac{MP_{LL}}{MP_{KL}} = \frac{1.74142}{0.01117} \right)$

เมื่อพิจารณาฐานนิยมของชั่วโมงแรงงานในการผลิตมีค่าเท่ากับ 6 ชั่วโมงต่อวันต่อคน ค่าจ้างเฉลี่ยต่อวันเท่ากับ 168.77205 บาทต่อคน หากใน 1 ชั่วโมงต้องจ่ายค่าแรงประมาณ 28.12867 บาทต่อชั่วโมงต่อคน ดังนั้นเมื่อทำการเปรียบเทียบว่า ถ้าเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงาน 1 ชั่วโมง เพื่อทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงประมาณ 155.94092 บาท ($MRTS_{LK}$) กับค่าแรงต่อชั่วโมงต่อคนซึ่งเท่ากับ 28.12867 บาท แล้ว จึงประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ปัจจัยทุนในการผลิตเท่ากับ 127.81225 บาทเพื่อเพิ่มปัจจัยแรงงาน 1 ชั่วโมง หรือประมาณร้อยละ 82 ของปัจจัยทุนที่ลดลง

4.4 ข้อสังเกตจากผลการวิเคราะห์การประมาณการสมการการผลิต

จากผลการวิเคราะห์สมการการผลิตของสับปะรดหวานไร่ทั้ง 2 ชนิด พบว่าปัจจัยแรงงานมีประสิทธิภาพในการเพิ่มผลผลิตสับปะรดหวานไร่มากกว่าปัจจัยทุน และการใช้แรงงานเพื่อทดแทนปัจจัยทุนมีต้นทุนต่ำกว่า ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุน แต่ทั้งนี้การให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงงานหรือการเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงานนั้นมีข้อจำกัด คือ หากเพิ่มชั่วโมงการทำงานขึ้นเรื่อยๆ ในระยะหนึ่ง อาจทำให้ปริมาณผลผลิตที่ได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ตามกฎแห่งการลดน้อยถอยลงของผลได้ (The law of diminishing return) หากกำหนดให้ปัจจัยการผลิตอื่นคงที่ นั่นคือถ้าต้องการเพิ่มปริมาณการผลิต ก็ควรเพิ่มปัจจัยอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วย และจากผลของการวิเคราะห์สมการการผลิตของสับปะรดหวานไร่ทั้ง 2 ชนิดดังกล่าว ซึ่งอาจมีข้อจำกัดดังนี้

1) การใช้ปัจจัยทุนที่ไม่เต็มประสิทธิภาพ: เนื่องจากปัจจัยทุนที่ใช้ในการผลิตไม่ได้ใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ คือ การใช้ปัจจัยทุนในการผลิตจำพวกเครื่องจักร อาจไม่ได้ทำการผลิตทุกวันที่ทำการผลิต เช่น หนึ่งครั้งการผลิตใช้เวลาทำการผลิต 5 วัน แต่อาจใช้ปัจจัยทุนเพียงแค่ 1 วันเท่านั้น ดังนั้นควรที่จะหาอัตราการใช้ประโยชน์ของปัจจัยทุนที่แท้จริงแล้วนำมาถ่วงน้ำหนักด้วย

2) ความถูกต้องของข้อมูลปริมาณแรงงานในการผลิตส่วนบุคคล: จำนวนชั่วโมงแรงงานที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง บางครั้งอาจมีจำนวนมากกว่าความเป็นจริง เช่น แรงงานที่ทำการผลิตมีจำนวน 5 คน แต่บางครั้งทั้ง 5 คน นี้ไม่ได้ทำการผลิตพร้อมๆกัน จำนวนแรงงานที่ใช้จริงอาจน้อยกว่า และไม่ได้เป็นชั่วโมงแรงงานที่มีการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพตลอดเวลา เพราะส่วนใหญ่ทำการผลิตบริเวณที่พักอาศัย อาจมีกิจกรรมอย่างอื่นในครัวเรือนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตส่วนบุคคลด้วย รวมทั้งลักษณะอาชีพของผู้ผลิตก็มีความแตกต่างกัน บางกลุ่มทำเป็นอาชีพหลัก ส่วนบางกลุ่มทำเป็นอาชีพเสริม ดังนั้นความสามารถในการผลิตจึงมีความแตกต่างกัน เพราะกลุ่มที่ทำเป็นอาชีพหลักจะมีความชำนาญ ประสบการณ์และความตั้งใจในการทำการผลิต สูงกว่ากลุ่มที่ทำเป็นอาชีพเสริม และโดยส่วนใหญ่กลุ่มที่ทำเป็นอาชีพหลักก็เป็นกลุ่มที่เป็น SMEs ซึ่งมุ่งเน้นเพื่อทำกำไรเป็นสำคัญ ส่วนผู้ที่ทำเป็นอาชีพเสริมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของชาวบ้าน ซึ่งไม่ได้มุ่งเน้นกำไรเป็นสำคัญแต่มุ่งเน้นการเสริมรายได้จากอาชีพหลัก การใช้เวลาวางให้เป็นประโยชน์และมีกิจกรรมร่วมกันทำของคนในกลุ่ม

3) ขนาดของปริมาณการผลิตที่แตกต่างกัน: จากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดของปริมาณการผลิตที่แตกต่างกัน มีทั้งที่เป็นการผลิตจากกลุ่มชาวบ้าน (ปริมาณการผลิตน้อย) และ SMEs (ปริมาณการผลิตมากกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มชาวบ้าน) แต่ทั้งนี้ไม่ใช่ระดับการผลิตในระดับโรงงานซึ่งมีปริมาณการผลิตในระดับสูงมากและทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ต้นทุน รายได้และกำไร

ในบทนี้กล่าวถึงแนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต วิธีการคำนวณต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่มะพร้าวในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่มะพร้าวกรณีศึกษาผู้ผลิต OTOP จำนวน 5 ราย ในจังหวัดนครศรีธรรมราช และทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่มะพร้าวในโครงการฯ กลุ่มตัวอย่าง 5 ราย ได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงประเด็นค้นพบที่น่าสนใจจากการผลิตสบู่มะพร้าวของกลุ่มตัวอย่าง

5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต¹

ต้นทุนการผลิตตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์มีความหมายแตกต่างจากต้นทุนทางบัญชีเล็กน้อย ต้นทุนการผลิตทางบัญชีหมายถึงค่าใช้จ่ายต่างๆที่ชัดเจนหรือการจ่ายจริงเป็นตัวเงินสามารถแสดงหลักฐานเพื่อบันทึกลงบัญชีได้ ส่วนต้นทุนการผลิตทางเศรษฐศาสตร์มีความหมายและขอบเขตที่กว้างกว่า เกิดจากการรวมต้นทุนที่ชัดเจนและไม่ชัดเจนเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ในทางเศรษฐศาสตร์ยังมีการแบ่งเป็นต้นทุนชนิดต่างๆ อาทิ ต้นทุนค่าเสียโอกาส ต้นทุนเอกชน ต้นทุนสังคม ต้นทุนชัดเจน ต้นทุนแฝง ต้นทุนระยะสั้น ต้นทุนระยะยาว ฯลฯ

1) ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) ตามคำนิยามหมายถึง สิ่งที่มีมูลค่าสูงสุดที่ต้องสละไป (The best alternative forgone) เมื่อมีการตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อการหนึ่งการใด

2) ต้นทุนเอกชนและต้นทุนสังคม ต้นทุนเอกชน (Private cost) ของการผลิตสินค้าหรือบริการใดๆก็ตาม คือต้นทุนที่เจ้าของหน่วยผลิตนั้นต้องจ่ายโดยตรง ส่วนต้นทุนสังคม (Social cost) คือต้นทุนเอกชนบวกผลสุทธิของผลกระทบภายนอก (Externality) ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ผลกระทบภายนอกที่เป็นผลดี (External economies) และผลกระทบภายนอกที่เป็นผลเสีย (External diseconomies) ในกรณีที่ผลกระทบต่อภายนอกมีทั้งผลดีและผลเสียเกิดควบคู่กันจะคำนวณผลสุทธิ

¹ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค, (กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543)

3) ต้นทุนชัดเจนและต้นทุนไม่ชัดเจน ต้นทุนชัดเจน (Explicit cost) หมายถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงและมีการจ่ายจริงเป็นตัวเงินและ/หรือสิ่งของ ส่วนต้นทุนไม่ชัดเจน (Implicit cost) หรือเรียกต้นทุนแฝง คือ เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่มีการจ่ายเป็นตัวเงินและ/หรือสิ่งของ ส่วนมากเกิดจากผู้ผลิตเป็นเจ้าของของปัจจัยการผลิตนั่นเอง และนำมาใช้ในกิจกรรมการผลิตของตน ตัวอย่างเช่น ในการเปิดกิจการรับตัดเย็บเสื้อผ้า เจ้าของกิจการมักใช้สถานที่และแรงงานคือตัวเองในการตัดเย็บเสื้อผ้า จึงไม่มีการจ่ายค่าเช่าและค่าแรงงานกันจริงๆ ถ้าเป็นการคิดต้นทุนแบบบัญชีก็จะมีรายการค่าใช้จ่ายสองรายการนี้รวมอยู่ด้วย แต่ในการคำนวณหาต้นทุนตามหลักเศรษฐศาสตร์จะต้องรวม 2 รายการนี้เข้าไปเป็นต้นทุนการผลิตด้วย โดยประเมินขึ้นมาตามหลักต้นทุนค่าเสียโอกาส หากให้ผู้อื่นเช่าไปทำกิจกรรมอย่างอื่น หรือถ้าเขารับจ้างทำงานอย่างอื่น เขาก็จะต้องได้รับค่าแรงงานเป็นการตอบแทนด้วย

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตในระยะสั้น (The Short-run Cost Analysis)

ต้นทุนการผลิตในระยะสั้นประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน ซึ่งแต่ละประเภทแยกย่อยได้เป็น ต้นทุนรวม ต้นทุนเฉลี่ย และต้นทุนเพิ่ม ดังนี้

1) ต้นทุนรวม (Total cost, TC) หมายถึง ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนคงที่รวมและต้นทุนแปรผันรวม เขียนเป็นสมการง่ายๆได้ดังนี้

$$TC = TFC + TVC$$

2) ต้นทุนคงที่รวม (Total fixed cost, TFC) หมายถึงต้นทุนหรือรายจ่ายที่ต้องจ่ายตายตัวไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ผู้ผลิตจะต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้ไม่ว่าจะผลิตในปริมาณมากน้อยเท่าไรหรือหยุดผลิตเป็นการชั่วคราวก็ตาม ดังนั้น ต้นทุนคงที่จึงเป็นค่าตอบแทนที่จ่ายให้กับปัจจัยการผลิตคงที่ ซึ่งจะเป็นปัจจัยการผลิตประเภทใดก็ได้ หากปริมาณการใช้ปัจจัยการผลิตนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตก็ถือว่าเป็นปัจจัยคงที่ได้ทั้งนั้น แต่การผลิตในระยะสั้นโดยทั่วไปปัจจัยการผลิตคงที่มักได้แก่ ที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง โรงงาน เครื่องจักร ดังนั้น ต้นทุนคงที่โดยมากจึงได้แก่ ค่าเช่า ที่ดิน ค่าก่อสร้างอาคารโรงงาน ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรรวมทั้งค่าติดตั้ง

3) ต้นทุนแปรผันรวม (Total variable cost, TVC) คือ ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณผลผลิต ต้นทุนประเภทนี้จึงสูงขึ้นถ้าปริมาณผลผลิตมีมาก และจะลดลงถ้าผลผลิตน้อย หรือเป็นศูนย์ถ้าไม่ผลิตเลย ตัวอย่างต้นทุนแปรผันได้แก่ ค่าจ้างคนงานในโรงงาน ค่าวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ

4) ต้นทุนรวมเฉลี่ย (Average total cost, ATC หรือ AC) คำนวณจากต้นทุนรวมหารด้วยปริมาณผลผลิต แต่เนื่องจากต้นทุนรวมประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผัน ดังนั้นต้นทุนรวมเฉลี่ยจึงเท่ากับผลบวกของต้นทุนคงที่เฉลี่ยและต้นทุนแปรผันเฉลี่ย

5) ต้นทุนคงที่เฉลี่ย (Average fixed cost, AFC) คำนวณจากต้นทุนคงที่รวมหารด้วยปริมาณสินค้าที่ผลิต ต้นทุนคงที่เฉลี่ยจะมีค่าลดลงตามลำดับ เมื่อจำนวนผลผลิตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

$$AFC = \frac{TFC}{Q} \quad (Q \text{ คือปริมาณผลผลิต})$$

6) ต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (Average variable cost, AVC) คำนวณจากต้นทุนแปรผันรวมหารด้วยปริมาณผลผลิต

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

7) ต้นทุนหน่วยสุดท้ายหรือต้นทุนส่วนเพิ่ม (marginal cost, MC) คือ ต้นทุนรวมที่เพิ่มขึ้น (หรือลดลง) อันเนื่องมาจากปริมาณผลเพิ่มหรือลดลง) จากเดิม 1 หน่วย

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

5.2 วิธีการคำนวณต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่มะพร้าว ในโครงการ OTOP

การวิเคราะห์ต้นทุนรายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่มะพร้าวในโครงการ OTOP ทำการศึกษาเฉพาะวิสาหกิจที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 รายดังนี้ (1) ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีสเตอร์มิ่งคุดกลุ่มสบู่มะพร้าว (บ้านคีรีวง) อำเภอลานสกา (2) กลุ่มแปรรูปสบู่มะพร้าวและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ (3) ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด อำเภอปากพนัง (4) บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่ และ(5) กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ 2550 เพื่อนำมาคิดต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่มะพร้าว ซึ่งการศึกษาแบ่งสบู่มะพร้าวออกเป็น 2 ประเภท คือ ชนิดก้อนและชนิดเหลว สำหรับข้อมูลที่ไม่ได้มีการจ่ายจริงหรือต้นทุนที่ไม่ชัดเจน ก็ทำการประเมินขึ้น โดยมีวิธีคำนวณต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่มะพร้าวดังนี้คือ

5.2.1 วิธีคำนวณต้นทุนจากการผลิตสบู่มะพร้าว

$$\text{ต้นทุนรวม (TC)} = \text{ต้นทุนคงที่ (TFC)} + \text{ต้นทุนแปรผัน (TVC)}$$

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนคงที่เฉลี่ยต่อก้อน/ขวดของแต่ละวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่มะพร้าว} \\ = \frac{\text{ต้นทุนคงที่ (TFC)}}{\text{จำนวนสบู่เป็นก้อน/ขวดที่ผลิตได้ต่อเดือน (Q)}} \end{aligned}$$

ค่าเสื่อมราคาต่อเดือนของเครื่องจักรและอุปกรณ์แต่ละอย่าง ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายจากการประเมิน และคำนวณหาค่าเสื่อมใช้วิธีแบบเส้นตรง (Straight Line) อาศัยสมการดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ค่าเสื่อมราคาต่อเดือนของอุปกรณ์แต่ละอย่าง} \\ = \frac{\text{ราคาของอุปกรณ์} - \text{มูลค่าซาก}}{12 \times \text{อายุการใช้งานคิดเป็นปี}} \end{aligned}$$

แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะไม่คิดมูลค่าซาก เพราะเครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนใหญ่เมื่อหมดอายุการใช้งานแล้วมักจะหมายถึงเครื่องเสียหรือชำรุด ราคาซากจึงมีมูลค่าน้อยมาก

ต้นทุนแปรผันต่อก่อน/ขวด

$$= \frac{\text{ต้นทุนแปรผันในการผลิต 1 เดือน}}{\text{จำนวนสบูที่ผลิตได้เป็นก่อน/ขวด/เดือน}} + \text{ค่าบรรจุภัณฑ์ต่อขวด/ก่อน}$$

5.2.2 รายละเอียดของต้นทุนในการผลิตสบู่สมุนไพรมีดังนี้

1) **ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost)** เป็นต้นทุนที่ไม่สัมพันธ์กับปริมาณผลผลิตสบู่สมุนไพรที่ผลิตได้ ประกอบไปด้วย ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคาของสิ่งปลูกสร้างเพื่อเป็นอาคารในการผลิต ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ และต้นทุนทางการตลาด เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1) ค่าเช่าที่ดิน เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการที่วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ จ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือนให้กับเจ้าของที่ดิน ในกรณีที่ไม่ได้ใช้ที่ดินของตนเองในการผลิต แต่ส่วนใหญ่วิสาหกิจผู้ผลิตจะใช้ที่ดินของตนเองเพื่อทำการผลิต ซึ่งไม่ได้จ่ายค่าเช่าเป็นตัวเงิน ดังนั้นผู้วิจัยเองจึงทำการประเมินต้นทุนค่าเช่าที่ดินขึ้น โดยจะคิดราคาประเมินค่าเช่าที่ดิน เทียบกับอัตราค่าเช่าในท้องถิ่นนั้นๆคิดเป็นรายเดือน

1.2) ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต เป็นค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อเป็นอาคารในการผลิตสบู่สมุนไพร นำมาคิดเป็นค่าเสื่อมราคา ซึ่งบางแห่งเป็นอาคารที่สร้างขึ้นเพื่อผลิตสบู่สมุนไพรโดยเฉพาะ หรือบางแห่งสร้างขึ้นเพื่อผลิตสินค้าหลายชนิดในทีเดียวกัน หรือต่อเติมอาคารจากที่อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการผลิต ทั้งนี้ได้ประมาณอายุการใช้งานของอาคารที่ใช้ทำการผลิต 20 ปี

1.3) ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ประกอบด้วยค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรต่างๆ มีอายุการใช้งาน 10 ปี ตัวอย่างเช่น เครื่องผสม เครื่องอัดแท่ง (เครื่องรีด) เครื่องบีบสบู่ก้อน บล็อกแม่พิมพ์สบู่ (โม) เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เครื่องจักรเหล่านี้จะใช้ในการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนเท่านั้น ในส่วนของอุปกรณ์ชนิดต่างๆ ภาชนะที่ใช้ในการผลิต เช่น ถัง หม้อ ไม้พาย ฯลฯ มีอายุการใช้งานประมาณ 3 ปี

1.4) ต้นทุนทางการตลาด ในส่วนที่เป็นต้นทุนคงที่คือเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการโฆษณา การส่งเสริมการขาย ค่าเช่าชั้นวางของตามห้างร้าน และค่าใช้จ่ายในการตั้งร้านหรือออกร้านเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรบางแห่งที่มีศักยภาพ ทำการโฆษณา

ประชาสัมพันธินค้าเอง รวมทั้งมีการออกร้านค้าเพื่อจำหน่ายสินค้าเองซึ่งเป็นส่วนน้อยเท่านั้น
 วิชาทฤษฎีการผลิตส่วนใหญ่ได้มีหน่วยงานต่างๆของภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุน ในส่วนนี้ไม่
 ว่าจะเป็นการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ทางสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ (www.thaitumbon.com) หรือ
 แม้ว่าการจัดงานออกร้านเพื่อผลิตภัณฑ์ในโครงการไปจัดวางเพื่อจำหน่าย ที่ซึ่งไม่สามารถหา
 ข้อมูลที่เป็นต้นทุนออกมาได้จึงไม่ได้นำมารวมเพื่อการพิจารณา

ทั้งนี้ที่นำต้นทุนทางการตลาดบางส่วนมาคิดรวมในต้นทุนคงที่เป็นเพราะ
 การศึกษาทางด้านต้นทุนเป็นการศึกษาเฉพาะต้นทุนในระยะสั้น ในระยะเวลาประมาณ 1 เดือน
 ซึ่งต้นทุนทางการตลาด เช่น ค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการโฆษณา การส่งเสริมการขาย ค่าเช่าชั้นวางของ
 ตามห้างร้าน มีการคิดคำนวณจ่ายเป็นรายเดือน ซึ่งไม่แปรผันตามปริมาณการผลิต

2) **ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost)** เป็นต้นทุนที่สัมพันธ์โดยตรงกับปริมาณผลผลิตสุ
 สมุนไพรที่ผลิตได้ ประกอบไปด้วย ค่าสมุนไพร ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ ค่าน้ำ ค่าแรงงาน ค่าบรรจุ
 ภัณฑ์และต้นทุนทางการตลาดซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1) **ค่าสมุนไพร** เป็นราคาของสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต มีสมุนไพรบางส่วนที่
 วิชาทฤษฎีการผลิตสมุนไพรปลูกขึ้นมาเองใช้ในการผลิต ดังนั้นจึงทำการประเมินราคาของสมุนไพร
 ที่ทำการปลูกขึ้นมาเองด้วย โดยใช้ราคาในท้องตลาดในขณะนั้น ในบางกรณีที่ราคาของสมุนไพร
 ขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น เปลือกมังคุด ราคาที่ใช้ในการคำนวณต้นทุนจึงเป็นราคาเฉลี่ย สมุนไพรหลัก
 ที่นำมาทำการผลิตสุ ตัวอย่างเช่น ขมิ้น มะขาม เปลือกมังคุด เป็นต้น ส่วนผสมสมุนไพรที่นำมา
 ทำการผลิตนั้นแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสูตรและส่วนผสมในแต่ละที่ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้
 สมุนไพรหลายชนิดในการผลิต

2.2) **ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ** คือราคาของสารเคมีที่ใช้ในการผลิตสุ ซึ่งแบ่ง
 ออกเป็น 2 ประเภท คือสมุนไพรและสมุนไพรแห้ง ดังนี้ **สมุนไพร** ซึ่งมีกรรมวิธีอยู่สองชนิดคือ 1) ใช้สมุนไพร
 สำเร็จรูป และ 2) ใช้ต่างผสมกับไขมันพืชจนได้เป็นสมุนไพร ในส่วน**สมุนไพรแห้ง** ประกอบไปด้วย สาร
 ขำระล้าง (Detergents) สารปรับสภาพผิว (Conditioning agent) สารทำให้ข้น (Thickening
 agent) ตัวทำละลาย (Solvents) และสารกักเสี้ยว (Preservative) และสารเคมีประกอบ การ
 คำนวณต้นทุนสารเคมีจึงใช้ค่าเฉลี่ยราคาของสารเคมีแต่ละชนิดที่ใช้ในการผลิต

2.3) ค่าน้ำ คือราคาของน้ำที่ใช้ในการผลิตบางแห่งใช้น้ำแร่ซึ่งซื้อมาจากแหล่งผลิตที่ต่างๆ และบางแห่งใช้น้ำจากธรรมชาติ เช่น น้ำฝน และน้ำจากภูเขาในการผลิต จึงไม่มีค่าใช้จ่ายจริง ผู้ศึกษาจึงทำการประเมินต้นทุนค่าน้ำเปรียบเทียบกับค่าน้ำบริโภคถึง 20 ลิตร ราคาถึงละ 10 บาท หรือลิตรละ 2 บาท ซึ่งเป็นราคาน้ำถึงที่ใช้สำหรับบริโภคในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.4) ค่าแรงงาน คือ ค่าตอบแทนแก่แรงงานที่ทำการผลิตสมุนไพร บางแห่งจ่ายค่าจ้างเป็นรายเดือน รายวันหรือจ่ายเหมาเป็นรายชิ้น ในส่วนของวิสาหกิจที่ทำการผลิตเองไม่ได้จ่ายค่าจ้างให้กับตนเอง แต่ต้องคิดค่าเสียโอกาสในการจะได้ค่าแรงจากการทำงานหรือรับจ้างอย่างอื่น ผู้ศึกษาได้ทำการประมาณค่าจ้างโดย ประมาณจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ 148 บาทต่อวัน* หรือบางแห่งแรงงานมีอาชีพหลักอยู่แล้ว และทำการผลิตสมุนไพรเป็นอาชีพเสริม จึงคิดค่าเสียโอกาสในการประกอบอาชีพหลักเป็นค่าตอบแทนจากอาชีพหลักของผู้ผลิตเหล่านั้น

2.5) ค่าบรรจุภัณฑ์ ประกอบได้ด้วยค่ากล่อง ค่าขวด (สำหรับสมุนไพร) ค่าพลาสติกสำหรับห่อ ค่าสติ๊กเกอร์ฉลาก รวมทั้งบรรจุภัณฑ์อื่นๆ

2.6) ค่าไฟฟ้า คือ ค่าไฟฟ้ารายเดือนที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากเครื่องจักรในการผลิตต้องใช้ไฟฟ้าในการทำงาน ดังนั้น ค่าไฟฟ้าจึงเป็นต้นทุนหนึ่งที่ต้องนำมาคำนวณรวมด้วย

2.7) ต้นทุนทางการตลาด ในส่วนที่เป็นต้นทุนแปรผัน เช่น ร้อยละของราคาสินค้าที่หักให้สำหรับผู้จำหน่าย (พ่อค้าคนกลาง) ซึ่งต้นทุนการตลาดดังกล่าวจะแปรผันตามปริมาณการผลิต

* ประมาณจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ 148 บาทต่อวัน อัตราค่าจ้างขั้นต่ำนี้ ได้ประกาศให้มีผลใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม 2550 โดยกระทรวงแรงงานฯ

5.2.3 วิธีคำนวณรายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร

$$\therefore \text{กำไรต่อเดือน } (\pi) = \text{รายได้ต่อเดือน } (TR) - \text{ต้นทุนรวมต่อเดือน } (TC)$$

$$\text{รายได้ต่อเดือน } (TR) = \text{ปริมาณสบู่ที่ผลิตได้ต่อเดือน } (Q) \times \text{ราคาขาย } (P)$$

$$\text{ต้นทุนรวมต่อเดือน } (TC) = \text{ต้นทุนคงที่รวมต่อเดือน } (TFC) + \text{ต้นทุนแปรผันต่อเดือน } (TVC)$$

$$\text{ต้นทุนแปรผันต่อเดือน} = \text{ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย} \times \text{ปริมาณสบู่ที่ผลิตได้ต่อเดือน } (Q)$$

จุดคุ้มทุน (Break-even) หมายถึง การผลิตที่ทำให้เกิดกำไรปกติ (Normal profit) หรือมีกำไรเท่ากับศูนย์ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ผลิตตัดสินใจว่าจะดำเนินการผลิตต่อหรือไม่ ซึ่งมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\therefore \text{ณ จุดคุ้มทุน } \pi = TR - TC = 0$$

$$0 = (P \times Q) - [TFC + (\text{Variable Cost per Unit} \times Q)]$$

$$\text{เพราะฉะนั้น } Q = \frac{TFC}{(P - \text{Variable Cost per Unit})}$$

โดยมีเงื่อนไขว่าราคาขายของสบู่สมุนไพรต้องมีราคา (P) สูงกว่าหรือเท่ากับต้นทุนแปรผันต่อหน่วย ($\text{Variable Cost per Unit}$)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.3 โครงสร้างต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร กรณีศึกษาผู้ผลิต OTOP จำนวน 5 ราย ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิด
เหลวในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มที่ทำการผลิตผลิตภัณฑ์สบู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
จำนวน 5 ราย ดังนี้ (1) ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดกลุ่มสบู่สมุนไพร (บ้านคีรีวง) อำเภอลาน
สกา (2) กลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ (3) ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด อำเภอ
ปากพนัง (4) บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่ และ (5) กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร
อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ดังนี้

5.3.1 ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด กลุ่มสบู่สมุนไพร (บ้านคีรีวง)

1) ข้อมูลทั่วไป

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด ตั้งอยู่ที่ 196/5 หมู่ 9 บ้านขุนคีรี ตำบลกำโลน อำเภอ
ลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อประมาณเดือนเมษายน 2542 ปัจจุบันมี
สมาชิก 22 คนเรือน โดยมีคุณสนทยา ชำนะ เป็นผู้นำกลุ่ม แรกเริ่มเดิมทีก่อนจะมารวมตัวกันเป็น
กลุ่ม คุณสนทยา ได้สนใจและทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับสารที่มีในเปลือกมังคุด เนื่องจากว่าคน
ในภาคใต้สมัยก่อนได้ใช้เปลือกมังคุดบำบัดเป็นยาสมุนไพร แสดงว่าเปลือกมังคุดต้องมี
คุณสมบัติพิเศษที่ใช้ในการรักษาแผลได้ ดังนั้นจึงทำการศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมที่
มหาวิทยาลัยมหิดลและเริ่มคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้เปลือกมังคุดเป็นวัตถุดิบในการทำ ขั้นตอนนี้
ใช้เวลาประมาณ 5 ปี ก่อนที่จะผลิตผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย (เริ่มประมาณปี 2537) และคิดค้นสบู่
เปลือกมังคุดขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์แรกโดยค้นคว้าหาข้อมูลเรื่องการทำสบู่จาก
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และเริ่มทำการผลิตเพื่อจำหน่าย

เมื่อสินค้าเริ่มได้รับความนิยม และสามารถขายได้ดี คนในละแวกใกล้เคียงจึงสนใจฝาก
สินค้าของตนมาขายที่บ้านของคุณสนทยา ส่วนใหญ่สินค้าที่ฝากขายประเภทผลไม้สดและผลไม้
แปรรูป จนในที่สุดจึงได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้น ในเรื่องการร่วมกลุ่มคุณรัชภรณ์ พิมพาได้ให้
สัมภาษณ์ว่า

“เป็นการรวมกลุ่มกันทั้งสองแบบ คือ เป็นทั้ง SMEs และเป็นแบบ
 ร่วมกลุ่มของชาวบ้านแต่คนทั่วไปจะมองว่าทางกลุ่มว่าเป็น SMEs ลักษณะ
 การบริหารจัดการเป็นการบริหารแบบใหม่ที่ไม่ได้เน้นการให้สมาชิกมานั่ง
 ทำงานร่วมกัน แต่ต้องการให้สมาชิกมีอาชีพเอง มีสินค้าเป็นของตนเอง หรือ
 หนึ่งบ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือหลายๆผลิตภัณฑ์ก็ได้ แยกกันทำแต่ร่วมกัน
 ขาย โดยแต่ละบ้านจะคิดค้นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเอง โดยมีข้อแม้ว่าต้องมีความ
 แตกต่างกัน ไม่ซ้ำกัน มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ถึงแม้จะมีผลิตภัณฑ์ซ้ำกัน
 ตัวอย่างเช่น ทุเรียนกวนแต่แพ็คเกจจะต้องต่างกัน”

การลงทุนเพื่อการผลิตในครั้งแรกเป็นการใช้ทุนส่วนตัวในการลงทุนคือเงินลงทุนเป็นของ
 ของคุณสนทยา รวมกับการกู้เงินจากออมทรัพย์ของหมู่บ้าน (สัจจะออมทรัพย์)* เป็นเงินประมาณ
 70,000 – 80,000 บาท หลังจากนั้นในการผลิตครั้งต่อไปเป็นการเงินหมุนเวียนจากกำไรที่ได้
 จากการจำหน่ายสินค้ามาทำการผลิตและซื้อปัจจัยการผลิตโดยไม่ได้ทำการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุน
 ใด ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ได้แก่ สบู่ก้อนเปลือกมังคุด ส้มแขก มะขามและขมิ้น สบู่
 ก้อนสปา น้ำมันคลายเส้น แชมพูสระผม ครีมนวดและไวน์จากมังคุด เป็นต้น โดยมีสบู่เปลือก
 มังคุดเป็นผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่ม

การผลิตส่วนใหญ่จะเน้นไปที่สบู่เปลือกมังคุด มีทั้งการจำหน่ายเอง มีตัวแทนจำหน่าย
 และยังรับจ้างทำการผลิตให้ลูกค้า ซึ่งในการรับจ้างผลิตให้ลูกค้า นั้น ตราสินค้านั้นเป็นตราสินค้า
 ของลูกค้าเอง ในด้านการใช้เงินลงทุนในการผลิตจะเป็นการขอเก็บเงินมัดจำล่วงหน้าประมาณ 70-
 80 % ของราคาสินค้าทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตกลงกันระหว่างลูกค้า การผลิตส่วนใหญ่จะเป็น
 การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า หากไม่มีการสั่งซื้อจากลูกค้าการผลิตจะใช้เงินทุนหมุนเวียนจาก
 กำไรในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งจะผลิตอยู่ประมาณ 20,000ก้อน/เดือน (เฉพาะสบู่เปลือกมังคุด
 ขนาดปกติน้ำหนัก 85 กรัมต่อก้อน)

* เงินฝากออมทรัพย์ของหมู่บ้าน หรือสัจจะออมทรัพย์ มีข้อตกลงว่าทุกวันที่ 6 ของทุกเดือนจะต้องนำเงินมาฝาก โดยไม่
 กำหนดจำนวนเงิน แต่ต้องฝากเท่ากันทุกเดือนในจำนวนเงินคงที่ตลอด เป็นการเชื่อใจกันระหว่างคนในหมู่บ้านว่าต้องฝากเงินหรือคืนเงิน
 พร้อมดอกเบี้ยจากการกู้ยืมตามกำหนด ซึ่งปัจจุบันมีเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มออมทรัพย์หมู่บ้านศรีวังนี้ประมาณ 40 ล้านบาท

ในกรณีที่มีปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมากมีสเตอร์มังกุด เคยส่งวัตถุดิบ (เฉพาะน้ำสมุนไพร) ไปให้บริษัทแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ที่รับจ้างผลิตทำการผลิตให้ เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง ต้นทุนการผลิตตกประมาณกิโลกรัมละ 2 บาท แต่การจ้างผลิตในลักษณะนี้ไม่ดี เพราะไม่สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตเองได้ เช่น สีของสมุนไพรมีการเปลี่ยนไปไม่เหมือนที่ผลิตเอง ดังนั้นหากการผลิตไม่มากจนเกินไปจะทำการเองเป็นส่วนใหญ่²

2) โครงสร้างต้นทุนในการผลิต

การศึกษาโครงสร้างต้นทุนของสมุนไพรของห้างหุ้นส่วนจำกัด มีสเตอร์มังกุด ได้ทำการศึกษาเฉพาะสมุนไพรเปลือกมังกุดขนาด 85 กรัมเท่านั้น เพราะสปูดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ทำการผลิตและมีปริมาณการสั่งซื้อที่มากที่สุดเมื่อเทียบผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น (ขนาดของสปูเปลือกมังกุดขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างลูกค้าที่ต้องการให้ทำการผลิตโดยมีขนาดให้เลือก คือ ขนาด 15 (size โรงแรม) 80 85 และ 100 กรัม) โดยมีโครงสร้างต้นทุนดังนี้

2.1) ต้นทุนคงที่ ต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 7,055.56 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ยประมาณ 0.353 บาท/กิโลกรัม ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— ค่าเช่าที่ดิน: เป็นการประเมินค่าเช่าจากพื้นที่ใกล้เคียงโดยการสัมภาษณ์คุณรัชภรณ์ เป็นพื้นที่ของผู้ผลิตเอง ซึ่งพื้นที่ใกล้เคียงเป็นการทำสวนผลไม้ ค่าเช่าที่ดินที่ทำการประเมินมีค่าประมาณ 1,000 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.050 บาท/กิโลกรัม หรือ ร้อยละ 14.17 ของต้นทุนคงที่ต่อกิโลกรัมทั้งหมด

— ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต: เนื่องจากทางผู้ผลิตมีอาคารสำหรับทำการผลิตสปูโดยเฉพาะ แต่ทั้งนี้มีการต่อเติมและปรับปรุงอาคารอยู่เสมอจากการสัมภาษณ์คุณรัชภรณ์ ได้ประเมินมูลค่าของอาคารประมาณ 100,000 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 20 ปี ดังนั้นค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิตมีค่าเท่ากับ 416.67 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.021 บาท/กิโลกรัม หรือ ร้อยละ 5.91 ของต้นทุนคงที่ต่อกิโลกรัมทั้งหมด

² คุณรัชภรณ์ พิมพา. สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2550.

— ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ: มีค่าเท่ากับ 5,638.89 บาท/เดือน เป็นต้นทุนคงที่ 0.282 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 79.92 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด ประกอบไปด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ดังนี้

- เครื่องผสม มี 4 เครื่อง รวมเป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 280,000 บาท เป็นเครื่องที่ดัดแปลงมาจากเครื่องบดอาหารสัตว์ ใช้ในการบดผสมไขสบู่อำเร็จรูปให้เข้ากับน้ำสมุนไพร มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี (ในส่วนของมอเตอร์มีอายุการใช้งานประมาณ 2 ปี แต่ไม่ได้นำมาพิจารณาในการคำนวณต้นทุนต่อหน่วย) ค่าเสื่อมราคาของเครื่องผสมมีค่าเท่ากับ 2,333.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.117 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 33.07 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ค่าเครื่องผสมน้ำหอม มี 1 เครื่อง เป็นเงินประมาณ 20,000 บาท เป็นเครื่องที่สั่งทำเป็นพิเศษเฉพาะการผสมน้ำหอมกับเนื้อสบู่อ มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องผสมน้ำหอมมีค่าเท่ากับ 166.67 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.008 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 2.36 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ค่าเครื่องอัดแท่ง (เครื่องรีด) มี 2 เครื่องรวมเป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 200,000 บาท ใช้สำหรับอัดเนื้อสบู่อที่ทำการผสมส่วนผสมทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้วอัดเป็นแท่งแล้วตัดเป็นก้อนด้วยแรงงานคน เป็นเครื่องที่สั่งทำเป็นพิเศษเช่นกัน มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของค่าเครื่องอัดแท่ง (เครื่องรีด) มีค่าเท่ากับ 1,666.67 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.083 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 23.62 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ค่าเครื่องบีบสบู่อก้อน มี 2 เครื่อง รวมเป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 100,000 บาท ใช้บีบสบู่อให้เป็นรูปก้อนและน้ำหนักตามต้องการโดยมีบล็อกแม่พิมพ์สบู่อ (โม) เป็นเป็นตัวกำหนดและรูปแบบของสบู่อ มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของค่าเครื่องบีบสบู่อก้อน มีค่าเท่ากับ 833.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.042 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 11.81 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ค่าบล็อกแม่พิมพ์สบู่อ (โม) มีด้วยกันหลายรูปแบบซึ่งสั่งทำเป็นพิเศษเพื่อเป็นการบีบตราสินค้าที่ตัวสบู่อและกำหนดรูปร่างและน้ำหนักของก้อนสบู่อ ราคาของบล็อกแม่พิมพ์สบู่อ (โม) ขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการทำ (ลวดลายที่มากขึ้น ราคายิ่งสูงขึ้น) ใช้ประกอบกับเครื่อง

ปัมสบู่ ราคาต่อบล็อกแม่พิมพ์มีทั้ง 30,000 และ 50,000 บาท สบู่เปลือกมังคุดขนาด 85 กรัม ซึ่งเป็นขนาดปกติที่ทำการผลิตเป็นหลักใช้บล็อกแม่พิมพ์ราคา 30,000 บาท จำนวน 2 ชิ้นด้วยกัน เป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 60,000 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของค่าบล็อกแม่พิมพ์สบู่ (โม) มีค่าเท่ากับ 500.00 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.025 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 7.09 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ชุดภาชนะ เป็นการประมาณการโดยรวมทั้งหมดของภาชนะที่ใช้ในการผลิต ส่วนใหญ่เป็นถังพลาสติก และอุปกรณ์ต่างๆ ราคาโดยรวมประมาณ 5,000 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 3 ปี ค่าเสื่อมราคาของชุดภาชนะมีค่าเท่ากับ 138.89 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.007 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 1.97 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— **ต้นทุนทางการตลาด:** ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดไม่มีต้นทุนทางการตลาด เนื่องจากไม่มีการทำโฆษณา และปัจจุบันไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์ตามงานออกร้านต่างๆที่หน่วยงานของภาครัฐจัดขึ้น เนื่องจากยอดสั่งซื้อในปัจจุบันมีมากเพียงพอไม่จำเป็นต้องไปออกร้านจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ (สัมภาษณ์ คุณรัชภรณ์ พิมพ์า, 22 กุมภาพันธ์ 2550) แต่ทั้งนี้สินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดเองก็ได้รับผลประโยชน์ทางอ้อมจากการโฆษณาของภาครัฐ เพราะเป็นสินค้าในโครงการ OTOP รวมทั้งสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดยังมีการวางจำหน่ายในเว็บไซต์ www.thaitumbon.com

2.2) **ต้นทุนแปรผัน** ต้นทุนแปรผันเฉลี่ยประมาณ 22.572 บาท/ก้อน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

- **ค่าสมุนไพร:** มีเปลือกมังคุดตากแห้งเป็นสมุนไพรหลัก นอกนั้นเป็นสมุนไพรชนิดต่างๆรวมกว่า 30 ชนิด ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะไม่สามารถเปิดเผยส่วนผสมได้ในส่วนของเปลือกมังคุดตากแห้งมีการรับซื้อที่กิโกรัมละ 12 บาท (ซึ่งเป็นราคารับซื้อสูงสุด ทั้งนี้ราคามีการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างกันขึ้นอยู่กับฤดูกาลของมังคุด และลักษณะของเปลือกที่รับซื้อ หากมีการสับเปลือกมังคุดมาแล้วราคาก็จะสูงขึ้น ต่างกับการรับซื้อมังคุดทั้งลูก) รับซื้อจากคนในชุมชนและละแวกใกล้เคียงที่ปลูกมังคุด ส่วนสมุนไพรอื่นๆมีการปลูกเองไม่จำเป็นต้องซื้อและใช้ใน

ปริมาณที่น้อย ประมาณ 1,504 บาท/เดือน* คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 0.075 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.33 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ:** มีค่าเท่ากับ 220,000 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 11.00 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 48.73 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **ค่าไซสบูส์สำเร็จรูป:** ราคา กิโลกรัมละ 60 บาท และค่าขนส่ง กิโลกรัมละ 35 บาท** รวมทั้งสิ้น 95 บาท/กิโลกรัม โดยเฉลี่ยภายในหนึ่งเดือนใช้ไซสบูส์สำเร็จรูปในการผลิตทั้งหมด 2,000 กิโลกรัม (หรือประมาณ 80 กระสอบ) เป็นเงิน 190,000 บาท/เดือน (ใช้ไซสบูส์สำเร็จรูป 80 กระสอบ น้ำหนัก 25 กิโลกรัมต่อหนึ่งกระสอบ) คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 9.500 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 42.09 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

- **ค่าน้ำหอม:** ราคา ลิตรละ 1,500 บาท ใช้ 20 ลิตร เป็นเงิน 30,000 บาท/เดือน (ไซสบูส์สำเร็จรูป 1 กระสอบ ใช้ น้ำหอม 250 มิลลิลิตร) คิดเป็นต้นทุนแปรผันต่อหน่วย 1.500 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 6.65 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าน้ำ:** น้ำที่ใช้เป็นน้ำจากภูเขาตังนั้นจึงทำการประเมินราคาค่าน้ำเปรียบเทียบกับค่าน้ำบริโภคถึง 20 ลิตร ราคาถึงละ 10 บาท หรือลิตรละ 2 บาท ใช้ในปริมาณทั้งหมด 320 ลิตร/เดือน คิดเป็นเงิน 640 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนแปรผันต่อหน่วย 0.14 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.12 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าแรงงาน:** แรงงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด มีสเตอร์มิ่งคุด เป็นแรงงานของครอบครัวในสมาชิกกลุ่ม ใครมีเวลาว่างจากการทำงานหลักของครอบครัว (ส่วนใหญ่เลี้ยงวัวและ

* ไซสบูส์สำเร็จรูป 80 กระสอบ จะสามารถผลิตสมุนไพรได้ประมาณ 20,000 ก้อน (ปริมาณการผลิตต่อเดือน) โดยไซสบูส์สำเร็จรูป 1 กระสอบ ต้องใช้น้ำสมุนไพร 4 ลิตร รวมทั้งหมดใช้น้ำสมุนไพร 320 ลิตร (ซึ่งต้องเคี้ยวจากน้ำสมุนไพร 4 ลิตร ให้เหลือเพียง 3 ลิตร) และสมุนไพรทั้งหมด 8 กิโลกรัม สามารถทำน้ำสมุนไพรได้ 40 ลิตร เพราะฉะนั้น ใช้สมุนไพรทั้งหมด 64 กิโลกรัม ในการผลิตสมุนไพร ประกอบไปด้วยเปลือกมังคุดเป็นสมุนไพรหลัก คิดเป็น กิโลกรัมละ 12 บาท และราคาสมุนไพรอื่น ๆ ประมาณ กิโลกรัมละ 11.5 บาท คิดเป็นเงินประมาณ 1,504 บาท/เดือน

** ค่าขนส่งมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอยู่เสมอตามราคาน้ำมันในตลาด จากการสัมภาษณ์ คุณรัชภรณ์ พิมพา เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2550

ทำสวนสมรม*) ก็จะมาทำงานในกลุ่ม ไม่สามารถใช้เวลาในการผลิตเป็นเวลาเหมือนระบบโรงงานจึงไม่สามารถจ่ายค่าจ้างเป็นรายวันได้ การจ้างแรงงานของมิสเตอร์มังคุด จึงเป็นการจ้างงานแบบเหมาจ่ายเป็นรายชิ้น ทั้งนี้การทำงานของแรงงานอาจต้องทำหลายขั้นตอน เริ่มจากการเตรียมน้ำสมุนไพรไปจนถึงการบรรจุสุญญากาศ ทั้งนี้การจ้างงานแบบเหมาจ่ายเป็นรูปแบบที่เหมาะสมและมีความยืดหยุ่นสูงกับแรงงาน ซึ่งสมาชิกในกลุ่มซึ่งแต่ละครัวเรือนจะมีเวลาว่างไม่ค่อยตรงกัน แต่ถ้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมากทางหัวหน้ากลุ่มจะมีการขอความช่วยเหลือกับสมาชิกเป็นกรณีพิเศษเพื่อทำการผลิต คิดค่าจ้างเป็นแบบเหมาจ่ายต่อก้อนละ 0.70 บาท แต่แรงงานที่ทำการผลิตจะทำงานร่วมกันเป็นคู่ (เป็นครอบครัวคือสามีและภรรยา) ดังนั้นจ่ายค่าแรง 1.40 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 6.02 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าบรรจุภัณฑ์:** บรรจุภัณฑ์ประกอบไปด้วย กล่องพลาสติกใส ใบบางพาราแห้งและฉลากสติ๊กเกอร์ คิดเป็นเงินประมาณ 5 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 22.15 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าไฟฟ้า:** มีการแยกมาตรวัดไฟแยกออกจากที่พักอาศัย คือ วัดเฉพาะอาคารที่ทำการผลิต คิดเป็นค่าใช้จ่ายประมาณ 4,000 บาท/เดือน เป็นต้นทุนแปรผันต่อก้อน 0.200 บาท หรือร้อยละ 0.89 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ต้นทุนทางการตลาด:** คิดเป็น 5.475 บาท/ก้อน(ร้อยละ 20 ของราคาสินค้า) ซึ่งหักให้กับผู้จำหน่าย หรือร้านค้าที่ต่างๆ (พ่อค้าคนกลาง) หรือร้อยละ 21.55 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* สวนสมรมเป็นส่วนที่เจ้าของสวนปลูกทุกอย่างที่จะกินจะใช้ มีอะไรก็ปลูกลงไปไม่ต้องจัดระเบียบ แล้วปล่อยให้ตามธรรมชาติ ไม่ต้องมีการจัดการอย่างใด เพียงคอยแฉ้วถางที่โคนต้นบ้างในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผล และคอยระวังไม่ให้เถาวัลย์ไปรบกวนรดกิ่ง ก้านจนต้นไม้ตายก็พอ ชาวสวนสมรมจะคุ้นชินกับการเก็บเกี่ยวที่ผลที่มีอยู่ตามธรรมชาติแบบค่อยเป็นค่อยไป ได้ผลเก็บเกี่ยวเท่าใดเอาเท่านั้น เพราะสมัยก่อนตามชนบทไม่มีสินค้าขายมากมายอย่างในปัจจุบัน ชาวบ้านจึงปลูกทุกอย่างที่คิดว่าต้องกินต้องใช้ เป็นการปลูกเพื่อการยังชีพ หากมีมากก็แบ่งปันในหมู่บ้านมิตร เหลือจากนั้นจึงนำไปขายเป็นรายได้ทั้งรายวัน รายเดือน และรายปี เนื่องจากพืชที่ปลูกไว้ให้ผลไม่พร้อมกัน

3) สรุปต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดมีปริมาณการผลิตสบู่ก้อนเปลือกมังคุด (ขนาด 80 กรัม) เท่ากับ 20,000 ก้อน/เดือน มีต้นทุนรวมทั้งสิ้นคือ 22.925 บาท/ก้อน ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ 0.353 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 1.54 ของต้นทุนต่อก้อนทั้งหมด และต้นทุนแปรผัน 22.572 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 98.46 ของต้นทุนต่อก้อนทั้งหมด คิดเป็นต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 458,495.556 บาท/เดือน

โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยของสบู่อยู่ที่ 24.325 บาท/ก้อน (ราคาขายปลีก 35 บาท/ก้อน ราคาขายส่ง 19.75 บาท/ก้อน ซึ่งมีสัดส่วนของการ ขายส่ง: ขายปลีก เท่ากับ 70: 30) เพราะฉะนั้น รายได้ต่อเดือนของผู้ผลิตคือประมาณ 486,500.000 บาท/เดือน ดังนั้นห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดมีกำไรในการจำหน่ายสบู่ก้อนเปลือกมังคุด (ขนาด 80 กรัม) เท่ากับ 28,004.444 บาท/เดือน คิดเป็นกำไร 1.400 บาท/ก้อน

จากการคำนวณ ปริมาณการผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติหรือจุดคุ้มทุน (Break-event) ต้องทำการผลิตที่ 4,024.846 ก้อน/เดือน หรือประมาณ 4,025 ก้อน/เดือน ซึ่งปริมาณการผลิตปัจจุบันของผู้ผลิตสูงกว่าปริมาณการผลิตที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติประมาณ 15,975.154 ก้อน/เดือน

5.3.2 กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่

1) ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 218/3 หมู่ 2 ตำบลท่ายาง อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีคุณสุนันท์ แสงศรี เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกในกลุ่ม 30 คน เริ่มจัดตั้งเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2517 คุณสุนันท์ เป็นประธานกลุ่มและเป็นเสมือนเจ้าของกิจการ ลักษณะรูปแบบกลุ่มจึงเป็นแบบกึ่งนายทุนกึ่งชาวบ้าน แรกเริ่มเดิมทีทำการผลิตสินค้าประเภทยาสมุนไพร เช่น ยาลูกกลอน ยาลม น้ำมันนวด น้ำมันโอสถทิพย์ เป็นต้น และสุรากลั่น (30 และ 35 ดีกรี) ส่วนสบู่สมุนไพรทางกลุ่มเพิ่งเริ่มผลิต มีการจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดต่างๆ รวมถึงฝากขายตามร้านค้าทั่วไป ในส่วนของสุรากลั่นได้เลิกทำการผลิตไปแล้ว หลังจากมีโครงการ

OTOP ทางพัฒนาชุมชนฯ ได้แนะนำและชักชวนให้จดทะเบียนเป็นกลุ่มเพื่อทำการผลิตภายใต้โครงการฯ

ในการผลิตสบู่ไพโรของทางกลุ่มเป็นเพียงอาชีพเสริมของสมาชิกในกลุ่ม อาชีพหลักคือ ทำสวนยางพารา สวนผลไม้และค้าขายบางส่วน ในเรื่องการผลิตสบู่สมุนไพรคุณสุนันท์ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“การผลิตสบู่ในตอนแรกๆไม่ค่อยประสบผลสำเร็จเท่าไร จึงมีการไปดูงานที่คีรีวง (ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีสเตอร์มิ่งคุดกลุ่มสบู่สมุนไพร หรือบ้านคีรีวง) ดูรูปแบบและขั้นตอนการทำ การทำสบู่สมุนไพรที่นี่จึงคล้ายที่คีรีวง แต่พวกเครื่องใช้ต่างๆ พวกเครื่องกวน เครื่องรีด เรามาทำเอง ซื้อเหล็กมาทำเอง ดัดแปลงเองทุกอย่าง แต่ทำไปเรื่อยๆ ทำทีละเครื่องไม่ได้ทำทีเดียวหมด มีเงินเมื่อไรก็ทำ เงินที่ทำส่วนใหญ่ก็ของดูเองไม่มีการกู้ยืม”

ในด้านเงินทุนในการผลิตจะเป็นการระดมหุ้นจากสมาชิกจำนวน 10 หุ้น หุ้นละ 10,000 บาท หรือประมาณ 1 แสนบาท/ปี ส่วนใหญ่หุ้นส่วนจะอยู่ในวงศ์เครือญาติของคุณสุนันท์ ซึ่งทั้งนี้ ได้ทำการผลิตสบู่สมุนไพรในหนึ่งปีผลิตเพียงประมาณ 2 เดือน ซึ่งเป็นช่วงเวลาปิดเทอมของโรงเรียนเพราะแรงงานส่วนหนึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา และเป็นลูกหลานของสมาชิกในกลุ่ม คือทำการผลิตในช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคมของทุกปี เงินจากการระดมหุ้นนี้เป็นเพียงเงินที่นำไปซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น ไม่ได้นำไปซื้อเครื่องจักรต่างๆในการผลิต (คุณสุนันท์เป็นผู้ลงทุนและไม่ได้นำค่าเครื่องจักรต่างๆไปคิดเป็นต้นทุน) เมื่อขายได้กำไรก็จะนำกำไรมาแบ่งปันให้หุ้นส่วนแต่ละราย³

2) โครงสร้างต้นทุนในการผลิต

กลุ่มแปรรูปสบู่ไพโรและอาหารอำเภอทุ่งใหญ่ได้ทำการผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรเพียงอย่างเดียว คือ สบู่สมุนไพรขมิ้นหอม (ขนาด 80 กรัม) เป็นการผลิตในปริมาณที่มากคือประมาณ 30,000 ก้อน/ปี (หนึ่งรอบการผลิตในระยะเวลาประมาณ 2 เดือน) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงประมาณการจำนวนสบู่ให้สอดคล้องการคิดค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์ซึ่งคิดเป็นรายเดือน ดังนั้นปริมาณ

³ คุณสุนันท์ แสงศรี. ประธานกลุ่มแปรรูปสบู่ไพโรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2550.

ผลผลิตสับก่อนจึงประมาณการโดยเฉลี่ยเพียงหนึ่งเดือน หากสมมติว่าทำการผลิตทั้งปี ได้ 30,000 ก้อน หรือประมาณ 2,500 ก้อน/เดือน โดยมีโครงสร้างต้นทุนดังนี้

2.1) ต้นทุนคงที่ ต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 4,611.11 บาท/เดือน ต้นทุนคงที่เฉลี่ยประมาณ 1.844 บาท/ก้อน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— ค่าเช่าที่ดิน: เป็นการประเมินค่าเช่าจากพื้นที่ใกล้เคียงโดยการสัมภาษณ์คุณสุนันท์ เป็นพื้นที่ของผู้ผลิตเอง ซึ่งพื้นที่ใกล้เคียงเป็นอาคารพาณิชย์ ค่าเช่าที่ดินที่ทำการประเมินมีค่าประมาณ 2,000 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.800 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 43.37 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต: เนื่องจากทางผู้ผลิตมีอาคารที่ทำสำหรับทำการผลิตสับโดยเฉพาะ จากการสัมภาษณ์คุณสุนันท์ ได้ประเมินมูลค่าของอาคารประมาณ 120,000 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 20 ปี ดังนั้นค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกเพื่อใช้ในการผลิตจึงมีค่าเท่ากับ 500.00 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.200 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 10.84 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ: มีค่าเท่ากับ 2,111.11 บาท/เดือน เป็นต้นทุนคงที่ 0.844 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 45.78 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด ประกอบไปด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ดังนี้

- เครื่องผสมสับ จำนวน 1 เครื่อง ราคาประมาณ 35,000 บาท ใช้ในการผสมไซสับสำเร็จรูปกับน้ำสุมุนไพร์ เป็นเครื่องทำการประดิษฐ์ขึ้นมาเองโดยคุณสุนันท์ มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องผสมมีค่าเท่ากับ 291.67 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.117 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 6.33 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ค่าเครื่องอัดแท่ง (เครื่องรีด) จำนวน 1 เครื่อง ราคาประมาณ 25,000 บาท ใช้สำหรับอัดเนื้อสับที่ทำการผสมส่วนผสมทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว คุณสุนันท์ได้ตัดเครื่องอัดแท่ง (เครื่องรีด) มาเครื่องรีดอิฐบล็อก และทำการปรับแต่งด้วยตนเอง มีอายุการใช้งาน

ประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องอัดแท่ง (เครื่องรีด) มีค่าเท่ากับ 208.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.083 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 4.52 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- เครื่องบีบสมุนไพร จำนวน 1 เครื่อง ราคาประมาณ 55,000 บาท ใช้สำหรับอัดบีบสมุนไพรเป็นรูปก้อน ให้ได้ขนาดและน้ำหนักตามต้องการ (ไม่ต้องใช้บล็อกแม่พิมพ์สมุนไพร (โม) รูปก้อนเป็นเพียงสี่เหลี่ยมพื้นผ้า) เครื่องทำการประดิษฐ์ขึ้นมาเองโดยคุณคุณสุนันท์ มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องบีบสมุนไพรมีค่าเท่ากับ 458.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.183 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 9.94 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- เครื่องบีบทรายหือ จำนวน 1 เครื่อง ราคาประมาณ 5,000 บาท ใช้สำหรับประทับตราสินค้าบนเนื้อสมุนไพรหลังจากที่เป็นรูปก้อนจากเครื่องบีบสมุนไพร มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องบีบทรายหือมีค่าเท่ากับ 41.67 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.017 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.90 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- เครื่องอบแห้งสมุนไพร จำนวน 1 เครื่อง ราคาประมาณ 100,000 บาท ใช้สำหรับอบสมุนไพรบางชนิดให้แห้งแทนการตาก เพื่อนำไปทำเป็นน้ำสมุนไพร แต่ทั้งนี้เครื่องอบแห้งสมุนไพรยังใช้ร่วมกันกับการผลิตสินค้าอย่างอื่นด้วย เช่น ยาลูกกลอน เป็นต้น มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ค่าเสื่อมราคาของเครื่องอบแห้งสมุนไพรมีค่าเท่ากับ 833.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.333 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 18.07 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

- ชุดภาชนะ เป็นการประมาณการโดยรวมทั้งหมดของภาชนะที่ใช้ในขั้นการผลิต ราคาประมาณ 10,000 มีอายุการใช้งานประมาณ 3 ปี ค่าเสื่อมราคาของชุดภาชนะ มีค่าเท่ากับ 277.78 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.111 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 6.02 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— **ต้นทุนทางการตลาด:** กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ไม่มีต้นทุนทางการตลาด เนื่องจากไม่มีการทำโฆษณา และไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์ตามงานออกร้านต่างๆ ที่หน่วยงานของภาครัฐจัดขึ้น เนื่องจากผลิตจำหน่ายสินค้าตามตลาดนัดต่างๆ รวมถึงฝากขายตามร้านค้าทั่วไปในเขตพื้นที่เท่านั้น และไม่ได้มีการวางจำหน่ายในเว็บไซต์ www.thaitumbon.com ด้วย แต่ถึงอย่างไรกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่เองก็ได้

ผลประโยชน์ทางอ้อมจากการโฆษณาของภาครัฐด้วย เพราะเป็นสินค้าในโครงการ OTOP ด้วยเช่นกัน

2.2) ต้นทุนแปรผัน ต้นทุนแปรผันเฉลี่ยประมาณ 16.032 บาท/ก้อน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— **ค่าสมุนไพร:** ราคาโดยเฉลี่ยประมาณ 312.5 บาท (น้ำสมุนไพร 31.25 กิโลกรัม ประมาณค่าสมุนไพรโดยเฉลี่ยประมาณกิโลกรัมละ 10 บาท) ประกอบไปด้วยสมุนไพร ดังนี้ ขมิ้น เปลือกมังคุด รากจืด มะขาม เป็นต้น (สัดส่วนของสมุนไพรบางตัวไม่แน่นอน และราคาที่ไม่แน่นอนเช่นราคาของเปลือกมังคุดขึ้นกับฤดูกาล) ทำการต้มปนกันแล้วคั้นเอาแต่น้ำ คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 0.125 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.78 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

— **ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ:** มีเพียงไซสบูสำเร็จรูป ราคา กิโลกรัมละ 55 บาท ทั้งนี้ได้รวมค่าขนส่งด้วย ใช้ไซสบูทั้งสิ้น 250 กิโลกรัม/เดือน (ไซสบูสำเร็จรูป 20 กิโลกรัม ได้สบูประมาณ 200 ก้อน) คิดเป็นเงิน 13,750 บาท คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 5.500 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 34.31 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

— **ค่าน้ำ:** น้ำที่ใช้เป็นน้ำจากน้ำฝนดังนั้นจึงทำการประเมินราคาค่าน้ำเปรียบเทียบกับค่าน้ำบริโภคถึง 20 ลิตร ราคาถังละ 10 บาท หรือลิตรละ 2 บาท ใช้ในปริมาณทั้งหมด 31.5 ลิตร/เดือน คิดเป็นเงิน 640 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนแปรผันต่อหน่วย 0.032 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.20 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าแรงงาน:** มีจำนวนแรงงานที่ทำการผลิตทั้งหมดรวม 15 คน จ่ายค่าแรงเป็นรายวันวันละ 150 บาท แรงงานส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ลูกหลานของสมาชิกในกลุ่ม ทำการผลิตเฉพาะในช่วงเดือน เมษายนและพฤษภาคมของทุกปี เวลาในการผลิตประมาณ 45 วัน (ดังนั้นต้องคิดค่าแรงเฉลี่ยเป็นรายเดือนหากคิด 45 วันที่ทำการผลิตเท่ากับการผลิตในหนึ่งปี) ทั้งนี้คุณสุนันท์ (ประธานกลุ่ม) เป็นหนึ่งในคนงานที่ทำการผลิตด้วย แต่ไม่ได้จ่ายค่าแรงให้กับตนเอง ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่ชัดเจน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการประเมินค่าแรงของคุณสุนันท์เท่ากับ

ค่าจ้างแรงงานรายวันที่จ่ายให้กับแรงงานคนอื่นๆ ซึ่งคิดรวมเป็นเงินประมาณ 8,437.5 บาท*
เป็นต้นทุนแปรผัน 3.375 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 21.05 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

— **ค่าบรรจุภัณฑ์:** บรรจุภัณฑ์ที่ประกอบไปด้วย กล่องกระดาษซึ่งมีฉลากและ
ตราหือในตัว คิดเป็นเงินประมาณ 1 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 6.24 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อน
ทั้งหมด

— **ค่าไฟฟ้า:** ไม่มีการแยกมาตรวัดไฟแยกจากที่พักอาศัย คิดเป็นค่าใช้จ่าย
ประมาณ 2,500 บาท/เดือน เป็นต้นทุนแปรผัน 1 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 6.24 ของต้นทุนแปรผัน
ต่อก้อนทั้งหมด

— **ต้นทุนทางการตลาด:** มีค่าเท่ากับ 5 บาท/ก้อน ซึ่งหักให้กับผู้จำหน่าย หรือ
ร้านค้าที่วางขายต่างๆ (พ่อค้าคนกลาง) หรือร้อยละ 31.195 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

3) สรุปต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร

กลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพรและอาหารอ้าเภอทุ่งใหญ่มีการผลิตสบู่ก้อนสมุนไพร (ขนาด 80 กรัม)
เท่ากับ 20,000 ก้อน/เดือน ต้นทุนรวมทั้งสิ้นคือ 17.876 บาท/ก้อน ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ 1.844
บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 10.32 ของต้นทุนต่อก้อนทั้งหมด และต้นทุนแปรผัน 16.032 บาท/ก้อน
หรือ ร้อยละ 89.68 ของต้นทุนต่อก้อนทั้งหมด คิดเป็นต้นทุนทั้งหมดเท่ากับ 44,691.111บาท/
เดือน

โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยของสบู่อยู่ที่ 17.50 บาท/ก้อน (ราคาขายปลีก 20 บาท/ก้อน
ราคาขายส่ง 15 บาท/ก้อน) เพราะฉะนั้นรายได้ต่อเดือนของผู้ผลิตคือ 43,750 บาท/เดือน ดังนั้น
กลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพรและอาหารอ้าเภอทุ่งใหญ่จึงขาดทุนในการจำหน่ายสบู่ก้อนสมุนไพร (ขนาด
80 กรัม) เท่ากับ 941.111 บาท/เดือน หรือขาดทุน 0.376บาท/ก้อน (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน)

*
ค่าแรง = (จำนวนแรงงาน X ค่าจ้างรายวัน X 45 วัน) / 12 เดือน

จากการคำนวณปริมาณการผลิตสปูก้อนสมุนไพรที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติหรือจุดคุ้มทุน (Break-event) ต้องทำการผลิตที่ 3,141.084 ก้อน/เดือน หรือประมาณ 3,141 ก้อน/เดือน ซึ่งปริมาณการผลิตปัจจุบันของผู้ผลิตต่ำกว่าปริมาณการผลิตที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติประมาณ 641 ก้อน/เดือน ดังนั้นควรเพิ่มปริมาณการผลิตให้มากกว่า 641 ก้อน/เดือน

5.3.3 ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด อำเภอปากพ่อง

1) ข้อมูลทั่วไป

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 54 หมู่ที่ 9 บ้านต้นจิว ตำบลชะเมา อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดำเนินกิจการโดยคุณบรรยง นันทโรจนาวร เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2546 เป็นกิจการที่ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตและจัดจำหน่ายเวชสำอางจากสมุนไพรไทย 100% เป็นกิจการการประเภท SMEs เริ่มแรกคุณบรรยงได้ทำธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้มีโอกาสเดินทางไปหลายประเทศและไปได้สูตรการทำสปูจากประเทศเยอรมนี ประกอบกับคุณบรรยงได้มีการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลทางด้านสมุนไพรไทย จึงมีแนวคิดทำสปูสมุนไพรโดยใช้สมุนไพรในท้องถิ่นที่มีอยู่กับสูตรการทำที่ได้จากต่างประเทศ ได้รวบรวมสมาชิกในหมู่บ้านราว 70 คน (สมาชิกส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือเกษตรกรกรรม)* โดยมีคุณบรรยง นันทโรจนาวร เป็นประธานกลุ่ม ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการทำสินค้ากลุ่ม OTOP ซึ่งเริ่มจากการผลิต สปูก้อนใบบัวบก และเนื่องด้วยคุณบรรยงเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ไม่หยุดนิ่ง ได้มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความช่วยเหลือด้านวิชาการจากสถาบันต่างๆ อาทิ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ สวทช. จนปัจจุบันสามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์หลายชนิด สามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกันคือ (1) กลุ่มบำรุงศีรษะและเส้นผม (2) กลุ่มทำความสะอาดร่างกาย (3) กลุ่มเวชสำอาง และ (4) กลุ่มสุขภาพ กลุ่มที่ทำการศึกษาขึ้นนั้นคือเฉพาะกลุ่มทำความสะอาดร่างกาย ด้วยธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง คุณบรรยง จึงได้ขยายกิจการ จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในนาม “ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด” ทุนจดทะเบียน 10,500,000 บาท

* ปัจจุบันมีพนักงานประจำและรายวัน จำนวน 20 คน หากต้องการแรงงานเพิ่มสามารถระดมแรงงานจากสมาชิกเครือข่ายได้อีก 70 คน

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ได้ทำการผลิตสินค้าในตราสินค้า “เซนเทลลา” และ “เอเซียติ๊ก้า” (เอเซียติ๊ก้าเป็นตราสินค้าที่สร้างขึ้นใหม่ สำหรับกลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นไป) นอกจากนี้ทางผู้ผลิตยังรับจ้างผลิต* ซึ่งเป็นการสั่งผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมากภายใต้ตราสินค้าอื่นแต่ใช้สูตรของเซนเทลลา ตลาดของเซนเทลลามีทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นผู้ผลิตในโครงการ OTOP ที่มีการพัฒนาตนเองเป็น SMEs สามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่นๆที่มีอยู่ตามท้องตลาดได้ ทั้งนี้ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เซนเทลลาประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เป็นผลเนื่องมาจากความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดและบริหารธุรกิจของคุณบรรยง นันทโรจนาวร⁴

2) โครงสร้างต้นทุนในการผลิต

ในส่วนของภาวะวิเคราะห์ต้นทุนสมุนไพร ได้ทำวิเคราะห์ต้นทุน ดังนี้ สมุนไพรสมุนไพร 4 ชนิด (1) สมุนไพรสมุนไพรกวนเย็น สูตรวิตามินอี (2) สมุนไพรสมุนไพรกวนเย็น สูตรร้อน (3) สมุนไพรสมุนไพรกวนเย็น สูตรเย็น (4) สมุนไพรสมุนไพรน้ำส้มควันไม้ ทั้ง 4 ชนิดมีขนาด 100 กรัม การคิดต้นทุนเป็นการคิดต้นทุนโดยเฉลี่ยของสมุนไพรทั้ง 4 ชนิด และสมุนไพรสมุนไพร 1 ชนิด มีขนาด 150 มิลลิกรัม โดยมีโครงสร้างต้นทุนดังนี้

2.1) ต้นทุนคงที่ของสมุนไพรสมุนไพร ต้นทุนคงที่เฉลี่ยรวมเท่ากับ 33,593.82 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ยประมาณ 22.44 บาท/ก้อน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— **ค่าเช่าที่ดิน:** เป็นการประเมินค่าเช่าจากพื้นที่ใกล้เคียงโดยการสัมภาษณ์คุณบรรยง เป็นพื้นที่ของคุณบรรยง ซึ่งพื้นที่ใกล้เคียงเป็นการทำสวนผลไม้และพื้นที่ทำนา ซึ่งมีอาคารที่ไว้สำหรับทำการผลิตโดยเฉพาะ ค่าเช่าที่ดินที่ทำการประเมินมีค่าประมาณ 2,000 บาท/เดือน แต่เนื่องจากห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมีการผลิตสินค้าหลายชนิดพร้อมกันผู้ศึกษาจึงต้องทำการ

* ซึ่งมีอยู่ 2 บริษัทที่ทางห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ทำการรับจ้างผลิต นั่นคือ บริษัท ออมนิ ซิสเต็มส์ จำกัด และบริษัท โรดิมเม็กซ์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ซึ่งมีสัดส่วนยอดขายประมาณ 35 % ของยอดขายทั้งหมด

⁴ คุณบรรยง นันทโรจนาวร. หุ้นส่วนผู้จัดการห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด. สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2550.

การถ่วงน้ำหนักต้นทุนเพื่อให้ได้ต้นทุนใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด* ดังนั้นค่าเช่าที่ดิน คือ 181.82 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.121 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.54 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— **ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต****: อาคารขนาด 750 ตารางเมตร เป็นของคุณบรรอง ซึ่งจำนองไว้กับ SMEs Bank เพื่อนำมาใช้ในกิจการ เป็นการปลูกสร้างไว้ใช้ในส่วนของกิจการเอง แต่เนื่องจากห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมีการผลิตสินค้าหลายชนิดพร้อมกันผู้ศึกษาจึงต้องทำการถ่วงน้ำหนักต้นทุนเพื่อให้ได้ต้นทุนด้วยวิธีเดียวกันกับค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิตจึงมีค่าเท่ากับ 1,023.00 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.683 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 3.05 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— **ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ**: จากตัวเลขของค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ในรายงานรายงาน แผนธุรกิจ ปี 2549 – 2553 ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา ไม่ได้ทำการแจกแจงว่า ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์เป็นของผลิตภัณฑ์ใด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการประมาณโดยการถ่วงน้ำหนักด้วยวิธีเดียวกับวิธีของค่าเช่าที่ดิน ดังนั้น ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆมีค่าเท่ากับ 1,479.91 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.989 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 4.41 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

— **ต้นทุนทางการตลาด**: จากตัวเลขของต้นทุนทางการตลาดในรายงาน แผนธุรกิจ ปี 2549 – 2553 ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา ไม่ได้ทำการแจกแจงว่าเป็นต้นทุนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใด แต่เป็นต้นทุนทางการตลาดรวมที่ใช้ในทุกผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการประมาณโดยการถ่วงน้ำหนักด้วยวิธีเดียวกับวิธีของค่าเช่าที่ดิน โดยมีต้นทุนทางการตลาดรวมเท่ากับ 24,063.64 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 16.075 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 71.63 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

* ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด แบ่งการผลิตสินค้าออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกันคือ (1) กลุ่มบำรุงศีรษะและเส้นผม (2) กลุ่มทำความสะอาดร่างกาย (3) กลุ่มเวชสำอาง และ (4) กลุ่มสุขภาพ และโดยเฉพาะกลุ่มทำความสะอาดร่างกาย มีสินค้าทั้งสิ้น 11 ชนิด เป็นสบู่มาก่อนที่ศึกษา 4 ชนิด ดังนั้นทำการถ่วงน้ำหนักดังนี้ $weighted\ cost = unweighted\ cost \times \left(\frac{1}{4}\right) \times \left(\frac{4}{11}\right)$

** ข้อมูลที่ได้มานั้นเป็นข้อมูลจากรายงาน แผนธุรกิจ ปี 2549 – 2553 ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา ซึ่งเป็นตัวเลขที่ทำการคำนวณแล้ว

- ค่าโฆษณา มีค่าเท่ากับ 245.45 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.164 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.73 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด
- ค่าส่งเสริมการขาย มีค่าเท่ากับ 6,090.91 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 4.069 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 18.13 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด
- ค่าเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าในห้างร้าน มีค่าเท่ากับ 17,727.27 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 11.842 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 52.77 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

แต่ทั้งนี้สินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา ก็ได้ผลประโยชน์ทางอ้อมจากการโฆษณาของภาครัฐด้วยเช่นกัน เพราะเป็นสินค้าในโครงการ OTOP รวมทั้งสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา ยังมีการวางจำหน่ายในเว็บไซต์ www.thaitumbon.com

—เงินเดือน: ค่าใช้จ่ายในส่วนของเงินเดือนที่ผู้ประกอบการจ่ายให้กับ หุ้นส่วนผู้จัดการ Intertrading Manager ผู้จัดการโรงงาน พนักงานขายและพนักงานทั่วไป ทั้งนี้ไม่รวมกับแรงงานที่ทำการผลิต จากตัวเลขของเงินเดือนในรายงานรายงาน แผนธุรกิจ ปี 2549 – 2553 ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา (กุมภาพันธ์ 2550) มีค่าใช้จ่ายเงินเดือนเท่ากับ 72,000 บาท/เดือน เมื่อทำการถ่วงน้ำหนักจะได้ 6,545.45 บาท/เดือน เป็นต้นทุนคงที่ 4.372 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 19.48 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

—ค่าใช้จ่ายอื่นๆ: มีค่าเท่ากับ 300.00 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.200 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.89 ของต้นทุนคงที่ต่อก้อนทั้งหมด

2.2) ต้นทุนแปรผันของสบู่ก้อนสมุนไพร ของสบู่สมุนไพรก้อนทั้ง 4 ชนิด เฉลี่ย ประมาณ 16.50 บาท/ก้อน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้*

— ค่าวัตถุดิบและส่วนผสมต่างๆ: คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 6.50 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 39.39 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

— ค่าแรงงาน: มีลูกจ้างที่ทำงานทั้งหมด 20 คน แต่แรงงานทำการผลิตสบู่มี ประมาณ 2-3 คน ค่าจ้างจ่ายเป็นรายเดือนคือ 4,500 บาท/เดือน แต่จากข้อมูลที่ทำกรายงาน แผนธุรกิจ ปี 2549 – 2553 ของห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ได้กำหนดค่าแรงต่อหน่วยเป็น 2 บาท/ก้อน คิดเป็นร้อยละ 12.12 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

— ค่าเสียหาย*: คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 8.00 บาท/ก้อน หรือร้อยละ 48.48 ของ ต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด

2.3) ต้นทุนคงที่ของสบู่เหลวสมุนไพร ต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 8,398.45 บาท/ เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ยประมาณ 1.881 บาท/ขวด ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— ค่าเช่าที่ดิน: เป็นการประเมินค่าเช่าเหมือนกับต้นทุนคงที่ของสบู่ก้อนสมุนไพร ค่าเช่าที่ดินที่ทำการประเมินมีค่าประมาณ 2,000 บาท/เดือน แต่เนื่องจากห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมีการผลิตสินค้าหลายชนิดพร้อมกันผู้ศึกษาจึงต้องทำการถ่วงน้ำหนักต้นทุน เพื่อให้ได้ต้นทุนใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด* ดังนั้นค่าเช่าที่ดินคือ 45.45 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.010 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 0.54 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

* ทั้งนี้ข้อมูลต้นทุนแปรผันสบู่สมุนไพรของห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ทางผู้ผลิตไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนประกอบในการทำสบู่ เพื่อมาคำนวณหาต้นทุนแปรผัน แต่ข้อมูลที่ได้มานั้นเป็นข้อมูลจากรายงาน แผนธุรกิจ ปี 2549 – 2553 ซึ่งได้สรุปต้นทุนแปรผันผันออกมา ตัวเลขในรายงานฉบับนี้ ไม่ได้แยกรายละเอียดของต้นทุนแปรผันอย่างชัดเจน

** ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด แบ่งการผลิตสินค้าออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกันคือ (1) กลุ่มบำรุงศีรษะและเส้นผม (2) กลุ่มทำความสะอาดร่างกาย (3) กลุ่มเวชสำอาง และ (4) กลุ่มสุขภาพ และโดยเฉพาะกลุ่มกลุ่มทำความสะอาดร่างกาย มีสินค้าทั้งสิ้น 11 ชนิด

เป็นสบู่เหลวที่ศึกษา 1 ชนิด ดังนั้นทำการถ่วงน้ำหนักดังนี้ $weighted\ cost = unweighted\ cost \times \left(\frac{1}{4}\right) \times \left(\frac{1}{11}\right)$

– **ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต:** เป็นการประเมินค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต เหมือนกับต้นทุนคงที่ของสบู่ก้อนสมุนไพร ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิตจึงมีค่าเท่ากับ 255.75 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.057 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 3.05 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

– **ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ:** เป็นการประเมินค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ เหมือนกับต้นทุนคงที่ของสบู่ก้อนสมุนไพร ดังนั้น ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆมีค่าเท่ากับ 369.98 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.083 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 4.41 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

– **ต้นทุนทางการตลาด:** เป็นการประเมินต้นทุนทางการตลาด เหมือนกับต้นทุนคงที่ของสบู่ก้อนสมุนไพร มีต้นทุนทางการตลาดรวมเท่ากับ 6,015.91 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 1.348 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 71.63 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ค่าโฆษณา มีค่าเท่ากับ 61.36 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.014 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 0.73 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

- ค่าส่งเสริมการขาย มีค่าเท่ากับ 1,522.73 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.341 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 18.13 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

- การค่าเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้ามีค่าเท่ากับ 4,431.82 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.993 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 52.77 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

– **เงินเดือน:** เป็นการประเมินเงินเดือนเหมือนกับต้นทุนคงที่ของสบู่ก้อนสมุนไพร มีค่าเท่ากับ 1,636.36 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.367 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 19.48 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

– **ค่าใช้จ่ายอื่นๆ:** เป็นการประเมินค่าใช้จ่ายอื่นๆเหมือนกับต้นทุนคงที่ของสบู่ก้อนสมุนไพร มีค่าเท่ากับ 75.00 บาท/เดือน (ทำการถ่วงน้ำหนักแล้ว) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.017 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 0.89 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

2.4) **ต้นทุนแปรผันของสบู่เหลวสมุนไพร** คิดเป็นต้นทุนประมาณ 27.75 บาท/ขวด ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

– **ค่าวัตถุดิบและส่วนผสมต่างๆ:** คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 9.75 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 35.14 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

– **ค่าแรงงาน:** คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 2.00 บาท/ขวด หรือร้อยละ 7.21 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

– **ค่าเสียหาย:** คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 16.00 บาท/ขวด หรือร้อยละ 57.66 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

3) สรุปต้นทุน รายได้ กำไรละจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร

สบู่ก้อนสมุนไพร

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา มีปริมาณการผลิตสบู่ก้อนสมุนไพรทั้ง 4 ชนิด (ขนาด 100 กรัม) เฉลี่ย 1,497 ก้อน/เดือน มีต้นทุนรวมทั้งสิ้นคือ 38.941 บาท/ก้อน ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ 22.441 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 57.63 ของต้นทุนต่อก้อนทั้งหมด และต้นทุนแปรผัน 16.500 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 42.37 ของต้นทุนต่อก้อนทั้งหมด คิดเป็นต้นทุนรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 58,294.318 บาท/เดือน

โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยของสบู่อยู่ที่ 44.063 บาท/ก้อน (ราคาขายปลีก 58.75 บาท/ก้อน ราคาขายส่ง 29.375 บาท/ก้อน) เพราะฉะนั้นรายได้ต่อเดือนของผู้ผลิตคือ 65,961.563 บาท/เดือน ดังนั้นห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลา จึงได้กำไรในการจำหน่ายสบู่ก้อนสมุนไพร (ขนาด 100 กรัม) เท่ากับ 7,667.244 บาท/เดือน คิดเป็นกำไร 5.122บาท/ก้อน

จากการคำนวณ ปริมาณการผลิตสบู่อ่อนสมุนไพรที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติหรือจุดคุ้มทุน (Break-event) ต้องทำการผลิตที่ 1,218.823 ก้อน/เดือน หรือประมาณ 1,219 ก้อน/เดือน ซึ่งปริมาณการผลิตปัจจุบันของผู้ผลิตสูงกว่าปริมาณการผลิตที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติประมาณ 278 ก้อน/เดือน

สบู่เหลวสมุนไพร

มีปริมาณการผลิตสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 150 มิลลิลิตร) 4,464 ขวด/เดือน มีต้นทุนรวมทั้งสิ้นคือ 29.631 บาท/ขวด ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ 1.88บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 6.35 ของต้นทุนต่อขวดทั้งหมด และต้นทุนแปรผัน 27.750 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 93.65 ของต้นทุนต่อขวดทั้งหมด คิดเป็นต้นทุนรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 132,274.455 บาท/เดือน

โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยของสบู่อยู่ที่ 41.25 บาท/ขวด (ราคาขายปลีก 55 บาท/ขวด ราคาขายส่ง 27.5 บาท/ขวด) เพราะฉะนั้นรายได้ต่อเดือนของผู้ผลิตคือ 184,140 บาท/เดือน ดังนั้นห้างหุ้นส่วนจำกัด เซนเทลลาจึงได้กำไรในการจำหน่ายสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 150 มิลลิลิตร) เท่ากับ 51,865.545 บาท/เดือน คิดเป็นกำไร 11.619 บาท/ขวด

จากการคำนวณ ปริมาณการผลิตสบู่เหลวสมุนไพรที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติหรือจุดคุ้มทุน (Break-event) ต้องทำการผลิตที่ 622.108 ขวด/เดือน หรือประมาณ 622 ขวด/เดือน ซึ่งปริมาณการผลิตปัจจุบันของผู้ผลิตสูงกว่าปริมาณการผลิตที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติประมาณ 3,842 ขวด/เดือน

5.3.4 บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่

1) ข้อมูลทั่วไป

บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 66/12 หมู่ 3 ตำบลปรัก อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีคุณสุบรรณ รัตนบุรี เป็นประธาน เริ่มดำเนินกิจการเมื่อประมาณปี 2546 ดำเนินธุรกิจเป็น SMEs มีผู้ถือหุ้นทั้งหมด 7 คน จากสองครอบครัวด้วยกัน ครอบครัวแรกมี

อาชีพหลักคือเปิดกิจการร้านขายยา (เภสัชกร) และครอบครัวที่สองเปิดธุรกิจสปา ทำการดำเนินธุรกิจผลิตเครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวและอาชีพเสริม แรกเริ่มในการดำเนินกิจการมีพัฒนาชุมชนมาแนะนำให้จดทะเบียนเป็นกลุ่ม SMEs ภายใต้โครงการ OTOP ของตำบล การจำหน่ายส่วนใหญ่จะตั้งที่ศูนย์เครื่องสำอาง (เป็นที่ผลิตภัณฑ์หลายตราสินค้าสามารถตั้งขายได้โดยไม่เจาะจงยี่ห้อ) ร้านเสริมสวยที่จังหวัดในภาคใต้ทั้งหมด รวมถึงศูนย์ OTOP ประจำอำเภอทุ่งใหญ่ มีพนักงาน 2 คนเพื่อทำหน้าที่ทำหน้าที่สำรวจตลาด พนักงานขายและงานธุรการอื่นๆ

ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ได้แก่ ครีมบำรุงผิวหน้า ผงวุ้นขัดผิว สบู่เหลวสมุนไพรอบน้ำ บอดีโลชั่น แชมพูสระผมและครีมนวด ในส่วนของแชมพูสระผมและครีมนวดทางบริษัท สิริยา คอสเมติกส์ ได้เลิกผลิตแล้วเนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าในตลาดได้ เพราะต้นทุนที่สูงกว่า และสบู่เหลวสมุนไพรก็อยู่ในช่วงตัดสินใจว่าจะผลิตต่อไปหรือว่าเลิกผลิตเนื่องจากเหตุผลเดียวกับแชมพูสระผมและครีมนวด ถึงอย่างไรบริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด มีความได้เปรียบในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเวชสำอาง ทั้งนี้เนื่องมาจากมีเภสัชกรผู้มีความรู้ในเรื่องสารเคมีเป็นอย่างดี เป็นผู้ผลิตนั่นคือคุณกิตติศักดิ์ ศรีบวร หนึ่งในสมาชิกผู้ถือหุ้นและเป็นรองประธาน ในส่วนอาคารที่ทำการผลิตเป็นอาคารที่สร้างเฉพาะการผลิตผลิตภัณฑ์เวชสำอางโดยเฉพาะ เพื่อดูแลเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัยโรค⁵

2) โครงสร้างต้นทุนในการผลิต

มีการผลิตสบู่เหลวสมุนไพรเพียงชนิดเดียว คือ ครีมอบน้ำ สิริยา (ขนาด 200 มิลลิลิตร) โดยมีโครงสร้างต้นทุนดังนี้

2.1) ต้นทุนคงที่ ต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 3,763.89 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ยประมาณ 17.923 บาท/ขวด ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— **ค่าเช่าที่ดิน:** เป็นการประเมินค่าเช่าจากพื้นที่ใกล้เคียงโดยการสัมภาษณ์คุณกิตติศักดิ์ เป็นพื้นที่ของผู้ผลิตเอง ซึ่งมีอาคารที่ไว้สำหรับทำการผลิตโดยเฉพาะ ค่าเช่าที่ดินที่ทำ

⁵ คุณกิตติศักดิ์ ศรีบวร. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2550.

การประเมินมีค่าประมาณ 1,000 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 4.762 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 26.57 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

— **ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต:** เนื่องจากทางผู้ผลิตมีอาคารที่ทำสำหรับทำการผลิตสบู่โดยเฉพาะ จากการสัมภาษณ์คุณกิตติศักดิ์ ได้ประเมินมูลค่าของอาคารประมาณ 300,000.00 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 20 ปี ดังนั้นค่าเสื่อมราคาของอาคารเพื่อใช้ในการผลิตมีค่าเท่ากับ 1,250.00 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 5.952 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 33.21 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

— **ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์ต่างๆ:** มีค่าเท่ากับ 41.667 บาท/เดือน เป็นต้นทุนคงที่ 0.198 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 1.11 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด ซึ่งอุปกรณ์ในการผลิตสบู่สมุนไพรเหล่านี้มีเพียงแค่ถังสแตนเลสและไม้พายเท่านั้น

— **ต้นทุนทางการตลาด:** บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณา (แผ่นพับโฆษณาสินค้าและแผ่นป้ายโฆษณา) และการส่งเสริมการขายเป็นเงินทั้งสิ้น 10,000 บาท/ปี แต่เนื่องจากต้นทุนทางการตลาดนี้เป็นค่าใช้จ่ายรวมซึ่งไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นสบู่สมุนไพรเท่านั้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการถ่วงน้ำหนักเพื่อให้ได้ต้นทุนทางการตลาดเฉพาะสบู่สมุนไพรเท่านั้น* ดังนั้นต้นทุนทางการตลาดมีค่าเท่ากับ 138.89 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.661 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 3.69 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

แต่ทั้งนี้สินค้าของบริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด ก็ได้ผลประโยชน์ทางอ้อมจากการโฆษณาของภาครัฐด้วยเช่นกัน เพราะเป็นสินค้าในโครงการ OTOP รวมทั้งสินค้าของบริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด ยังมีการวางจำหน่ายในเว็บไซต์ www.thaitumbon.com

— **เงินเดือน:** ค่าใช้จ่ายในส่วนของเงินเดือนที่ผู้ประกอบการจ่ายให้กับพนักงานธุรการ พนักงานสำรวจตลาด 2 คน (ทั้งสองคนนี้ทำหน้าที่ทั้งสองอย่าง) คนละ 4,000 บาท/เดือน

* บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ ทำการผลิตสินค้าทั้งสิ้น 6 ชนิด ดังนั้นทำการถ่วงน้ำหนักดังนี้

$$\text{weighted cost} = \text{unweighted cost} \times \left(\frac{1}{6}\right)$$

โดยมีแนวคิดในการถ่วงน้ำหนักค่าใช้จ่ายเงินเดือนเช่นเดียวกับต้นทุนทางการตลาด ดังนั้น ค่าใช้จ่ายเงินเดือนมีค่าเท่ากับ 1,333.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 6.35 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 35.42 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

2.2) ต้นทุนแปรผัน ต้นทุนแปรผันเฉลี่ยประมาณ 58.177 บาท/ขวด ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— ค่าสมุนไพรร: ประกอบไปด้วย ขมิ้น ว่านหางจระเข้และวานไพรร คิดเป็น ต้นทุนแปรผัน 2.095 บาท/ขวด หรือร้อยละ 3.60 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

— ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ: คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 15.600 บาท/ขวด หรือร้อยละ 26.81 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

— ค่าน้ำ: น้ำแร่ที่ใช้เป็นน้ำแร่จากจังหวัดระนอง เป็นต้นทุนแปรผัน 0.133 บาท/ขวด หรือร้อยละ 0.23 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

— ค่าแรงงาน: แรงงานที่ใช้ในการผลิต มี 2 คน คือคุณกิตติศักดิ์และภรรยาซึ่ง มีอาชีพหลักเป็นเภสัชกรทั้งสองคน ดังนั้นค่าแรงที่เกิดขึ้นจึงเป็นค่าเสียโอกาสจากแรงงานที่ไม่ได้ ทำอาชีพเภสัชกร ซึ่งจากการสัมภาษณ์คุณกิตติศักดิ์ทราบว่าเงินเดือนจากการเป็นเภสัชกรคือ 20,000 บาท/เดือน (เงินเดือนสองคนรวมกันเท่ากับ 40,000 บาท/เดือน) แต่เนื่องจากการผลิตสมุนไพรใช้เวลาเพียง 1 วัน/เดือน ดังนั้นจึงคิดค่าแรงเพียงแค่วันหนึ่งซึ่งมีค่าเท่ากับ 1,333.33 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 6.349 บาท/ขวด หรือร้อยละ 10.91 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

— ค่าบรรจุภัณฑ์: ประกอบไปด้วยค่าขวดพร้อมหัวปั๊ม ฉลากสติ๊กเกอร์และพลาสติกใส เป็นต้นทุนแปรผัน 21.500 บาท/ขวด หรือร้อยละ 36.96 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

— **ต้นทุนทางการตลาด:** ประมาณร้อยละ 20 ของราคาสบู่เหลวสมุนไพร (ราคาเฉลี่ย 62.5 บาท/ขวด) เท่ากับ 12.5 บาท/ขวด ซึ่งหักให้กับผู้จำหน่าย หรือร้านค้าที่วางขาย ต่างๆ (พ่อค้าคนกลาง) หรือร้อยละ 21.49 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

3) สรุปต้นทุน รายได้ กำไรและจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร

บริษัทสิริยา คอสเมติกส์ จำกัดมีปริมาณการผลิตสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 150 มิลลิลิตร) 210 ขวด/เดือน มีต้นทุนรวมทั้งสิ้นคือ 76.100 บาท/ขวด ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ 17.923 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 23.55 ของต้นทุนต่อขวดทั้งหมด และต้นทุนแปรผัน 58.177 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 76.45 ของต้นทุนต่อขวดทั้งหมด คิดเป็นต้นทุนรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 15,981.102 บาท/เดือน

โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยของสบู่อยู่ที่ 62.5 บาท/ขวด (ราคาขายปลีก 75 บาท/ขวด ราคาขายส่ง 50 บาท/ขวด) เพราะฉะนั้นรายได้ต่อเดือนของผู้ผลิตคือ 13,125 บาท/เดือน ดังนั้นห้างบริษัทสิริยา คอสเมติกส์ ขาดทุนในการจำหน่ายสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 150 มิลลิลิตร) เท่ากับ 2,856.102 บาท/เดือน หรือขาดทุน 13.600 บาท/ขวด

จากการคำนวณ ปริมาณการผลิตสบู่เหลวสมุนไพรที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติหรือจุดคุ้มทุน (Break-event) ต้องทำการผลิตที่ 870.708 ขวด/เดือน หรือประมาณ 871 ขวด/เดือน ซึ่งปริมาณการผลิตปัจจุบันของผู้ผลิตต่ำกว่าปริมาณการผลิตที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติประมาณ 661 ขวด/เดือน

5.3.5 กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระไคร อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง

1) ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มชุมชนแม่บ้านสระไคร ตั้งอยู่ที่เลขที่ 14/2 หมู่ 3 ตำบลเชียรเขา อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง โดยมีความสนใจเรื่องรถ เป็นประธานกลุ่ม เริ่มจัดตั้งกลุ่มเมื่อประมาณปี 2547 เป็นการรวมกลุ่มของแม่บ้าน มีสมาชิกทั้งหมด 25 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร ทำนาและค้าขาย การรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากนโยบายโครงการ OTOP โดย

หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือเริ่มต้น คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรฯ พัฒนาชุมชนฯ ได้ทำการอบรมวิธีการทำสบู่ แชมพูสระผมและเวชสำอางอื่นๆโดยใช้สมุนไพรพื้นบ้านเป็นส่วนประกอบให้กับทางกลุ่มแม่บ้านสระใคร และยังได้เงินทุนสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลเชียรเขา จากงบประมาณส่งเสริมอาชีพ 50,000 บาท เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการผลิตของกลุ่ม (เป็นเงินให้กู้ยืมโดยไม่คิดดอกเบี้ย และทางกลุ่มได้ส่งคืนปีละ 10,000 บาท) และยังมีการรวมหุ้นของสมาชิกเพื่อใช้ในการดำเนินการผลิตคนละ 5,000 บาท (การรวมหุ้นมีจำนวน 5 คน ซึ่งเป็นแกนนำหลักในการผลิตและการบริหารงานในกลุ่ม ส่วนสมาชิกที่เหลือเป็นฝ่ายช่วยเหลือทางด้านแรงงานในการผลิต)

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีทั้งการที่สมาชิกในกลุ่มจำหน่ายเอง และฝากจำหน่ายที่ศูนย์ OTOP ของจังหวัด ทั้งนี้ยังจำหน่ายตามการออกร้านที่หน่วยงานต่างๆได้มีการจัดขึ้น ยอดขายส่วนใหญ่จะมาจากการออกร้าน ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ทำการผลิต อาทิ แชมพูสระผม สบู่เหลว สบู่ก้อน ใส่ล้างหน้า ครีมกันแดด ครีมบำรุงหน้า และน้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ การผลิตจะมีคนรับผิดชอบเป็นหัวหน้าในการผลิต 1 คนในแต่ละชนิด แต่เวลาดำเนินการผลิตหรือจำหน่ายสมาชิกจะช่วยกัน และทางกลุ่มชุมชนแม่บ้านสระใครได้เคยส่งผลิตภัณฑ์เข้าประกวดในการดำเนินงานโครงการคัดสรรสุดยอดสินค้า OTOP และรับรางวัล 2 ดาวในการประกวดในปี 2549 ส่วนในด้านการผลิตสบู่สมุนไพรทางกลุ่มได้ทำตามสูตรสำเร็จรูปและซื้อสารเคมีซึ่งเป็นวัตถุดิบในการทำสบู่เป็นชุดสำเร็จรูปจากทาง ห้างหุ้นส่วนจำกัด เคมพลัสเทรดดิ้ง⁶

2) โครงสร้างต้นทุนในการผลิต

การผลิตสบู่เหลวสมุนไพรหนึ่งชนิด ส่วนสบู่ก้อนของกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร เป็นสบู่ก้อนที่ใช้สำหรับล้างหน้าซึ่งไม่ได้ทำการศึกษา โดยมีโครงสร้างต้นทุนของสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 240 มิลลิลิตร/ขวด) ดังนี้

2.1) ต้นทุนคงที่ ต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 1,080.56 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ยประมาณ 24.012 บาท/ขวด ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

⁶ คุณบุญกั้น เรืองรอด. ประธานกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2550.

— **ค่าเช่าที่ดิน:** เป็นการประเมินค่าเช่าจากพื้นที่ใกล้เคียง เป็นพื้นที่ของผู้ผลิตเอง ซึ่งใช้บริเวณที่พักอาศัยเป็นสถานที่ทำการผลิต ค่าเช่าที่ดินที่ทำการประเมินมีค่าประมาณ 1,000 บาท/เดือน (จากสัมภาษณ์) คิดเป็นต้นทุนคงที่ 22.222 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 92.54 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

— **ค่าเสื่อมราคาของอาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ในการผลิต:** เนื่องจากผู้ผลิตได้ทำการต่อเติมบริเวณที่พักอาศัยเป็นที่ที่ใช้ทำการผลิตสบู่เหลวสมุนไพร จากการสัมภาษณ์คุณบุญกิ้น ได้ประเมินมูลค่าในการต่อเติมอาคารประมาณ 10,000 บาท มีอายุการใช้งานประมาณ 20 ปี ดังนั้นค่าเสื่อมราคาของอาคารเพื่อใช้ในการผลิตมีค่าเท่ากับ 20.83 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนคงที่ 0.926 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 3.86 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด

— **ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์ต่างๆ:** มีค่าเท่ากับ 38.889 บาท/เดือน เป็นต้นทุนคงที่ 0.864 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 3.60 ของต้นทุนคงที่ต่อขวดทั้งหมด ซึ่งอุปกรณ์ในการผลิตสบู่สมุนไพรเหลวมีเพียงแค่ถังพลาสติก กะละมังพลาสติกและไม้พายเท่านั้น

— **ต้นทุนทางการตลาด:** กลุ่มชุมชนแม่บ้านสระใคร ไม่มีต้นทุนทางการตลาดที่เป็นตัวเงิน เนื่องจากไม่มีการทำโฆษณา และไม่ได้มีการวางจำหน่ายในเว็บไซต์ www.thaitumbon.com แต่ได้ขายผลิตภัณฑ์ตามงานออกร้านต่างๆที่หน่วยงานของภาครัฐจัดขึ้น (ซึ่งจากการสัมภาษณ์คุณบุญกิ้น พบว่ายอดขายที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการขายตามงานออกร้านที่หน่วยงานของภาครัฐจัดขึ้น) รวมถึงฝากขายตามร้านค้าทั่วไปในเขตพื้นที่ชุมชน ด้วย

2.2) **ต้นทุนแปรผัน** ต้นทุนแปรผันเฉลี่ยประมาณ 31.678 บาท/ก้อน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

— **ค่าสมุนไพร:** ประกอบไปด้วย มะขามและขมิ้นแห้ง ในส่วนของมะขามซื้อมาครั้ง กิโลกรัมสามารถผลิตได้ประมาณ 5 ครั้ง กิโลกรัมละ 20 บาท และขมิ้นแห้ง กิโลกรัมละ 70 บาท (ใช้ในปริมาณที่น้อย) คิดเป็นราคาเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 27 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 0.600 บาท/ขวด หรือร้อยละ 1.32 ของต้นทุนแปรผันต่อขวด

— **ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ:** ชุดสารเคมีในการทำสบู่ของกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครได้สั่งซื้อมาจาก ห้างหุ้นส่วน เคมพลัสเทรดดิ้ง จำกัดซึ่งชุดสารเคมีประกอบไปด้วย 1) น้ำสบู่ 2) BET-C303) KD 4) ลาโน-MP 5) สารกันบูด 6) น้ำหอม และ 7) เกลือ ทั้งหมดนี้ขายเป็นชุดชุดละ 140 บาท หนึ่งชุดสามารถผลิตสบู่เหลวได้ 4 กิโลกรัม หรือประมาณ 15 ขวด รวมแล้วในหนึ่งเดือนจ่ายค่าชุดสารเคมีรวมทั้งสิ้น 420 บาท/เดือน (เฉลี่ย 1 เดือนผลิต 3 ครั้งหรือ 45 ขวด/เดือน) คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 9.333 บาท/ขวด หรือร้อยละ 20.51 ของต้นทุนแปรผันต่อขวดทั้งหมด

— **ค่าน้ำ:** ที่ใช้เป็นน้ำจากน้ำฝนดังนั้นจึงทำการประเมินราคาค่าน้ำเปรียบเทียบกับค่าน้ำบริโภคถึง 20 ลิตร ราคาถังละ 10 บาท หรือลิตรละ 2 บาท ใช้น้ำในปริมาณทั้งหมด 3.756 ลิตร/เดือน (ทำการผลิต 3 ครั้งใน 1 เดือน ซึ่งหนึ่งครั้งใช้น้ำ 1.252 ลิตร) คิดเป็นเงิน 7.51 บาท/เดือน คิดเป็นต้นทุนแปรผันต่อหน่วย 0.167 บาท/ก้อน หรือ ร้อยละ 0.37 ของต้นทุนแปรผันทั้งหมด

— **ค่าแรงงาน*** ใช้แรงงานในการผลิตจำนวนทั้งสิ้น 2 คน การคิดค่าแรงเป็นการประมาณค่า ทางกลุ่มไม่จ่ายค่าแรงแก่แรงงานที่ทำการผลิต คิดเป็นต้นทุนแปรผัน 6.578 บาท/ขวด หรือร้อยละ 14.45 ของต้นทุนแปรผันต่อขวด

— **ค่าบรรจุภัณฑ์:** ประกอบไปด้วยค่าขวดและค่าสติ๊กเกอร์ฉลากรวมกันเป็นเงิน 15 บาท/ขวด หรือร้อยละ 32.96 ของต้นทุนแปรผันต่อขวด

— **ต้นทุนทางการตลาด:** มีค่าเท่ากับ 13.833 บาท/ก้อน ร้อยละ 30.40 ของต้นทุนแปรผันต่อก้อนทั้งหมด ประกอบไปด้วยค่าเดินทางเพื่อไปจำหน่ายสินค้าตามงานออกร้าน และเปอร์เซ็นต์ของราคาสินค้าที่หักให้กับผู้จำหน่าย หรือร้านค้าที่วางขายต่างๆ (พ่อค้าคนกลาง)

* ประมาณจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ 148 บาท/วัน อัตราค่าจ้างขั้นต่ำนี้ ได้ประกาศให้มีผลใช้บังคับ ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม 2550 โดยกระทรวงแรงงานฯ

3) สรุปต้นทุน รายได้ กำไรละจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร

กลุ่มชุมชนแม่บ้านสระใครมีปริมาณการผลิตสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 240 มิลลิลิตร) 45 ขวด/เดือน มีต้นทุนรวมทั้งสิ้นคือ 55.690 บาท/ขวด ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ 24.012 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 43.12 ของต้นทุนต่อขวดทั้งหมด และต้นทุนแปรผัน 31.678 บาท/ขวด หรือ ร้อยละ 56.88 ของต้นทุนต่อขวดทั้งหมด คิดเป็นต้นทุนรวมทั้งหมดเท่ากับ 2,506.068 บาท/เดือน

โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยของสบู่อยู่ที่ 52.5 บาท/ขวด (ราคาขายปลีก 60 บาท/ขวด ราคาขายส่ง 45 บาท/ขวด) เพราะฉะนั้นรายได้ต่อเดือนของผู้ผลิตคือ 2,362.50 บาท/เดือน ดังนั้นกลุ่มชุมชนแม่บ้านสระใคร จึงขาดทุนในการจำหน่ายสบู่เหลวสมุนไพร (ขนาด 240 มิลลิลิตร) เท่ากับ 143.568 บาท/เดือน หรือขาดทุน 3.190บาท/ขวด

จากการคำนวณ ปริมาณการผลิตสบู่เหลวสมุนไพรที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติหรือจุดคุ้มทุน (Break-event) ต้องทำการผลิตที่ 51.895 ขวด/เดือน หรือประมาณ 52 ขวด/เดือน ซึ่งปริมาณการผลิตปัจจุบันของผู้ผลิตต่ำกว่าปริมาณการผลิตที่ทำให้ผู้ผลิตจะได้กำไรปกติประมาณ 7 ขวด/เดือน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.1 ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่มุนไพรรชนิดก้อนของห้างหุ้นส่วนจำกัด
มิสเตอร์มังคุด กลุ่มสบู่มุนไพรร

| รายการ | รวมต้นทุนไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุนไม่ตัดแฉัง | |
|--|--|---------------|--|---------------|
| | บาท | ร้อยละ | บาท | ร้อยละ |
| 1. ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 0.353 | 100.00 | 0.353 | 100.00 |
| — ค่าเช่าที่ดิน | 0.050 | 14.17 | - | - |
| — ค่าเสื่อมราคาของอาคาร | 0.021 | 5.91 | 0.021 | 6.88 |
| — ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรฯ | 0.282 | 79.92 | 0.282 | 93.12 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | - | - | - | - |
| 2. ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 22.572 | 100.00 | 22.572 | 100.00 |
| — ค่าสบู่มุนไพรร | 0.075 | 0.33 | 0.075 | 0.33 |
| — ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ | 11.000 | 48.73 | 11.000 | 48.73 |
| — ค่าน้ำ | 0.032 | 0.14 | 0.032 | 0.14 |
| — ค่าแรงงาน | 1.400 | 6.20 | 1.400 | 6.20 |
| — ค่าบรรจุภัณฑ์ | 5.000 | 22.15 | 5.000 | 22.15 |
| — ค่าไฟฟ้า | 0.200 | 0.89 | 0.200 | 0.89 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 5.475 | 21.55 | 4.865 | 21.55 |
| 3. ต้นทุนรวมต่อหน่วย | 22.925 | 100.00 | 22.875 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 0.353 | 1.54 | 0.303 | 1.32 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 22.572 | 98.46 | 22.572 | 98.68 |
| 4. ต้นทุนรวมต่อเดือน | 458,495.556 บาท | | 457,495.556 บาท | |
| 5. ราคาจำหน่ายต่อหน่วย | 24.325 บาท/ก้อน | | 24.325 บาท/ก้อน | |
| 6. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (ก้อน) | 20,000 ก้อน | | 20,000 ก้อน | |
| 7. รายได้ต่อเดือน | 486,500.000 บาท | | 486,500.000 บาท | |
| 8. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไรปกติ (ก้อน) | 4,024.846 ก้อน หรือ ประมาณ 4,025 ก้อน | | 3,454.396 ก้อน หรือ ประมาณ 3,454 ก้อน | |
| 9. กำไรหรือขาดทุนต่อเดือน | กำไร 28,004.444 บาท | | กำไร 29,004.444 บาท | |
| 10. กำไรต่อหน่วย | กำไร 1.400 บาท/ก้อน | | กำไร 1.450 บาท/ก้อน | |

ตารางที่ 5.2 ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนของกลุ่มแปรรูป
สบู่สมุนไพรและอาหาร อ้าเภอทุ่งใหญ่

| รายการ | รวมต้นทุนไม่ชัดเจน | | ไม่รวมต้นทุนไม่ชัดเจน | |
|---|--|---------------|--|---------------|
| | บาท | ร้อยละ | บาท | ร้อยละ |
| 1. ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 1.844 | 100.00 | 1.044 | 100.00 |
| — ค่าเช่าที่ดิน | 0.800 | 43.37 | - | - |
| — ค่าเสื่อมราคาของอาคาร | 0.200 | 10.84 | 0.200 | 19.15 |
| — ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรฯ | 0.844 | 45.78 | 0.844 | 80.85 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | - | - | - | - |
| 2. ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 16.032 | 100.00 | 15.807 | 100.00 |
| — ค่าสมุนไพร | 0.125 | 0.78 | 0.125 | 0.79 |
| — ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ | 5.500 | 34.31 | 5.500 | 34.79 |
| — ค่าน้ำ | 0.032 | 0.20 | 0.032 | 0.20 |
| — ค่าแรงงาน | 3.375 | 21.05 | 3.150 | 19.93 |
| — ค่าบรรจุภัณฑ์ | 1.000 | 6.24 | 1.000 | 6.33 |
| — ค่าไฟฟ้า | 1.000 | 6.24 | 1.000 | 6.33 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 5.000 | 31.19 | 5.000 | 31.63 |
| 3. ต้นทุนรวมต่อหน่วย | 17.876 | 100.00 | 16.851 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 1.844 | 10.32 | 1.044 | 6.20 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 16.032 | 89.68 | 15.807 | 93.80 |
| 4. ต้นทุนรวมต่อเดือน | 44,691.111 บาท | | 42,128.611 บาท | |
| 5. ราคาจำหน่ายต่อหน่วย | 17.500 บาท/ก้อน | | 17.500 บาท/ก้อน | |
| 6. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (ก้อน) | 2,500 ก้อน | | 2,500 ก้อน | |
| 7. รายได้ต่อเดือน | 43,750.000 บาท | | 43,750.000 บาท | |
| 8. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไร ปกติ (ก้อน) | 3,141.084 ก้อน หรือ ประมาณ 3,141 ก้อน | | 1,542.298 ก้อน หรือ ประมาณ 1,542 ก้อน | |
| 9. กำไรหรือขาดทุนต่อเดือน | ขาดทุน 941.111 บาท | | กำไร 1,621.389 บาท | |
| 10. กำไรต่อหน่วย | ขาดทุน 0.376 บาท/ ก้อน | | กำไร 0.649 บาท/ก้อน | |

ตารางที่ 5.3 ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อนของห้างหุ้นส่วน เช่น
เทลลา จำกัด อำเภอปากพนัง

| รายการ | รวมต้นทุนไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุนไม่ตัดแฉัง | |
|--|--|---------------|--|---------------|
| | บาท | ร้อยละ | บาท | ร้อยละ |
| 1. ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 22.441 | 100.00 | 22.319 | 100.00 |
| — ค่าเช่าที่ดิน | 0.121 | 0.54 | - | - |
| — ค่าเสื่อมราคาของอาคาร | 0.683 | 3.05 | 0.683 | 3.06 |
| — ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรฯ | 0.989 | 4.41 | 0.989 | 4.43 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 16.075 | 71.63 | 16.075 | 72.02 |
| — เงินเดือน | 4.372 | 19.48 | 4.372 | 19.59 |
| — ค่าใช้จ่ายอื่นๆในกิจการ | 0.200 | 0.89 | 0.200 | 0.90 |
| 2. ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 16.50 | 100.00 | 16.50 | 100.00 |
| — วัตถุดิบ | 6.50 | 39.39 | 6.50 | 39.39 |
| — แรงงาน | 2.00 | 12.12 | 2.00 | 12.12 |
| — โสหุ่ย | 8.00 | 48.48 | 8.00 | 48.48 |
| 3. ต้นทุนรวมต่อหน่วย | 38.941 | 100.00 | 38.819 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 22.441 | 57.63 | 22.319 | 57.50 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 16.500 | 42.37 | 16.500 | 42.50 |
| 4. ต้นทุนรวมต่อเดือน | 58,294.318 บาท | | 58,112.500 บาท | |
| 5. ราคาจำหน่ายต่อหน่วย | 44.063 บาท/ก้อน | | 44.063 บาท/ก้อน | |
| 6. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (ก้อน) | 1,497 ก้อน | | 1,497 ก้อน | |
| 7. รายได้ต่อเดือน | 65,961.563 บาท | | 65,961.563 บาท | |
| 8. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไรปกติ (ก้อน) | 1,218.823 ก้อน หรือ ประมาณ 1,219 ก้อน | | 1,212.227 ก้อน หรือ ประมาณ 1,212 ก้อน | |
| 9. กำไรหรือขาดทุนต่อเดือน | กำไร 7,667.244 บาท | | กำไร 7,849.063 บาท | |
| 10. กำไรต่อหน่วย | กำไร 5.122 บาท/ก้อน | | กำไร 5.243 บาท/ก้อน | |

ตารางที่ 5.4 ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสมุนไพรชนิดเหลวของห้างหุ้นส่วน เช่น
 เทลลา จำกัด อำเภอปากพนัง

| รายการ | รวมต้นทุนไม่ตัดแจ้ง | | ไม่รวมต้นทุนไม่ตัดแจ้ง | |
|---|------------------------------------|---------------|------------------------------------|---------------|
| | บาท | ร้อยละ | บาท | ร้อยละ |
| 1. ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 1.881 | 100.00 | 22.319 | 100.00 |
| — ค่าเช่าที่ดิน | 0.010 | 0.54 | - | - |
| — ค่าเสื่อมราคาของอาคาร | 0.057 | 3.05 | 0.057 | 3.06 |
| — ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรฯ | 0.083 | 4.41 | 0.083 | 4.43 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 1.348 | 71.63 | 1.348 | 72.02 |
| — เงินเดือน | 0.367 | 19.48 | 0.367 | 19.59 |
| — ค่าใช้จ่ายอื่นๆในกิจการ | 0.017 | 0.89 | 0.017 | 0.90 |
| 2. ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 27.75 | 100.00 | 27.75 | 100.00 |
| — วัตถุดิบ | 9.75 | 35.14 | 9.75 | 35.14 |
| — แรงงาน | 2.00 | 7.21 | 2.00 | 7.21 |
| — โสหุ่ย | 16.00 | 57.66 | 16.00 | 57.66 |
| 3. ต้นทุนรวมต่อหน่วย | 29.631 | 100.00 | 29.621 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 1.881 | 6.35 | 1.871 | 6.32 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 27.750 | 93.65 | 27.750 | 93.68 |
| 4. ต้นทุนรวมต่อเดือน | 132,274.455 บาท | | 132,229.000 บาท | |
| 5. ราคาจำหน่ายต่อหน่วย | 41.25 บาท | | 41.25 บาท | |
| 6. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (ขวด) | 4,464 ขวด | | 4,464 ขวด | |
| 7. รายได้ต่อเดือน | 184,140.000 บาท | | 184,140.000 บาท | |
| 8. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไรปกติ (ขวด) | 622.108 ขวด หรือ ประมาณ 622 ขวด | | 618.741 ขวด หรือ ประมาณ 619 ขวด | |
| 9. กำไรหรือขาดทุนต่อเดือน | กำไร 51,865.545 บาท | | กำไร 51,911.000 บาท | |
| 10. กำไรต่อหน่วย | กำไร 11.619 บาท/ขวด | | กำไร 11.629 บาท/ขวด | |

ตารางที่ 5.5 ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสบู่มุนไพรรชนิดเหลวของบริษัทสิริยา

คอสมेटิกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่

| รายการ | รวมต้นทุนไม่ขัดแย้ง | | ไม่รวมต้นทุนไม่ขัดแย้ง | |
|---|------------------------------------|---------------|------------------------------------|---------------|
| | บาท | ร้อยละ | บาท | บาท |
| 1. ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 17.923 | 100.00 | 13.161 | 100.00 |
| — ค่าเช่าที่ดิน | 4.762 | 26.57 | - | - |
| — ค่าเสื่อมราคาของอาคาร | 5.952 | 33.21 | 5.952 | 45.23 |
| — ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรฯ | 0.198 | 1.11 | 0.198 | 1.51 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 0.661 | 3.69 | 0.661 | 5.03 |
| — เงินเดือนพนักงาน | 6.349 | 35.42 | 6.349 | 48.24 |
| 2. ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 58.177 | 100.00 | 51.828 | 100.00 |
| — ค่าสบู่มุนไพร์ | 2.095 | 3.60 | 2.095 | 4.04 |
| — ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ | 15.600 | 26.81 | 15.600 | 30.10 |
| — ค่าน้ำ | 0.133 | 0.23 | 0.133 | 0.26 |
| — ค่าแรงงาน | 6.349 | 10.91 | - | - |
| — ค่าบรรจุภัณฑ์ | 21.500 | 36.96 | 21.500 | 41.48 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 12.500 | 21.49 | 12.500 | 24.12 |
| 3. ต้นทุนรวมต่อหน่วย | 76.100 | 100.00 | 64.989 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 17.923 | 23.55 | 13.161 | 20.25 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 58.177 | 76.45 | 51.828 | 79.75 |
| 4. ต้นทุนรวมต่อเดือน | 15,981.102 บาท | | 13,647.769 บาท | |
| 5. ราคาจำหน่ายต่อหน่วย | 62.500 บาท | | 62.500 บาท | |
| 6. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (ขวด) | 210 ขวด | | 210 ขวด | |
| 7. รายได้ต่อเดือน | 13,125.000 บาท | | 13,125.000 บาท | |
| 8. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไรปกติ (ขวด) | 870.708 ขวด หรือ ประมาณ 871 ขวด | | 258.985 ขวด หรือ ประมาณ 259 ขวด | |
| 9. กำไรหรือขาดทุนต่อเดือน | ขาดทุน 2,856.102 บาท | | ขาดทุน 522.769 บาท | |
| 10. กำไรต่อหน่วย | ขาดทุน 13.60บาท/ขวด | | ขาดทุน 2.489บาท/ขวด | |

ตารางที่ 5.6 ต้นทุน รายได้ และกำไรจากการผลิตสับผสมไพโรชนิดเหลวของกลุ่มชุมชน
แม่บ้านสระใคร อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

| รายการ | รวมต้นทุนไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุนไม่ตัดแฉัง | |
|---|----------------------------------|---------------|-------------------------------|---------------|
| | บาท | ร้อยละ | บาท | บาท |
| 1. ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 24.012 | 100.00 | 1.790 | 100.00 |
| — ค่าเช่าที่ดิน | 22.222 | 92.54 | - | - |
| — ค่าเสื่อมราคาของอาคาร | 0.926 | 3.86 | 0.926 | 51.72 |
| — ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรฯ | 0.864 | 3.60 | 0.864 | 48.28 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | - | - | - | - |
| 2. ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 31.678 | 100.00 | 25.100 | 100.00 |
| — ค่าผสมไพโร | 0.600 | 1.32 | 0.600 | 1.54 |
| — ค่าสารเคมีชนิดต่างๆ | 9.333 | 20.51 | 9.333 | 23.97 |
| — ค่าน้ำ | 0.167 | 0.37 | 0.167 | 0.43 |
| — ค่าแรงงาน | 6.578 | 14.45 | - | - |
| — ค่าบรรจุภัณฑ์ | 15.000 | 32.96 | 15.000 | 38.53 |
| — ต้นทุนทางการตลาด | 13.833 | 30.40 | 13.833 | 35.53 |
| 3. ต้นทุนรวมต่อหน่วย | 55.690 | 100.00 | 26.890 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย | 24.012 | 43.12 | 1.790 | 6.66 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อหน่วย | 31.678 | 56.88 | 25.100 | 93.34 |
| 4. ต้นทุนรวมต่อเดือน | 2,506.068 บาท | | 1,210.068 บาท | |
| 5. ราคาจำหน่ายต่อหน่วย | 52.500 บาท/ขวด | | 52.500 บาท/ขวด | |
| 6. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (ขวด) | 45 ขวด | | 45 ขวด | |
| 7. รายได้ต่อเดือน | 2,362.500 บาท | | 2,362.500 บาท | |
| 8. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไรปกติ (ขวด) | 51.895 ขวด หรือ ประมาณ 52 ขวด | | 2.940 ขวด หรือ ประมาณ 3ขวด | |
| 9. กำไรหรือขาดทุนต่อเดือน | ขาดทุน 143.568 บาท | | กำไร 1,152.432 บาท | |
| 10. กำไรต่อหน่วย | ขาดทุน 3.190 บาท/ ขวด | | กำไร 25.610 บาท | |

5.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบโครงสร้างต้นทุน รายได้ กำไร และ จุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดศึกษาผู้ผลิต OTOP จำนวน 5 ราย ใน จังหวัดนครศรีธรรมราช

แบ่งการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ วิสาหกิจที่ทำการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อน 3 ราย และวิสาหกิจที่ทำการผลิต สบู่สมุนไพรชนิดเหลว 3 ราย ในการเปรียบเทียบข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการปรับต้นทุน รายได้ กำไร และจุดคุ้มทุนต่อหน่วยให้มีหน่วยเดียวกัน (ตารางที่ 5.7 และ 5.8) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มวิสาหกิจที่ทำการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อน

กลุ่มวิสาหกิจที่ทำการผลิตสบู่สมุนไพรชนิดก้อน มีทั้งหมด 3 ราย คือ (1) ห้างหุ้นส่วน จำกัด มิสเตอร์มิ่งคุณกลุ่มสบู่สมุนไพร (บ้านคีรีวง) (2) กลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพรและอาหาร อําเภอทุงใหญ่ (3) ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีต้นทุนรวมในการผลิตต่อกรัม สูงที่สุดเท่ากับ 0.38941 บาท/กรัม รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มิ่งคุณมีต้นทุนรวมเท่ากับ 0.28656 บาท/กรัม และกลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพรและอาหาร อ. ทุงใหญ่ มีต้นทุนรวมเท่ากับ 0.22345 บาท/กรัม โดย สัดส่วนของปัจจัยคงที่ต่อหน่วย (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน) ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเซนเทลลา มากกว่า ปัจจัยแปรผันต่อหน่วย คือประมาณ 58:42 ซึ่งอีกสองแห่งมีสัดส่วน 2:98 (ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มิ่งคุณ) และ 10:90 (กลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพรและอาหาร ทุงใหญ่) ซึ่งสัดส่วนของปัจจัยแปรผัน ต่อหน่วยสูงกว่าต้นทุนคงที่ต่อหน่วยมาก หากพิจารณาต้นทุนคงที่ต่อหน่วยของห้างหุ้นส่วน เซน เทลลา จำกัด แล้วต้นทุนคงที่ที่มากนั้นเกิดขึ้นจากต้นทุนทางด้านการตลาด (ตารางที่ 5.4) ในส่วน ของราคาจำหน่ายของสบู่ก้อนต่อน้ำหนัก (กรัม) หรือรายได้ต่อหน่วย มีลำดับการเรียงจากมากไป น้อยเช่นเดียวกับต้นทุนในการผลิตต่อน้ำหนัก (กรัม) คือ 0.44063 บาท/กรัม 0.30406 บาท/กรัม และ 0.22345 บาท/กรัม ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิสาหกิจแต่ละที่ ตั้งราคาจำหน่ายของสบู่ ก้อนโดยใช้ต้นทุนการผลิตเป็นเกณฑ์ (Cost plus) ในการพิจารณา ทั้งนี้ยังมีหลักเกณฑ์อื่นๆในการ พิจารณาตั้งราคาด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีการพิจารณาสบู่ใน ห้องตลาด การตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด มีปริมาณการผลิตต่อเดือนสูงที่สุดเมื่อเทียบเป็นน้ำหนัก (กรัม) เท่ากับ 1,600,000 กรัม/เดือน รองลงมาคือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร ทุ่งใหญ่ เท่ากับ 200,000 กรัม/เดือน และห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด เท่ากับ 149,700 กรัม/เดือน ทั้งนี้เนื่องมาจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดและกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรก่อนเป็นผลิตภัณฑ์หลักในการผลิต ส่วนห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายนอกเหนือจากสมุนไพร

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีกำไรต่อหน่วย (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน)สูงที่สุดคือ 0.05122 บาท/กรัม รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด มีกำไรต่อหน่วยเท่ากับ 0.0175 บาท/กรัม และกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหารขาดทุนต่อหน่วยเท่ากับ 0.00470บาท/กรัม แต่หากไม่รวมต้นทุนไม่ชัดเจนแล้วกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหารจะได้กำไรต่อหน่วยเท่ากับ 0.00811 แต่ถึงอย่างไรก็ยังน้อยกว่าวิสาหกิจรายอื่น

2) กลุ่มวิสาหกิจที่ทำการผลิตสมุนไพรชนิดเหลว

กลุ่มวิสาหกิจที่ทำการผลิตสมุนไพรชนิดเหลว มีทั้งหมด 3 ราย คือ (1) ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด (2) บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด และ (3) กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร

บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด มีต้นทุน(รวมต้นทุนไม่ชัดเจน)ในการผลิตต่อปริมาตร (มิลลิลิตร)สูงที่สุดเท่ากับ 0.50733 บาท/มิลลิลิตร รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด เท่ากับ 0.19754 บาท/มิลลิลิตร และกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครเท่ากับ 0.23204 บาท/มิลลิลิตร ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดมีสัดส่วนของปัจจัยแปรผันต่อหน่วยมากกว่าต้นทุนคงที่ต่อหน่วย ดังนี้ 94:6 93:7 และ 76:24ตามลำดับเช่นกัน ในส่วนของราคาจำหน่ายของสมุนไพรต่อปริมาตร (มิลลิลิตร) หรือรายได้ต่อหน่วย มีลำดับการเรียงจากมากไปน้อยเช่นเดียวกับต้นทุนในการผลิตต่อปริมาตร (มิลลิลิตร) คือ 0.41667 0.27500 และ 0.21875 ตามลำดับ

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมีปริมาณการผลิตต่อเดือนสูงที่สุดเมื่อเทียบเป็นปริมาตร (มิลลิลิตร) เท่ากับ 669,600 มิลลิลิตร/เดือน รองลงมาคือ บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด เท่ากับ 31,500 มิลลิลิตร/เดือน และกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครเท่ากับ 10,800 มิลลิลิตร/เดือน ตามลำดับ

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมีกำไรต่อหน่วย (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน)สูงที่สุดคือ 0.7746บาท/มิลลิเมตร รองลงมาคือกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร ขาดทุนต่อหน่วย เท่ากับ 0.01329 บาท/มิลลิเมตร และสุดท้ายบริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัดขาดทุนต่อหน่วย เท่ากับ 0.09067บาท/มิลลิเมตร แต่หากพิจารณาไม่พิจารณาต้นทุนไม่ชัดเจนแล้ว กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครจะได้กำไรต่อหน่วยสูงที่สุดคือ 0.10671 บาท/มิลลิเมตร รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด เท่ากับ 0.7753 บาท/มิลลิเมตร และสุดท้ายคือบริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัดขาดทุน 0.09067บาท/มิลลิเมตร ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครมีต้นทุนที่ไม่ชัดเจนที่สูงคือในส่วนของค่าเช่าที่ดิน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 91.54 ของต้นทุนคงที่ทั้งหมด (ตารางที่ 5.6) โดยอาคารที่ทำการผลิตนั้นคือบริเวณที่พักอาศัย จากการประเมินจึงมีมูลค่าที่สูง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.7 เปรียบเทียบต้นทุน ราคาจำหน่าย ปริมาณการผลิตต่อเดือน ปริมาณที่ผลิตได้กำไรปกติและกำไรต่อหน่วยของสบู่ก้อนสมุนไพรโดยปรับหน่วยให้เป็นต่อกรัม

| รายการ | คีรีวง | | | | ทุ่งใหญ่ | | | | เซนเทลลา | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|--------|----------------------------|--------|-------------------------|--------|----------------------------|--------|-------------------------|--------|----------------------------|--------|
| | รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | |
| | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) |
| 1. ต้นทุนรวมต่อกรัม | 0.28656 | 100.00 | 0.28594 | 100.00 | 0.22345 | 100.00 | 0.21064 | 100.00 | 0.38941 | 100.00 | 0.38819 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อกรัม | 0.00441 | 1.54 | 0.00379 | 1.32 | 0.02305 | 10.32 | 0.01305 | 6.20 | 0.22441 | 57.63 | 0.22319 | 57.50 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อกรัม | 0.28215 | 98.46 | 0.28215 | 98.68 | 0.20040 | 89.68 | 0.19759 | 93.80 | 0.16500 | 42.37 | 0.16500 | 42.50 |
| 2. ราคาจำหน่ายต่อกรัม (บาท) | 0.30406 | | 0.30406 | | 0.21875 | | 0.23125 | | 0.44063 | | 0.45063 | |
| 3. ปริมาณการผลิตต่อเดือน (กรัม) | 1,600,000.00 | | 1,600,000.00 | | 200,000.00 | | 200,000.00 | | 149,700.00 | | 149,700.00 | |
| 4. ปริมาณการผลิตที่ได้กำไรปกติ (กรัม) | 321,987.68 | | 276,351.68 | | 251,286.72 | | 123,383.84 | | 121,882.30 | | 121,222.70 | |
| 5. กำไรต่อกรัม (บาท) | 0.01750 | | 0.01813 | | -0.00470 | | 0.00811 | | 0.05122 | | 0.05243 | |

ตารางที่ 5.8 เปรียบเทียบต้นทุน ราคาจำหน่าย ปริมาณการผลิตต่อเดือน ปริมาณที่ผลิตได้กำไรปกติและกำไรต่อหน่วยของสบู่เหลวสมุนไพรโดยปรับหน่วยให้เป็นต่อมิลลิลิตร

| รายการ | เซนเทลลา | | | | สิริยา | | | | สระใคร | | | |
|--|-------------------------|--------|----------------------------|--------|-------------------------|--------|----------------------------|--------|-------------------------|--------|----------------------------|--------|
| | รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | | ไม่รวมต้นทุน ไม่ตัดแฉัง | |
| | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) | (บาท) | (%) |
| 1. ต้นทุนรวมต่อมิลลิลิตร | 0.19754 | 100.00 | 0.19747 | 100.00 | 0.50733 | 100.00 | 0.43326 | 100.00 | 0.23204 | 100.00 | 0.11204 | 100.00 |
| — ต้นทุนคงที่ต่อมิลลิลิตร | 0.01254 | 6.35 | 0.01247 | 6.32 | 0.11949 | 23.55 | 0.08774 | 20.25 | 0.10005 | 43.12 | 0.00746 | 6.66 |
| — ต้นทุนแปรผันต่อ มิลลิลิตร | 0.18500 | 93.65 | 0.18500 | 93.68 | 0.38785 | 76.45 | 0.51828 | 79.75 | 0.13199 | 56.88 | 0.10458 | 93.34 |
| 2. ราคาจำหน่ายต่อ มิลลิลิตร | 0.27500 | | 0.27500 | | 0.41667 | | 0.41667 | | 0.21875 | | 0.21875 | |
| 3. ปริมาณการผลิตต่อ เดือน (มิลลิลิตร) | 669,600.00 | | 669,600.00 | | 31,500.00 | | 31,500.00 | | 10,800.00 | | 10,800.00 | |
| 4. ปริมาณการผลิตที่ได้ กำไรปกติ (มิลลิลิตร) | 93,316.20 | | 92,811.15 | | 130,606.20 | | 38,847.75 | | 12,454.80 | | 705.60 | |
| 5. กำไรต่อมิลลิลิตร | 0.07746 | | 0.07753 | | -0.09067 | | -0.01659 | | -0.01329 | | 0.10671 | |

5.5 วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ กลุ่มตัวอย่าง 5 ราย ได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ

ในการวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการฯ แต่ละรายได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจนั้น ผู้ศึกษาได้แบ่งแยกประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1. ปัจจัยพื้นฐาน เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจแต่ละราย เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ
2. โครงสร้างต้นทุน เป็นการวิเคราะห์ จากต้นทุน ราคาจำหน่าย ปริมาณการผลิตต่อเดือน ปริมาณที่ผลิตได้กำไรปกติและกำไรในการผลิต

5.5.1 ปัจจัยพื้นฐาน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด:

ข้อได้เปรียบ: หมู่บ้านศรีวงเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีหลายกลุ่มอาชีพในหมู่บ้านศรีวง เช่น กลุ่มผู้ผลิตผ้ามัดย้อม (กลุ่มใบไม้) กลุ่มแปรรูปผักผลไม้ชุมชนศรี กลุ่มแม่บ้านทุเรียนกวนบ้านศรีวงกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านศรีวง เป็นต้น มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและเป็นแหล่งรายได้ให้กับชุมชน รวมทั้งสมาชิกในกลุ่มและชุมชนมีความเข้มแข็ง มีความสามัคคีกันในการดำเนินงานต่างๆ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด มีผู้นำที่มีความสามารถทางการดำเนินธุรกิจ และความรู้ทางด้านสมุนไพรไทยเป็นอย่างดีมีประสบการณ์ในการผลิตสบู่สมุนไพร (สบู่เปลือกมังคุด) เกือบ 10 ปีผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะสบู่สมุนไพรก้อนเปลือกมังคุดซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่ม และเป็นผู้คิดค้นเป็นที่แรก (จากการสัมภาษณ์) และยังมีแหล่งวัตถุดิบปริมาณมากในชุมชนรวมทั้งบริเวณใกล้เคียง คือ มังคุด และสมุนไพรชนิดต่างๆ ผู้ประกอบการมีปริมาณการผลิตในปริมาณมาก ทั้งนี้เนื่องจากยอดสั่งซื้อจากลูกค้าประจำที่มีอยู่

ซึ่งเป็นยอดสั่งซื้อที่ค่อนข้างแน่นอน เช่น โรมแรมหลายแห่งในภาคใต้ เป็นต้น รวมทั้งตัวผลิตภัณฑ์ยังได้รับรางวัลการันตี 5 ดาว (2546) จากการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP

ข้อเสียเปรียบ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มั่งคุดมีปัญหาเรื่องการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากทำการผลิตในปริมาณมากเพราะแรงงานที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงานคน รวมทั้งปัญหาวัตถุดิบ เช่น เปลือกมังคุด ที่ปริมาณผลผลิตของมังคุดขึ้นกับฤดูกาล และขาดการวิเคราะห์ และประมวลผลต้นทุนที่ชัดเจน ทำให้ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง

กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่:

ข้อได้เปรียบ: กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ มีหัวหน้ากลุ่มที่มีความสามารถ ทำการประดิษฐ์เครื่องจักรในการผลิตเอง รวมทั้งมีประสบการณ์ในการผลิตเป็นเวลานานประมาณเกือบ 30 ปี

ข้อเสียเปรียบ: กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ ไม่ได้ทำการผลิตตลอดเป็นเพียงการผลิตในช่วงเดือนเมษายนกับเดือนพฤษภาคมของทุกปีเท่านั้น เพราะแรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานของลูกหลานของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งจะทำการผลิตในช่วงปิดเทอม ทั้งยังเป็นช่วงเดียวกันกับการพักการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกในกลุ่มด้วย การผลิตจึงขาดความต่อเนื่อง เกิด แรงงานจึงความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต แต่ทั้งนี้ผู้ผลิตไม่ได้คำนึงถึงเพราะการผลิตสมุนไพรเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้นและเป็นการสร้างงานให้กับสมาชิกและลูกหลานของสมาชิกเองให้มีงานทำและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ส่วนในช่วงที่ไม่ได้ทำการผลิตเกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสของเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิต (ไม่ได้นำมารวมคิดในการคำนวณต้นทุน)

กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ขาดมาตรฐานในการใช้วัตถุดิบโดยเฉพาะสัดส่วนของสมุนไพรที่นำมาใช้ทำน้ำสมุนไพร มีความไม่แน่นอน รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์สบู่มาก่อนตัวบรรจุภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ และยังขาดวัน เดือน ปี ที่ผลิตที่ตัวฉลากข้างบรรจุภัณฑ์ ทำให้ขาดโอกาสในการจำหน่ายให้กลุ่มลูกค้าบ้างกลุ่มที่ให้ความสำคัญในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการเป็นเพียงผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย ขายเฉพาะให้กับคนในพื้นที่

เท่านั้นไม่ได้มองตลาดอื่นหรือกลุ่มเป้าหมายอื่นที่มีกำลังซื้อมากกว่า และขาดการวิเคราะห์ และประมวลผลต้นทุนที่ชัดเจน ทำให้ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด:

ข้อได้เปรียบ: เป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจ โดยมีหุ้นส่วนผู้จัดการที่มีความสามารถทางด้านการบริหารจัดการโดยเฉพาะการตลาด มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์ของกิจการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงผลิตจากสมุนไพรไทย 100% ได้รับรางวัลสินค้าคุณภาพ 5 ดาว จากการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP มีกระบวนการผลิตสมุนไพรเป็นสูตรกวนเย็น* ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ของการผลิตสมุนไพร มีแหล่งวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตสินค้าของตนเอง รวมทั้งต้นทุนทางด้านแรงงานและวัตถุดิบมีราคาถูกลงสามารถหาได้ในชุมชนที่ตั้งของกิจการ มีการกระจายสินค้าไปทั่วประเทศ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และยังมีทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ คือ <http://www.centella.co.th> เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าจะไม่ค่อยได้รับความนิยม

ข้อเสียเปรียบ: จำหน่ายลูกค้าหลักมีน้อยราย ทำให้เกิดความเสี่ยงในการสร้างยอดขาย จำหน่าย รวมทั้งมีต้นทุนทางการตลาดที่สูงโดยเฉพาะ ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียให้กับพ่อค้าคนกลางหรือบริษัทตัวแทนจำหน่าย เพราะยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดส่วนใหญ่เป็นยอดจำหน่ายให้กับตัวแทนดังกล่าว หากผู้ประกอบการเองสามารถขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงจะสามารถทำกำไรได้มากกว่านี้และการวางการตลาดและเป้าหมายทางการตลาดยังขาดความชัดเจน ปัจจุบันยังค่อนข้างเป็นการทำการตลาดเชิงรับ เนื่องจากขาดบุคลากรที่จะมาช่วยเสริมการทำการตลาดเชิงรุก แต่ถึงอย่างไรห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ยังคงได้เปรียบทางด้านการตลาดที่สุดหากเปรียบเทียบเฉพาะในวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ทำการศึกษาอีก 4 ราย ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

* กรรมวิธีกวนเย็น เป็นกรรมวิธีการผลิตสมุนไพรเฉพาะของห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ซึ่งได้สูตรมาจากประเทศเยอรมัน ซึ่งมีส่วนผสมเฉพาะ ซึ่งโดยปกติการทำสมุนไพรก่อนจำเป็นต้องใช้ความร้อนในการกวนสมุนไพร

บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด:

ข้อได้เปรียบ: มีเกษตรกรซึ่งมีความรู้ความชำนาญในเรื่องของสารเคมีเป็นผู้ทำการผลิตเอง ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตได้รับมาตรฐาน รวมถึงมีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีอาคารที่ทำการผลิตที่มีมาตรฐานปลอดภัย

ข้อเสียเปรียบ: มีการผลิตที่ค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะสบู่เหลวสมุนไพรทำให้เกิดการไม่ประหยัดต่อขนาด ทั้งนี้อาจมาเนื่องจากต้นทุนค่าสารเคมีที่สูงและค่าบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาแพง โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ มีรูปลักษณะเหมาะสำหรับการใช้งานคือมีหัวบีบสำหรับกดสบู่ ซึ่งราคาค่อนข้างสูงหากเปรียบเทียบกับแบบขวดสบู่เหลวแบบธรรมดา รวมทั้งผู้ประกอบการเองยังขาดความรู้ความสามารถทางการตลาดที่เพียงพอ ไม่สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดได้ เพราะสินค้ามีราคาที่สูงกว่ามาก คือ ราคาขายปลีกอยู่ที่ 75 บาทต่อขวด (ขนาด 150 มิลลิลิตร) ซึ่งผู้ประกอบการกำลังอยู่ระหว่างการตัดสินใจว่าจะทำการผลิตสบู่เหลวสมุนไพรต่อหรือเลิกการผลิต

กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร:

ข้อได้เปรียบ: หัวหน้าและสมาชิกในกลุ่มมีความมุ่งมั่นในการทำการผลิต และเป็นสร้างงานสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิกในกลุ่ม มีการได้รับความช่วยเหลือทางการเงินเพื่อการผลิตเริ่มแรกจาก องค์การบริหารส่วนตำบลในท้องถิ่น ที่สำคัญเป็นกลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรมการทำทำสบู่สมุนไพรจากหน่วยงานราชการ คือ กรมพัฒนาชุมชนฯ

ข้อเสียเปรียบ: ยอดจำหน่ายที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นการขายตามงานออกร้านต่างๆที่ทางภาครัฐบาลและหน่วยงานอื่นๆจัดขึ้น ซึ่งไม่ใช่งานแสดงสินค้างานใหญ่ระดับประเทศ เป็นเพียงการจัดงานออกร้านตามพื้นที่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียงเท่านั้น ในตัวของผลิตภัณฑ์เองยังขาดมาตรฐานการผลิต และเคยได้รับรางวัลจากการคัดสรรเพียงแค่ระดับ 2 ดาว ถึงแม้ปัจจุบันจะเพิ่งได้รับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) แต่ส่วนผสมในตัวน้ำสมุนไพรยังไม่มี ความแน่นอน ในส่วนของวัตถุดิบที่เป็นสารเคมีในการผลิตสบู่ นั้น สั่งซื้อจากบริษัทที่ทำการผลิตสารเคมีเป็นชุดสารเคมี (Package) เพื่อทำการผลิตสบู่เหลวโดยเฉพาะ ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตไม่มีความรู้ความชำนาญทางด้านสารเคมีอย่างละเอียด เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ตามคู่มือที่ทางบริษัทที่จำหน่ายชุดสารเคมีเท่านั้น รวมทั้งไม่มีความรู้ทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถขายสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องพึ่งการขายสินค้าตามงานออกร้านที่หน่วยงานต่างๆจัดขึ้น

5.5.2 โครงสร้างต้นทุน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด:

ข้อได้เปรียบ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด มีต้นทุนคงที่ต่อกรัมที่ต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการอีก 2 ราย คือ 0.00441บาท/กรัม หรือร้อยละ 1.54 ของต้นทุนรวม ซึ่งน้อยกว่า กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ 5.23 เท่า และน้อยกว่า ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ถึง 50.87 เท่า สาเหตุที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด มีต้นทุนคงที่ต่อกรัมที่ต่ำมาก เนื่องจากมีปริมาณการผลิตในปริมาณมาก ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale)

ข้อเสียเปรียบ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดมีต้นทุนแปรผันต่อกรัมสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการอีก 2 ราย คือ 0.2815บาท/กรัม หรือร้อยละ 98.46 ของต้นทุนรวมซึ่งสูงกว่ากลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ 1.41 เท่า และสูงกว่าห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด 1.71 เท่า ทั้งนี้เพราะมีต้นทุนค่าสารเคมี (ไซสบูสำเร็จรูป) และค่าบรรจุภัณฑ์ที่สูงกว่าผู้ประกอบการรายอื่น

กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่:

ข้อได้เปรียบ: กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่มีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนรวมต่อกรัมที่ต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับ ผู้ประกอบการอีก 2 ราย คือ 0.22345บาท/กรัม ซึ่งต่ำกว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด 1.28 เท่า และต่ำกว่าห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด 1.74 เท่า ถึงแม้ว่าจะพิจารณาถึงรายละเอียดของต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผันต่อกรัมแล้วไม่ได้อยู่ในระดับต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ข้อเสียเปรียบ: กลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่มีข้อเสียเปรียบคือ ประสบปัญหาขาดทุนหากพิจารณาจากการรวมต้นทุนไม่ชัดเจน เพราะราคาสินค้าอยู่ในระดับต่ำเพราะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มเป้าหมายในระดับล่างถึงระดับกลาง เมื่อเทียบกับต้นทุน นับได้ว่า เป็นจุดอ่อนของกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่

ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด:

ข้อได้เปรียบ: ในกรณีสับก่อนห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีข้อได้เปรียบในเรื่องต้นทุนแปรผันต่อกรัมเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการอีก 2 ราย คือ 0.16500 บาท/กรัม หรือร้อยละ 42.37 ของต้นทุนรวม เมื่อเทียบกับห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มิ่งคุตต่ำกว่า 1.71 เท่าและต่ำกว่ากลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อ้าเภอทุ่งใหญ่ 1.21 เท่า ทั้งนี้เพราะห้างหุ้นส่วน เซนเทลลาต้นทุนทางด้านแรงงานและวัตถุดิบมีราคาถูกลงสามารถหาได้ในชุมชนที่ตั้งของกิจการ วัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างถิ่นเฉพาะในส่วนของสารเคมีเท่าเท่านั้น

ในกรณีสับเหลว มีข้อได้เปรียบคือต้นทุนคงที่ต่อมิลลิลิตรที่ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ผลิตอีก 2 ราย 0.01254 บาท/มิลลิลิตร หรือร้อยละ 6.35 ของต้นทุนรวมต่อมิลลิลิตรต่ำกว่าบริษัท สิริยา คอสเมติคส์จำกัด 9.53 เท่าและต่ำกว่ากลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร 7.98 เท่า เนื่องจากมีปริมาณการผลิตในปริมาณมาก ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale)

ข้อเสียเปรียบ: ในกรณีสับก่อนห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีข้อเสียเปรียบคือมีต้นทุนคงที่ต่อกรัมสูงมาก คือ 0.22441 บาท/กรัม หรือร้อยละ 57.63 ของต้นทุนรวม สูงกว่าห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มิ่งคุต 50.89 เท่า และสูงกว่ากลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อ้าเภอทุ่งใหญ่ 9.74 เท่า สาเหตุที่มีต้นทุนคงที่ต่อหน่วยสูงเนื่องจากการลงทุนทางด้านการตลาดค่อนข้างสูง ทั้งในด้านการโฆษณา การค่าเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและค่าตอบแทนตัวแทนจำหน่าย

ในกรณีสับเหลวห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดไม่มีข้อเสียเปรียบทางด้านต้นทุนเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการอีก 2 ราย

บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด:

ข้อได้เปรียบ: บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด ไม่มีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนเมื่อทำการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการอีก 2 ราย

ข้อเสียเปรียบ: บริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัดมีข้อเสียเปรียบคือมีต้นทุนรวมคือ 0.50733 บาท/มิลลิเมตร ซึ่งสูงกว่าห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด 2.57 เท่าและสูงกว่า 2.19 เท่า กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร รวมทั้งยังเสียเปรียบทางด้านต้นทุนคงที่ต่อมิลลิเมตรและต้นทุนแปรผันต่อมิลลิเมตรด้วยเช่นกันทั้งนี้เนื่องมาจากต้นทุนแปรผันโดยเฉพาะในส่วนของสารเคมีในการผลิตเหลว ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาแพง และที่สำคัญการจ่ายค่าจ้างแรงงานให้กับเกษตรกรที่ทำการผลิต หากรวมต้นทุนไม่ชัดเจนเข้าไปในการคำนวณ ข้อเสียเปรียบอีกอย่างของบริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด คือราคาจำหน่ายมิลลิเมตรที่เท่ากับ 0.41667 บาท/มิลลิเมตร ซึ่งก็สูงกว่าห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด 1.52 เท่า และสูงกว่า 1.90 เท่า เป็นผลเนื่องมาจากต้นทุนรวมที่สูงด้วยเช่นกัน ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือมีปริมาณการผลิตในระดับที่ต่ำทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง ส่งผลให้ขาดทุนต่อมิลลิเมตรสูงด้วยเมื่อเปรียบเทียบกับอีก 2 ราย คือ-ขาดทุนเท่ากับ 0.9067 บาท/มิลลิเมตร

กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร

ข้อได้เปรียบ: กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครมีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนรวมต่อมิลลิเมตรเพียงรายเดียวคือบริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด คือมีต้นทุนรวมต่อมิลลิเมตรต่ำกว่า 2.19 เท่า

ข้อเสียเปรียบ: กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใครมีข้อเสียเปรียบทางด้านต้นทุนรวมเพียงรายเดียวคือบริษัทห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดคือมีต้นทุนรวมต่อมิลลิเมตร สูงกว่า 1.17 เท่า

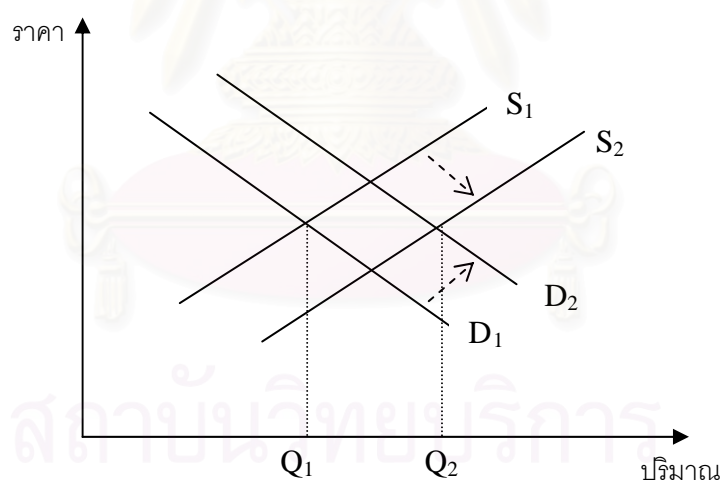
5.6 ประเด็นค้ำพบบที่น่าสนใจของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP

5.6.1 ประเด็นต้นทุนทางการตลาด

ธุรกิจสบู่สมุนไพรที่ทำการศึกษาคือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ OTOP ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดงานแสดงผลิตภัณฑ์เพื่อขายสินค้าตามท้องที่ต่างๆ เป็นต้น

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ 2549 รัฐบาลได้สนับสนุนส่งเสริมด้านการตลาดและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ด้วยงบประมาณ 30,000,000 บาท³⁹ ซึ่งการส่งเสริมของภาครัฐดังกล่าวมีผลโดยตรงกับอุปทานของผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต (รูป 5.1)

ภาพที่ 5.1 ผลของการสนับสนุนของภาครัฐต่ออุปทานและอุปสงค์ของปริมาณสินค้า OTOP



จากรูป 5.1 แสดงถึงอุปทานและอุปสงค์ต่อสินค้า OTOP โดยที่แกนตั้งแทนราคาของผลิตภัณฑ์ ส่วนแกนแนวนอนแทนปริมาณของผลิตภัณฑ์ อุปทานของผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ในโครงการ OTOP คือ S_1 และอุปสงค์ในผลิตภัณฑ์คือ D_1 และผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทำการผลิตอยู่ปริมาณ Q_1 หากรัฐบาลดำเนินนโยบายสนับสนุนทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการและ

³⁹ กรมพัฒนาชุมชน <http://www.cep.go.th/wcep/modules/admin/download_files/22-08-2006-2Title49.xls>.

ผู้ผลิตสินค้าในโครงการ OTOP จะทำให้ต้นทุนทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการ /ผู้ผลิต ลดลงสามารถผลิตสินค้าได้เพิ่มขึ้นทำให้เส้นอุปทานขยับเลื่อนลงจาก S_1 เป็น S_2 แต่ทั้งนี้การดำเนินนโยบายสนับสนุนทางด้านการตลาดของภาครัฐบาลยังรวมไปถึงการโฆษณาและการจัดงานออกร้านต่างๆส่งผลให้มีผู้บริโภคหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ในโครงการฯ มากยิ่งขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์ขยับเลื่อนสูงขึ้นจาก D_1 เป็น D_2 เกิดปริมาณดุลยภาพใหม่คือ Q_2 เป็นผลจากการสนับสนุนจากทางภาครัฐบาล

แต่ทั้งนี้ปริมาณผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ปริมาณงบประมาณที่ใช้ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์และอุปทานของผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภค

5.6.2 ประเด็นการได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนของภาครัฐบาลมีความแตกต่างกันตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสมุนไพร 5 ราย พบว่าการได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนของภาครัฐบาลมีความแตกต่างกันตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตที่ได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับ 5 ดาว 4 ดาว หรือ 3 ดาว จะได้รับประโยชน์การสนับสนุนความช่วยเหลือจากทางภาครัฐมากกว่าผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตที่ได้รับมาตรฐานที่ต่ำกว่า เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัล 5 ดาว จากการคัดสรรฯ จะมีโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่ทางภาครัฐจัดขึ้นมากกว่า และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากกว่า โดยเฉพาะงานที่จัดขึ้นในระดับประเทศอาจจะมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายให้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ตกลงทำการซื้อขายในปริมาณมาก ตัวอย่างเช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดและบริษัทห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ที่มียอดสั่งซื้อจากบริษัทตัวแทนจำหน่ายโดยผ่านการติดต่อกันในงานจัดแสดงและขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทำให้มีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่า นอกจากนี้ยังมีโอกาสได้รับการสนับสนุนทางด้านอื่นๆอีก เช่น บริษัทห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด ได้รับเงินกู้จากทาง SMEs Bank ซึ่งมีผลในการขยายกิจการและขยายการผลิตได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น และการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการส่งออก มีโอกาสทำการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดและบริษัทห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมียอดสั่งซื้อจากต่างประเทศด้วย ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการทั้งสองจะมีการสั่งซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายก็ตาม

แต่ในส่วนผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจที่มีมาตรฐานที่ต่ำกว่า ถึงแม้จะได้รับประโยชน์การสนับสนุนจากทางภาครัฐในบางส่วน ไม่ได้มีโอกาสเหมือนกับผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบ/ผู้ผลิตที่ได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับ 5 ดาว 4 ดาว หรือ 3 ดาว ขาดโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ดังนั้นรัฐบาลควรทุ่มงบประมาณในการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจที่มีมาตรฐานที่ต่ำขึ้นมาให้สามารถแข่งขันได้

5.6.3 ประเด็นวิสาหกิจผู้ผลิตที่เกิดจากการฝึกอาชีพ

รัฐบาลได้มีการฝึกอาชีพให้กับบางกลุ่มและชุมชนที่ต้องการฝึกอาชีพเพื่อเป็นอาชีพเสริม โดยการผลิตสบู่สมุนไพรเป็นหนึ่งในอาชีพที่หน่วยงานของรัฐได้ให้การสนับสนุนในการฝึกอาชีพ จากกรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร เป็นกลุ่มที่เกิดจากการฝึกอาชีพ พบว่าสมาชิกในกลุ่มขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตโดยเฉพาะในด้านสารเคมีที่นำมาผลิตสบู่ สารเคมีที่ใช้ในการผลิตเป็นสารเคมีสั่งซื้อมาเป็นชุดสำเร็จรูปที่พร้อมทำการผสม รวมทั้งยังขาดความรู้ทางด้านการตลาด ตัวผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ (บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ) และยังไม่มาตรฐาน ที่ยังสามารถทำการผลิตและจำหน่ายอยู่ได้เป็นผลเนื่องมาจากการจำหน่ายตามงานออกร้านต่างๆที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นจัดขึ้น ส่วนยอดจำหน่ายตามร้านค้านั้นมีน้อยมาก คาดว่าหากขาดการช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว กลุ่มนี้อาจจำเป็นต้องล้มเลิกการผลิต ยังมีอีกหลายกลุ่มด้วยกันที่ทำการผลิตสบู่สมุนไพรที่ต้องล้มเลิกการผลิต ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เกิดจากการฝึกอาชีพ เนื่องจากทำการผลิตสินค้ามาแล้วไม่สามารถจำหน่ายได้ (จากการสัมภาษณ์กิตติศักดิ์ ศรีบวร, 2550)

ส่วนกลุ่มอื่นๆจากกรณีศึกษาผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ได้เกิดจากการฝึกอาชีพ คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มิ่งคุด บริษัทห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดและกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ คาดว่าสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยปัจจัยข้อได้เปรียบต่างๆที่กล่าวมาแล้ว มีข้อสังเกตอีกอย่างว่ากลุ่มเหล่านี้ มีความรู้ทางด้านการผลิตเป็นอย่างดีและเกิดขึ้นก่อนจะมีโครงการ OTOP ยกเว้นเพียงแต่ บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่ที่เกิดการขาดทุนจากการผลิตสบู่สมุนไพร ทั้งนี้เพราะการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้สูง ราคาค่อนข้างแพง ไม่

สามารถแข่งขันกับสินค้าในท้องตลาดได้ ทางบริษัทสิริยากำลังตัดสินใจว่าจะเลิกทำการผลิตสบู่สมุนไพร แต่ถึงอย่างไรก็ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ยังสามารถจำหน่ายได้

ดังนั้นหากภาครัฐต้องการจะให้ความช่วยเหลือทางด้านการฝึกอาชีพ ควรหาอาชีพที่กลุ่มและชุมชนนั้นมีพื้นฐานความถนัด ความชำนาญในด้านใด จึงเข้าไปช่วยส่งเสริมและฝึกอาชีพในด้านนั้นหรือเกี่ยวข้องสอดคล้องกับความถนัดของกลุ่มนั้น เพราะจากที่ผ่านมากการสนับสนุนฝึกอาชีพที่ไม่สอดคล้องกับความถนัดความชำนาญ ทำให้หลายกลุ่มต้องล้มเลิกการผลิตไป เพราะไม่มีประสิทธิภาพและความชำนาญอย่างแท้จริง อย่างเช่นโครงการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village, One Product Movement) ในจังหวัดไอโอตา ประเทศญี่ปุ่น เริ่มดำเนินการจากพื้นฐานความรู้ ความถนัดของคนในชุมชนพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบในหลายด้านในการหาอาชีพที่เหมาะสม เช่น ความต้องการของตลาด ความคิดเห็นของคนในชุมชน รวมทั้งสภาพแวดล้อมอื่นๆประกอบ

5.6.4 ประเด็นผลประโยชน์แฝงของวิสาหกิจผู้ผลิตสบู่สมุนไพร

การศึกษารณีศึกษาผู้ผลิตสบู่สมุนไพรในโครงการ OTOP ในจังหวัดนครศรีธรรมราช 5 ราย พบว่ามีผลประโยชน์แฝงหรือผลประโยชน์ที่ไม่ได้อยู่ในรูปตัวเงินเกิดขึ้น ดังนี้ การมีอาชีพเสริม (สำหรับวิสาหกิจที่มีแรงงานทำการผลิตเป็นอาชีพเสริม) ทำให้สมาชิกในกลุ่มใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ที่เห็นเด่นชัด คือกลุ่มกลุ่มแปรรูปสบู่สมุนไพร อ.ทุ่งใหญ่ ถึงแม้จะเกิดการทุนจากการผลิตสบู่ (รวมต้นทุนที่ไม่ชัดเจน) แต่ทั้งนี้ก็ก่อประโยชน์ให้กับบุตรหลานของสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเป็นแรงงานหลักในการทำการผลิต ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในช่วงปิดเทอม เป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพในด้านการทำงานตั้งแต่ยังอยู่ในวัยเรียน ลดปัญหาการมั่วสุมของเยาวชนในชุมชน รวมทั้งการลดปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาด เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีสเตอร์ มังคุด ได้นำมังคุดที่มีมากอยู่แล้วในท้องถิ่นนำมาผลิตเป็นสบู่เปลือกมังคุด เพราะในฤดูกาลที่ผลผลิตมังคุดมีมากทำราคาของมังคุดต่ำ ทั้งนี้การรวมกลุ่มเพื่อทำการผลิตยังก่อให้เกิดความสามัคคีของคนในชุมชนอีกด้วย เมื่อมีกิจกรรมอื่นเพื่อพัฒนาชุมชนที่ต้องทำงานร่วมกัน ก็เป็นไปอย่างง่ายดายและรวดเร็ว

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ แต่เนื่องจากการเริ่มต้นในบางหมู่บ้านไม่มีศักยภาพในการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองได้ จึงอาจจำเป็นต้องลอกเลียนแบบ การผลิตของกลุ่ม/ชุมชนใกล้เคียงที่ประสบความสำเร็จ หรือตามที่หน่วยงานราชการได้แนะนำแนวทางไว้ ซึ่งกลุ่มสมุนไพรก็เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งในโครงการที่มีการลอกเลียนแบบและนิยมทำการผลิตเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาลักษณะการดำเนินการของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรในโครงการ OTOP จากกลุ่มตัวอย่าง 33 ราย ผลการวิจัยพอสรุปได้ดังนี้

6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร

วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์มีลักษณะบริหารจัดการโดยชาวบ้านเอง คิดเป็นร้อยละ 75.76 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้วิสาหกิจผู้ผลิตที่เริ่มจัดตั้งหลังจากรัฐบาลได้มีโครงการ OTOP คิดเป็นร้อยละ 54.55 ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทำการผลิตโดยใช้บริเวณที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 57.58 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักเป็นเกษตรกร และการผลิตสมุนไพรเป็นเพียงอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 44.35 ของจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง วิสาหกิจที่ทำการผลิตสมุนไพรทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณคนละ 4,741.38 บาท/เดือน วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรทำการจำหน่ายเองโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 50.79 ของช่องทางรวมทั้งหมดในการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร การกำหนดราคาส่วนใหญ่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยประธานกลุ่มหรือหัวหน้าสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 57.58 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์กำหนดราคาผลิตภัณฑ์จากต้นทุน คิดเป็นร้อยละ 54.55 ของกลุ่มตัวอย่าง และวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่จัดตั้งก่อนโครงการ OTOP มีศักยภาพผลิตผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานมากกว่ากลุ่มมีวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่จัดตั้งหลังโครงการ OTOP ได้รับรางวัล 3, 4 และ 5 ดาว คิดเป็นร้อยละ 61.11 ของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรที่ได้รับรางวัล 3, 4 และ 5 ดาวทั้งหมด

แหล่งเงินทุนหลักของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการ OTOP พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรใช้เงินทุนจากการระดมทุนของสมาชิกหรือเงินส่วนตัวของเจ้าของกิจการในการดำเนินการผลิต คิดเป็นร้อยละ 35.71 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับ ส่วนกองทุนหมู่บ้านชุมชนและชุมชนเมืองที่เป็นโครงการที่รัฐบาลสนับสนุนให้วิสาหกิจใน OTOP ได้ใช้เงินทุนจากแหล่งนี้ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้รับ ซึ่งถือว่าน้อยทั้งนี้อาจเป็นเพราะหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับต่างๆ ไม่มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง รวมทั้งไม่มีการประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐได้ปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกัน

6.1.2 การผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากกลุ่มตัวอย่างแบ่งการวิเคราะห์การผลิตสมุนไพรออกเป็น 2 ประเภทคือ สมุนไพรก่อนสมุนไพรจำนวน 19 ราย และสมุนไพรสมุนไพรจำนวน 23 ราย มีรายละเอียดดังนี้

ผลการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและปัจจัยในการผลิตสมุนไพรพบว่า ปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณสมุนไพรที่ผลิตได้ เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยแต่ละชนิดพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้ปัจจัยทุนและแรงงานเท่ากับ 0.422248 และ 0.830350 ตามลำดับ ผลรวมของความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.252598 แต่เมื่อทำการทดสอบแล้ว มีค่าไม่ต่างจาก 1 แสดงว่าการผลิตสมุนไพรชนิดก่อนอยู่ในระยะผลตอบแทนต่อขนาดคงที่ กล่าวคือเมื่อเพิ่มปัจจัยทุนและแรงงานร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตสมุนไพรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ด้วยเช่นกัน จากการพิจารณาผลิตภาพของแรงงานเฉลี่ยในการผลิตสมุนไพรมีค่าเท่ากับ 0.911231 กิโลกรัมต่อชั่วโมง และอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยแรงงานแทนปัจจัยทุน ($MRTS_{LK}$) เท่ากับ 160.49379 นั่นคือถ้าเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงาน 1 ชั่วโมง เพื่อทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงประมาณ 160.49379 บาท

ผลการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและปัจจัยในการผลิตสมุนไพรพบว่า ปัจจัยทุนและปัจจัยแรงงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณสมุนไพรที่ผลิตได้ เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นจากการใช้ปัจจัยแต่ละชนิดพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของผลผลิตจากการใช้

ปัจจัยทุนและแรงงานเท่ากับ 0.318572 และ 1.345817 ตามลำดับ ผลรวมของความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.664389 แต่เมื่อทำการทดสอบแล้ว มีค่าไม่ต่างจาก 1.5 กล่าวคือเมื่อเพิ่มปัจจัยทุนและแรงงานร้อยละ 1 แล้วจะทำให้ผลผลิตสปู๋ก่อนสมุนไพรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 1.5 จากการพิจารณาผลผลิตภาพของแรงงานเฉลี่ยในการผลิตสปู๋ก่อนสมุนไพรมีค่าเท่ากับ 1.29395 ลิตรต่อชั่วโมง และอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันทางเทคนิคของปัจจัยแรงงานแทนปัจจัยทุน ($MRTS_{LK}$) เท่ากับ 155.94092 นั่นคือ ถ้าเพิ่มชั่วโมงการทำงานของแรงงาน 1 ชั่วโมง เพื่อทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงประมาณ 155.94092 บาท จากผลของการวิเคราะห์สมการการผลิตของสปู๋ก่อนสมุนไพรทั้ง 2 ชนิดดังกล่าว ซึ่งอาจมีข้อจำกัด คือ การใช้ปัจจัยทุนที่ไม่เต็มประสิทธิภาพ ความถูกต้องของข้อมูลปริมาณแรงงานในการผลิตสปู๋ก่อนสมุนไพรและขนาดของปริมาณการผลิตที่แตกต่างกัน

6.1.3 โครงสร้างของสปู๋ก่อนสมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในด้านต้นทุนได้ทำการศึกษาเฉพาะวิสาหกิจผู้ผลิตสปู๋ก่อนสมุนไพรในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 ราย ดังนี้ (1) ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดกลุ่มสปู๋ก่อนสมุนไพร (บ้านคีรีวง) อำเภอลานสกา (2) กลุ่มแปรรูปสปู๋ก่อนสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ (3) ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด อำเภอปากพนัง (4) บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด อำเภอทุ่งใหญ่ และ (5) กลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

วิสาหกิจที่ทำการผลิตสปู๋ก่อน 3 ราย คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด กลุ่มแปรรูปสปู๋ก่อนสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่ และห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด เมื่อทำการปรับข้อมูลแต่ละรายให้มีหน่วยเดียวกันคือคิดเป็นต่อกรัมสามารถเปรียบเทียบได้ว่าห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีต้นทุนรวมในการผลิตต่อกรัม สูงที่สุดเท่ากับ 0.38941 บาท/กรัม รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุดมีต้นทุนรวมเท่ากับ 0.28656 บาท/กรัม และกลุ่มแปรรูปสปู๋ก่อนสมุนไพรและอาหาร อ. ทุ่งใหญ่ มีต้นทุนรวมเท่ากับ 0.22345บาท/กรัม โดยมีสัดส่วนปัจจัยคงที่ต่อปัจจัยแปรผัน ดังนี้ 58:42 2:98 และ 10:90 ตามลำดับ เห็นได้ว่าห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดเพียงแห่งเดียวที่มีสัดส่วนปัจจัยแปรผันน้อยกว่าปัจจัยคงที่เพียงเล็กน้อย สาเหตุมาจากต้นทุนทางด้านการตลาดที่มีสูง คือ ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขายและค่าพื้นที่เช่าจำหน่ายสินค้า ส่วนอีกสองรายที่เหลือมีสัดส่วนของปัจจัยแปรผันมากกว่าปัจจัยคงที่เป็นอย่างมาก ทั้งนี้มาจาก ค่าสารเคมีสำหรับทำสปู๋ซึ่งมากที่สุด ค่าบรรจุภัณฑ์ (เฉพาะมิสเตอร์มังคุด) และต้นทุนทางการตลาด เมื่อพิจารณากำไรต่อหน่วย ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด มีกำไรต่อหน่วย (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน) สูงที่สุดคือ 0.05122บาท/กรัม

รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิสเตอร์มังคุด มีกำไรต่อหน่วยเท่ากับ 0.0175 บาท/กรัม และกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหารขาดทุนต่อหน่วยเท่ากับ 0.00470บาท/กรัม แต่หากไม่รวมต้นทุนไม่ชัดเจนแล้วกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหารจะได้กำไรต่อหน่วยเท่ากับ 0.00811 แต่ถึงอย่างไรก็ยังน้อยกว่าวิสาหกิจรายอื่น

วิสาหกิจที่ทำการผลิตสมุนไพร 3 ราย คือ ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด บริษัท สิริยา คอสเมติกส์ จำกัด และกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร เมื่อทำการปรับข้อมูลแต่ละรายให้มีหน่วยเดียวกันคือคิดเป็นต่อมิลลิลิตรสามารถเปรียบเทียบได้ว่าบริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัด มีต้นทุน (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน) ในการผลิตต่อมิลลิลิตร สูงที่สุดเท่ากับ 0.50733 บาท/มิลลิลิตร รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด เท่ากับ 0.19754 บาท/มิลลิลิตร และกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร เท่ากับ 0.23204 บาท/มิลลิลิตร โดยมีสัดส่วนปัจจัยคงที่ต่อปัจจัยแปรผัน เป็นไปในลักษณะเดียวกันคือ มีสัดส่วนของปัจจัยแปรผันมากกว่าต้นทุนคงที่ มีลำดับการเรียงจากมากไปน้อย เช่นเดียวกับต้นทุนในการผลิตต่อ มิลลิลิตร ดังนี้ 6:94 7:93 และ 24:76 ตามลำดับ ทั้งนี้ปัจจัยแปรผันที่มีค่าสูงที่ 3 อันดับแรก คือ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าการตลาด และค่าสารเคมี ซึ่งแต่ละที่อาจมีมากน้อยไม่เหมือนกัน เมื่อพิจารณากำไรต่อหน่วยห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัดมีกำไรต่อหน่วย (รวมต้นทุนไม่ชัดเจน)สูงที่สุดคือ 0.7746บาท/มิลลิลิตร รองลงมาคือกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร ขาดทุนต่อหน่วย เท่ากับ 0.01329 บาท/มิลลิลิตร และสุดท้ายบริษัท สิริยา คอสเมติกส์จำกัดขาดทุนต่อหน่วย เท่ากับ 0.09067บาท/มิลลิลิตร

จากกรณีศึกษาต้นทุนสรุปได้ว่า วิสาหกิจผู้ผลิตมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบแตกต่างกันไป กล่าวคือ วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรทำการผลิตในปริมาณมากทำให้ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยต่ำ ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด มีบางแห่งที่ผลิตน้อยปริมาณผลิตไม่ถึงจุดคุ้มทุนทำให้ขาดทุน แต่ทั้งนี้เมื่อเพิ่มปริมาณการผลิต ต้นทุนแปรผันก็เพิ่มตามเช่นกัน ต้นทุนแปรผันที่สำคัญได้แก่ ค่าสารเคมี ค่าบรรจุภัณฑ์และส่วนต่างที่หักให้กับตัวแทนจำหน่าย ซึ่งสารเคมีและบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสูง สารเคมีคุณภาพดีในการทำสบู่ออมมีราคาที่สูง บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดหรือสะดวกในการใช้งานย่อมมีราคาแพงเช่นกัน เป็นปัจจัยภายนอกไม่สามารถควบคุมได้เพราะไม่สามารถผลิตได้เอง แต่ส่วนต่างที่หักให้กับตัวแทนจำหน่ายเป็นต้นทุนที่สามารถลดลงได้หากสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง ผ่านตัวแทนจำหน่ายให้น้อยที่ลง ซึ่งข้อได้เปรียบที่ทำให้ผู้ผลิตมีกำไรคือ การผลิตในปริมาณมาก แรงงานและวัตถุดิบมีราคาถูก และความสามารถทางการตลาด

6.1.4 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการฯ

ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรในโครงการพบว่ามีการได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนจากภาครัฐบาลมีความแตกต่างกันตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบ/ผู้ผลิตที่ได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับ 5 ดาว 4 ดาว หรือ 3 ดาว จะได้รับประโยชน์การสนับสนุนความช่วยเหลือจากทางภาครัฐมากกว่าผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบ/ผู้ผลิตที่ได้รับมาตรฐานที่ต่ำกว่า

รัฐบาลได้มีการฝึกอบรมให้กับบางกลุ่มและชุมชนที่ต้องการฝึกอบรมเพื่อเป็นอาชีพเสริม โดยการผลิตสบู่สมุนไพรเป็นหนึ่งในอาชีพที่หน่วยงานของรัฐได้ให้การสนับสนุนในการฝึกอบรมว่าส่วนใหญ่สมาชิกในกลุ่มขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตโดยเฉพาะในด้านสารเคมีที่นำมาผลิตสบู่ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสบู่สมุนไพร ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ของทางวิสาหกิจชุมชนบางชนิดยังไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ขาดความรู้ทางด้านการตลาด และมีบางวิสาหกิจผู้ผลิตที่ต้องการการส่งออก เพราะจากการไปออกร้านในการจัดงาน OTOP มีชาวต่างชาติสนใจตัวผลิตภัณฑ์แต่ไม่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้เพราะขาดความรู้ในเรื่องภาษา และการส่งออก

6.1.5 การดำเนินนโยบาย OTOP

จากแนวคิดโครงการ OTOP ที่ต้องการเกิดการพัฒนาในท้องถิ่น โดยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา สร้างรายได้ในระดับชุมชนและสามารถพึ่งตนเองได้ จากการผลิตสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์ที่มีจุดเด่น บนรากฐานของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น จากการดำเนินโครงการที่ผ่านมารัฐบาลได้เน้น ขั้นตอนการกระจายสินค้ารวมทั้งการตลาด ซึ่งเป็นการเน้นเพื่อกระตุ้นยอดขายให้มีปริมาณมาก แต่การกระตุ้นดังกล่าวในขั้นตอนนี้มีผู้ได้รับประโยชน์เพียงไม่กี่รายเท่านั้น ส่วนขั้นตอนของการพัฒนาและกำหนดผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการให้สินค้าของโครงการ OTOP เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นและนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นปัจจัยการผลิต รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่คนในชุมชนมีความถนัดและความชำนาญในการผลิต นั้นไม่ตรงกับแนวคิดเดิมของโครงการ OTOP เมื่อนำแนวคิดมาปฏิบัติ ขั้นตอนที่เน้นมากและเห็นได้ชัดที่สุดคือการจัดประกวดคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ ถึงแม้ว่าจากแนวคิดตั้งต้นของโครงการ OTOP จะมีการ

เปลี่ยนแปลงไปเมื่อนำใช้ในทางปฏิบัติ หากมีการทบทวนในเรื่องขั้นตอนการนำแนวคิดมาปฏิบัติแล้ว ขั้นตอนที่ผู้ศึกษาคิดว่าสำคัญก็คือ ขั้นตอนของการพัฒนาและกำหนดผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนนี้ก่อนที่จะเน้นส่งเสริมพัฒนาในขั้นตอนอื่นๆ

6.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

6.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาสมการการผลิตในสับปะรดไฟทั้งชนิดก่อนและชนิดเหลวในโครงการ OTOP พบว่าปัจจัยชั่วโมงแรงงานมีผลต่อผลผลิตสับปะรดไฟมากกว่าปัจจัยทุน และต้นทุนแรงงานที่ใช้ทดแทนปัจจัยทุนที่ลดลงมีราคาต่ำกว่าต้นทุนปัจจัยทุน ดังนั้นหากมีการสนับสนุนรัฐบาลควรให้ความสำคัญกับปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุน เช่น การฝึกอบรมพัฒนาทักษะทางด้านการผลิตสับปะรดไฟ เน้นการฝึกปฏิบัติจริงไม่ใช่แต่เพียงทฤษฎีเท่านั้น อาจมีการไปดูระบบการทำงานในชุมชนหรือกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จในด้านนี้ ซึ่งทั้งนี้รวมไปถึงระบบบริหารจัดการ ซึ่งวิสาหกิจส่วนใหญ่ที่บริหารจัดการโดยชาวบ้านยังขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ

สนับสนุนเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น ไม่เป็นเพียงการออกร้านตามงานต่างๆเป็นครั้งเป็นคราวเท่านั้น แต่ต้องมีแหล่งศูนย์สินค้า OTOP ที่เป็นสถานที่จำหน่ายถาวร โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของแต่ละจังหวัด โดยที่วิสาหกิจผู้ผลิตต้องมีส่วนร่วมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ สถานที่จำหน่ายถาวรดังกล่าวด้วย เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ต้องหักให้ตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลางให้น้อยลง พร้อมทั้งเผยแพร่แหล่งจำหน่ายนี้ให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค

ในด้านการช่วยเหลือทางด้านการฝึกอาชีพ ควรหาอาชีพที่กลุ่มและชุมชนนั้นมีพื้นฐานความถนัด ความชำนาญในด้านใด จึงเข้าไปช่วยส่งเสริมและฝึกอาชีพในด้านนั้นหรือเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับความถนัดของกลุ่มนั้น เน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

ด้านการเชื่อมโยงโครงการต่างๆกับโครงการ OTOP โดยเฉพาะโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เป็นโครงการที่รัฐต้องการให้วิสาหกิจในโครงการ OTOP มีเงินทุนในการผลิต เพื่อทำให้เกิดการบริหารจัดการทางการเงินที่คล่องตัวมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการขยายตลาดหรือ

ขยายกำลังการผลิต แต่จากการสำรวจที่เกิดขึ้น วิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองในการผลิตผลิตภัณฑ์ ดังนั้นถ้าสามารถเชื่อมโยงทั้งสองโครงการหรือโครงการอื่นๆได้ก็จะส่งผลให้การผลิตของวิสาหกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

รวมทั้งการพัฒนายกระดับมาตรฐานสำหรับวิสาหกิจที่ยังไม่มีมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ โดยมีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะในด้านการผลิต ไม่เป็นเพียงแค่ทำการตรวจสอบวัดระดับมาตรฐานเท่านั้นว่าอยู่ในระดับใด แต่ต้องบอกด้วยว่าควรแก้ไขอย่างไรเพื่อจะได้มาตรฐานเพิ่มขึ้น ดังนั้นรัฐบาลควรทุ่มงบประมาณในการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจที่มีมาตรฐานที่ต่ำขึ้นมาให้สามารถแข่งขันได้ และได้รับโอกาสเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจที่มาตรฐานสูง

6.2.2 ข้อเสนอแนะแก่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพร

ในด้านแรงงานควรจัดการทำงานให้มีระบบในมากยิ่งขึ้น เช่น แบ่งหน้าที่ของแรงงานให้ชัดเจน โดยผู้ที่มีหน้าผลิตก็เน้นทำการผลิต หรือผู้ที่มีหน้าบรรจุก็เน้นการบรรจุ ทำให้แรงงานมีความชำนาญเฉพาะด้าน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้ในส่วนหนึ่ง และจากการสำรวจพบว่าวิสาหกิจในโครงการฯ ถึงแม้จะมีคนที่เป็นสมาชิกในกลุ่มมากแต่แรงงานที่ทำการผลิตมีเพียงไม่กี่คนเท่านั้น ถ้าสามารถดึงแรงงานเหล่านั้นมาทำการผลิตได้ก็จะสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากกว่าปัจจัยทุนที่มีต้นทุนที่สูงกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำกลุ่มและความสามัคคีในชุมชนด้วย

วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรควรรักษามาตรฐานในเรื่องการใช้สัดส่วนของวัตถุดิบในผลิต เพราะส่วนใหญ่วิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรของชาวบ้านมีความไม่แน่นอนในการใช้วัตถุดิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวสมุนไพรที่ใช้และสารเคมี ทำให้สมุนไพรที่ได้ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน

6.3 ข้อจำกัดในการวิจัยในครั้งนี้

1) จำนวนข้อมูลของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรน้อย ทั้งนี้บางวิสาหกิจไม่ค่อยให้ความสำคัญร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและการให้สัมภาษณ์ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะข้อมูลที่ให้อาจมีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินธุรกิจ และข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์และจากการตอบแบบสอบถาม บางวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรไม่สามารถตอบคำถามได้ครบถ้วนตามที่ผู้ศึกษาต้องการ เพราะข้อจำกัดในด้านการเปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เป็นข้อมูลเฉพาะ เช่น สัดส่วนในการใช้วัตถุดิบในการทำสบู่ที่แท้จริง เป็นเพียงการประมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม

2) การเก็บข้อมูลการผลิตในครั้งนี้ มีปัญหาเรื่องความถูกต้องของข้อมูลปริมาณแรงงานในการผลิตสมุนไพร จำนวนชั่วโมงแรงงานที่ได้จากการสัมภาษณ์ บางครั้งอาจมีจำนวนมากกว่าความเป็นจริง เช่น แรงงานที่ทำการผลิตมีจำนวน 5 คน แต่บางครั้งทั้ง 5 คน นี้ไม่ได้ทำการผลิตพร้อมๆกัน จำนวนแรงงานที่ใช้จริงอาจน้อยกว่า และไม่ได้เป็นชั่วโมงแรงงานที่มีการผลิตอย่างประสิทธิภาพตลอดเวลา เพราะส่วนใหญ่ทำการผลิตบริเวณที่พักอาศัย อาจมีกิจกรรมอย่างอื่นในครัวเรือนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสมุนไพรด้วย

3) การประมาณค่าสมการการผลิตสมุนไพรในโครงการ OTOP ไม่ได้แยก กลุ่มผู้ผลิตชุมชน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดี่ยวและกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการประมาณค่า

4) ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์สมการการผลิตและโครงสร้างต้นทุนเป็นข้อมูลคนละชุด ซึ่งไม่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันได้อันเนื่องมาจากข้อจำกัดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลที่ต่างกัน

5) การประมาณค่าสมการการผลิตสมุนไพรเป็นแบบ Cross-Section ทำให้ค่าที่ออกมาไม่สะท้อนถึงแนวโน้มที่แท้จริงของวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรได้เท่าที่ควร

6.4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในด้านข้อมูลแรงงานควรเน้นย้ำผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับชั่วโมงการทำงานของแรงงานกับจำนวนแรงงานที่แท้จริง หากเป็นไปได้ควรดูถึงขั้นตอนการผลิตของทุกกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ว่าใช้แรงงานจริงเท่าใด

2) ควรมีการศึกษาสมการการผลิตแยกประเภทกลุ่มที่เป็นวิสาหกิจผู้ผลิตชุมชน กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียวและกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการประมาณค่าจะทำให้ได้ทราบถึงความแตกต่างของลักษณะวิสาหกิจแต่ละประเภทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3) ควรใช้ข้อมูลที่เป็น Time – series เพื่อที่การประมาณค่าจะสามารถสะท้อนแนวโน้มที่แท้จริงของวิสาหกิจผู้ผลิตส่วนบุคคลแต่ละประเภทได้ดียิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กิตติ ลิ้มสกุล. แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยมีประชาชนมีส่วนร่วม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

(One Tambon One Product) (Online), แหล่งที่มา :

<http://www.thaitambon.com/OTOP/OTOPProcess/ProcessPage1.htm>(25 มกราคม 2549)

อมาตย์ มากนวล. 2545. การศึกษานโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระดับรากหญ้า ของ รัฐบาล พ.ต.ท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร. วารสาร “สารัตถคดี” วารสารทางวิชาการ คณะ วิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม 2545) : 31-46.

นราทิพย์ ชูติวงศ์. 2539. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

ประภาส ปิ่นตบแต่ง และพยุงค์ศักดิ์ คชสวัสดิ์. 2548. รายงานการประเมินนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

ปิยวรรณ สุขศรี. 2544. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตสุขาชาวพื้นบ้านของชุมชนในประเทศไทย กรณีศึกษาการผลิตเหล้าขาวในจังหวัดเชียงรายและแพร่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะ เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัฒนาชุมชน, กรม. งบหน้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปีงบประมาณ2549 (online).

แหล่งที่มา : http://www.cep.go.th/wcep/modules/admin/download_files/22-08-2006-2Title49.xls(5 กรกฎาคม 2549)

วรกันต์ จารุพัฒน์. 2546. การวัดประสิทธิภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชุมชนสินค้าผ้าพื้นเมืองใน โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิน. 2543. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ. 2547. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 2, 10 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2547) : 175-187.

- ศูนย์วิจัยกสิกร. สบู่ปี 2550 : เร่งบุกตลาดนอก เน้นตลาดใหม่ ทดแทนตลาดในทรวงตัว
(online). แหล่งที่มา
http://www.kasikornresearch.com/kr/search_detail.jsp?id=7952&cid=5 (15
ธันวาคม 2549)
- สมพงษ์ อรพินท์. 2536. เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร : คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตร,
- สกุล สุขสวัสดิ์. 2546. การนำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ: กรณีศึกษากลุ่มชุมชน
ผู้รับบริการในเขตพื้นที่ อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี. เอกสารวิจัยปริญญามหาบัณฑิต
ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สยมพร ลิ้มไทย. 2546. เส้นทาง OTOP: Local Link Global Reaches ฝันจะเป็นจริงหรือไม่
(Online), แหล่งที่มา : <http://www.cep.go.th/CLINIC/otopway.doc>(22 มกราคม 2549)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2544. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม ปี 2544(Online), แหล่งที่มา :
http://cms.sme.go.th/cms/c/document_library/get_file?repository_id=18&file_path=/plan/2544&file_name=CH7.pdf(25 มกราคม 2549)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2547. ความคิดเห็นของ
ประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พ.ศ. 2547. : (เอกสารไม่
ตีพิมพ์เผยแพร่),
- สุนทร คำบุญเศรษฐ์. 2527. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่ฟอกตัวของ
ผู้บริโภคกลุ่ม แม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชาติ ลิลิตรการตกุล. 2527. การลดและขจัดความสูญเสียในอุตสาหกรรมสบู่. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

การสัมภาษณ์

กิตติศักดิ์ ศรีบวร. 7 กุมภาพันธ์ 2550. สัมภาษณ์.

บรรยง นันทโรจนาวร. 17 มกราคม 2550. หุ้นส่วนผู้จัดการห้างหุ้นส่วน เซนเทลลา จำกัด.

สัมภาษณ์.

บุญถิ่น เรื่องรอด. 16 กุมภาพันธ์ 2550. ประธานกลุ่มแม่บ้านชุมชนสระใคร. สัมภาษณ์.

รัชภรณ์ พิมพา. 22 กุมภาพันธ์ 2550. สัมภาษณ์.

สุนันท์ แสงศรี. 7 กุมภาพันธ์ 2550. ประธานกลุ่มแปรรูปสมุนไพรและอาหาร อำเภอทุ่งใหญ่.

สัมภาษณ์

ภาษาอังกฤษ

Damodar N. Gujarati. 2003. Basic Econometrics. 4th. Singapore : McGRAW-HILL,

Dominick Salvatore. 2001. International Economics. 7th.. New York : Wiley&Son,G.C. da

Costa. Production Prices and Distribution neoclassical and classical systems.

New Delhi : McGraw-Hill Publishing Company Limited,

Hal R. Varian. 1992. Microeconomic Analysis. 3rd. New York : Norton & company,

Pablo Coto-Millán. 1999. Utility and Production Theory and Application. New York :

Physica-Verlag Heidelberg,

Pirat Watcharaph. 2544. Liquidity Problems of Small Business in Southern Thailand.

วารสารวิทยาการจัดการ 19, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2544) : 1-16.

Siripong Pretthipan. 2549. Brand Selection of Liquid Soap (Online), แหล่งที่มา : <http://se->

[ed.net/siripong2000/brandname.ppt](http://se-ed.net/siripong2000/brandname.ppt) (2549)



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผนวก ก.

แบบสอบถามผู้ผลิตสบู่สมุนไพร

สถานที่ตั้ง ชื่อสถานประกอบการ / หัวหน้าสถานประกอบการ.....

(ถ้าไม่มีชื่อสถานประกอบการ)

ที่อยู่.....ตำบล / แขวง

อำเภอ / เขต จังหวัด..... ภาค.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 รูปแบบการจัดตั้งของกลุ่มวิสาหกิจ (ให้กา x ใน เพียงข้อเดียว)

1. กลุ่มอาชีพ 2. SMEs (ธุรกิจขนาดกลางขนาดเล็ก)
3. อื่นๆ (โปรดระบุ)

1.2 สถานประกอบการนี้ทำการผลิตสินค้ามาเป็นเวลา.....ปีเดือน

1.3 สถานที่ประกอบการผลิตเป็นหลัก (ให้กา x ใน เพียงข้อเดียว)

1. อาคารที่สร้างเพื่อทำการผลิตสินค้าโดยเฉพาะ 2. อาคารเอนกประสงค์ของชุมชน
3. ภายในบริเวณที่พักอาศัย 4. สถานที่อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.4 จำนวนสมาชิกในกลุ่ม.....คน

1.5 ลักษณะอาชีพของสมาชิกในกลุ่ม (ที่ทำการผลิต)

1. ทำเป็นอาชีพหลัก คน รายได้.....บาท/เดือน

ทำเป็นอาชีพเสริม โดยมีอาชีพหลัก คือ

2. การประกอบการเกษตร คน รายได้.....บาท/เดือน
3. การประกอบธุรกิจอื่น คน รายได้.....บาท/เดือน
4. เป็นข้าราชการ หรือลูกจ้างในหน่วยงานรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ คน รายได้.....บาท/เดือน
5. เป็นลูกจ้างเอกชน คน รายได้.....บาท/เดือน
6. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... คน รายได้.....บาท/เดือน

1.6 สินค้าที่ทำการผลิตทั้งหมด 1..... 6.....

2..... 7.....

3..... 8.....

4..... 9.....

5..... 10.....

1.7 ใครเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าของท่าน (กา x ใน ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตัวแทนตำบล ตัวแทนจังหวัด บริษัทคนกลาง จำหน่ายเอง

อื่นๆ (โปรดระบุ).....สถานที่จำหน่าย.....

1.8 ใครเป็นผู้กำหนดราคาจำหน่าย.....

เกณฑ์อะไรในการกำหนดราคา.....

1.9 สินค้าของกลุ่มเคยได้รับรางวัลในโครงการคัดสรรสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือไม่

ไม่เคย เคย

สินค้าที่ได้รับรางวัล 1..... รางวัล ปี.....

2..... รางวัล ปี.....

3..... รางวัล ปี.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต ต้นทุนการผลิตและการจำหน่ายสมุนไพร

2.1 สมุนไพรที่ทำการผลิตมีอะไร (เรียงจากปริมาณการผลิตมากไปน้อย)

1) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

2) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

3) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

4) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

5) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

6) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

7) ชื่อสมุนไพร..... ประเภทของสมุนไพร สมุนไพรก่อน สมุนไพรเหลว จำนวนวันที่ผลิตในแต่ละเดือน..... วัน
ปริมาตรต่อ 1 ก้อน/ขวด..... หน่วย..... ราคาขายต่อ 1 ก้อน/ขวด ราคาปลีก..... บาท

ราคาขายส่ง..... บาท ปริมาณการจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... ก้อน/ขวด

อื่นๆ โปรดระบุ หน่วย..... หน่วยละ บาท

- ชนิดที่ 6 เวลาในการผลิต วัน ปริมาณการผลิตทั้งหมด..... ก้อน/ขวด รวม.....กก./ ลิตร ใช้วัตถุดิบดังนี้

เคมีภัณฑ์ (สารเคมีที่ใช้ในการผลิตสบู่) กก./ ลิตร กก./ ลิตรละ บาท

สารละลายสมุนไพร กก./ ลิตร

ใช้สมุนไพรตัวหลักในการทำสารละลายสมุนไพรี่กก. กก.ละ บาท

น้ำ น้ำประปา น้ำฝน น้ำบาดาล กก. / ลิตร

อื่นๆ โปรดระบุ หน่วย..... หน่วยละ บาท

..... หน่วย..... หน่วยละ บาท

- ชนิดที่ 7 เวลาในการผลิต วัน ปริมาณการผลิตทั้งหมด..... ก้อน/ขวด รวม.....กก./ ลิตร ใช้วัตถุดิบดังนี้

เคมีภัณฑ์ (สารเคมีที่ใช้ในการผลิตสบู่) กก./ ลิตร กก./ ลิตรละ บาท

สารละลายสมุนไพร กก./ ลิตร

ใช้สมุนไพรตัวหลักในการทำสารละลายสมุนไพรี่กก. กก.ละ บาท

น้ำ น้ำประปา น้ำฝน น้ำบาดาล กก. / ลิตร

อื่นๆ โปรดระบุ หน่วย..... หน่วยละ บาท

..... หน่วย..... หน่วยละ บาท

2.3 แรงงานที่ใช้ในการผลิต

- คนทำงานที่ไม่ได้รับค่าจ้าง คน วันละ ชั่วโมง
- ลูกจ้าง คน วันละ ชั่วโมง ชั่วโมงละ บาท

2.4 อุปกรณ์ เครื่องและเครื่องจักรในการผลิต ประกอบด้วย

| | | | | | |
|----------------------------|--------------|----------|-----------|---------------|----------|
| ชุดหม้อ | ชุด | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| ถังพลาสติก/สแตนเลส | ใบ | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| เตาแก๊ส |เตา | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| เตาถ่าน |เตา | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| เครื่องกวนสบู่ |เครื่อง | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| เครื่องกรองน้ำ |เครื่อง | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| เครื่องจักรอื่นๆ ระบุ..... |เครื่อง | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| อุปกรณ์อื่นๆ ระบุ | หน่วย | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| | หน่วย | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| | หน่วย | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |
| | หน่วย | เป็นเงิน | บาท | อายุการใช้งาน | ปี |

2.5 บรรจุกัญชี

ให้บันทึกมูลค่าวัตถุดิบ วัสดุที่ใช้ประกอบในการผลิต และวัสดุที่ใช้บรรจุหีบห่อ ในรอบ 12 เดือนที่แล้วก่อนวันสัมภาษณ์หรือวันส่งแบบสอบถาม แยกตามประเภทวัตถุดิบ

| ประเภทวัตถุดิบ / วัสดุประกอบ / วัสดุบรรจุหีบห่อ | มูลค่าที่ซื้อ (บาท) | ประเมินมูลค่าที่ไม่ได้ซื้อ |
|---|---------------------|----------------------------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 4 | | |
| รวมมูลค่าทั้งสิ้น | | |

ส่วนที่ 3 แหล่งเงินทุนและ สินทรัพย์ถาวร

3.1 แหล่งเงินทุนที่ทางกลุ่มหรือสถานประกอบการได้ใช้ในการลงทุน (ให้กา X ใน ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. เงินทุนสนับสนุนจากโครงการ OTOP เป็นจำนวน
- 2. เงินทุนจาก กองทุนหมู่บ้าน ในโครงการของรัฐบาล
- 3. เงินทุนจาก กลุ่มสหกรณ์ ออมทรัพย์ ในชุมชน
- 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

3.2 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ประกอบกิจการ ณ วันสัมภาษณ์

| ลักษณะการ | ประเภทสินทรัพย์ที่ใช้ (แต่ละประเภท กาX ได้มากกว่า 1 ลักษณะการครอบครอง) | | |
|-----------|--|--------------------------------|------------------------------------|
| | ที่ดิน | อาคาร โรงเรือน และสิ่งก่อสร้าง | เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้ |
| เจ้าของ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| เช่า | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| อื่นๆ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

ส่วนที่ 4 ภาวะหนี้สินของกิจการ

4.1 ณ วันสัมภาษณ์ สถานประกอบการนี้ยังมีหนี้สินที่กู้ยืมมา (รวมถึงการเช่าหรือซื้อเงินผ่อน) เพื่อใช้ในการประกอบการ กิจการ หรือไม่ (ให้กร X ใน เพียงข้อเดียว)

- 1. ไม่มีหนี้ (ข้ามไปตอบแบบสอบถามในหน้าที่ 5 ต่อไป)
มีหนี้ เพื่อใช้ในการกิจการ ดังนี้
- 2. ประกอบกิจการอย่างคึกข
- 3. ทั้งประกอบกิจการและใช้เพื่อการอื่นด้วย

4.2 ณ วันสัมภาษณ์ มีจำนวนหนี้สินในการประกอบกิจการ..... บาท

4.3 เหตุผลหลักของการกู้ยืมเพื่อใช้ในการประกอบการ (ให้กร X ใน เพียงข้อเดียว)

- 1. ซื้อสังหาริมทรัพย์ใช้ประกอบการ (ที่ดิน อาคาร สิ่งก่อสร้าง)
- 2. ซื้อเครื่องจักร เครื่องมือ เครื่องใช้ถาวร
- 3. ซื้อยานพาหนะใช้ในการกิจการ
- 4. ซื้อวัตถุดิบและวัสดุประกอบการผลิต
- 5. ต่อเติมและปรับปรุงอาคารสถานที่ เพื่อใช้ในการประกอบการ
- 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

5.1 ภาครัฐได้มีส่วนช่วยเหลือ หรือสนับสนุนในส่วนใดบ้าง (เช่น มีการจัดอบรมทางด้านเทคนิคการผลิต เป็นต้น)

.....

หน่วยงานใดของภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุน

แล้วท่านต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ หรือสนับสนุนในส่วนใดบ้าง

.....

5.2 ท่านเกิดปัญหา อุปสรรคในการดำเนินกิจการอย่างไรบ้าง

.....

5.3 ท่านคิดว่าโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นอย่างไรต่อการพัฒนาท้องถิ่น

- ดี
- พอใช้
- ควรปรับปรุง

เพราะ.....

ข้อเสนอแนะ.....

.....

ผนวก ข.

1 สบู่ก้อนสมุนไพร

ตารางที่ 1.1 ผลการประเมินสมการการผลิตสบู่ก้อนครั้งที่ 1

| Dependent Variable: LOG(YB) | | | | |
|-----------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 03/08/07 Time: 15:53 | | | | |
| Sample: 1 19 | | | | |
| Included observations: 19 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -3.221577 | 1.556197 | -2.070160 | 0.0550 |
| LOG(KB) | 0.422248 | 0.201665 | 2.093810 | 0.0526 |
| LOG(LB) | 0.830350 | 0.332569 | 2.496775 | 0.0238 |
| R-squared | 0.514916 | Mean dependent var | 2.983942 | |
| Adjusted R-squared | 0.454281 | S.D. dependent var | 1.156427 | |
| S.E. of regression | 0.854285 | Akaike info criterion | 2.666836 | |
| Sum squared resid | 11.67685 | Schwarz criterion | 2.815958 | |
| Log likelihood | -22.33494 | F-statistic | 8.491999 | |
| Durbin-Watson stat | 1.742577 | Prob(F-statistic) | 0.003066 | |

ตารางที่ 1.2 ผลการตรวจว่ามีปัญหา Heteroskedasticity หรือไม่

| White Heteroskedasticity Test: | | | | |
|--------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| F-statistic | 1.738925 | Probability | 0.195075 | |
| Obs*R-squared | 7.614692 | Probability | 0.178788 | |
| Test Equation: | | | | |
| Dependent Variable: RESID^2 | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 03/08/07 Time: 15:56 | | | | |
| Sample: 1 19 | | | | |
| Included observations: 19 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -10.15567 | 7.996102 | -1.270077 | 0.2263 |
| LOG(KB) | 3.322131 | 2.011820 | 1.651306 | 0.1226 |
| (LOG(KB))^2 | -0.161165 | 0.191210 | -0.842868 | 0.4145 |
| (LOG(KB))*(LOG(LB)) | -0.150705 | 0.451641 | -0.333683 | 0.7439 |
| LOG(LB) | -2.049944 | 2.728328 | -0.751355 | 0.4658 |
| (LOG(LB))^2 | 0.490722 | 0.462648 | 1.060679 | 0.3081 |
| R-squared | 0.400773 | Mean dependent var | 0.614571 | |
| Adjusted R-squared | 0.170301 | S.D. dependent var | 0.678669 | |
| S.E. of regression | 0.618185 | Akaike info criterion | 2.128031 | |
| Sum squared resid | 4.967983 | Schwarz criterion | 2.426275 | |
| Log likelihood | -14.21629 | F-statistic | 1.738925 | |
| Durbin-Watson stat | 2.204172 | Prob(F-statistic) | 0.195075 | |

ตารางที่ 1.3 การทดสอบปัญหา Multicollinearity

Correlation Matrix

| | LN(YB) | LN(KB) | LN(LB) |
|--------|----------|----------|----------|
| LN(YB) | 1.000000 | 0.570893 | 0.618063 |
| LN(KB) | 0.570893 | 1.000000 | 0.377448 |
| LN(LB) | 0.618063 | 0.377448 | 1.000000 |

ตารางที่ 1.4 ผลการทดสอบผลรวมของค่าความยืดหยุ่น

$$H_0 : \beta_2 + \beta_3 = 1$$

$$H_1 : \beta_2 + \beta_3 \neq 1$$

| Wald Test: | | | |
|--|----------|-----------|-------------|
| Equation: EQ01 | | | |
| Test Statistic | Value | df | Probability |
| F-statistic | 0.633986 | (1, 16) | 0.4376 |
| Chi-square | 0.633986 | 1 | 0.4259 |
| Null Hypothesis Summary: | | | |
| Normalized Restriction (= 0) | Value | Std. Err. | |
| -1 + C(2) + C(3) | 0.252598 | 0.317241 | |
| Restrictions are linear in coefficients. | | | |

จากตาราง ค่า Probability ของ Chi-square เท่ากับ 0.4259 จึงยอมรับ H_0 ว่าผลรวมของค่าความยืดหยุ่นนั้นเท่ากับ 1

ตารางที่ 1.5 ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยแต่ละชนิดและผลิตภาพของแรงงานของผู้ผลิตสบู่ก้อน
สมุนไพรแต่ละราย

| ผู้ผลิตสบู่ก้อนสมุนไพร | ผลผลิตเพิ่ม ของปัจจัยทุน (MP _{KB}) | ผลผลิตเพิ่ม ของปัจจัยแรงงาน (MP _{LB}) | ผลิตภาพของแรงงาน Labor Productivity |
|---|--|---|--|
| 1 | 0.00372 | 0.22143 | 0.26667 |
| 2 | 0.00183 | 0.23724 | 0.28571 |
| 3 | 0.00541 | 0.17299 | 0.20833 |
| 4 | 0.01689 | 0.51897 | 0.62500 |
| 5 | 0.00077 | 0.38058 | 0.45833 |
| 6 | 0.00452 | 0.14446 | 0.17398 |
| 7 | 0.00528 | 1.10713 | 1.33333 |
| 8 | 0.00414 | 0.17299 | 0.20833 |
| 9 | 0.00608 | 1.38392 | 1.66667 |
| 10 | 0.00140 | 0.86495 | 1.04167 |
| 11 | 0.00383 | 0.08304 | 0.10000 |
| 12 | 0.00560 | 0.32621 | 0.39286 |
| 13 | 0.00047 | 0.17299 | 0.20833 |
| 14 | 0.00434 | 0.69196 | 0.83333 |
| 15 | 0.00713 | 0.34598 | 0.41667 |
| 16 | 0.03439 | 0.98851 | 1.19048 |
| 17 | 0.00490 | 0.55357 | 0.66667 |
| 18 | 0.02147 | 2.49105 | 3.00000 |
| 19 | 0.00639 | 1.03794 | 1.25000 |
| ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยทุนโดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต | | | 0.00471 |
| ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยแรงงานโดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต | | | 0.75664 |
| ผลิตภาพของแรงงานโดยเฉลี่ย | | | 0.91123 |

2 สบู่เหลวสมุนไพร

ตารางที่ 2.1 ผลการประเมินสมการการผลิตสบู่ก้อนครั้งที่ 1

| Dependent Variable: LOG(YL) | | | | |
|-----------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 03/09/07 Time: 07:23 | | | | |
| Sample: 1 23 | | | | |
| Included observations: 22 | | | | |
| Excluded observations: 1 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -3.829130 | 1.347912 | -2.840787 | 0.0105 |
| LOG(KL) | 0.318572 | 0.168325 | 1.892600 | 0.0737 |
| LOG(LL) | 1.345817 | 0.216905 | 6.204632 | 0.0000 |
| R-squared | 0.709358 | Mean dependent var | 3.436951 | |
| Adjusted R-squared | 0.678764 | S.D. dependent var | 1.231449 | |
| S.E. of regression | 0.697956 | Akaike info criterion | 2.244803 | |
| Sum squared resid | 9.255715 | Schwarz criterion | 2.393582 | |
| Log likelihood | -21.69283 | F-statistic | 23.18629 | |
| Durbin-Watson stat | 1.822627 | Prob(F-statistic) | 0.000008 | |

ตารางที่ 2.2 ผลการตรวจว่ามีปัญหา Heteroskedasticity หรือไม่

| White Heteroskedasticity Test: | | | | |
|--------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| F-statistic | 0.449785 | Probability | 0.807323 | |
| Obs*R-squared | 2.711194 | Probability | 0.744406 | |
| Test Equation: | | | | |
| Dependent Variable: RESID^2 | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 03/09/07 Time: 07:24 | | | | |
| Sample: 1 23 | | | | |
| Included observations: 22 | | | | |
| Excluded observations: 1 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -29.05208 | 23.63527 | -1.229184 | 0.2368 |
| LOG(KL) | 6.897980 | 5.961062 | 1.157173 | 0.2642 |
| (LOG(KL))^2 | -0.388955 | 0.371949 | -1.045721 | 0.3112 |
| (LOG(KL))*(LOG(LL)) | -0.330167 | 0.327296 | -1.008772 | 0.3281 |
| LOG(LL) | 2.026325 | 3.598618 | 0.563084 | 0.5812 |
| (LOG(LL))^2 | 0.113700 | 0.419002 | 0.271360 | 0.7896 |
| R-squared | 0.123236 | Mean dependent var | 0.420714 | |
| Adjusted R-squared | -0.150753 | S.D. dependent var | 0.906490 | |
| S.E. of regression | 0.972420 | Akaike info criterion | 3.008943 | |
| Sum squared resid | 15.12961 | Schwarz criterion | 3.306500 | |
| Log likelihood | -27.09837 | F-statistic | 0.449785 | |
| Durbin-Watson stat | 2.005463 | Prob(F-statistic) | 0.807323 | |

ตารางที่ 2.3 การทดสอบปัญหา Multicollinearity

Correlation Matrix

| | LN_YL | LN_KL | LN_LL |
|-------|----------|----------|----------|
| LN_YL | 1.000000 | 0.347081 | 0.809052 |
| LN_KL | 0.347081 | 1.000000 | 0.142631 |
| LN_LL | 0.809052 | 0.142631 | 1.000000 |

ตารางที่ 2.4 ผลการทดสอบผลรวมของค่าความยืดหยุ่น ครั้งที่ 1

$$H_0 : \beta_2 + \beta_3 = 1$$

$$H_1 : \beta_2 + \beta_3 \neq 1$$

| Wald Test: | | | |
|--|----------|-----------|-------------|
| Equation: EQ02 | | | |
| Test Statistic | Value | df | Probability |
| F-statistic | 6.794510 | (1, 19) | 0.0173 |
| Chi-square | 6.794510 | 1 | 0.0091 |
| Null Hypothesis Summary: | | | |
| Normalized Restriction (= 0) | Value | Std. Err. | |
| -1 + C(2) + C(3) | 0.664389 | 0.254884 | |
| Restrictions are linear in coefficients. | | | |

จากตาราง ค่า Probability ของ Chi-square เท่ากับ 0.0091 (<นัยสำคัญที่เราเลือกคือ 0.05) จึงปฏิเสธ H_0 ผลรวมของค่าความยืดหยุ่นนั้นไม่เท่ากับ 1

ตารางที่ 2.4 ผลการทดสอบผลรวมของค่าความยืดหยุ่น ครั้งที่ 2

$$H_0 : \beta_2 + \beta_3 = 1.5$$

$$H_1 : \beta_2 + \beta_3 \neq 1.5$$

| Wald Test: | | | |
|--|----------|-----------|-------------|
| Equation: EQ02 | | | |
| Test Statistic | Value | df | Probability |
| F-statistic | 0.415967 | (1, 19) | 0.5267 |
| Chi-square | 0.415967 | 1 | 0.5190 |
| Null Hypothesis Summary: | | | |
| Normalized Restriction (= 0) | Value | Std. Err. | |
| -1.5 + C(2) + C(3) | 0.164389 | 0.254884 | |
| Restrictions are linear in coefficients. | | | |

จากตาราง ค่า Probability ของ Chi-square เท่ากับ 0.5190 จึงยอมรับ H_0 คือ ผลรวมของค่าความยืดหยุ่นนั้นเท่ากับ 1.5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2.5 ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยแต่ละชนิดและผลิตภาพของแรงงานของผู้ผลิตสบู่เหลว
สมุนไพรแต่ละราย

| ผู้ผลิตสบู่เหลวสมุนไพร | ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยทุน (MP _{KL}) | ผลผลิตเพิ่ม ของปัจจัยแรงงาน (MP _{LL}) | ผลิตภาพของแรงงาน Labor Productivity |
|---|--|---|--|
| 1 | 0.00117 | 0.67291 | 0.50000 |
| 2 | 0.02042 | 1.40189 | 1.04167 |
| 3 | 0.01274 | 0.84114 | 0.62500 |
| 4 | 0.01448 | 2.80379 | 2.08333 |
| 5 | - | - | - |
| 6 | 0.00029 | 0.61683 | 0.45833 |
| 7 | 0.02549 | 1.34582 | 1.00000 |
| 8 | 0.00449 | 0.61683 | 0.45833 |
| 9 | 0.00246 | 0.72097 | 0.53571 |
| 10 | 0.01443 | 0.67291 | 0.50000 |
| 11 | 0.00693 | 0.44861 | 0.33333 |
| 12 | 0.00472 | 0.44861 | 0.33333 |
| 13 | 0.01615 | 3.73838 | 2.77778 |
| 14 | 0.00693 | 0.84114 | 0.62500 |
| 15 | 0.00724 | 2.13622 | 1.58730 |
| 16 | 0.00885 | 2.10284 | 1.56250 |
| 17 | 0.01620 | 4.03745 | 3.00000 |
| 18 | 0.02778 | 0.74768 | 0.55556 |
| 19 | 0.02063 | 1.34582 | 1.00000 |
| 20 | 0.00236 | 0.13038 | 0.09688 |
| 21 | 0.00680 | 0.71777 | 0.53333 |
| 22 | 0.00117 | 0.67291 | 0.50000 |
| 23 | 0.02042 | 1.40189 | 1.04167 |
| ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยทุนโดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต | | | 0.01117 |
| ผลผลิตเพิ่มของปัจจัยแรงงานโดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต | | | 1.74142 |
| ผลิตภาพของแรงงานโดยเฉลี่ย | | | 1.29395 |

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายชวพงษ์ น้อยสุข เกิดเมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2524 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สำเร็จการศึกษาปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเงินและการคลังจากสำนักการ จัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ในปี พ.ศ. 2546 และเข้าศึกษาต่อในคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีเดียวกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย