



รายงานการวิจัย

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน

Development of Accounting and Cost Management Technology
System of Instant Rice Noodle Products for Commercial
Distribution and Community Economy Value Creation

ดอกอ้อ ขวัญนิน และ กฤษฎิญา มุลศรี
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2563

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป
เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน

Development of Accounting and Cost Management Technology System
of Instant Rice Noodle Products for Commercial Distribution and
Community Economy Value Creation

ดอกอ้อ ขวัญนิน	หลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ
กฤษฎิญา มูลศรี	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ

ทุนอุดหนุนโดยงบประมาณแผ่นดินที่พิจารณาผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย
และนวัตกรรม (สทสว.) ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ชื่องานวิจัย	การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน
ผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดอกอ้อ ขวัญนิน
คณะวิชา	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผู้ร่วมวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษติญา มูลศรี
คณะวิชา	สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปีเสรีวิจัย 2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป 4) ถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยคือ ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมจำนวน 3 คน นักศึกษาจำนวน 9 คน อาจารย์ 2 คน ผู้บริโภคจำนวน 30 คน และกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการถ่ายทอดองค์ความรู้ จำนวน 100 คน การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์ จดบันทึก และใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยในการผลิต ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปมีจำนวนมากที่สุด เมื่อเทียบกับต้นทุนคงที่ โดยต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าแรงงาน และค่าตัวแทนจำหน่าย การตั้งราคาโดยยึดหลักการตั้งราคาดังที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) มีการตั้งราคาแบบเลขคู่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ในการจัดการบัญชีและต้นทุนของ ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปที่มีความเหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือการใช้โปรแกรมในการคำนวณ และในการถ่ายทอดองค์ความรู้ พบว่าผู้เข้ารับการถ่ายทอดมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป รองลงมาคือด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยให้การตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนและการกำหนดราคาได้ และด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยจัดการข้อมูลทางการบัญชีและการตัดสินใจทางธุรกิจ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ต้นทุน จุดคุ้มทุน ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

Abstract

The purposes of this current research were: 1) study of production costs, marketing cost, break-even point, and price determination of instant rice noodle products. 2) develop a technology system to manage the accounts and costs of instant rice noodles products. 3) pass on knowledge of accounting cost calculation break-even point and price Determination of instant rice noodle products. 4) pass on knowledge of the use of technology manage accounts and costs. The key informants were the 3 people (president and members of the community enterprises), 9 students, 2 teachers, 30 consumers and 100 people (sample group participated in the project). The data were collected by interview, note taking and data collected by questionnaires. The statistics used for analysis were percentage, mean, standard deviation. The research results were found that the variable costs per unit of instant rice noodle products were the most, compared with fixed costs. The variable costs per unit consisted of rawmaterials, electricity, packaging, labor and dealer charges. Pricing based on cost-oriented pricing principles combined with psychological pricing offers odd-numbered pricing that appeals to customers. (ends with number 9). To manage the accounts and costs of instant rice noodle products that are suitable for small entrepreneurs and community enterprises. Is to use the program to calculate. And in the pass on of knowledge It was found that the participants were most satisfied with the price determination of instant rice noodle products. Secondly, systems and technology allow cost and pricing decisions. And systems and technology to help manage accounting information and business decisions, respectively.

Keywords : costs, break-even point, instant rice noodle products

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความร่วมมือ ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เสียสละเวลาในการเข้าร่วมโครงการวิจัยและให้ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขอขอบคุณทีมผู้ร่วมวิจัย และขอขอบพระคุณ ทีมงานสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานวิจัย และขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่อุดหนุนการวิจัยครั้งนี้

ดอกอ้อ ขวัญนิน

15 ธันวาคม 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย.....	2
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชี	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและการจำแนกต้นทุน	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการบัญชีและต้นทุน	31
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	36
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.2 เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ.....	36
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	39
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนด ราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป.....	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของ ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป.....	56
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณ ต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยี จัดการบัญชีและต้นทุน.....	68
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	70
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	70
5.2 อภิปรายผล.....	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม.....	75
ประวัติคณะผู้วิจัย.....	76

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุน.....	21
2.2 ข้อมูลเพื่อสร้างกราฟจุดคุ้มทุน	22
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์	40
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทกล่องใสสี่เหลี่ยม.....	42
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทกระปุก PET	44
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทกล่องใสสี่เหลี่ยม.....	47
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทกล่องหิ้ววอร์ฟ.....	49
4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทถุงซิปลิ้นน้ำใสหลังพรอยกันตั้ง.....	51
4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทถุง OPP.....	54
4.8 การตั้งค่ารายการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ต้นทุน ราคาขาย และกำไร ต่อหน่วย.....	57
4.9 แสดงข้อมูลรายการ ประเภทสินค้า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย.....	57
4.10 แสดงการกำหนดสูตรคำนวณ ต้นทุนรวมต่อหน่วย.....	58
4.11 แสดงผลลัพธ์การคำนวณต้นทุนรวมต่อหน่วย	58
4.12 แสดงผลการกำหนดกำไรที่ต้องการต่อหน่วย	59
4.13 แสดงการกำหนดสูตรคำนวณราคาต่อหน่วย	59
4.14 แสดงผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย	60
4.15 การกำหนดราคาขายตามเทคนิคกลยุทธ์การตลาด	60
4.16 การกำหนดสูตรการคำนวณกำไรต่อหน่วย	61
4.17 แสดงผลลัพธ์กำไรต่อหน่วย.....	61
4.18 การกำหนดสูตรคำนวณกำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย	62
4.19 แสดงผลลัพธ์กำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย	62

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.20 แสดงรายการข้อมูลเพื่อแสดงปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน.....	63
4.21 แสดงข้อมูล ประเภทสินค้า ต้นทุนคงที่รวม ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย.....	63
4.22 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย	64
4.23 แสดงผลลัพธ์การคำนวณ กำไรส่วนเกินต่อหน่วย.....	64
4.24 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน.....	65
4.25 แสดงผลลัพธ์การคำนวณ ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน.....	65
4.26 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า ..	66
4.27 แสดงผลลัพธ์การคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า	66
4.28 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า.....	67
4.29 แสดงผลลัพธ์การคำนวณหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า.....	68
4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน	68

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
2.1 กิจกรรมหลักของการบัญชี.....	7
2.2 แสดงการกำหนดต้นทุนเข้าไปในหน่วยคิดต้นทุน.....	11
2.3 กราฟแสดงต้นทุนผันแปรรวม	13
2.4 กราฟแสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วย.....	13
2.5 กราฟแสดงต้นทุนคงที่รวม	14
2.6 กราฟแสดงต้นทุนคงที่ต่อหน่วย.....	14
2.7 กราฟแสดงต้นทุนกึ่งผันแปร.....	16
2.8 กราฟแสดงต้นทุนคงที่รวม	17
2.9 กราฟจุดคุ้มทุน.....	23

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในการดำเนินธุรกิจข้อมูลทางบัญชีเป็นส่วนประกอบอันสำคัญต่อการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่งข้อมูลทางการบัญชีที่ดีต้องเริ่มจากการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของกิจการแต่ละกิจการ เพื่อจะทำให้เกิดการเก็บรวบรวมข้อมูลบัญชีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลนั้นไปใช้เพื่อการวางแผนและตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ ได้ การพัฒนาระบบบัญชีจึงทำให้องค์กรสามารถทราบถึงผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผลกำไรขาดทุนจากการประกอบกิจการ การควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งลดปัญหาการขาดทุนได้ อีกทั้งในปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่มีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังมีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหลาย ๆ กิจการมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานมากขึ้น รวมถึงการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานทางการเงินบัญชี ส่งผลให้การจัดทำรายงานทางการเงินมีความสะดวก ถูกต้องแม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะเข้ามาช่วยการจัดทำบัญชีวิเคราะห์ ข้อมูล ช่วยลดการทำงานซ้ำ ๆ หรืองานประเภท Routine งานที่ใช้เวลามากหรือใช้การตัดสินใจน้อย การทำงานของระบบเทคโนโลยีช่วยให้การสื่อสารข้อมูลรวดเร็ว

จังหวัดเพชรบูรณ์มีประชาชนที่ประกอบอาชีพผลิตขนมจีนมายาวนาน โดยได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้การทำขนมจีนที่เป็นเอกลักษณ์มาจากบรรพบุรุษ ทั้งนี้ขนมจีนที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคมาได้แก่ ขนมจีนน้ำร้อนและขนมจีนหล่มเก่า อย่างไรก็ตามขนมจีนที่ชาวบ้านน้ำร้อนและชาวหล่มเก่าผลิตและจำหน่ายนั้นเป็นขนมจีนเส้นสด ซึ่งปัญหาคือ จะเน่าเสียง่าย ค่อนข้างหนัก ไม่สะดวกในการขนส่ง และไม่เหมาะสมในการซื้อเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นการพัฒนาต่อยอดให้เป็นขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับชาวบ้านน้ำร้อนและชาวหล่มเก่า ในการจำหน่ายเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว หรือเพื่อการจำหน่ายอย่างกว้างขวางเพราะมีน้ำหนักเบาและสามารถเก็บรักษาได้นาน ทั้งนี้ในการพัฒนาต่อยอดให้เป็นขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ดังกล่าวจำเป็นต้องศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และการนำระบบเทคโนโลยีมาจัดการบัญชีและต้นทุนซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว แม่นยำ และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนทางการเงินและการบัญชี รวมถึงการตัดสินใจและบริหารจัดการธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายสูงสุดต่อไป ดังนั้นทีมวิจัยจึงสนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าวข้างต้น เพื่อเป็นข้อมูลให้

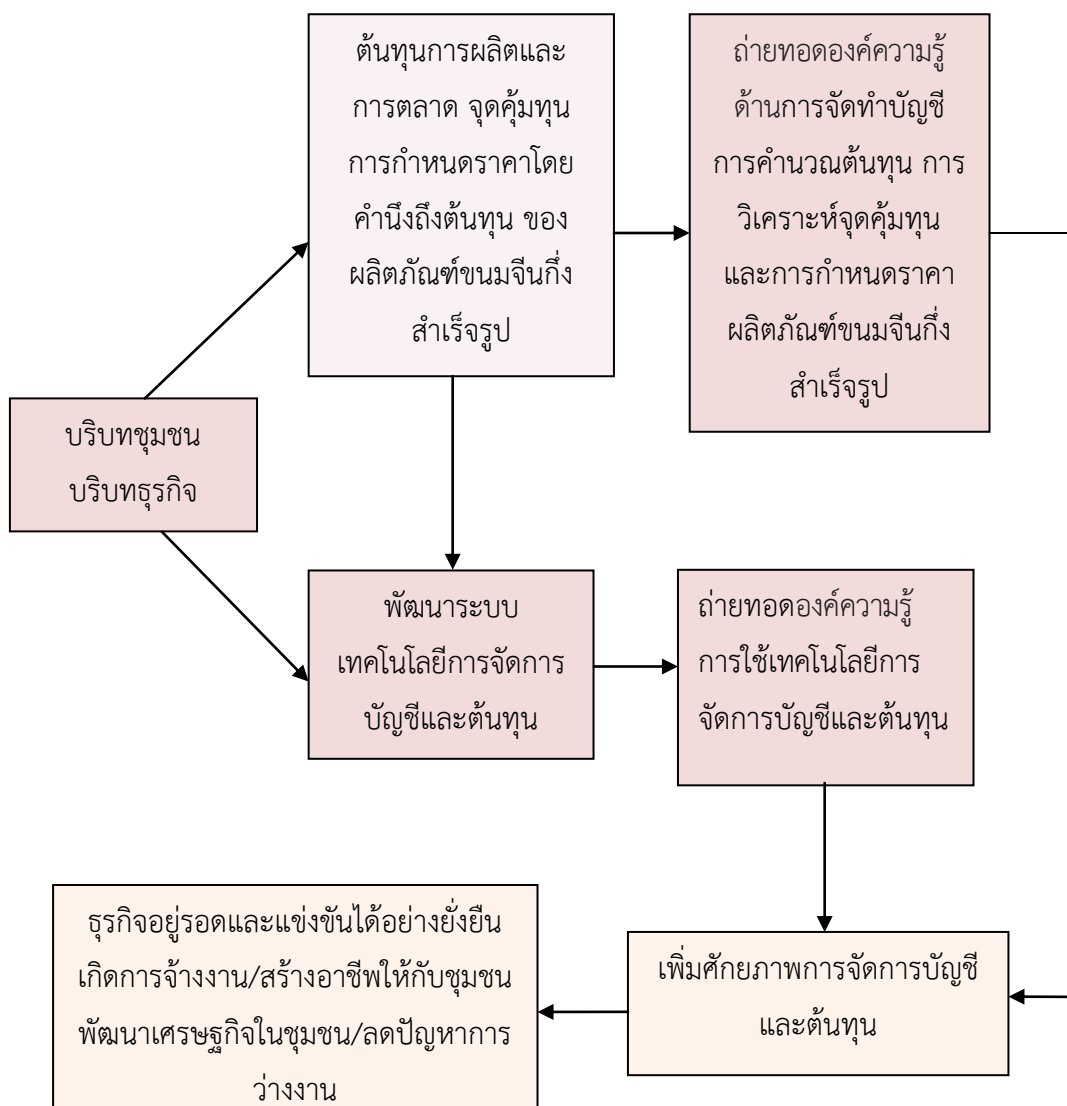
ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจและบริหารธุรกิจต่อไปได้อย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในยุค Thailand 4.0

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 ศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป
- 1.2.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป
- 1.2.3 ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป
- 1.2.4 ถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน

1.3 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องเทคโนโลยีการจัดการต้นทุนและการบัญชีของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน มีกรอบหรือแนวทางการศึกษาในประเด็นหลักที่สำคัญ คือ 1) ศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน การกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และจะมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน สู่ชุมชน ทั้งนี้เพื่อเป็นรากฐานสำคัญในนำพาธุรกิจชุมชนสู่ความสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมากำหนดเป็นกรอบในการดำเนินการวิจัย เพื่อให้ได้รูปแบบเทคโนโลยีการจัดการต้นทุนและการบัญชีของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน อย่างเหมาะสม ใช้ได้จริง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการแบบผสมผสาน (Mix Method) โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทีมผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน วารสาร บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัยและนำมาใช้ในการพัฒนากอบแนวคิดในการวิจัย

2) ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สำหรับการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1) สัมภาษณ์ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมน้ำร้อนบ้านโมคลา โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างซึ่งใช้เทคนิคการตั้งคำถามเฉพาะหน้ามาแทรกในระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกลงไปและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษายิ่งขึ้น และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis)

2.2) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยนักวิจัย นักศึกษา ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนมน้ำร้อนและน้ำยาชนมน้ำร้อนสำเร็จรูปเพื่อให้ทราบขั้นตอนการผลิตและรายการต้นทุนในการผลิต พร้อมทั้งจัดบันทึกรายการต้นทุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชนมน้ำร้อนและน้ำยาชนมน้ำร้อนสำเร็จรูป

2.3) สัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 30 ราย เพื่อศึกษาการยอมรับในราคาซื้อผลิตภัณฑ์ชนมน้ำร้อนและน้ำยาชนมน้ำร้อนสำเร็จรูป

2.4) เก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้

2.5) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้อง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

3) การสรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย เป็นขั้นตอนที่ทีมผู้วิจัยสรุป และอภิปรายผลการวิจัย ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ทีมผู้วิจัยได้กำหนดไว้

4) ขั้นตอนการนำเสนอผลการวิจัยและเผยแพร่งานวิจัย โดยการตีพิมพ์บทความวิชาการในวารสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง หรือตีพิมพ์บทความวิจัยหรือนำเสนอผลการวิจัยในงานประชุมวิชาการระดับชาติ/นานาชาติ

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการทำการวิจัยไม่เกิน 1 ปีในการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ บนรากฐานการวิจัยแบบผสมผสาน

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ชนมน้ำร้อนสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่าง ๆ ดังนี้

1. ได้องค์ความรู้สารสนเทศด้านต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน การกำหนดราคา โดยคำนึงถึงต้นทุน ของผลิตภัณฑ์ชนมน้ำร้อนสำเร็จรูป
2. มีระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุน ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายชนมน้ำร้อนสำเร็จรูป

3. มีรูปแบบการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ที่เหมาะสม
4. ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง โปร่งใส และสามารถวิเคราะห์ต้นทุน จุดคุ้มทุน ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดราคาที่ถูกต้อง กำไรที่เหมาะสมได้ รวมถึงสามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการระบบการเงินและบัญชี สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และสามารถนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนลดต้นทุนการผลิตและการตลาด หรือพัฒนาธุรกิจต่อไปได้
5. ประโยชน์เชิงวิชาการ ในข้อค้นพบการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการต่อยอดและนำไปเป็นข้อมูลในการจัดการเรียนการสอนได้ อันจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น และนักวิจัยอื่น ๆ สามารถนำข้อค้นพบไปใช้ต่อยอดในการศึกษาในธุรกิจอื่น ๆ ได้

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

ต้นทุนการตลาด หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานการตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

จุดคุ้มทุน หมายถึง ปริมาณขายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปที่ทำให้รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม

ราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน หมายถึง ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปที่คำนวณจากต้นทุนรวม

ราคาตามกลยุทธ์การตลาด หมายถึง ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปที่ตั้งราคาเพื่อจูงใจลูกค้าตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing)

ระบบเทคโนโลยี หมายถึง โปรแกรมและระบบการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี

ต้นทุนผันแปร หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นอัตราส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

ต้นทุนคงที่ หมายถึง ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นอัตราส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

กำไรส่วนเกินต่อหน่วย หมายถึง ราคาขายต่อหน่วย ลบด้วยต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป หมายถึง เส้นขนมจีนที่ผ่านกระบวนการอบแห้งจนเป็นเส้นแห้งที่มีน้ำหนักเบา และสามารถเก็บรักษาได้นาน

น้ำยากึ่งสำเร็จรูป หมายถึง น้ำยาขนมจีนที่ผ่านกระบวนการอบแห้งจนเป็นผงน้ำยาพร้อมปรุงรับประทานได้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่ศึกษาที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชี
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและการจำแนกต้นทุน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการบัญชีและต้นทุน
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบัญชีและการเงิน

การดำเนินธุรกิจทุกประเภทจะต้องมีการจดบันทึกรายการทางการเงิน เพราะการบัญชีเป็นหลักฐานแสดงประวัติทางการเงิน ตลอดจนทรัพย์สิน หนี้สิน ทุนของกิจการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน และสามารถนำรายการที่เกิดขึ้นในงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนมาใช้วิเคราะห์หาอัตราส่วนทางการเงิน ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจทราบถึงฐานะทางการเงินของกิจการ และสามารถวางแผนทางการเงินของกิจการในอนาคตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

การบัญชี (Accounting) คือ กระบวนการของการจัดเก็บ บันทึก การรายงานและการวิเคราะห์กิจกรรมทางการเงินของกิจการ (Gartner & Bellamy, 2008: 420)

ฐิติรัตน์ มีมาก (2552: 406) กล่าวว่า การบัญชี เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมจดบันทึก วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ

สมคิด บางโม (2553: 76) กล่าวว่า การบัญชี หมายถึง กระบวนการในการบันทึกและรายงานงานข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ โดยรวมถึง การบันทึก การจัดประเภท การวิเคราะห์และแปลความ และการรายงานข้อมูลทางการเงิน

สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการบัญชีไว้ว่า “การบัญชี คือ ศิลปะของการเก็บรวบรวม บันทึก จำแนก และทำสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเศรษฐกิจในรูปตัวเงิน ผลงานขั้นสุดท้ายของการบัญชีก็คือ การให้ข้อมูลทางการเงิน ซึ่งเป็นประโยชน์แก่บุคคลหลายฝ่าย และผู้ที่สนใจในกิจกรรมของกิจการ”

Reeve & Warren (2008: 7) กล่าวว่า การบัญชี เป็นระบบข้อมูลที่รายงานไปยังผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสภาพของธุรกิจ

Bovee, Thill & Mescon (2007: 521) กล่าวว่า การบัญชี คือ การวัด การตีความและการสื่อสารข้อมูลทางการเงินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทั้งภายในและภายนอกกิจการ

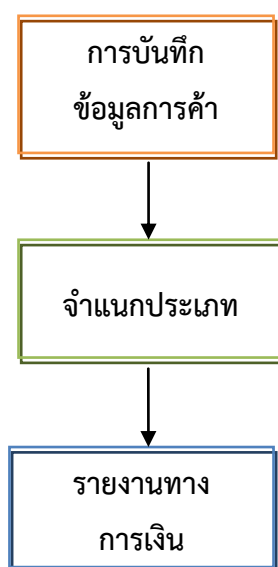
สรุปว่า การบัญชี คือ กระบวนการบันทึกข้อมูลทางการเงิน และนำมาวิเคราะห์จำแนกประเภทเพื่อจัดทำรายงานทางการเงิน อันเป็นสารสนเทศทางการเงินสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกกิจการ

จากคำจำกัดความที่กล่าวไว้ข้างต้น สรุปได้ว่าการบัญชีเป็นกระบวนการประกอบไปด้วย 3 กิจกรรมหลัก แสดงได้ดังภาพที่ 2.1 และมีรายละเอียดดังนี้

1. **การบันทึกข้อมูลทางการเงิน** กิจกรรมทางการบัญชีจะเริ่มต้นขึ้นจากเมื่อกิจการมีรายการค้าอันเกี่ยวข้องกับการกับจำนวนเงิน เช่น ซื้อขาย การขาย หรือการรับจ่ายเงิน โดยนักบัญชีต้องบันทึกรายการค้าเหล่านี้ไว้ในสมุดบัญชี ซึ่งเราเรียกว่า สมุดรายวันทั่วไป ทุกครั้งที่มีการเกิดขึ้น

2. **จำแนกประเภท** หลังจากบันทึกรายการลงในสมุดรายวันขึ้นต้นแล้ว จะต้องทำการวิเคราะห์เพื่อจำแนกประเภท และบันทึกไว้ให้เป็นหมวดหมู่ ตามบัญชีแยกประเภทที่เกี่ยวข้อง ตามหมวดหมู่นั้น ๆ

3. **จัดทำรายงานทางการเงิน** และขั้นตอนสุดท้ายทำการสรุปผลของการบันทึกรายการตามหมวดหมู่ที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลานั้น โดยจัดทำในรูปรายงานงบการเงิน รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงานงบการเงินที่จัดทำขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจผลการดำเนินงานของกิจการ และนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างถูกต้อง



ภาพที่ 2.1 กิจกรรมหลักของการบัญชี

สำหรับประโยชน์ของการบัญชีสามารถสรุปได้หลายประการดังต่อไปนี้

1. การทำบัญชีเป็นการบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้น จึงสามารถใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิงเป็นข้อมูลสถิติในการวางแผนธุรกิจ และใช้เป็นหลักฐานสำคัญในการเสียภาษีได้อย่างถูกต้อง
2. ช่วยป้องกันการผิดพลาดในการติดต่อและดำเนินงานธุรกิจ และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้
3. ช่วยให้ทราบผลการดำเนินงานของกิจการ ด้านรายรับ รายจ่าย ผลกำไร ขาดทุน และฐานะของกิจการด้านสินทรัพย์ หนี้สิน และเงินทุนของกิจการ ในปัจจุบัน
4. เป็นข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่ใช้ให้ธนาคารหรือผู้ร่วมทุนจะพิจารณาให้กู้หรือร่วมทุนต่อไป

ทั้งนี้จากประโยชน์ดังกล่าวสามารถอธิบายถึงกลุ่มบุคคลที่ได้ใช้ประโยชน์จากสารสนเทศทางการเงินบัญชี ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (สมคิด บางโม, 2553: 75-76) ดังนี้

1. เจ้าของกิจการ เจ้าของกิจการไม่ว่าจะเป็นเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วน หรือผู้ถือหุ้นในบริษัทต่าง ๆ ย่อมต้องการทราบฐานะทางการเงินของกิจการ ซึ่งทราบได้จากการจัดทำบัญชี เพราะบัญชีจะลงรายการรับ-จ่ายทรัพย์สิน หนี้สิน ยอดขาย กำไรหรือขาดทุน ทุนเพิ่มขึ้นหรือลดลง เพราะในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง ๆ (12 เดือน) ธุรกิจย่อมจะต้องมีการปิดบัญชีเพื่อหายอดกำไร และขาดทุน เจ้าของกิจการจะได้วางแผนนโยบายสำหรับอนาคตของธุรกิจในแต่ละปี เช่น ขยายกิจการ หาแหล่งเงินทุน หรือการจัดซื้อสินค้าต่าง ๆ หรือจะเลิกกิจการไป

2. ผู้บริหาร การบัญชีช่วยให้มีหลักฐานในการประเมินความก้าวหน้าและมาตรฐานของการดำเนินงาน ผู้บริหารด้านอุตสาหกรรมต้องการทราบต้นทุนการผลิตของกิจการ ปริมาณการผลิต และยอดจำหน่าย พ่อค้าขายปลีกต้องการข้อมูลเพื่อคำนวณยอดขาย ต้นทุนและกำไร บันทึกสินค้าคงเหลือ การจ่ายค่าจ้างและเงินเดือน รวมทั้งต้นทุนอื่น ๆ รายงานทางการเงินซึ่งจะทราบได้จากบัญชี จะช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจได้ว่าจะปรับปรุงหรือขยายกิจการอย่างไร จะวางแผนในการประกอบกิจการอย่างไรจึงจะก้าวหน้าและมีกำไรสูงสุด

3. เจ้าหนี้ ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการเงินทุนจากธนาคาร ฝ่ายสินเชื่อของธนาคารจะเสนอความเห็นว่าการกู้ยืมหรือไม่ โดยวิเคราะห์จากงบการเงินของกิจการ ปกติจะดูจากรายงานทางบัญชีที่จัดทำขึ้น พิจารณางบกำไรขาดทุนและงบดุลของกิจการนั้น ๆ กิจการที่ไม่สามารถให้ข้อมูลทางบัญชีได้เป็นที่น่าพอใจจะทำให้กิจการนั้นสูญเสียเครดิตจากเจ้าหนี้

4. **รัฐบาล** หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากร ไม่ว่าจะเป็นภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือภาษีศุลกากร จะใช้ข้อมูลทางการเงินบัญชีในการ ประเมินเรียกเก็บภาษีอากร จึงได้มีกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดทำบัญชีขึ้น

5. **บุคคลทั่วไป** ข้อมูลทางการเงินบัญชี เช่น งบดุล งบกำไรขาดทุน จะเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ ของบุคคลทั่วไปว่าควรลงทุนในกิจการต่าง ๆ หรือไม่ โดยเฉพาะเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจในการถือหุ้น ของบริษัทต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อผู้ลงทุนจะได้ผลตอบแทนที่เป็นที่น่าพอใจ

6. **สภาพแรงงาน** งบกำไรขาดทุนจะเป็นข้อมูลทางการเงินที่สำคัญซึ่งคนงานนำมาใช้สำหรับ ต่อรองในการเพิ่มค่าจ้างหรือสวัสดิการต่าง ๆ สภาพแรงงานมักใช้วิธีเจรจาต่อรองกับนายจ้างโดย อาศัยกำไรของกิจการเป็นหลักในการต่อรอง นั่นคือการใช้ข้อมูลทางการเงินบัญชีมาเป็นเครื่องมือตนเอง

จึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ทางการเงินบัญชีประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ใช้ภายในกิจการ และกลุ่มผู้ใช้ภายนอกกิจการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและการจำแนกต้นทุน

กนกพร สุรณัฐกุล (2559: 31-40) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและการจำแนกประเภท ต้นทุน ไว้ที่น่าสนใจดังนี้

ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าที่วัดได้เป็นจำนวนเงินของสินทรัพย์ หรือความเสียสละที่ กิจการลงทุนไปเพื่อให้ได้สินค้า สินทรัพย์ หรือบริการต่าง ๆ ที่กิจการคาดว่าจะนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิด ประโยชน์ในอนาคต ดังนั้นต้นทุนจึงถูกบันทึกไว้เป็นสินทรัพย์ แสดงในงบแสดงฐานะการเงิน

ค่าใช้จ่าย (Expense) หมายถึง ต้นทุนที่ถูกใช้ประโยชน์บางส่วนหรือทั้งหมดในระยะเวลาที่ กำหนด (งวดบัญชี) หรือ สภาพการเป็นต้นทุนได้สิ้นสุดลง (Expired Cost) แสดงเป็นค่าใช้จ่ายในงบ กำไรขาดทุน

วัตถุประสงค์การใช้ต้นทุน

ต้นทุนจะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ที่นำไปใช้ (Different Costs for Different Purposes) วัตถุประสงค์ในการติดตามต้นทุนขึ้นอยู่กับสิ่งที่จะติดตามต้นทุน เช่น สินค้า บริการ เครื่องจักร แพนก กิจกรรม เป็นต้น โดยจะเรียกสิ่งนั้นว่าหน่วยคิดต้นทุน (Cost Object) เพราะว่าถ้าหน่วยคิด ต้นทุนต่างกันแล้ว การติดตามต้นทุนเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ย่อมต่างกัน เช่น ผู้จัดการแผนกผลิต ต้องการทราบต้นทุนเพื่อตีราคาสินค้าคงเหลือปลายงวด ดังนั้นวัตถุประสงค์ในการติดตามต้นทุนก็คือ ต้นทุนผลิตภัณฑ์ นั่นคือต้องกำหนดสิ่งที่ต้องการเพื่อติดตามต้นทุนเข้าไปในผลิตภัณฑ์ซึ่งก็คือ วัตถุดิบ ทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต หรือ ผู้จัดการทั่วไปต้องการทราบต้นทุนเพื่อควบคุม

ค่าใช้จ่ายของแผนก วัตถุประสงค์ในการจัดต้นทุนก็คือ ต้นทุนของแต่ละแผนก นั่นคือต้องกำหนดสิ่งที่ต้องการเพื่อคิดต้นทุนเข้าไปในแผนก ซึ่งก็คือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของแผนกนั้น ๆ

เมื่อพูดถึงต้นทุน หลายคนอาจเข้าใจว่าต้นทุนจำเป็นเฉพาะสำหรับธุรกิจซื้อขายไปและธุรกิจผลิตสินค้าเท่านั้น ส่วนธุรกิจบริการ ต้นทุนไม่มีความสำคัญ ซึ่งจริง ๆ ไม่ได้เป็นเช่นนั้น เพราะทุกองค์กรต่างก็ต้องการข้อมูลด้านต้นทุนสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ ดังนั้นต้นทุนจึงมีความสำคัญกับธุรกิจทุกประเภท เช่น ธุรกิจโรงพยาบาล ดังผลงานวิจัยของกนกพร (2548) เป็นการศึกษาต้นทุนการให้บริการผู้ป่วยทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกแยกตามประเภทสิทธิของโรงพยาบาลพุทธชินราช เพื่อให้หน่วยงานที่กำกับดูแลโรงพยาบาลจัดสรรงบประมาณได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

ปัจจุบันธุรกิจในประเทศไทย โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีข้อจำกัดในทรัพยากรหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเงินทุน คน ความรู้ความสามารถ เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยี เป็นต้น จึงทำให้ SMEs ประสบปัญหาหลาย ๆ ด้าน การจัดทำข้อมูลด้านบัญชีก็เป็นปัญหาหนึ่งของ SMEs ทำให้ต้องจ้างบุคคลภายนอก ซึ่งก็คือสำนักงานบัญชีในการจัดทำข้อมูล เนื่องจากมีความพร้อมมากกว่า ทั้งความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ของบุคลากร อุปกรณ์ เทคโนโลยี จากงานวิจัยของ Suranattakul (2015) เรื่องบทบาทของบัญชีบริหารในสำนักงานบัญชี พบว่า SMEs ในเขตภาคเหนือตอนล่างจ้างสำนักงานบัญชีเพื่อจัดทำงบการเงินและนำเสนอภาษีเท่านั้น ซึ่งเป็นบทบาทของบัญชีการเงิน ส่วนข้อมูลที่ต้องนำไปใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นบทบาทของบัญชีบริหาร SMEs แทบไม่มีข้อมูลเก็บไว้ที่กิจการเลย หรือถ้ามีการจัดเก็บก็เป็นการเก็บข้อมูลเพียงบางส่วนซึ่งไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจ และเป็นการรวบรวมข้อมูลที่ไม่เป็นระบบ ดังนั้น SMEs จึงมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการตัดสินใจที่น้อยมาก และถ้าองค์กรขาดข้อมูลด้านบัญชีบริหารที่สามารถนำไปใช้ตัดสินใจได้ ก็อาจทำให้ธุรกิจเกิดการหยุดชะงัก หรือในที่สุดธุรกิจอาจไม่รอด

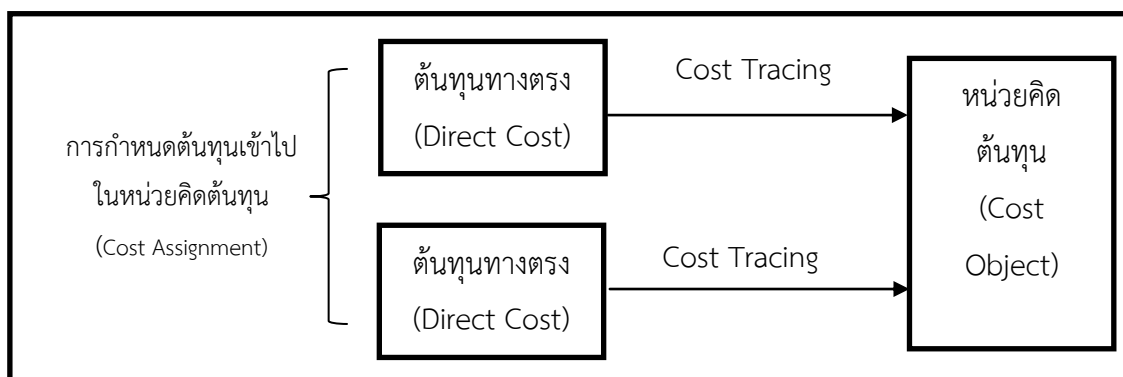
ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการบัญชีเพื่อการจัดการหรือการบัญชีบริหารนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจทุกประเภท ทำให้องค์กรมีข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ ให้มีความอยู่รอดสามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

1. การจำแนกต้นทุนตามการกำหนดต้นทุนของหน่วยคิดต้นทุน

หน่วยคิดต้นทุนหมายถึง สิ่งที่ต้องการคิดหรือกำหนดต้นทุนเข้าไป

1.1 ต้นทุนทางตรง (Direct Cost) หมายถึง ต้นทุนที่สัมพันธ์โดยตรงกับหน่วยคิดต้นทุน สามารถติดตามและกำหนดมูลค่าให้กับหน่วยคิดต้นทุนได้โดยง่าย (Cost Tracing)

1.2 ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยคิดต้นทุน แต่ไม่สามารถติดตามและกำหนดมูลค่าให้กับหน่วยคิดต้นทุนได้ง่าย ต้องอาศัยการปันส่วน (Cost Allocation)



ภาพที่ 2.2 แสดงการกำหนดต้นทุนเข้าไปในหน่วยคิดต้นทุน

2. การจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

2.1 วัตถุดิบ (Materials)

- วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการผลิต และสามารถคำนวณต้นทุนเข้าตัวสินค้าได้ง่าย ว่าการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วยมีต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเท่าใด เช่น ผ้าที่นำมาตัดเสื้อ ไม้ที่ทำเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น
- วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึง วัตถุดิบที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตแต่ใช้ในปริมาณที่น้อย หรือยากที่จะรู้ว่าการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วยใช้วัตถุดิบเท่าใด ซึ่งจัดไว้เป็นค่าใช้จ่ายการผลิต เช่น กาว ตะปู เป็นต้น

2.2 ค่าแรง (Labor)

- ค่าแรงทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงที่เกิดขึ้นเพื่อแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งสามารถคำนวณค่าแรงที่ใช้ในการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วยได้ง่าย เช่น ค่าแรงที่จ่ายให้คนงานที่ทำโต๊ะในโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น
- ค่าแรงทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึง ค่าแรงที่เกี่ยวข้องกับการผลิต แต่ไม่ได้เป็นค่าแรงเกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง ยากที่จะคำนวณได้ว่าการผลิตสินค้าหนึ่งหน่วยมีค่าแรงเกิดขึ้นเท่าใด ซึ่งจัดไว้เป็นค่าใช้จ่ายการผลิต เช่น ค่าแรงพนักงานซ่อมบำรุง เงินเดือน ผู้จัดการโรงงาน เป็นต้น

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือโสหุ้ยการผลิต (Factory Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้า/บริการ นอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง และค่าแรงทางตรง เช่น วัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงทางอ้อม ค่าสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมราคาโรงงาน ค่าเช่าโรงงาน เป็นต้น

ดังนั้นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต ส่วนวัตถุดิบทางอ้อม และค่าแรงทางอ้อม ได้ถูกจัดไว้เป็นกลุ่มค่าใช้จ่ายการผลิต

ผลรวมของวัตถุดิบทางตรงกับค่าแรงทางตรง เรียกว่าต้นทุนขั้นต้น (Prime Cost) หมายถึง ต้นทุนหลักที่คิดกับสินค้าโดยตรง

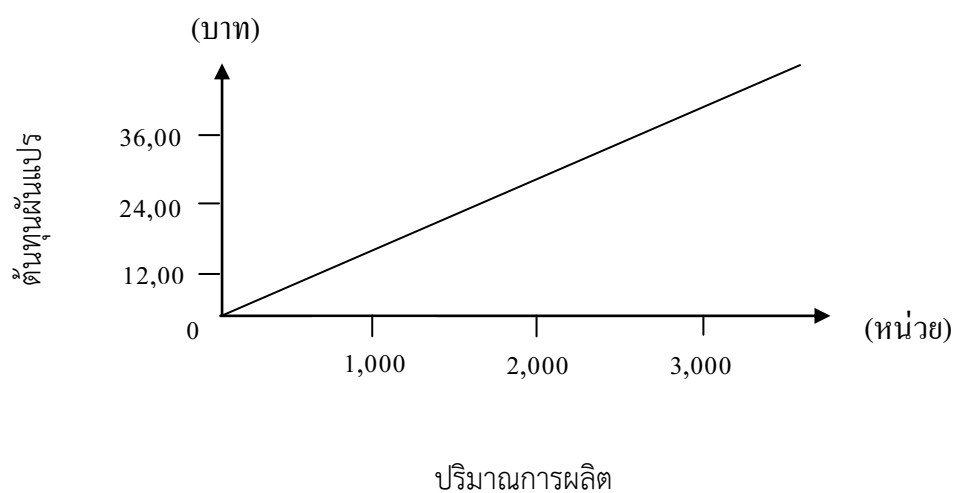
ผลรวมของค่าแรงทางตรงกับค่าใช้จ่ายในการผลิต เรียกว่าต้นทุนแปรสภาพ (Conversion Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ใช้เปลี่ยนสภาพวัตถุดิบทางตรงให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

3. การจำแนกต้นทุนตามปริมาณกิจกรรม หรือบางครั้งเรียกว่า การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมต้นทุน (Cost Behavior)

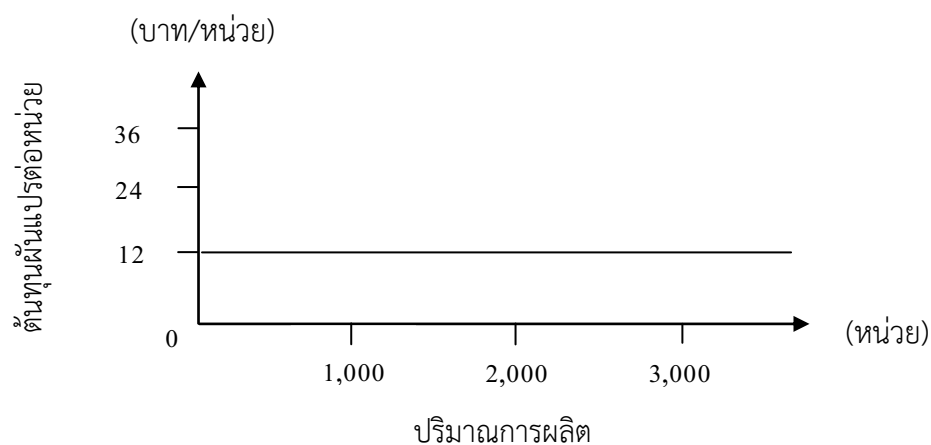
ซึ่งปริมาณกิจกรรมนี้อาจอยู่ในรูปต่าง ๆ เช่น หน่วยสินค้าที่ผลิตหรือขาย ชั่วโมงแรงงานทางตรง ชั่วโมงเครื่องจักร เป็นต้น ดังนั้นถ้าพิจารณาตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท

3.1 ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นอัตราส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรม ภายในช่วงที่มีความหมายต่อการตัดสินใจ (Relevant Range) ส่งผลทำให้ ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยคงที่ เช่น วัตถุดิบทางตรงเบิกใช้ ค่าแรงทางตรง เป็นต้น ภาพที่ 2.3 แสดงกราฟต้นทุนผันแปรของกิจการผลิตสินค้าแห่งหนึ่งซึ่งใช้วัตถุดิบทางตรงในการผลิต 12 บาทต่อหน่วย ดังนั้นถ้ากิจการเพิ่มการผลิตจาก 1,000 หน่วยเป็น 2,000 หน่วย ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงจะเพิ่มขึ้น แต่ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงต่อหน่วยก็ยังคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ภาพที่ 2.4 แสดงกราฟต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ปริมาณการผลิต	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรรวม
1,000	12	12,000
2,000	12	24,000
3,000	12	36,000
4,000	12	48,000



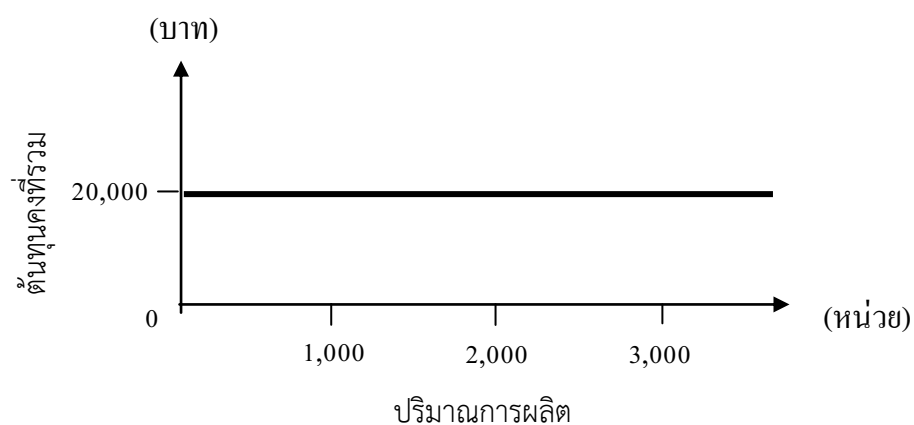
ภาพที่ 2.3 กราฟแสดงต้นทุนผันแปรรวม



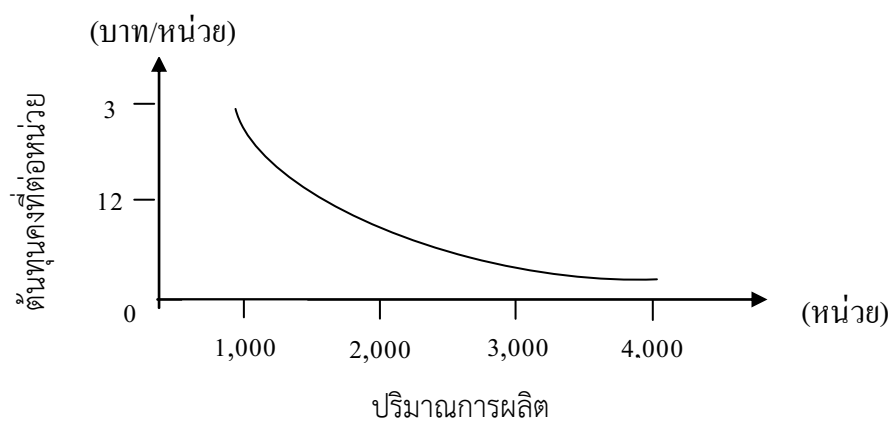
ภาพที่ 2.4 กราฟแสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

3.2 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับกิจกรรมภายในช่วงที่มีความหมายต่อการตัดสินใจ (Relevant Range) ส่งผลทำให้ ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยเปลี่ยนแปลงผกผันกับปริมาณกิจกรรม เช่น ค่าเช่าคลังสินค้า ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น ภาพที่ 2.5 แสดงกราฟต้นทุนคงที่ สำหรับค่าเช่าโรงงานโดยต้องจ่ายค่าเช่าเดือนละ 20,000 บาท ส่วนกราฟภาพที่ 2.6 แสดงต้นทุนคงที่ต่อหน่วยปรากฏว่าเส้นต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะลดลงเมื่อปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณการผลิตลดลง

ปริมาณการผลิต	ต้นทุนคงที่รวม	ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย
1,000	20,000	20
2,000	20,000	10
3,000	20,000	6.67
4,000	20,000	5



ภาพที่ 2.5 กราฟแสดงต้นทุนคงที่รวม



ภาพที่ 2.6 กราฟแสดงต้นทุนคงที่ต่อหน่วย

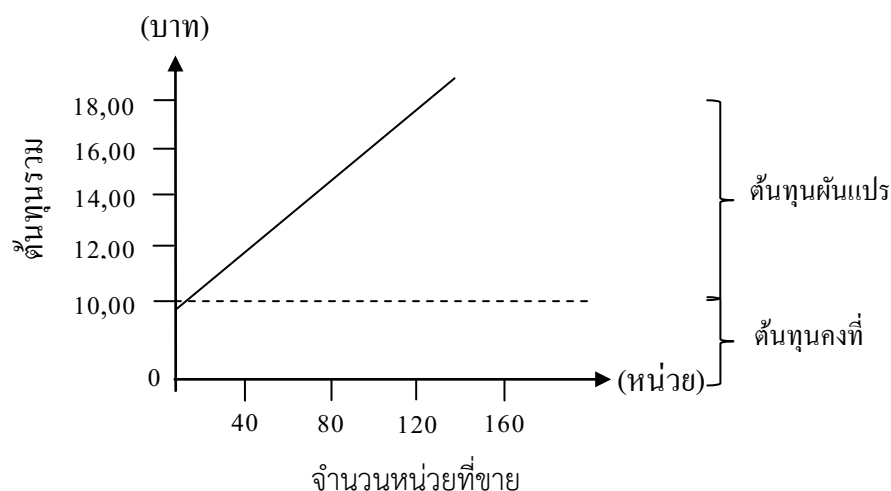
ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนรวมและต้นทุนต่อหน่วยสรุปได้ ดังนี้

รายการ	ต้นทุนรวม	ต้นทุนต่อหน่วย
ต้นทุนผันแปร	เพิ่มขึ้นลดลง ตามปริมาณ กิจกรรม	คงที่
ต้นทุนคงที่	เท่าเดิม	- ลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมเพิ่มขึ้น - เพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง

3.3 ต้นทุนกึ่งผันแปร (Semi-Variable Cost) หรือต้นทุนผสม (Mixed Cost)

หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณกิจกรรมแต่ไม่เป็นอัตราส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรม นั่นคือมีทั้งต้นทุนที่เป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนและต้นทุนผันแปรรวมกัน เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าซ่อมบำรุง เป็นต้น ดังนั้นเมื่อต้องการวิเคราะห์พฤติกรรมของต้นทุนกึ่งผันแปร ภาพรูปที่ 2.7 ซึ่งแสดงกราฟเงินเดือนและค่าคอมมิชชั่นของพนักงานสินค้าบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งมีเงินเดือน ๆ ละ 10,000 บาท และค่าคอมมิชชั่นอีก 50 บาทต่อเครื่องที่ขายได้ ดังนั้นต้นทุนรวมต่อหน่วยจะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้ามกับระดับกิจกรรม เนื่องจากมีต้นทุนคงที่ที่เกิดขึ้นอยู่จำนวนหนึ่ง

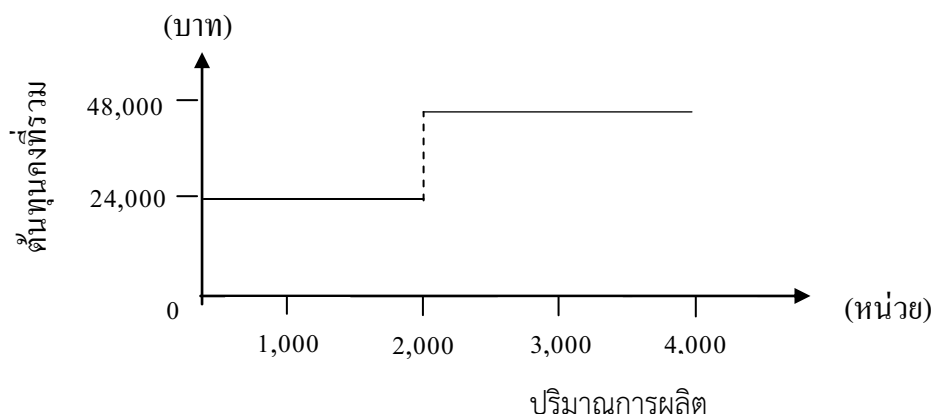
ปริมาณขาย	ต้นทุนผันแปร/ หน่วย	ต้นทุนผันแปรรวม	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนคงที่/ หน่วย	ต้นทุนรวม	ต้นทุนรวม/ หน่วย
40	50	2,000	10,000	250	12,000	300
80	50	4,000	10,000	125	14,000	175
120	50	6,000	10,000	83.33	16,000	133.33
160	50	8,000	10,000	62.50	18,000	112.50



ภาพที่ 2.7 กราฟแสดงต้นทุนกึ่งผันแปร

3.4 ต้นทุนกึ่งคงที่ (Semi-Fixed Cost) หรือ ต้นทุนตามขั้นกิจกรรม (Step Cost) หมายถึง ต้นทุนที่คงที่ในช่วงกิจกรรมหนึ่ง ๆ เมื่อกิจกรรมเปลี่ยนไปอีกระดับหนึ่ง ต้นทุนก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย และจะคงที่ตลอดช่วงกิจกรรมใหม่ เช่น เงินเดือนผู้ควบคุมการผลิต ค่าเช่าบางลักษณะ ภาพที่ 2.8 แสดงกราฟต้นทุนคงที่สำหรับเงินเดือนที่ต้องจ่ายให้ผู้ควบคุมการผลิต ซึ่งการผลิตทุก 10,000 หน่วย จะต้องมียุ้ควบคุมการผลิต 1 คน โดยมีเงินเดือน ๆ ละ 24,000 บาท ดังนั้นจะเห็นว่า แม้กิจการจะผลิตไม่ถึง 10,000 หน่วย ก็ต้องมีผู้ควบคุมการผลิต 1 คน ต้องจ่ายเงินเดือน 24,000 บาท ในกรณีที่ผลิตสินค้ามากกว่าเดิมเช่น 10,001 – 20,000 หน่วย ก็ต้องมีผู้ควบคุมการผลิต 2 คน เงินเดือนผู้ควบคุมการผลิตจึงเป็น 48,000 บาท เป็นต้น

ปริมาณการผลิต	ต้นทุนคงที่รวม	ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย
5,000	24,000	4.80
10,000	24,000	2.40
15,000	24,000	3.20
20,000	24,000	2.40



ภาพที่ 2.8 กราฟแสดงต้นทุนคงที่รวม

4. การจำแนกต้นทุนเพื่อการควบคุมและวัดผลการปฏิบัติงาน

4.1 ต้นทุนที่ควบคุมได้ (Controllable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ผู้จัดการหรือหัวหน้าแผนกนั้น ๆ สามารถควบคุมและตัดสินใจได้ เช่น ค่าล่วงเวลา วัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น

4.2 ต้นทุนที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ผู้จัดการหรือหัวหน้าแผนกนั้น ๆ ไม่สามารถควบคุมและตัดสินใจได้ ซึ่งอาจเป็นการสั่งการของผู้บริหารระดับสูงหรือจากส่วนกลาง เช่น ค่าเสื่อมราคาโรงงาน ค่าเบี้ยประกันภัย เป็นต้น

5. การจำแนกต้นทุนเพื่อการตัดสินใจ

5.1 ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevant Cost)

- ต้นทุนส่วนต่าง (Differential Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงเนื่องจากการตัดสินใจเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ระหว่างเครื่องจักรหลายแบบควรเลือกแบบใด
กิจการจะตัดสินใจเลือกผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก ควรยกเลิกผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำกำไรหรือไม่
หรือจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ไปผลิตสินค้าชนิดใดจึงจะได้กำไรสูงสุด ซึ่งจำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบต้นทุนส่วนต่างระหว่างทางเลือก

- ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงได้ (Avoidable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ยังคงมีอยู่ถ้ากิจการยังคงทำกิจกรรมนั้น แต่ถ้ากิจกรรมนั้นถูกยกเลิกก็สามารถลดต้นทุนนี้ได้ เช่น วัตถุดิบ ค่าแรง เป็นต้น
- ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) หมายถึง ผลตอบแทนที่ต้องสูญเสียไปเนื่องจากเลือกตัดสินใจในทางเลือกปัจจุบัน

5.2 ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Irrelevant Cost)

- ต้นทุนจม (Sunk Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้วในอดีตไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ไม่ว่าจะตัดสินใจอย่างไร เช่น ค่าเช่าที่เป็นสัญญาเช่าระยะยาว ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร ถึงแม้ว่า ต้นทุนจมไม่มีผลต่อการตัดสินใจในปัจจุบัน แต่ผู้บริหารควรที่จะทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สามารถใช้ประโยชน์จากต้นทุนจมให้ได้มากที่สุด เท่าที่จะเป็นไปได้
- ต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (Unavoidable Cost) ต้นทุนที่ยังคงมีต่อไปไม่ว่ากิจการจะคงอยู่หรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าเช่า เป็นต้น

6. การจำแนกต้นทุนเพื่อจัดหางบการเงิน

จะใช้หลักการจำแนกต้นทุนและค่าใช้จ่ายตามงวดบัญชี แบ่งเป็น 2 ประเภท

6.1 ต้นทุนที่ให้ประโยชน์ในอนาคต (Capitalized Cost) หมายถึง ต้นทุนของสินทรัพย์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานและให้ประโยชน์แก่กิจการทั้งในปัจจุบันและอนาคตเมื่อมีการใช้ประโยชน์ในสินทรัพย์ไปเท่าใด ก็จะตัดจำหน่ายเป็นค่าใช้จ่ายประจำงวด ซึ่งแบ่งได้เป็น

- ต้นทุนที่สะสมในต้นทุนค่า (Inventory able Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งต้นทุนค่าเพื่อเตรียมไว้ขาย สำหรับธุรกิจผลิตสินค้า ต้นทุนที่สะสมในต้นทุนค่า คือ ต้นทุนการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต เมื่อสินค้าถูกขายไป ก็จะมีการตัดจำหน่ายต้นทุนสินค้าส่วนที่ขายไปเป็นต้นทุนขาย ซึ่งถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน ส่วนของคงเหลือที่ยังค้างอยู่ในวันสิ้นงวดซึ่งได้แก่ วัตถุดิบ งานระหว่างทำและสินค้าสำเร็จรูป จะถูกแสดงในส่วนของสินทรัพย์อยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

- ต้นทุนที่ไม่ได้สะสมในต้นทุนค่า (Noninventoriable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์อื่น ๆ ยกเว้นสินค้า เช่น อาคาร อุปกรณ์สำนักงาน ยานพาหนะ ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า เป็นต้น เมื่อมีการใช้ประโยชน์ในสินทรัพย์ดังกล่าว จะตัดจำหน่ายเป็นค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนในงวดที่เกิดรายการ และถ้ายังมียอดคงเหลืออยู่ในวันสิ้นงวดก็แสดงเป็นสินทรัพย์ในงบแสดงฐานะการเงิน

6.2 ต้นทุนที่ให้ประโยชน์ในปัจจุบัน (Noncapitalized Cost) หรือต้นทุนตามงวดเวลา (Period Cost) หมายถึง ต้นทุนที่กิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดในงวดที่เกิดรายการซึ่งมักจะบันทึกรายการเป็นค่าใช้จ่าย เช่น เงินเดือนฝ่ายขาย/บริหาร ค่าเลี้ยงรับรอง ฯลฯ

วิธีคำนวณหาจุดคุ้มทุน

การพิจารณาต้นทุนผันแปรกับต้นทุนคงที่ เป็นสิ่งสำคัญต่อการพิจารณาปริมาณหรือยอดขายที่มีผลทำให้บริษัทพอได้ทุนคือ ไม่ได้กำไรและไม่ขาดทุน (กำไรเท่ากับ 0) การคำนวณเพื่อหาจุดคุ้มทุนมีวิธีการคำนวณได้ 3 วิธีคือ วิธีสมการ วิธีกำไรส่วนเกิน และวิธีการสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุน (เฉลิมขวัญ คุรุทบุญยงค์, 2555: 341-355)

1. การคำนวณเพื่อหาจุดคุ้มทุนด้วยวิธีสมการ

เนื่องจากจุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้บริษัทเกิดความพอได้ระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม ดังนั้น สมการจุดคุ้มทุนคือ สมการของรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม

2. การคำนวณเพื่อหาจุดคุ้มทุนด้วยวิธีกำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน (Contribution Margin) หมายถึง ยอดขายหักด้วยต้นทุนผันแปร ดังนั้น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนด้วยวิธีกำไรส่วนเกิน จึงเป็นวิธีวิเคราะห์จุดคุ้มทุนที่เกิดจากสมการจุดคุ้มทุนนั่นเอง คือการหาจุดคุ้มทุน ด้วยการนำต้นทุนคงที่รวมหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{เมื่อกำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

การวิเคราะห์ปริมาณจุดคุ้มทุนด้วยวิธีกำไรส่วนเกิน จึงมีผลมาจากการวิเคราะห์สมการเพื่อหาจุดคุ้มทุน

ถ้าย้อนกลับไปยังสมการจุดคุ้มทุน จากสมการคือ

$$TR = TC$$

$$P \times Q = TFC + (VC \times Q)$$

$$Q(P - VC) = TFC$$

$$Q = \frac{TFC}{(P - VC)}$$

เมื่อกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

$$\text{ดังนั้น ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

ขอยกตัวอย่างจากตัวอย่างเดิมตัวอย่างที่ 1 ถ้าต้องการหาจุดคุ้มทุนโดยใช้วิธีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย คำนวณได้ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$Q = \frac{80,000}{2,000 - 1,800}$$

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = 400 \text{ ไร่}$$

จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนด้วยวิธีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย จะทำให้บริษัทต้องขายกระเป๋ 400 ใบจึงจะคุ้มทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนไม่ว่าจะใช้วิธีสมการหรือกำไรส่วนเกินจะได้คำตอบเท่ากัน

3. การสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุน

จากวิธีการวิเคราะห์เพื่อจุดคุ้มทุนด้วยสมการและวิธีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย เป็นการพิจารณารายการต้นทุนคงที่ ราคาต่อหน่วยกับต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ยังมีอีกวิธีหนึ่งที่สามารถหาจุดคุ้มทุนได้ นั่นคือวิธีการสร้างกราฟจุดคุ้มทุน การสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุนมีข้อจำกัดบางประการที่ควรทราบ ดังนี้

1. **จำนวนที่ชัดเจนของต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่** การสร้างภาพเพื่อหาจุดคุ้มทุนนั้น จำเป็นต้องแบ่งกลุ่มเพื่อหายอดรวมของต้นทุนผันแปรที่ว่ามีการขาย การจากนั้นนำมารวมกันเป็นต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ต่อมาจำเป็นต้องแบ่งกลุ่มของต้นทุนคงที่ว่ามีรายการรวมเป็นต้นทุนคงที่รวมเท่าใด ถ้าไม่สามารถกำหนดได้ว่ารายการใดเป็นต้นทุนผันแปร หรือรายการใดเป็นต้นทุนคงที่ เมื่อสร้างภาพเพื่อหาจุดคุ้มทุนอาจทำให้จุดคุ้มทุนที่ได้ผิดพลาดไปจากความเป็นจริง

2. **การแบ่งมาตรฐานทั้งแกน x และแกน y** การสร้างกราฟจุดคุ้มทุนจะต้องมีการกำหนดอัตราส่วนเพื่อกำหนดให้กับแกน x และแกน y ที่เป็นอัตราส่วนเดียวกัน เช่น แกน x ใช้มาตราส่วน 1 ช่องต่อ 1 เซนติเมตร แกน y ก็ต้องใช้มาตราส่วนเดียวกันคือ 1 ช่องต่อ 1 เซนติเมตร เช่นเดียวกัน

การสร้างกราฟเพื่อวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุน มีขั้นตอนในการสร้างโดยเริ่มต้นด้วยการลากเส้นแต่ละเส้นที่มีความหมายต่อการสร้างกราฟจุดคุ้มทุน จากข้อมูลเดิม บริษัท สบายดี จำกัด มีต้นทุนคงที่ 80,000 บาทต่อเดือน มีต้นทุนผันแปร 1,800 บาทต่อหน่วย ราคาขายสินค้า 2,000 บาทต่อหน่วย สามารถนำมาสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุนได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุน

การสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุน	
ขั้นตอนที่ 1	ลากเส้นต้นทุนคงที่รวม (TFC) เส้นต้นทุนคงที่รวมจะเริ่มต้นที่จำนวนเงิน 80,000 บาท และจะเป็นเส้นตรงขนานไปกับแกน x (ปริมาณ) เนื่องจากต้นทุนคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต
ขั้นตอนที่ 2	เมื่อลากเส้นต้นทุนคงที่ขนานกับแกน x ได้แล้ว ให้ลากเส้นต้นทุนผันแปรรวม (TVC) เส้นต้นทุนผันแปรรวมจะเริ่มจุดแรกที่จุดศูนย์ โดยสมมติให้ปริมาณขายเท่ากับ 0 และ เพิ่มปริมาณขึ้นครั้งละ 200 หน่วย จะได้กราฟเส้นต้นทุนผันแปรที่ขยับสูงขึ้นตามปริมาณที่ขายสินค้าได้ ถ้าขายสินค้าได้ 0 หน่วย ต้นทุนผันแปรรวมเท่ากับ 0 บาท (0×10) ถ้าขายสินค้าได้ 200 หน่วย ต้นทุนผันแปรรวม 360,000 ($200 \times 1,800$) ถ้าขายสินค้าได้ 400 หน่วย ต้นทุนผันแปรรวม 720,000 บาท ($400 \times 1,800$) ถ้าขายสินค้าได้ 600 หน่วย ต้นทุนผันแปรรวม 1,080,000 บาท ($600 \times 1,800$)
ขั้นตอนที่ 3	เมื่อลากเส้นต้นทุนคงที่รวมกับเส้นต้นทุนผันแปรรวมแล้ว ให้นำต้นทุนผันแปรกับต้นทุนคงที่มารวมกัน จะได้ตัวเลขเพื่อสร้างเส้นต้นทุนรวม (TC) เส้นต้นทุนรวมจะเริ่มจุดแรกที่จำนวน 80,000 บาท คือต้นทุนคงที่ และจะขยับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนผันแปรที่เพิ่มขึ้น จากตัวอย่าง ถ้าไม่มียอดขายสินค้าเลย จะได้ต้นทุนรวม 80,000 บาท ($80,000 + 0$) ถ้าขายสินค้าจำนวน 200 หน่วย จะได้ต้นทุนรวม 440,000 บาท ($80,000 + 360,000$) ถ้าขายสินค้าจำนวน 400 หน่วย จะมีต้นทุนรวม 800,000 บาท ($80,000 + 720,000$) ถ้าขายสินค้าได้ 600 หน่วย จะมีต้นทุนรวม 1,880,000 บาท ($80,000 + 1,800,000$)

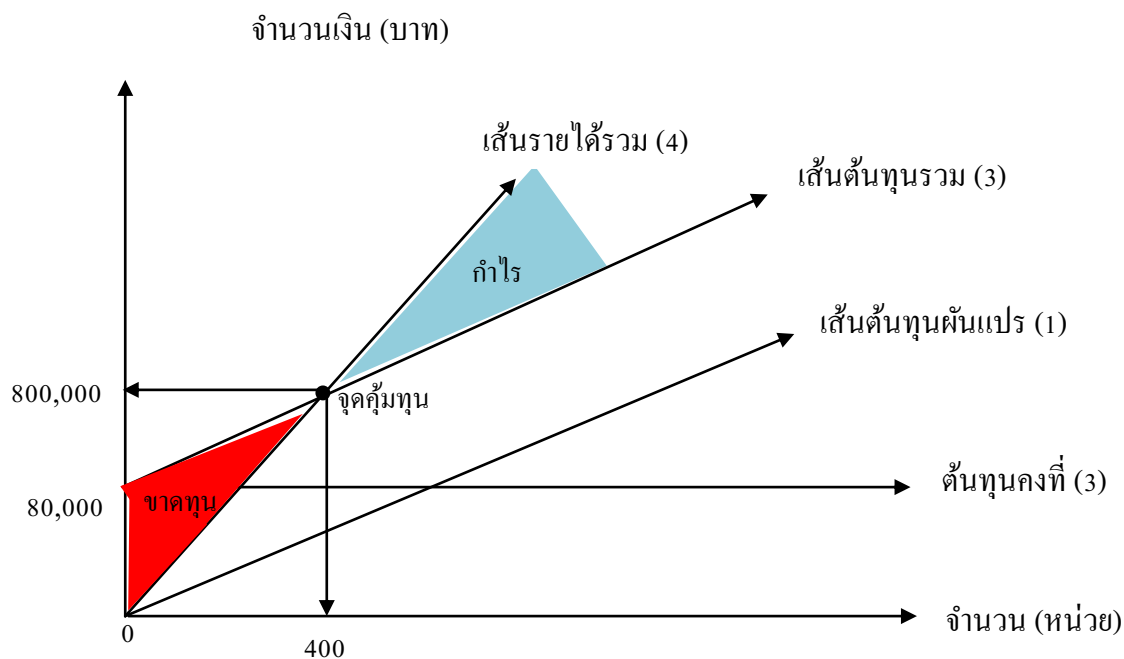
ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

การสร้างกราฟเพื่อหาจุดคุ้มทุน	
ขั้นตอนที่ 4	เส้นสุดท้ายคือ เส้นรายได้รวม (TR) จะเริ่มต้นจากจุดแรกคือ จำนวนเงิน 0 บาท หมายความว่า ถ้าขายสินค้าไม่ได้ รายรับจะเท่ากับ 0 บาท ถ้าขายสินค้าได้ 200 หน่วย จะมีรายรับ 400,000 บาท ($200 \times 2,000$) ถ้าขายสินค้าได้ 400 หน่วย จะมีรายได้รวม 800,000 บาท ($400 \times 2,000$) ถ้าขายสินค้าได้ 600 หน่วย จะมีรายได้รวม 1,200,000 บาท ($600 \times 2,000$) ดังตารางที่ 12.4

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลเพื่อสร้างกราฟจุดคุ้มทุน

ปริมาณ (หน่วย) (1)	ต้นทุนคงที่ รวม (บาท) (2)	ต้นทุนผันแปรรวม (บาท) (3)	ต้นทุนรวม (บาท) (4) = (2) + (4)	รายได้รวม (บาท) (5)
0	80,000	0 ($0 \times 1,800$)	80,000	0 ($0 \times 2,000$)
200	80,000	360,000 ($200 \times 1,800$)	440,000	400,000 ($200 \times 2,000$)
400	80,000	720,000 ($400 \times 1,800$)	800,000	800,000 ($400 \times 2,000$)
600	80,000	1,080,000 ($600 \times 1,800$)	1,880,000	1,200,000 ($600 \times 2,000$)

จากตารางที่ 2.2 เมื่อนำตัวเลขปริมาณต้นทุนคงที่รวม ต้นทุนผันแปรรวม ต้นทุนรวม และรายได้รวมมาสร้างกราฟ จะได้เส้นรายได้รวมตัดกับเส้นต้นทุนรวม ณ จุดตัดของเส้นรายได้รวมกับเส้นต้นทุนรวม นั่นคือ ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ถ้าลากจากจุดตัดมายังแกน x จะได้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ถ้าลากจากจุดตัดมายังแกน y จะได้จำนวนเงินคุ้มทุน ดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 กราฟจุดคุ้มทุน

จากภาพที่ 2.9 พบว่า เส้นต้นทุนรวมตัดกับเส้นรายได้รวมที่ปริมาณ 400 หน่วย และที่จำนวนเงิน 800,000 บาท นั้นหมายความว่า บริษัทต้องขายสินค้าให้ได้จำนวน 400 หน่วย จึงจะทำให้คุ้มทุนหรือพอดีทุน หรือรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม และบริษัทต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 800,000 บาท ($400 \text{ หน่วย} \times 2,000$) ถ้าขายสินค้าได้น้อยกว่าจุดคุ้มทุน จะทำให้เกิดผลขาดทุน และถ้าขายได้มากกว่าจุดคุ้มทุน จะทำให้บริษัทได้กำไร

จากตัวอย่าง บริษัท สบายดี จำกัด ไม่ว่าจะวิเคราะห์เพื่อหาจุดคุ้มทุนด้วยวิธีสมการ ด้วยวิธีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย หรือวิธีการสร้างกราฟ จะได้คำตอบเหมือนกันคือ 400 หน่วยหรือ 800,000 บาท

ผลของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทำให้ผู้บริหารได้ทราบว่า ถ้าบริษัทขายสินค้าจำนวนน้อยกว่าจุดคุ้มทุน บริษัทจะขาดทุน แต่ถ้าบริษัทต้องการกำไร จะต้องขายให้มากกว่าจุดคุ้มทุน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนไม่ว่าจะเป็นราคาขาย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย หรือต้นทุนคงที่ ถ้าเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง จะทำให้จุดคุ้มทุนเปลี่ยนแปลงไปด้วย ยกตัวอย่าง เช่น จากตัวอย่างเดิม บริษัท สบายดี จำกัด ถ้าต้นทุนคงที่ลดลง 10% จากเดิม 80,000 บาท จะทำให้เหลือต้นทุนคงที่ใหม่ 72,000 บาท ($80,000 - (80,000 \times 10\%)$) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะเหลือปริมาณ ณ จุดคุ้มทุนเพียง 360 ใบ ($72,000/200$) หรือถ้าราคาขายลดลงจากเดิม 2,000 บาท เหลือราคาขายเพียง 1,950 บาท จุดคุ้มทุนเพิ่มขึ้นเป็น 534 ใบ ($72,000/150$)

เงินสดค้ำหนุน

เงินสดค้ำหนุน (Cash Break – even Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์ปริมาณที่ค้ำหนุนเฉพาะต้นทุนที่เป็นตัวเงินสด นั้นหมายถึงมารวมจ่ายที่ไม่ใช่เงินสด รายจ่ายที่ไม่ใช่เงินสด เช่น ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์เงินสดค้ำหนุนเป็นการวิเคราะห์ปริมาณ ณ จุดค้ำหนุนที่ส่งผลกระทบทำให้รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม (เฉพาะต้นทุนที่จ่ายเป็นเงินสด) ประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรเฉพาะเงินสด ดังนั้น การวิเคราะห์เงินสดค้ำหนุนจึงสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{เงินสดค้ำหนุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่เฉพาะที่เป็นตัวเงิน}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

จากตัวอย่างเดิม บริษัท สบายดี จำกัด ถ้าบริษัทคิดค่าเสื่อมราคาปีละ 4,000 บาท การคำนวณเงินสดค้ำหนุนสามารถทำได้ดังนี้คือ

$$\text{เงินสดค้ำหนุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่เฉพาะที่เป็นตัวเงิน}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\begin{aligned} \text{เงินสดค้ำหนุน} &= \frac{80,000 - 4,000}{2,000 - 1,800} \\ &= 380 \text{ ไร่} \end{aligned}$$

ค่าเสื่อมราคา 4,000 บาทไม่ใช่ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินสด ดังนั้น ถ้าต้องการวิเคราะห์หาเงินสดค้ำหนุน จึงต้องนำค่าเสื่อมราคามาหักออกจากต้นทุนคงที่ เพื่อนำไปหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเพื่อหาเงินสดค้ำหนุน

ดังนั้น บริษัทต้องขายกระเป๋ากันน้ำ 380 ไร่ จึงจะทำให้คุ้มค่าใช้จ่ายที่จ่ายเป็นตัวเงิน

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปริมาณขาย ณ จุดค้ำหนุน กับปริมาณขาย ณ เงินสดค้ำหนุน ปริมาณขาย ณ จุดค้ำหนุนจะมากกว่าปริมาณขาย ณ เงินสดค้ำหนุน เพราะว่าปริมาณขาย ณ เงินสดค้ำหนุนจะหักค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้เป็นตัวเงินออก

การวางแผนกำไร

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นการวิเคราะห์ถึงปริมาณขายสินค้าที่ทำให้บริษัทไม่เกิดผลขาดทุน และไม่มีกำไร หรือรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม ส่วนมากผู้บริหารไม่เพียงแต่ต้องการหาจุดพอสิตทุน แต่ต้องการวางแผนกำไรในอนาคต โดยใช้จุดคุ้มทุนเป็นฐานในการวางแผนเพื่อหากำไร เมื่อธุรกิจต้องการกำไรสามารถวิเคราะห์ปริมาณที่ได้กำไรดังนี้

$$\text{ปริมาณขายที่ได้กำไร} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม} + \text{กำไรก่อนหักภาษี}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

เมื่อต้องการกำไรเป็นจำนวนเท่าใด การคำนวณหาปริมาณขายที่ได้กำไร จะคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่บวกด้วยกำไรที่ต้องการ (กำไรก่อนหักภาษี)หารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย

จากตัวอย่างเดิม บริษัท สบายดี จำกัด ถ้าบริษัทต้องการกำไรก่อนหักภาษี 30,000 บาท บริษัทจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 550 ใบดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ} &= \frac{80,000 + 30,000}{2,000 - 1,800} \\ &= 550 \text{ ใบ}\end{aligned}$$

นั่นหมายความว่า บริษัทต้องขายกระเป๋าเป็นจำนวน 550 ใบ จึงจะทำให้บริษัทได้กำไรก่อนหักภาษี 30,000 บาทตามต้องการ บางครั้งผู้บริหารต้องการวิเคราะห์ปริมาณที่ขายแล้วทำให้ได้กำไรหลังหักภาษี การแปลงค่ากำไรหลังหักภาษีเป็นกำไรก่อนหักภาษีทำได้ดังนี้

$$\text{กำไรก่อนหักภาษี} = \frac{\text{กำไรหลังหักภาษี}}{(1 - \text{อัตราภาษี})}$$

จากตัวอย่างเดิม บริษัท สบายดี จำกัด ถ้าต้องการกำไรหลังหักภาษี 70,000 บาท โดยมีอัตราภาษี 25% บริษัทต้องขายกระเป๋าเป็นจำนวน 867 ใบ คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}Q &= \frac{80,000 + 70,000 / (1 - 0.25)}{2,000 - 1,800} \\ &= 867 \text{ ใบ}\end{aligned}$$

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนกรณีสินค้าหลายชนิด

การหาจุดคุ้มทุนที่กล่าวมาแล้ว เป็นวิธีการคำนวณสำหรับการขายสินค้าชนิดเดียวหรือในกรณีที่สามารถแยกได้ว่าสินค้าแต่ละชนิดมีต้นทุนคงที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนเท่าไร ซึ่งตามข้อเท็จจริงแล้ว ธุรกิจส่วนใหญ่ขายสินค้ามากกว่า 1 ชนิด สินค้าแต่ละชนิดขายในราคาแตกต่างกัน กำไรส่วนเกินก็ไม่เท่ากัน แต่ต้องอาศัยต้นทุนคงที่ร่วมกัน หรือไม่อาจแบ่งแยกได้ว่าสินค้าแต่ละอย่างมีต้นทุนคงที่ที่เกิดขึ้นเท่าไร เช่น ในกรณีที่สินค้ารวม เป็นต้น กรณีที่ขายสินค้าหลายชนิดร่วมกัน จำเป็นต้องทราบอัตราส่วนหรือส่วนผสมการขายของสินค้าแต่ละชนิดที่ขายด้วยกันหรือขายควบกัน ซึ่งการขายแบบนี้ มักมีอัตราที่ค่อนข้างคงที่หรือเปลี่ยนแปลงยาก เพราะสินค้าบางชนิดอาจจะมีการใช้ควบคู่กันบ้าง เช่น น้ำตาลกับกาแฟ อัตราส่วนการใช้น้ำตาลกับกาแฟ จะต้องใช้น้ำตาลมากกว่ากาแฟ หรืออัตราส่วนของการใช้ซีเมนต์ หิน และทรายในการก่อสร้าง จะใช้ซีเมนต์น้อยกว่าหินและทราย ดังนั้น อัตราส่วนการขายสินค้าที่ขายร่วมกันจึงผันแปรไปกับขนาดของการใช้ด้วย

จึงเห็นได้ชัดว่า สินค้าบางชนิดขายได้มาก บางชนิดขายได้น้อย การที่จะพยายามขายสินค้าบางชนิดให้มากขึ้นจึงทำได้ยาก มีสินค้าบางอย่างที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนผสมระหว่างวัตถุดิบแต่ละอย่างที่ใช้ในการผลิตอาจเปลี่ยนแปลงได้ เช่น กำไรที่เกิดขึ้นจากการขายสินค้าหลายชนิด จะขึ้นอยู่กับสัดส่วนของการขายและขนาดของกำไรส่วนเกินของสินค้าแต่ละชนิด การเพิ่มหรือลดของกำไรรวม มักจะเกิดจากอิทธิพลของสินค้ารายการที่ขายได้กำไรส่วนเกินมากการที่จะได้กำไรมาก จะต้องอาศัยอัตราส่วนของการขาย มากกว่าที่จะเน้นถึงราคารายขาย ต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ หรือจำนวนหน่วยสินค้าที่ขาย

ตัวอย่างที่ จากข้อมูลของ บริษัท สุขสบาย จำกัด ขายสินค้า 3 ชนิด มีข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน ราคาขาย และปริมาณขายเมื่อปีที่แล้ว ดังนี้

สินค้า	จำนวนขาย (หน่วย)	ราคาขายต่อ หน่วย (บาท)	ต้นทุนผันแปรต่อ หน่วย (บาท)	ต้นทุนคงที่ (บาท)
เอก	2,000	10	5	} 42,000
โท	1,000	20	10	
ตรี	3,000	30	20	

ถ้าในปีต่อมาไม่มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับต้นทุนขาย ราคาขาย และสัดส่วนของการขายสินค้าแต่ละชนิด บริษัทควรขายสินค้าแต่ละชนิดเท่าใดจึงจะคุ้มทุน

วิธีทำ

หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนสำหรับกรณีที่มีสินค้าหลายชนิดมีขั้นตอนดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 หาอัตราส่วนของการขายของสินค้าแต่ละชนิด
- ขั้นตอนที่ 2 หากำไรส่วนเกินต่อส่วนผสมการขาย
- ขั้นตอนที่ 3 หาจุดคุ้มทุนของส่วนผสมการขาย
- ขั้นตอนที่ 4 หาจำนวนสินค้าแต่ละชนิดที่ต้องขายตามสัดส่วนการขาย

จากตัวอย่าง บริษัท สุขสบาย จำกัด สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดคุ้มทุน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 หาอัตราส่วนของการขายของสินค้าแต่ละชนิด

เอก : โท : ตรี

ขั้นตอนที่ 2 หากำไรส่วนเกินต่อส่วนผสมการขาย

$$\begin{array}{rclcl}
 \text{กำไรส่วนเกินของ เอก} & = & 10 - 5 & = & 5 \times 2 & = & 10 \\
 \text{กำไรส่วนเกินของ โท} & = & 20 - 10 & = & 10 \times 1 & = & 10 \\
 \text{กำไรส่วนเกินของ ตรี} & = & 30 - 20 & = & 10 \times 3 & = & 30 \\
 \text{รวม} & & & & & & \underline{50}
 \end{array}$$

ขั้นตอนที่ 3 หาจุดคุ้มทุนของส่วนผสมการขาย

$$\begin{aligned}
 \text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกิน}} \\
 &= \frac{42,000}{50} \\
 &= 840 \text{ หน่วย}
 \end{aligned}$$

ขั้นตอนที่ 4 หาจำนวนสินค้าแต่ละชนิดที่ต้องการขายตามสัดส่วนการขาย

$$\begin{aligned}
 \text{สินค้า เอก} &= 840 \times 2 = 1,680 \text{ หน่วย} \\
 \text{สินค้า โท} &= 840 \times 1 = 840 \text{ หน่วย} \\
 \text{สินค้า ตรี} &= 840 \times 3 = 2,520 \text{ หน่วย}
 \end{aligned}$$

ถ้าในปีต่อมา บริษัทเปลี่ยนแปลงจำนวนสินค้าแต่ละชนิดที่ขายเป็น เอก 3,000 หน่วย โท 1,000 หน่วย และตรี 2,000 หน่วย กำไรรวมจะเพิ่มขึ้นเท่าไร

ถ้าขายเท่าเดิมกำไรจะเป็นดังนี้

$$\text{กำไรส่วนเกิน เอก} = 2,000 \times 5 = 10,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรส่วนเกิน โท} = 1,000 \times 10 = 10,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรส่วนเกิน ตรี} = 3,000 \times 10 = 30,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรส่วนเกินรวม} = 50,000 \text{ บาท}$$

$$\text{ต้นทุนคงที่} = \underline{42,000} \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรรวม} = \underline{8,000} \text{ บาท}$$

ยอดขายใหม่จะเกิดกำไร ดังนี้

$$\text{กำไรส่วนเกิน เอก} = 3,000 \times 5 = 10,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรส่วนเกิน โท} = 1,000 \times 10 = 10,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรส่วนเกิน ตรี} = 2,000 \times 10 = 20,000 \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรส่วนเกินรวม} = 45,000 \text{ บาท}$$

$$\text{ต้นทุนคงที่} = \underline{42,000} \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรรวม} = \underline{3,000} \text{ บาท}$$

$$\text{กำไรลดลง} (8,000 - 3,000) = 5,000 \text{ บาท}$$

จุดคุ้มทุนกับนโยบายราคา

ในการเพิ่มกำไรอาจทำได้หลายวิธี วิธีหนึ่งคือ การลดราคาสินค้าเพื่อเพิ่มจำนวนหน่วยขาย หรือปริมาณขายให้มากขึ้นกว่าเดิม บางครั้งผลกระทบจากการลดราคาอาจไม่เพิ่มยอดขายให้ได้ จำนวนที่ต้องการ ไม่จำเป็นเสมอไปเมื่อลดราคาขายลงจะทำให้ปริมาณขายเพิ่มขึ้น ถ้าความต้องการของสินค้าไม่ยืดหยุ่นโดยสมบูรณ์ ปริมาณขายจะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามราคาที่เปลี่ยนแปลง การลดราคาในกรณีนี้จึงมีผลทำให้กำไรลดลง

โดยทั่วไปปริมาณขายจะเพิ่มขึ้นหากลดราคาสินค้าลง การทำเช่นนี้จะไม่ได้ประโยชน์อะไรเลยหากคู่แข่งลดราคาลงบ้าง ผลสุดท้ายทุกบริษัทก็จะมีส่วนในตลาดเท่าเดิมเช่นเดียวกับการไม่ลดราคา ผลก็คือกำไรรวมของบริษัทจะลดลง ถึงแม้ว่าจะสมมติว่าคู่แข่งจะไม่ลดราคาตามก็ยังคงไม่มีหลักประกันว่ากำไรจะเพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณขายมากขึ้น

ขณะที่ปริมาณขายที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการลดราคาขายลงอาจไม่มากพอที่จะชดเชยกำไรที่ลดลง ในเรื่องนี้จะต้องระวังให้ดีและจะเป็นข้อผิดพลาดของธุรกิจที่มองแต่ในด้านเดียว การลดราคาขายก็เท่ากับเป็นการเพิ่มต้นทุนผันแปรต่อหน่วย เพราะจะลดกำไรส่วนเกินต่อหน่วยลง กำไรต่อ

หน่วยอาจไม่มีความสำคัญอะไรมาก แต่เมื่อคำนวณกำไรรวม ผลของกำไรลดลงมีความหมายมาก นั่นหมายถึงจะต้องขายสินค้าเพิ่มขึ้นหลายหน่วยจึงจะคุ้มกับกำไรที่ลดลง

ตัวอย่างที่ บริษัท ภูมิตล จำกัด ต้องการลดราคาสินค้าลง 20% โดยหวังว่าปริมาณขายจะเพิ่มขึ้น ต้นทุนและราคาขายเดิมที่คาดว่าจะขายมีรายละเอียดดังนี้

	ปัจจุบัน	เมื่อลดราคาแล้ว
ราคาขายต่อหน่วย (บาท)	25	20 บาท
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (บาท)	15	15 บาท
กำไรส่วนเกินต่อหน่วย (บาท)	10	5 บาท
อัตรากำไรส่วนเกิน (บาท)	40%	20%

ปีนี้บริษัทขายสินค้าได้ 10,000 หน่วย โดยมีต้นทุนคงที่รวม 80,000 บาท ดังนั้น จุดคุ้มทุนก็คือ 8,000 หน่วย (80,000/10) เมื่อบริษัทลดราคาขายลงเหลือหน่วยละ 20 บาท จุดคุ้มทุนจะเป็น 16,000 หน่วย (80,000/5) นั่นคือกำไรส่วนเกินต่อหน่วยลดลง 5 บาท (10 - 5) บริษัทจึงต้องขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นจึงจะคุ้มทุน

การลดราคาจะต้องเพิ่มจำนวนหน่วยขายอีก	100%
จำนวนหน่วยขายใหม่ที่คุ้มทุน	16,000 หน่วย
จำนวนหน่วยขายเดิมที่คุ้มทุน	<u>8,000</u> หน่วย
จำนวนหน่วยขายเพิ่มขึ้น	<u>8,000</u> หน่วย

$$\text{หรือ} = \frac{8,000}{8,000} \times 100$$

$$= 100\%$$

ยอดขายจะต้องเพิ่มขึ้นอีก	60%
ยอดขายที่คุ้มทุนตามราคาใหม่	320,000 หน่วย
ยอดขายที่คุ้มทุนตามราคาเดิม	<u>200,000</u> หน่วย
ยอดขายที่เพิ่มขึ้น	<u>120,000</u> หน่วย

$$\text{หรือ} = \frac{120,000}{200,000} \times 100$$

$$= 60\%$$

ดังนั้น ถ้ายอดขายเดิม 10,000 หน่วย ภายหลังเมื่อลดราคาแล้วจะต้องขายเพิ่มเป็น 20,000 หน่วย (200%) หรือเป็น 400,000 บาท (160%) กำไรสุทธิคำนวณได้ดังนี้

	ปัจจุบัน	ใหม่
จำนวนขาย (หน่วย)	10,000	20,000
ยอดขาย (บาท)	250,000	400,000
ต้นทุนผันแปร (บาท)	<u>150,000</u>	<u>300,000</u>
กำไรส่วนเกิน (บาท)	100,000	100,000
ต้นทุนคงที่ (บาท)	<u>80,000</u>	<u>80,000</u>
กำไรก่อนภาษี (บาท)	<u>20,000</u>	<u>20,000</u>

การลดลงขายจะต้องมากขึ้นกว่าเดิม แต่จะมีผลกระทบทำให้อัตรากำไรลดลง การลดราคาจึงเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาอย่างมาก จำนวนหน่วยขายจะต้องเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่มากกว่า ดังตัวอย่างราคาลดลง 20% จำนวนหน่วยขายต้องเพิ่มขึ้น 100% และยอดขายต้องเพิ่มขึ้น 60% การลดราคาขายอย่างวงเดียวโดยไม่มีผลให้ค่าใช้จ่ายผันแปรลดลงจึงมักจะทำให้ผลไม่เท่ากัน เพราะเป็นการยากที่จะหวังว่ายอดขายรวมจะเพิ่มขึ้นจนคุ้มทุนกับกำไรที่ลดลง

ข้อกำหนดของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมีประโยชน์ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปริมาณ ราคา และค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะช่วยให้การตั้งราคา การวางแผนกำไร การควบคุมค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน และช่วยการตัดสินใจเลือกโครงการขายงานต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีข้อจำกัดด้วย ซึ่งผู้ใช้จำเป็นต้องระมัดระวังเกี่ยวกับข้อจำกัดของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแบบเส้นตรงมีข้อสมมติฐานให้ราคาขายต่อหน่วยคงที่ ซึ่งจะทำให้ยอดขายของธุรกิจผันแปรในอัตราคงที่ด้วย ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่เป็นไปไม่ได้ ดังนั้น ถ้าจะศึกษาถึงกำไรที่จะเป็นไปได้ ณ ราคาขายต่าง ๆ ก็จำเป็นต้องใช้กราฟเส้นตรงหลายรูปสำหรับแต่ละกรณี หรืออาจจะจำเป็นต้องเลือกใช้การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนที่ไม่เป็นเส้นตรงหรือเป็นเส้นโค้งแทนก็ได้ ด้านค่าใช้จ่ายก็เช่นกัน ความสัมพันธ์ที่แสดงด้วยกราฟเส้นตรงก็ใช้ไม่ได้กับปริมาณสินค้าหรือการดำเนินงานทุก ๆ ช่วง เมื่อยอดขายสูงขึ้นและธุรกิจขยายการดำเนินงานในขั้นแรก โดยทำงานให้เต็มกำลังการผลิตจำเป็นต้องจ่ายค่าล่วงเวลาและจ้างคนงานเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายผันแปรสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และถ้าธุรกิจจำเป็นต้องขยายโรงงานและซื้อเครื่องจักรเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ค่าใช้จ่ายคงที่เพิ่มขึ้นด้วย จุดคุ้มทุนแบบเส้นตรงก็จะเป็นปัญหายุ่งยาก จำเป็นต้องใช้แบบเส้นโค้งแทนเช่นกัน

อย่างไรก็ดี การผลิตสินค้าออกขายของอุตสาหกรรมการผลิต ในที่สุดก็จะผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งคุณภาพและปริมาณ การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับส่วนผสมของสินค้าก็จะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน ดังนั้น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแบบเส้นตรงจึงมีประโยชน์ที่จะใช้สำหรับการพัฒนาข้อมูลพื้นฐานในการตั้งราคาสินค้าและการตัดสินใจทางการเงินอื่น ๆ เท่านั้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการบัญชีและต้นทุน

เทคโนโลยีเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจและการจัดทำรายงานทางการเงินและบัญชี โดยเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติ (Robotic Process Automation) และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Analytical tools) จะถูกนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินและการบัญชี ส่งผลให้การจัดทำรายงานทางการเงินเปลี่ยนแปลงไปด้วยตามการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ โดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะเข้ามาช่วยการจัดทำบัญชี วิเคราะห์ ข้อมูล ช่วยลดการทำงานซ้ำ ๆ หรืองานประเภท Routine งานที่ใช้เวลามากหรือใช้การตัดสินใจน้อย การทำงานของคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีระบบเน็ตเวิร์ค ระบบอินเทอร์เน็ต ที่ช่วยให้การสื่อสารข้อมูลรวดเร็ว

ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีต่อการบัญชี

1. ช่วยธุรกิจให้รวบรวมข้อมูลตัวเลขทางบัญชีที่มีจำนวนมากมหาศาลและมีความซับซ้อนให้สะดวกและง่ายขึ้นได้
2. ช่วยการประมวลผลให้รวดเร็วขึ้น ถูกต้อง แม่นยำและลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากเดิมที่เป็นการทำงานด้วยมือ
3. ช่วยให้กิจการประหยัดต้นทุน สามารถสรุปข้อมูลจำนวนมากให้สั้นกะทัดรัดในลักษณะที่กิจการต้องการ จัดพิมพ์และนำเสนอในรูปรายงานที่สวยงาม สะอาดและเป็นระเบียบ ถ้าปริมาณงานของกิจการเพิ่มมากขึ้นกิจการสามารถขยายการทำงานของคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย
4. ช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินได้รับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจได้สะดวกขึ้น และมีการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นได้ด้วย ปัจจุบันผู้ใช้สามารถ Download ข้อมูลทางการเงินหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่สนใจทาง Web Site ได้
5. ทำให้กระบวนการทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีผลต่อการรวบรวมข้อมูลรายได้ รายจ่าย เพื่อนำมาบันทึกบัญชี ข้อมูลจะวิ่งมาเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในการส่งต่อข้อมูลไม่ต้องมีการป้อนใส่กระดาษให้เสียเวลา และเปลืองทรัพยากร

สำหรับการเลือกใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กับงานบัญชี สามารถเลือกได้ 2 รูปแบบ (พัชรินทรใจเย็น และคณะ, 2560) คือ

1. การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปของสำนักงานประเภทตารางงาน (Spread Sheet) การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปยกตัวอย่างโปรแกรมที่มีลิขสิทธิ์และเป็นนิยมนั้นแพร่หลาย เช่น

โปรแกรม excel แต่การเลือกใช้โปรแกรมรูปแบบนี้ผู้ใช้ต้องมีความรู้พื้นฐานทางด้านบัญชีและการใช้งานโปรแกรมในระดับดีจึงสามารถเขียนสูตรหรือเลือกใช้ฟังก์ชัน ช่วยในการทำงานให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพได้อย่างแท้จริง และไม่เป็นการเพิ่มภาระงานให้มากขึ้นกว่าเดิม

2. การเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีที่มีผู้พัฒนาขึ้นมา การพัฒนาโปรแกรมขึ้นใช้เอง หรืออาจจ้างนักเขียนโปรแกรมเพื่อพัฒนาโปรแกรมบัญชีสำหรับใช้ในกิจการเท่านั้นก็ได้ซึ่งการเลือกรูปแบบนี้ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานทางด้านบัญชีในระดับดีก็สามารถใช้งานโปรแกรมได้จากการฝึกอบรมโดยผู้จำหน่ายหรือผู้พัฒนาโปรแกรมนั้น

การทำบัญชีด้วยระบบคอมพิวเตอร์

1. ไม่ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก คอมพิวเตอร์ทำงานได้แม่นยำรวดเร็วและถูกต้อง
2. สามารถออกรายงานได้ทันทีทั้งรายงานปัจจุบัน และรายงานย้อนหลังก็ได้
3. บันทึกประจำวันได้ โดยไม่ต้องรียอดยกมา เพราะยอดยกมาสามารถบันทึกเพิ่มได้ภายหลัง
4. สามารถขอคงเงินได้ทันทีที่มีข้อมูลหลักและข้อมูลรายวันทันต่อความต้องการของ

ผู้บริหาร

5. สามารถเปรียบเทียบข้อมูลย้อนหลังได้ถึง 5 ปี ทั้งข้อมูลจริงและงบประมาณ
6. สามารถโอนข้อมูลในส่วนกระดาษทำการและบทลงได้ยังโปรแกรมเพื่อสร้างกราฟได้

ทันที

ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำบัญชีด้วยคอมพิวเตอร์

1. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากร
2. ประหยัดเวลาได้งานที่รวดเร็วและถูกต้อง
3. แสดงรายงานได้รวดเร็ว อ่านง่าย และชัดเจน
4. การผ่านบัญชีทำได้โดยอัตโนมัติ และไม่เสียเวลาในการแก้ไขตัวเลขตลอดเวลา
5. ทันต่อการส่งรายงานหัวหน้างาน
6. ไม่เสียเวลารอคอยยอดยกมา ในกรณีที่ปิดบัญชีไม่ได้
7. ได้รูปแบบงบการเงินตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน
8. เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร ซึ่งมีผลกระทบต่อผลกำไรของกิจการ
9. ทำให้ฝ่ายบริหารตัดสินใจได้ง่ายเพราะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ต่อการบัญชี และการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ทั้งนี้หากต้องการมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานและทันต่อโลกในปัจจุบัน ไม่อยากล้าหลังควรนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ต่อการทำงานอย่างถูกวิธี ก็จะสามารถทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ได้ศึกษาการบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนรวมทั้งหมดเท่ากับ 24,700 บาทต่อหนึ่งรอบการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 6.175 บาท/หน่วย การวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์โดยทำการวิเคราะห์ราคาขายจากต้นทุนรวม กรณีขายปลีกราคาขายจะเท่ากับ 25 บาท/หน่วย โดยกำหนดอัตราส่วนเพิ่ม 300 % กรณีขายส่ง ราคาขายส่งจะเท่ากับ 20 บาท/หน่วย โดยกำหนดอัตราส่วนเพิ่ม 220 % แนวทางการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ต้นทุนด้านการผลิตจะใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองภายใน ชุมชนทั้งหมด 100 % แรงงานที่ทำการผลิตเป็นการรวมกลุ่มจากชุมชนที่ว่างจากการทำงานประจำ โดยจะได้รับผลตอบแทนจากกำไรเมื่อปิดบัญชีรายเดือน ด้านการตลาดใช้แนวทางการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มชุมชนการออกบูธ OTOP ตามห้างสรรพสินค้า ด้านการเงินใช้แนวทางการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า เพื่อลดต้นทุน ในการเก็บรักษาสินค้า ทำบัญชีรายรับรายจ่ายและจ่ายชำระหนี้ให้ตรงตามกำหนดเวลาด้านบริหารจัดการ มีการคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการนำเปลือกมันที่ไม่ใช้แล้วมาทำเป็นปุ๋ยหมักเพื่อขายให้เกษตรกรในชุมชนซื้อปุ๋ยหมักได้ในราคาถูก

ละเอียด ศรีหาเหง้า (2561) ได้วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่ง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเจริญแม่ครัว ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนในการลงทุนผลิตมันฝรั่ง ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุน เท่ากับ 832,700 บาท ต้นทุนการผลิตเท่ากับ 8,921,282.33 บาท ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เท่ากับ 677,429 บาท มีอัตรากำไรต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบ เท่ากับร้อยละ 17.37 มันฝรั่งทอดปรุงรส เท่ากับร้อยละ 104.93 และมีอัตรากำไรต่อค่าขายของผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบ เท่ากับร้อยละ 14.71 มันฝรั่งทอดปรุงรส เท่ากับร้อยละ 50.91 ผลตอบแทนจากการลงทุนผลิตมันฝรั่ง มูลค่าปัจจุบัน (NPV) ของกระแสเงินสดสุทธิตลอดอายุโครงการ 5 ปี ที่อัตราคิดลด ร้อยละ 8 เท่ากับ 1,037,915.66 ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ มีอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 49.85 ซึ่งมีค่าสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมของกองทุนหมู่บ้าน ที่กำหนดไว้คือ ร้อยละ 8 และใช้ระยะเวลาคืนทุน (PP) 1 ปี 4 เดือน

ศิริรัตน์ เช็งเส็ง ขวัญนรี กล้าปราบโจร และ วิฑิตพร พระโพธิ์ (2561) วิเคราะห์ต้นทุนและระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน: อาหารและสมุนไพร มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและจัดทำระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ จำนวน 3 กลุ่ม พบว่า 1) กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทองม้วน การวิเคราะห์ต้นทุน ขนาด 100 กรัม ต้นทุน

ถูกละ 13.10 บาท ขนาด 150 กรัม ต้นทุนถูกละ 21.95 บาท 2) กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทองพับ การวิเคราะห์ต้นทุนขนาด 150 กรัม ต้นทุนถูกละ 25.80 บาท ขนาด 210 กรัม ต้นทุนถูกละ 32.79 บาท 3) กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์การบูร การวิเคราะห์ต้นทุนการบูรรูปทรงผลไม้ชนิดเดียว ต้นทุนถูกละ 49.50 บาท รูปทรงผลไม้ชนิดพวง ต้นทุนพวงละ 82.50 บาท ระบบบัญชีต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของทั้ง 3 กลุ่ม มี 7 ระบบ เอกสารทางบัญชีที่สอดคล้อง มี 13 ฉบับ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มผู้ผลิตจัดทำบัญชีโดยใช้ระบบมือและใช้สมุดรายรับรายจ่ายเพียงเล่มเดียว ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรพัฒนาเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

ทศพร ไชยประคอง และ ปฐมชัย กรเลิศ (2561) ศึกษาและวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ของผ้าฝ้ายทอมือ: กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองอาบช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือบ้านหนองอาบช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตมีประสบการณ์ในการผลิตมานานโดยสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น กลุ่มผู้ผลิตมีรายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นรายหน่วยที่ผลิต ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว จึงต้องใช้เวลาการผลิตผ้าฝ้ายทอมือเป็นเวลานาน อีกทั้งยังมีลักษณะเชิงคุณภาพของผ้าฝ้าย คือมีความคงทนของเส้นสี ที่ผ่านกระบวนการย้อมด้วยวิธีโบราณเป็นอย่างดี แล้วจึงนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ได้แก่ เสื้อ ผ้าชิ้น กางเกงสะดอ ผ้าพันคอ กระเป๋า (ย่าม) ทำให้ผลิตภัณฑ์ มีราคาค่อนข้างสูง ในด้านค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต ที่นำมาแปรสภาพผ้าฝ้ายทอมือเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปนั้นมีส่วนทำให้การกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปประเภทต่าง ๆ มีราคาค่อนข้างสูงตามไปด้วย ผลการวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ และกำไรในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ พบว่า สินค้าส่วนใหญ่ได้แก่ ชุดพื้นเมืองนักเรียน เสื้อผ้าฝ้ายสตรี เสื้อผ้าฝ้ายบุรุษ และอื่น ๆ ภายใต้อัตราค่าใช้จ่ายคงที่ต่อเดือน 59,920 บาท ทำให้มีกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ณ จุดคุ้มทุนแบบขายรวมผสม 116.75 บาท ส่งผลให้ยอดขายรวม ณ จุดคุ้มทุนเป็น 174,440.00 บาท (100%) จากต้นทุนผันแปร 123,497.81 บาท(70.80%) ต่อเดือน ทำให้มีกำไรขั้นต้นเป็น 50,942.19 บาท (29.20%) จะเห็นว่า กลุ่มผู้ผลิตสามารถดำเนินธุรกิจได้ด้วยตัวเอง

อรรถศาสตร์ วิเศียรศาสตร์ และคณะ (2557) ศึกษาต้นทุนและราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสุกรของเกษตรกรในโครงการปิดทองหลังพระ หมู่บ้านโคกล่าม-แสงอร่าม ตำบลกุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความต้องการในการแปรรูปสุกรและชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแปรรูป 2) ต้นทุนผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปสุกร และ 3) การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มเกษตรกรในโครงการปิดทองหลังพระ บ้านโคกล่ามและบ้านแสงอร่าม ต.กุดหมากไฟ อ.หนองวัวซอ จ.อุดรธานี เก็บข้อมูลโดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary

data) และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) เพื่อหาความต้องการในการแก้ไขปัญหา นอกจากนั้นยังใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ให้คนในชุมชนได้ร่วมปฏิบัติในการแปรรูป เพื่อให้ได้ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่คนในชุมชนต้องการ ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บไว้ได้นาน สามารถมาบรรจุเพื่อเป็นของฝากหรือของที่ระลึกได้ และต้องมีกระบวนการผลิตที่ง่ายไม่ซับซ้อน ผลิตภัณฑ์ที่ถูกเลือก คือ หมูหยอง หมูสวรรค์ หมูเส้นเค็ม และหมูเส้นหวาน จากการศึกษาต้นทุนการผลิต พบว่า การผลิตหมูหยองมีต้นทุนการผลิตมากที่สุด คือ 774.13 บาท/ผลิตภัณฑ์ 1 กก. รองลงมาคือ หมูเส้นหวาน หมูเส้นเค็ม และหมูสวรรค์ โดยมีต้นทุนการผลิต เท่ากับ 524.52 บาท 495.40 บาท และ 328.38 บาท/ผลิตภัณฑ์ 1 กก. ตามลำดับ และการตั้งราคาขาย หมูหยอง หมูเส้นหวาน หมูเส้นเค็ม และหมูสวรรค์ เท่ากับ 1,006.37 บาท 681.88 บาท 644.02 บาท และ 426.89 บาท/กก. ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน เป็นวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) โดยการศึกษาครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต้นแบบการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป คือ ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมจีนน้ำร่อนบ้านโมคลา จำนวน 3 คน นักศึกษาจำนวน 9 คน อาจารย์ 2 คน ศึกษาการยอมรับในราคาซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำยาขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปผู้บริโภคจำนวน 30 คน และกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการถ่ายทอดองค์ความรู้จำนวน 100 คน

3.2 เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ

สำหรับการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

2. สร้างเครื่องมือการวิจัย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานด้านการจัดทำบัญชีและการบันทึกรายการต้นทุนการผลิตของกลุ่มฯ และสัมภาษณ์ผู้บริโภค

3. สร้างเครื่องมือการวิจัย แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุน โดยแบบสอบถามมีจำนวน 11 ข้อ โดยข้อ

คำถามในส่วนนี้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) ดังนี้

- 1 คะแนน พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
- 2 คะแนน พึงพอใจในระดับน้อย
- 3 คะแนน พึงพอใจในระดับปานกลาง
- 4 คะแนน พึงพอใจในระดับมาก
- 5 คะแนน พึงพอใจในระดับมากที่สุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายตามช่วงระดับค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

(ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน วารสาร บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัยและนำมาใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สำหรับการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) สัมภาษณ์ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมจีน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างซึ่งใช้เทคนิคการตั้งคำถามเฉพาะหน้ามาแทรกในระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกลงไปและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษายิ่งขึ้น และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis)

2) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยนักวิจัย นักศึกษา ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำยาขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปเพื่อให้ทราบขั้นตอนการผลิตและรายการต้นทุนในการผลิต พร้อมทั้งจัดบันทึกรายการต้นทุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำยาขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

3) สัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 30 ราย เพื่อศึกษาการยอมรับในราคาซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำยาขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

4) เก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้

5) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้อง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล งานวิจัยนี้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างและการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อเก็บข้อมูลต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรจากกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมจีนและน้ำยาขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และข้อมูลต้นทุนการตลาดในขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ทำประมวลและจัดกลุ่มข้อมูล โดยให้ความสำคัญกับการตีความ สังเคราะห์จากข้อมูลส่วนย่อยและลดทอนขนาดและปริมาณข้อมูล ให้มีความชัดเจนในการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ และนำเสนอข้อมูลต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป 4) ถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป และ การใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 34.01 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 6.92 บาท โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกิ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจิ้นแห้ง)	7.81		7.81	19.08
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	6.4		6.4	15.64
ค่าแรงงาน		6.81	6.81	16.64
ค่าไฟฟ้าอบขนมจิ้นแห้ง	0.66		0.66	1.61
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.14		0.14	0.34
ค่าบรรจุภัณฑ์	14		14	34.20
ค่าตัวแทนจำหน่าย	5		5	12.22
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.11	0.11	0.27
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	34.01	6.92	40.93	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.1 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกิ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ ในรูปแบบการตั้งราคาดังที่ต้นทุน สามารถกำหนดได้ดังนี้

ราคาต่อหน่วย = ต้นทุนรวม + กำไรที่ต้องการ

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ราคาต่อหน่วย} &= 40.93 + 40.93 \times \frac{30}{100} \\
 &= 53.20 \text{ บาทต่อหน่วย}
 \end{aligned}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 59 บาท ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์) ในราคา 59 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 59 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 2 กล่อง 100 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 2 กล่องในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวมหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 18.18 บาท ดังนั้นปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ คือ

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{18.18} \\ &= 382 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 382 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 382 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 50 บาท ต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 757 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{9.18} \\ &= 757 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องใสสี่เหลี่ยม พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 31.93 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนต่อหน่วย ที่ไม่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 4.39 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทกล่องใสสี่เหลี่ยม

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจีนแห้ง)	4.97		4.97	13.68
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	6.4		6.4	17.62
ค่าแรงงาน		4.32	4.32	11.89
ค่าไฟฟ้าอบขนมจีนแห้ง	0.42		0.42	1.16
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.14		0.14	0.39
ค่าบรรจุภัณฑ์	15		15	41.30
ค่าตัวแทนจำหน่าย	5		5	13.77
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.07	0.07	0.19
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	31.93	4.39	36.32	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.2 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องใสสี่เหลี่ยม ในรูปแบบการตั้งราคาดมุงที่ต้นทุน สามารถกำหนดได้ดังนี้

ราคาต่อหน่วย = ต้นทุนรวม + กำไรที่ต้องการ

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ราคาต่อหน่วย} &= 36.32 + 36.32 \times \frac{30}{100} \\ &= 47.21 \text{ บาทต่อหน่วย}\end{aligned}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 49 บาท

ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์กล่องใสสี่เหลี่ยม) ในราคา 49 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 49 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 2 กล่อง 90 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 2 กล่องในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ใสสี่เหลี่ยม

จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวม หารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องใสสี่เหลี่ยม มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 12.75 บาท ดังนั้นปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ใสสี่เหลี่ยม คือ

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{12.75} \\ &= 545 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 545 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 545 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 45 บาท ต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 794 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{8.75} \\ &= 794 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกิ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกระปุก PET พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 37.70 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ที่ไม่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 5.08 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยที่เป็นค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกิ่งสำเร็จรูปประเภทกระปุก PET

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจิ้นแห้ง)	5.68		5.68	13.28
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	6.4		6.4	14.96
ค่าแรงงาน		5	5	11.69
ค่าไฟฟ้าอบขนมจิ้นแห้ง	0.48		0.48	1.12
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.14		0.14	0.33
ค่าบรรจุภัณฑ์	20		20	46.75

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ค่าตัวแทนจำหน่าย	5		5	11.69
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.08	0.08	0.19
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	37.70	5.08	42.78	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.3 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกระปุก PET ในรูปแบบการตั้งราคาดมุงที่ต้นทุน สามารถกำหนดได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวม} + \text{กำไรที่ต้องการ}$$

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ราคาต่อหน่วย} &= 42.78 + 42.78 \times \frac{30}{100} \\ &= 55.61 \text{ บาทต่อหน่วย}\end{aligned}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 59 บาท ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์กล่องกระปุก PET) ในราคา 59 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 59 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 2 กล่อง 100 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 2 กล่องในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจกสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกระปุก PET จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวม หารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลิตรัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกระปุก PET มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 16.30 บาท ดังนั้น ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตรัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกระปุก PET คือ

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{16.30} \\ &= 426 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 426 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 426 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 50 บาท ต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 952 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{7.30} \\ &= 952 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตรัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์คราฟท์สีเหลี่ยม พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 25.70 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนต่อหน่วย ที่ไม่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 5.08 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกึ่งสำเร็จรูป ประเภทกล่องกราฟที่สี่เหลี่ยม

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจิ้นแห้ง)	5.68		5.68	18.45
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	6.4		6.4	20.79
ค่าแรงงาน		5	5	16.24
ค่าไฟฟ้าอบขนมจิ้นแห้ง	0.48		0.48	1.56
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.14		0.14	0.45
ค่าบรรจุภัณฑ์	8		8	25.99
ค่าตัวแทนจำหน่าย	5		5	16.24
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				0.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.08	0.08	0.26
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	25.70	5.08	30.78	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.4 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องกราฟที่สี่เหลี่ยม ในรูปแบบการตั้งราคามุงที่ต้นทุน สามารถกำหนดได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวม} + \text{กำไรที่ต้องการ}$$

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = 30.78 + 30.78 \times \frac{30}{100}$$

$$= 40.01 \text{ บาทต่อหน่วย}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขที่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 49 บาท

ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์กล่องคราฟท์สีเหลือง) ในราคา 49 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 49 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 2 กล่อง 90 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 2 กล่องในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องคราฟท์สีเหลือง

จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวมหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องคราฟท์สีเหลือง มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 18.30 บาท ดังนั้น ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องคราฟท์สีเหลือง คือ

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{18.30} \\ &= 379 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 379 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 379 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 45 บาทต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 486 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{14.3} \\ &= 486 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์หิ้วควราฟท์ พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 40.40 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนต่อหน่วย ที่ไม่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 9.94 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยที่เป็นค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทกล่องหิ้วควราฟท์

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจีนแห้ง)	11.36		11.36	22.57
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	12.8		12.8	25.43
ค่าแรงงาน		9.78	9.78	19.43
ค่าไฟฟ้าอบขนมจีนแห้ง	0.96		0.96	1.91
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.28		0.28	0.56
ค่าบรรจุภัณฑ์	10		10	19.86
ค่าตัวแทนจำหน่าย	5		5	9.93
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				0.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.16	0.16	0.32
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	40.40	9.94	50.34	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.5 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องหิ้วคราฟท์ ในรูปแบบการตั้งราคามุงที่ต้นทุน สามารถกำหนดได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวม} + \text{กำไรที่ต้องการ}$$

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ราคาต่อหน่วย} &= 50.34 + 50.34 \times \frac{30}{100} \\ &= 65.44 \text{ บาทต่อหน่วย}\end{aligned}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 69 บาท ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์กล่องหิ้วคราฟท์) ในราคา 69 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 69 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 2 กล่อง 120 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 2 กล่องในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องหิ้วคราฟท์ จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวมหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องหิ้วคราฟท์ มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 18.82 บาท ดังนั้นปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจี่สำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องหิ้วคราฟท์ คือ

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{18.82} \\ &= 369 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 369 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 369 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 60 บาท ต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 707 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{9.82} \\ &= 707 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิບหน้าใสหลังพร่อยกันตั้ง พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 22.70 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 5.08 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยที่เป็นค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทถุงซิບหน้าใสหลังพร่อยกันตั้ง

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจีนแห้ง)	5.68		5.68	
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	6.4		6.4	
ค่าแรงงาน		5	5	
ค่าไฟฟ้าอบขนมจีนแห้ง	0.48		0.48	
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.14		0.14	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงินสด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ค่าบรรจุภัณฑ์	5		5	
ค่าตัวแทนจำหน่าย	5		5	
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.08	0.08	
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	22.70	5.08	27.78	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.6 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิบน้ำไสหลังพรอยกันตั้ง ในรูปแบบการตั้งราคาดมุงที่ต้นทุนสามารถกำหนดได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวม} + \text{กำไรที่ต้องการ}$$

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = 27.78 + 27.78 \times \frac{30}{100}$$

$$= 36.11 \text{ บาทต่อหน่วย}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 39 บาท

ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกึ่งสำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์ถุงซิบน้ำไสหลังพรอยกันตั้ง) ในราคา 39 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 39 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 3 แพ็ค 100 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 3 แพ็คในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจิ้นกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิบน้ำไสหลังพรอยกันตั้ง

จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวมหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิปลิ้นหน้าใส หลังพรอยกันตั้ง มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 11.30 บาท ดังนั้นปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิปลิ้นหน้าใส หลังพรอยกันตั้ง คือ

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{11.30} \\ &= 615 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 615 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 615 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 33.33 บาท ต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 1,232 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{5.63} \\ &= 1,232 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์ถุง OPP พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 17.05 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าตัวแทนจำหน่าย และมีต้นทุนต่อหน่วย ที่ไม่เป็นเงินสด รวมทั้งสิ้นจำนวน 5.08 บาท ซึ่งประกอบด้วยค่าแรงงาน และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยที่เป็นค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทถุง OPP

รายการ	เงินสด (บาท)	ไม่ใช่เงิน สด (บาท)	รวม (บาท)	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย				
ค่าวัตถุดิบ (ขนมจีนแห้ง)	5.68		5.68	25.67
ค่าวัตถุดิบ (น้ำยาแห้ง)	6.4		6.4	28.92
ค่าแรงงาน		5	5	22.59
ค่าไฟฟ้าอบขนมจีนแห้ง	0.48		0.48	2.17
ค่าไฟฟ้าอบน้ำยา	0.14		0.14	0.63
ค่าบรรจุภัณฑ์	.35		.35	1.58
ค่าตัวแทนจำหน่าย	4		4	18.08
ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย				
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การแปรรูป		0.08	0.08	0.36
ต้นทุนรวมต่อหน่วย	17.05	5.08	22.13	100

จากการคำนวณต้นทุนในตารางที่ 4.6 สามารถนำมากำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์ถุง OPP ในรูปแบบการตั้งราคามุงที่ต้นทุน สามารถกำหนดได้ดังนี้

ราคาต่อหน่วย = ต้นทุนรวม + กำไรที่ต้องการ

ดังนั้นการกำหนดราคาต่อหน่วย สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = 22.13 + 22.13 \times \frac{30}{100}$$

$$= 28.76 \text{ บาทต่อหน่วย}$$

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 29 บาท

ซึ่งจากผลการสัมภาษณ์ผู้บริโภคต่อราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป (บรรจุภัณฑ์ถุง OPP) ในราคา 29 บาท พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคา 29 บาท โดยพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ปริมาณและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะรู้สึกยินดีและเต็มใจจ่ายมากขึ้นเมื่อทางร้านลดราคาให้เป็น 4 แพ็ค 100 บาท เพราะรู้สึกสินค้าราคาไม่แพงและมีแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ 4 แพ็คในทันทีแบบไม่ลังเล

การคำนวณจุดคุ้มทุนผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ถุง OPP

จุดคุ้มทุนคือ ปริมาณขายที่ทำให้ธุรกิจเกิดความพอดีระหว่างรายได้รวมกับต้นทุนรวม การหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สามารถคำนวณจากการนำต้นทุนคงที่รวมหารด้วยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ดังนี้

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

โดยกำไรส่วนเกินต่อหน่วย = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากสมการข้างต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิบบนน้ำใส หลังพรอยกันตั้ง มีต้นทุนคงที่รวมเท่ากับ 6,949 บาท และมีกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเท่ากับ 6.95 บาท ดังนั้นปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิบบนน้ำใส หลังพรอยกันตั้ง คือ

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{6.95} \\ &= 999 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้จำนวน 999 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายได้ปริมาณมากกว่า 999 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

กรณีหากมีการลดราคาสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 25 บาทต่อหน่วย จะทำให้ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน มีปริมาณเปลี่ยนแปลงเป็น 2,062 หน่วย จึงจะคุ้มทุน โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} &= \frac{6,949}{2.95} \\ &= 2,355 \text{ หน่วย}\end{aligned}$$

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป

4.2.1 การใช้ระบบและเทคโนโลยีจัดการข้อมูลทางการบัญชี การคำนวณต้นทุน กำหนดราคาขาย และกำไรต่อหน่วย

ระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปที่มีความเหมาะสมกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถใช้โปรแกรมมาช่วยในการจัดการข้อมูลทางการบัญชี การคำนวณต้นทุน กำหนดราคาขาย และการทราบถึงกำไรต่อหน่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถแสดงตัวอย่างขั้นตอนและสูตรคำนวณในระบบโปรแกรม ได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดรายการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ต้นทุน ราคาขาย และกำไรต่อหน่วย (ดังตารางที่ 4.8)

ขั้นตอนที่ 2 คีย์ข้อมูลรายการ ประเภทสินค้า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย (ดังตารางที่ 4.9)

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดสูตรคำนวณ ต้นทุนรวมต่อหน่วย (ดังตารางที่ 4.10) และตรวจสอบผลลัพธ์ต้นทุนรวม (ดังตารางที่ 4.11)

ขั้นตอนที่ 4 การคำนวณราคาขายต่อหน่วย โดยต้องกำหนดกำไรที่ต้องการก่อน (ดังตารางที่ 4.12) และกำหนดสูตรคำนวณราคาต่อหน่วย (ดังตารางที่ 4.13) และตรวจสอบผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย (ดังตารางที่ 4.14)

ขั้นตอนที่ 5 กำหนดราคาขายตามเทคนิคกลยุทธ์การตลาด (ดังตารางที่ 4.15)

ขั้นตอนที่ 6 คำนวณกำไรต่อหน่วย โดยการกำหนดสูตรการคำนวณ (ดังตารางที่ 4.16) และตรวจสอบผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย (ดังตารางที่ 4.17)

ขั้นตอนที่ 7 การคำนวณกำไรต่อหน่วยและผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย กรณีมีส่วนลดในการจำหน่าย (ดังตารางที่ 4.18 - 4.19)

ตารางที่ 4.8 การตั้งค่างานรายการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ต้นทุน ราคาขาย และกำไรต่อหน่วย

N22												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	กำไรที่ต้องการ	ราคาขาย	ราคาขาย	กำไร
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย		ต่อหน่วย	กลยุทธ์การตลาด	ต่อหน่วย
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												

ในตารางที่ 4.8 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการการตั้งค่างานรายการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ต้นทุน ราคาขาย และกำไรต่อหน่วย ซึ่งประกอบด้วย ประเภทสินค้า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์ และค่าการตลาด เป็นต้น และต้นทุนคงที่ต่อหน่วย ต้นทุนรวมต่อหน่วย กำไรที่ต้องการ ราคาขายต่อหน่วย ราคาขายกลยุทธ์การตลาด และกำไรต่อหน่วย เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีข้อมูลต้นทุนที่ครบถ้วน อันจะนำไปสู่การกำหนดราคาขายและแสดงผลกำไรต่อหน่วยได้อย่างถูกต้อง

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลรายการ ประเภทสินค้า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย

N19												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	กำไรที่ต้องการ	ราคาขาย	ราคาขาย	กำไร
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย		ต่อหน่วย	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11					
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ในตารางที่ 4.9 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการกรอกข้อมูลจริงของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ประเภทสินค้า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์ และค่าการตลาด) และต้นทุนคงที่ต่อหน่วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะไปวิเคราะห์สรุปเป็นต้นทุนรวมต่อหน่วยต่อไป

ตารางที่ 4.10 แสดงการกำหนดสูตรคำนวณ ต้นทุนรวมต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	กำไรที่ต้องการ	ราคาขาย	ราคาขาย	กำไร
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย		ต่อหน่วย	กลยุทธ์การตลาด	ต่อหน่วย
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	=SUM(B3:G3)				
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ในตารางที่ 4.10 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการกำหนดสูตรการคำนวณ ต้นทุนรวมต่อหน่วย โดยใช้สูตร =SUM(B3:G3) ลงในช่อง H3 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณต้นทุนรวมต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ อีกทั้งเมื่อผู้ประกอบการ บันทึกข้อมูลรายการสินค้าประเภทอื่น ในช่องต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์ และค่าการตลาด) และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยเรียบร้อยแล้ว การคำนวณต้นทุนรวมต่อหน่วยของประเภทสินค้าอื่นก็เพียงลากก็อปปีจาก H3 ลงมา H4 เพียงเท่านี้ระบบจะคำนวณต้นทุนรวมให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยให้ ประหยัดเวลา สะดวก และง่าย รวมถึงมีความถูกต้อง แม่นยำสูง มาก

ตารางที่ 4.11 แสดงผลลัพธ์การคำนวณต้นทุนรวมต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	กำไรที่ต้องการ	ราคาขาย	ราคาขาย	กำไร
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย		ต่อหน่วย	กลยุทธ์การตลาด	ต่อหน่วย
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93				
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

จากตารางที่ 4.10 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณต้นทุนรวมให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.11 ซึ่งผลลัพธ์ของต้นทุนรวมที่ได้ คือ 40.93 ต่อหน่วย

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการกำหนดกำไรที่ต้องการต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	กำไรที่ต้องการต่อหน่วย	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาขายกลยุทธ์การตลาด	กำไรต่อหน่วย
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด						
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%			
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ในตารางที่ 4.12 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจจะต้องกำหนดกำไรที่ต้องการต่อหน่วย เพื่อเป็นข้อมูลในการคำนวณราคาขายต่อไป โดยในที่นี้กำหนดกำไรที่ต้องการอยู่ที่ 30%

ตารางที่ 4.13 แสดงการกำหนดสูตรคำนวณราคาต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	กำไรที่ต้องการต่อหน่วย	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาขายกลยุทธ์การตลาด	กำไรต่อหน่วย
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด						
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	=H3*I3+H3		
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ตารางที่ 4.13 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องกำหนดสูตรคำนวณราคาขายต่อหน่วย โดยใส่สูตร =H3*I3+H3 ลงในช่อง J3 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้วให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณราคาขายต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ อีกทั้งเมื่อผู้ประกอบการบันทึกข้อมูลรายการสินค้าประเภทอื่น ในช่องต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์ และค่าการตลาด) ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย ต้นทุนรวมต่อหน่วย กำไรที่ต้องการเรียบร้อยแล้ว การคำนวณราคาขายต่อหน่วยของประเภทสินค้าอื่นก็เพียงลากก๊อปปี้จาก J3 ลงมา J4 เพียงเท่านี้ระบบจะคำนวณราคาขายต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยให้ ประหยัดเวลา สะดวก และง่าย รวมถึงมีความถูกต้อง แม่นยำสูงมาก

ตารางที่ 4.14 แสดงผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย

N21												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	กำไรที่ต้องการต่อหน่วย	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาขายกลยุทธ์การตลาด	กำไรต่อหน่วย
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด						
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	53.21		
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

จากตารางที่ 4.13 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณราคาขายต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.14 ซึ่งผลลัพธ์ของราคาขายต่อหน่วยที่ได้ คือ 53.21 ต่อหน่วย

ตารางที่ 4.15 การกำหนดราคาขายตามเทคนิคกลยุทธ์การตลาด

N20												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	กำไรที่ต้องการต่อหน่วย	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาขายกลยุทธ์การตลาด	กำไรต่อหน่วย
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด						
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	53.21		59
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ในตารางที่ 4.15 เป็นการกำหนดราคาขายตามเทคนิคกลยุทธ์การตลาดเพื่อจูงใจ ดึงดูดใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อและยินดีจ่ายเร็วขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจฯ สามารถกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งในกรณีนี้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจกำหนดราคาเป็น 59 บาท

ตารางที่ 4.16 การกำหนดสูตรการคำนวณกำไรต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	กำไรที่ต้องการ	ราคาขาย	ราคาขาย	กำไร
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย		ต่อหน่วย	กลยุทธ์การตลาด	ต่อหน่วย
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	53.21		59 =K3-H3
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ตารางที่ 4.16 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องกำหนดสูตรการคำนวณกำไรต่อหน่วย โดยใช้สูตร =K3-H3 ลงในช่อง L3 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้วให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณกำไรต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ อีกทั้งเมื่อผู้ประกอบการบันทึกข้อมูลรายการสินค้าประเภทอื่นในช่องต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์ และค่าการตลาด) ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย ต้นทุนรวมต่อหน่วย กำไรที่ต้องการ ราคาขายต่อหน่วย และราคาขายตามกลยุทธ์การตลาดเรียบร้อยแล้ว การคำนวณกำไรต่อหน่วยของประเภทสินค้าอื่นก็เพียงลากก๊อปปี้จาก L3 ลงมา L4 เพียงเท่านี้ระบบจะคำนวณกำไรต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยให้ ประหยัดเวลา สะดวก และง่าย รวมถึงมีความถูกต้อง แม่นยำสูงมาก

ตารางที่ 4.17 แสดงผลลัพธ์กำไรต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	กำไรที่ต้องการ	ราคาขาย	ราคาขาย	กำไร
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด	ต่อหน่วย	ต่อหน่วย		ต่อหน่วย	กลยุทธ์การตลาด	ต่อหน่วย
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	53.21		59
4												18.07
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

จากตารางที่ 4.16 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณกำไรต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.17 ซึ่งผลลัพธ์ของกำไรต่อหน่วยที่ได้ คือ 18.07 ต่อหน่วย

ตารางที่ 4.18 การกำหนดสูตรคำนวณกำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	กำไรที่ต้องการต่อหน่วย	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาขายกลยุทธิ์การตลาด	กำไรต่อหน่วย
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด						
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	53.21	59	18.07
4											50	=K4-H3
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

ตารางที่ 4.18 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องกำหนดสูตรคำนวณกำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย โดยใช้สูตร =K4-H3 ลงในช่อง L4 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณกำไรต่อหน่วยกรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่ายให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งมีความถูกต้อง แม่นยำสูงมาก

ตารางที่ 4.19 แสดงผลลัพธ์กำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย					ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย	ต้นทุนรวมต่อหน่วย	กำไรที่ต้องการต่อหน่วย	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาขายกลยุทธิ์การตลาด	กำไรต่อหน่วย
2		ต้นทุนวัตถุดิบ	ค่าแรงงาน	ค่าไฟฟ้า	บรรจุภัณฑ์	ค่าการตลาด						
3	กล่องพิมพ์	14.21	6.81	0.8	14	5	0.11	40.93	30%	53.21	59	18.07
4											50	9.07
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

จากตารางที่ 4.18 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณกำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย ให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.19 ซึ่งผลลัพธ์ของกำไรต่อหน่วย กรณีที่มีส่วนลดในการจำหน่าย คือ 9.07 ต่อหน่วย

4.2.2 การคำนวณจุดคุ้มทุนโดยระบบและเทคโนโลยี

การคำนวณจุดคุ้มทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ที่มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถใช้โปรแกรมมาช่วยในการคำนวณจุดคุ้มทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสูตรการคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน คือ

$$\text{ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

จากสูตรการคำนวณจุดคุ้มทุนข้างต้น ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการพิมพ์รายการข้อความลงในบรรทัดแรก ซึ่งประกอบด้วย ประเภทสินค้า ต้นทุนคงที่รวม ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย กำไรส่วนเกินต่อหน่วย ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน เพื่อเป็นรายการข้อมูลในการคำนวณจุดคุ้มทุนและแสดง ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ต่อไป โดยมีรายละเอียดการพิมพ์รายการดังตารางที่ 20

ตารางที่ 4.20 แสดงรายการข้อมูลเพื่อแสดงปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

ตารางที่ 4.21 แสดงข้อมูล ประเภทสินค้า ต้นทุนคงที่รวม ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82		
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

ในตารางที่ 4.21 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการกรอกข้อมูลจริงของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ประเภทสินค้า ต้นทุนคงที่รวม ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะไปวิเคราะห์สรุปเป็นกำไรส่วนเกินต่อหน่วยต่อไป

ตารางที่ 4.22 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	=C3-D3	
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

ในตารางที่ 4.22 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการกำหนดสูตรการคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วย โดยใช้สูตร =C3-D3 ลงในช่อง E3 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ อีกทั้งเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบันทึกข้อมูลรายการสินค้าประเภทอื่น โดยการกรอกข้อมูลต้นทุนคงที่รวม ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ให้เรียบร้อยแล้ว การคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วยของสินค้าประเภทอื่นก็เพียงลากก๊อปปี้จาก E3 ลงมา E4 เพียงเท่านี้ระบบจะคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วยของสินค้าให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยให้ ประหยัดเวลา สะดวก และง่าย รวมถึงมีความถูกต้อง แม่นยำ สูงมาก

ตารางที่ 4.23 แสดงผลลัพธ์การคำนวณ กำไรส่วนเกินต่อหน่วย

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

จากตารางที่ 4.22 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วยให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.23 ซึ่งผลลัพธ์ของกำไรส่วนเกินต่อหน่วย คือ 18.18

ตารางที่ 4.24 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	=B3/E3
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

ในตารางที่ 4.24 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการกำหนดสูตรการคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน โดยใช้สูตร $=B3/E3$ ลงในช่อง F3 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ให้โดยอัตโนมัติ อีกทั้งเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบันทึกข้อมูลรายการสินค้าประเภทอื่น โดยกรอกข้อมูลต้นทุนคงที่รวม ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย และคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วยเรียบร้อยแล้ว การคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ของสินค้าประเภทอื่นก็เพียงลากก๊อปปี้จาก F3 ลงมา F4 เพียงเท่านี้ระบบจะคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ของสินค้าให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยให้ ประหยัดเวลา สะดวก และง่าย รวมถึงมีความถูกต้อง แม่นยำสูงมาก

ตารางที่ 4.25 แสดงผลลัพธ์การคำนวณ ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	382.23
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

จากตารางที่ 4.24 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน ให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.25 ซึ่งผลลัพธ์ของปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน คือ 382 หน่วย

ซึ่งผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำผลลัพธ์ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน นี้ไปวางแผนการผลิตและการจำหน่ายเพื่อสร้างผลกำไรต่อไปได้ โดยจากผลลัพธ์ข้างต้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายสินค้าได้จำนวน 382 หน่วย ก็จะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายสินค้าได้ปริมาณมากกว่า 382 หน่วย ก็จะเกิดกำไรต่อไป

ตารางที่ 4.26 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	382.23
4			50		=C4-D3	
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

ในตารางที่ 4.26 เป็นการกำหนดสูตรการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า โดยกำหนดราคาเป็น 50 บาทต่อหน่วย ดังนั้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องกรอกข้อมูลในช่องราคาขายต่อหน่วย เป็น 50 บาทต่อหน่วย จากนั้นทำการกำหนดสูตรการคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า โดยใส่สูตร =C4-D3 ลงในช่อง E4 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้วให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า ให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งการใช้โปรแกรมคำนวณจะมีความถูกต้อง แม่นยำสูงมาก

ตารางที่ 4.27 แสดงผลลัพธ์การคำนวณหากำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	382.23
4			50		9.18	
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

จากตารางที่ 4.26 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณกำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า ให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.27 ซึ่งผลลัพธ์ของกำไรส่วนเกินต่อหน่วย กรณีมีการลดราคาสินค้า คือ 9.18

ตารางที่ 4.28 แสดงการกำหนดสูตรการคำนวณหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	382.23
4			50		9.18	=B3/E4
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

ในตารางที่ 4.28 ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำการกำหนดสูตรการคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า โดยใช้สูตร $=B3/E4$ ลงในช่อง F4 ทั้งนี้เมื่อกำหนดสูตรดังกล่าวเรียบร้อยแล้วให้ Enter และโปรแกรมจะคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า ให้โดยอัตโนมัติ ซึ่งการใช้โปรแกรมคำนวณจะมีความถูกต้อง แม่นยำสูงมาก

ตารางที่ 4.29 แสดงผลลัพธ์การคำนวณหาปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า

	A	B	C	D	E	F
1	ประเภทสินค้า	ต้นทุนคงที่รวม	ราคาขายต่อหน่วย	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	กำไรส่วนเกินต่อหน่วย	ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน
2						
3	กล่องพิมพ์	6,949	59	40.82	18.18	382.23
4			50		9.18	756.97
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

จากตารางที่ 4.28 เมื่อกำหนดสูตรเสร็จ และ Enter ระบบจะคำนวณปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า ให้โดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.29 ผลลัพธ์ของปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า คือ 757 หน่วย

ซึ่งผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำผลลัพธ์ปริมาณ ณ จุดคุ้มทุน กรณีมีการลดราคาสินค้า นี้ไปวางแผนการผลิตและการจำหน่ายเพื่อสร้างผลกำไรต่อไปได้ โดยจากผลลัพธ์ข้างต้นผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายสินค้าได้จำนวน 757 หน่วย จึงจะคุ้มทุนพอดี และเมื่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขายสินค้าได้ปริมาณมากกว่า 757 หน่วย จึงจะเกิดกำไร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจอกสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าอบรมเพื่อรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจอกสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งรายละเอียดแสดงได้ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจอกสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน

รายการ	ความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
ด้านความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี	4.17	.72	มาก
ด้านการคำนวณต้นทุน	4.18	.65	มาก
ด้านการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	4.25	.76	มาก
ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจอกสำเร็จรูป	4.49	.81	มาก
ด้านขั้นตอนการบันทึกข้อมูลในระบบโปรแกรม	4.15	.67	มาก
ด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยให้การทำงานทางการบัญชีได้รวดเร็ว	4.21	.73	มาก
ด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยให้การตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนและการกำหนดราคาได้	4.41	.78	มาก
ด้านความง่ายและความสะดวกในการใช้ระบบและเทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน	4.20	.69	มาก
ด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยจัดการข้อมูลทางการบัญชีและการตัดสินใจทางธุรกิจ	4.34	.81	มาก

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

รายการ	ความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	SD.	แปลผล
ด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	4.12	.68	มาก
ด้านความง่ายและความสะดวกในการใช้ระบบและเทคโนโลยีวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	4.16	.81	มาก

จากตารางที่ 4.30 ผู้เข้ารับการถ่ายทอดมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูป คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 คะแนน รองลงมาคือ ด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยให้การตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนและการกำหนดราคาได้ คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คะแนน และด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยจัดการข้อมูลทางการบัญชีและการตัดสินใจทางธุรกิจ คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 คะแนน ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป 4) ถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชน สามารถสรุปผลการวิจัยตามลำดับ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 40.93 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคาดั้งเดิมที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 59 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 382 หน่วย

ผลการศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทกล่องใสสี่เหลี่ยม พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องใสสี่เหลี่ยม รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 36.32 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคาดั้งเดิมที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 49 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 545 หน่วย

ผลการศึกษาต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทกระปุก PET พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 42.78 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคาดั้งเดิมที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา

(Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 59 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 426 หน่วย

ผลการศึกษาด้านทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทกล่องคราฟท์สีเหลี่ยม พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 30.78 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคามุงที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 49 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 379 หน่วย

ผลการศึกษาด้านทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทกล่องหิ้วคราฟท์ พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 50.34 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคามุงที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 69 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 369 หน่วย

ผลการศึกษาด้านทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์ถุงซิปลิ้นไสหลังพรอยกันตั้ง พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 27.78 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคามุงที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 39 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 615 หน่วย

ผลการศึกษาด้านทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์ถุง OPP พบว่าต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาดผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนรวม) ของขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์ รวมทั้งสิ้นเท่ากับจำนวน 22.13 บาท สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสมจะใช้หลักการตั้งราคามุงที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) โดยการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งสามารถกำหนดราคาได้ในราคา 29 บาท และมีจุดคุ้มทุนคือ 999 หน่วย

สรุปการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปที่มีความเหมาะสมกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถแสดงตัวอย่างขั้นตอนและสูตรคำนวณในระบบโปรแกรม ได้ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 กำหนดรายการข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชี ต้นทุน ราคาขาย และกำไรต่อหน่วย ขั้นตอนที่ 2 คีย์ข้อมูลรายการ ประเภทสินค้า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย ขั้นตอนที่ 3 กำหนดสูตรคำนวณ ต้นทุนรวมต่อหน่วย และตรวจสอบผลลัพธ์ต้นทุนรวม ขั้นตอนที่ 4 การคำนวณราคาขายต่อหน่วย โดยต้องกำหนดกำไรที่ต้องการก่อน และกำหนดสูตรคำนวณราคาต่อ

หน่วย และตรวจสอบผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย ขั้นตอนที่ 5 กำหนดราคาขายตามเทคนิคกลยุทธ์การตลาด ขั้นตอนที่ 6 คำนวณกำไรต่อหน่วย โดยการกำหนดสูตรการคำนวณ ตรวจสอบผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย ขั้นตอนที่ 7 การคำนวณกำไรต่อหน่วยและผลลัพธ์ราคาขายต่อหน่วย กรณีมีส่วนลดในการจำหน่าย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีจัดการบัญชีและต้นทุน ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้ารับการถ่ายทอดมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 คะแนน รองลงมาคือ ด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยให้การตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนและการกำหนดราคาได้ คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คะแนน และด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยจัดการข้อมูลทางการเงินและการตัดสินใจทางธุรกิจ คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 คะแนน ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการสรุปผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจนำไปสู่การอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

การศึกษาต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด โดยสามารถสรุปเป็นต้นทุนผันแปรต่อหน่วยและต้นทุนคงที่ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยในการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปมีจำนวนมากที่สุด เมื่อเทียบกับต้นทุนคงที่ โดยต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าแรงงาน และค่าตัวแทนจำหน่าย สอดคล้องกับผลการวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าประเภทอาหารที่พบว่ามีต้นทุนผันแปรต่อหน่วยมากกว่าต้นทุนคงที่ เช่น งานวิจัยของ อรรถศาสตร์ วิเศียรศาสตร์ และคณะ (2557) ที่พบว่า ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสุกร (หมูหยอง หมูสวรรค์ หมูเส้นเค็ม หมูเส้นหวาน) มีจำนวนมากกว่าต้นทุนคงที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ไชยประคอง และ ปฐมชัย กรเลิศ (2561) ที่พบว่าต้นทุนผันแปรมากกว่าต้นทุนคงที่ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านหนองอาบช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

การตั้งราคาโดยยึดหลักการตั้งราวมุงที่ต้นทุนผนวกกับการกำหนดราคาตามหลักจิตวิทยา (Psychological Pricing) มีการตั้งราคาแบบเลขคี่ที่ดึงดูดใจลูกค้า (ลงท้ายด้วยเลข 9) ซึ่งผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปบวกกำไรที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 30 ของราคาทุน เป็นแนวคิดการตั้งราคาที่มุ่งต้นทุน (จิตติรัตน์ มีมาก และคณะ, 2552) แต่อย่างไรก็ตามหากคิดกำไรมากกว่าร้อยละ 30 จะทำให้ราคาจำหน่ายสูงเกินไปซึ่งอาจมีผลต่อปริมาณการจำหน่าย (อรรถศาสตร์ วิเศียรศาสตร์ และคณะ, 2557)

การใช้ระบบเทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป ที่มีความเหมาะสมกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้ระบบโปรแกรมในการคำนวณ พบว่ามีความสะดวก ง่าย และมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ พชรินทร์ใจเย็น และคณะ, (2560) ที่กล่าวว่าทางเลือกใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กับงานบัญชีสามารถเลือกประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้

การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การคำนวณต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป และการใช้เทคโนโลยีการจัดการบัญชีและต้นทุน ผู้เข้ารับการถ่ายทอดมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป รองลงมาคือด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยให้การตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนและการกำหนดราคาได้ และด้านระบบและเทคโนโลยีช่วยจัดการข้อมูลทางการบัญชีและการตัดสินใจทางธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถศาสตร์ วิเศียรศาสตร์ และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษาต้นทุนและราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสุกรของเกษตรกรในโครงการปิดทองหลังพระ หมู่บ้านโคกล่าม-แสงอร่าม ตำบลกุดหมาไฟ อำเภอนองวัวขอ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งช่วยให้เกษตรกรเข้าใจต้นทุนและสามารถกำหนดราคาจำหน่ายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ได้ศึกษาการบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าใจต้นทุนการผลิตและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกำไรในเชิงธุรกิจได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ละเอียด ศรีหาเหง่า (2561) ที่ได้วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่ง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเจดีย์แม่ครัว ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และผลการวิจัยทำให้กลุ่มแม่บ้านได้ทราบต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์มันฝรั่งซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจทางธุรกิจต่อไปได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์ การเข้าใจและทราบเกี่ยวกับต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูป ช่วยให้ ผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารต้นทุนการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้ ทั้งนี้จากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นว่าผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถลดต้นทุนในส่วนของต้นทุนผันแปรต่อหน่วยได้ โดยการวางแผนบริหารต้นทุนการผลิตด้วยการการลดต้นทุนค่าวัตถุดิบบางชนิด กล่าวคือ ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถปลูกวัตถุดิบและสมุนไพรสำหรับทำน้ำยาขนมจิ้งจิ้งสำเร็จรูปเองในชุมชนเอง เช่น ปลูกหอมแดง กระเทียม ข่า ตะไคร้ ใบมะกูด และสมุนไพร เป็นต้น ทั้งนี้การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น รวมถึงการปลูกสมุนไพรในพื้นที่ชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง จะสามารถลดต้นทุนการผลิต และเกิด

การใช้ประโยชน์วัตถุดิบในชุมชน ให้มีมูลค่าสูง เป็นการเพิ่มรายได้และผลกำไรให้กับผู้ประกอบการ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ รวมถึงการสร้างเครือข่ายการรับซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่นจากผู้ปลูกวัตถุดิบ และสมุนไพรในท้องถิ่น เพื่อเป็นการสนับสนุน ส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและลดต้นทุนการขนส่งได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการกำหนดราคา ในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ขนมจีนสำเร็จรูปกึ่งสำเร็จรูป ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบในการกำหนดราคาให้รอบด้าน เช่น การกำหนดราคาโดยพิจารณาต้นทุน การกำหนดราคาโดยพิจารณาคู่แข่ง การกำหนดราคาโดยพิจารณาความพอใจในการซื้อของลูกค้า การกำหนดราคาด้วยหลักจิตวิทยา เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะใช้หลักการตั้งราคาจากการพิจารณาเพียงต้นทุนการผลิตอย่างเดียวจะไม่เหมาะสม เพราะอาจส่งผลให้ธุรกิจแข่งขันไม่ได้ในตลาดได้

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะต้นทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างอื่น ๆ ที่มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจแปรรูปผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น สามารถนำไปใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลในการตัดสินใจทางธุรกิจและสามารถนำข้อมูลมาวางแผนบริหารต้นทุนให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นการสร้างรายได้สร้างอาชีพให้เกิดขึ้นในชุมชน ลดการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้าไปประกอบอาชีพในเมืองหลวงที่มีความแออัด ลดการทิ้งถิ่นฐานและครอบครัว เพื่อทุกคนจะได้อยู่กับครอบครัวที่อบอุ่น สร้างสังคมที่สงบ สุขต่อไป

บรรณานุกรม

- กนกพร สุรณ์สุกุล (2559). **การบัญชีเพื่อการจัดการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อักษรโสภณ.
- เฉลิมขวัญ คุรุบุญวงศ์ (2555). **การเงินธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฐิติรัตน์ มีมาก, ฉัตยาพร เสมอใจ และ คมกฤษ ปิติฤกษ์. (2552). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทศพร ไชยประคอง และ ปฐมชัย กรเลิศ (2561) ศึกษาและวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ และกำไรของผลิตภัณฑ์ของผ้าฝ้ายทอมือ: กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองอาบช้าง ตำบลสบเตี๊ยะ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**. 28(1): 71-83.
- พัชรินทร์ ใจเย็น ฤทธา มณีชัย ธิญลักษณ์ คริ่งธิ และณัฐวิทย์ บุญภาพ (2560). นักบัญชีกับเทคโนโลยียุคปัจจุบัน. **วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก**. 3(1): 196-207.
- ภาวินัย ธนาอนวัช (2563) ได้ศึกษาการบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี**. 9(1): 47-56.
- ละเอียด ศรีหาเหง้า (2561). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมันฝรั่งกลุ่มแม่บ้านเกษตรเจดีย์แม่ครัว ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น**. 12(1). 219-234.
- สมคิด บางโม. (2553). **การเป็นผู้ประกอบการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : เอสเค บุ๊คส์.
- สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. (2538). **ศัพท์บัญชี**. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง
- อรรถศาสตร์ วิเศียรศาสตร์ วิบูล เป็นสุข นิติ นิมาลา ศยามล ปรียาจารย์ อัจฉริยา สุริยา และ Soukvilay Vilavong (2557). ต้นทุนและราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสุกรของเกษตรกรในโครงการปิดทองหลังพระ หมู่บ้านโคกล่าม-แสงอร่าม ตำบลกุดหมากไฟ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี. **วารสารเกษตรพระวรุณ**. 11(2). 149-158.
- Bovée, C. L., Thill, J. V., & Mescon, M. H. (2007). **Excellence in business (3rd ed.)**. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Gartner, W. B., & Bellamy, M. G. (2008). **Enterprise**. Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Reeve, J.M., & Warren, C.S. (2008). **Principles of Financial and Managerial Accounting (9st ed.)**. Ohio: Thomson Higher Education.

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล นางสาวดอกอ้อ ขวัญนิน
Miss. Dokor Khwannin
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
3. ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
4. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง จ. เพชรบูรณ์ 76000
โทรศัพท์ 094-6041100 E-mail: beer_lee2411@hotmail.com
6. ประวัติการศึกษา
บข.บ. (บัญชีการเงิน) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
7. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
การบัญชีเพื่อการจัดการ การบัญชีต้นทุน การภาษีอากร การบริหารธุรกิจ
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
-
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
-
9. ผลงานตีพิมพ์
ดอกอ้อ ขวัญนิน และบรรลักษ์ณ์ เงินมา. (2561). การศึกษาโครงสร้างต้นทุนการผลิตอ้อยจังหวัด
เพชรบูรณ์. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3/2561. 15-16 กุมภาพันธ์ 2561 ณ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี. 68-76.
สาวิตรี วงศ์สุระเศรษฐ์ และดอกอ้อ ขวัญนิน. (2561). การจัดการโครงสร้างต้นทุนผลิตภัณฑ์ของฝาก
ของผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดเพชรบูรณ์. การประชุมวิชาการระดับชาติราชชมงคลสุรินทร์
ครั้งที่ 10. วิจัยและนวัตกรรมนำสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน. 19-20 กันยายน 2561 ณ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์. I-352 – I-359.

ประวัติคณะผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล นางกฤษฎิยา มูลศรี
Mrs. Kristiya Moonsri
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
3. ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง จ. เพชรบูรณ์ 76000
โทรศัพท์ 082-6695094 E-mail Kristiyatom@hotmail.com
6. ประวัติการศึกษา
ศศ.บ. (บริหารธุรกิจ) สถาบันราชภัฏเพชรบูรณ์
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยนเรศวร
บธ.ด. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม
ราชูปถัมภ์
7. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
บริหารธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการองค์กร
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
-
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
-
9. ผลงานตีพิมพ์
กฤษฎิยา มูลศรี (2563). สมการโครงสร้างแนวคิดแมคคินซี่ 7-s และการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผล
ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในเขตเศรษฐกิจหลวงพระบาง-อินโดจีน-เมะล้าโย. **WMS Journal
of Management**. 9(4): 63-79.
Moonsri, P., Pongpian, W. & Moonsri, K. (2017). Production of Activated Carbon from
Moldy Damged Tamarind-Pod. **Applied Mechanics And Materials**, Vol.855: 137-142.
กฤษฎิยา มูลศรี (2560). สมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ
พนักงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**. 27(1): 177-194
กฤษฎิยา มูลศรี, สุนทรี รอดดิษฐ์, วิไลพร วงษ์อินทร์ (2561). แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาค
ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท. **วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**. 7(1): 14-24.

- Kristiya Moonsri (2018). The Influence of Job Satisfaction Affecting Organizational Commitment of the Small and Medium Business Employee. **Asian Administration and Management Review**. 1(1): 138–146.
- Moonsri, K. & Moonsri, P. (2019). The Elements of Causal Factors Affecting Customer's Satisfaction at Hotels and Resorts. **PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research**. 8(1): 131 – 138.
- กฤษฎิญา มูลศรี (2562). กรอบแนวคิดแมคคินซี 7s และการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ธุรกิจ. **วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**. 8(1): 40-53.
- กฤษฎิญา มูลศรี (2562). ตัวแปรสำคัญของนวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**. 12(5): 146-166.
- กฤษฎิญา มูลศรี (2562). นวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. **MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences**. 8(2). 36 - 62.
- กฤษฎิญา มูลศรี (2562). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดการคุณภาพโดยรวมของธุรกิจในเขตระเบียงเศรษฐกิจหลวงพระบาง-อินโดจีน-มาเลเซีย. การประชุมวิชาการระดับชาติเครือข่ายวิจัยสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ ครั้งที่ 13 “ขับเคลื่อนพลังเครือข่ายการวิจัยและนวัตกรรม อย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาประเทศไทย 4.0 ให้ยั่งยืน”. 1561-1569.
- กฤษฎิญา มูลศรี (2562). สมการโครงสร้างแนวคิดแมคคินซี 7-s และการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในเขตเศรษฐกิจหลวงพระบาง-อินโดจีน-มาเลเซีย. **WMS Journal of Management**. 8(4): 63-79.
- นางวนารี ปลื้มจิตร ปณิดา ทองเทื้อ และ กฤษฎิญา มูลศรี (2563). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันวายในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding) การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 9 และระดับนานาชาติครั้งที่ 2 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2020” โดยเครือข่ายความร่วมมือระหว่างคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ. 906 – 918.
- อุไรวรรณ บุญประเสริฐ ธิตยา เกื้อนคุ้ม และ กฤษฎิญา มูลศรี (2563). **คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัล**. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding) การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 9 และระดับนานาชาติครั้งที่ 2 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2020” มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. 1054 - 1062.

นิศานาถ บุญปัน และ กฤษฎิญา มูลศรี (2562). การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเข้าพักใช้บริการธุรกิจรีสอร์ต. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding) การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 9 และระดับนานาชาติครั้งที่ 2 “วิทยาการจัดการวิชาการ 2020” มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. 776-785.