

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน โรงงานผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์ออสโมซิส และระบบโอโซน ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้นำแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) มาใช้เป็นทฤษฎีและแนวคิดหลัก ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การศึกษาต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการพิจารณาการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อนำมาประเมินผลโครงการและทำการตัดสินใจว่าควรปฏิเสธโครงการ หรือรับโครงการเพื่อการลงทุน

แนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539) คือการศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมดทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่ามหภาค และในขอบเขตที่ลึกลงไปที่เรียกว่าจุลภาค ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไป โดยจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรม ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ผลจากกิจกรรมดังกล่าวจะสรุป หรือสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินล่วงหน้า (Preform Financial Statement) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญนำมาประเมินผลและตัดสินใจว่าจะลงทุนในโครงการหรือไม่ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุนและความเสี่ยงว่าคุ้มกับเงินลงทุนและความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้อาจพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีผลต่อโครงการ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Marketing Analysis)

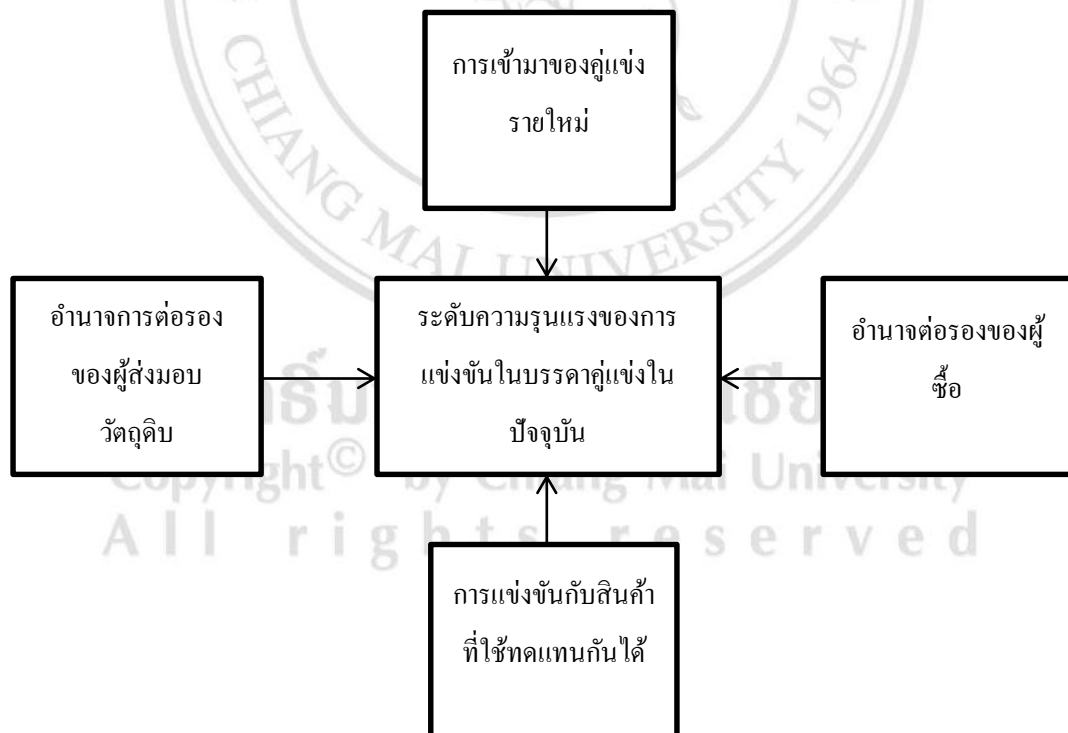
การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ในการเริ่มต้นธุรกิจขึ้นใหม่ ผู้ประกอบการจะต้องประเมินศักยภาพของตลาดหรือยอดขายทั้งหมดในขอบเขตที่ได้เลือกไว้ จุดมุ่งหมายหลักของการวิเคราะห์ด้านการตลาดเพื่อคาดคะเนยอดขาย

ที่คาดว่าจะได้รับ และค่าใช้จ่ายทางการตลาด เพื่อนำผลที่ได้ส่วนหนึ่งมาจัดทำงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่เป็นโอกาสของตลาดตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. การประเมินการความต้องการและสภาพตลาดโดยรวม ประกอบไปด้วย การประมาณความต้องการบริโภคสินค้า การพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางด้านสำมะโนประชากรของผู้ที่คาดว่าจะเป็น ลูกค้ำลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของขอบเขตการค้าเช่น รายได้ การคาดการณ์การเจริญเติบโต การพิจารณาด้านสังคมและวัฒนธรรมของตลาด ลักษณะการซื้อและความพอใจของผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ำ

2. การศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมของธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตน้ำดื่มเพื่อการบริโภค

การวิเคราะห์ในอุตสาหกรรมน้ำดื่มเพื่อการบริโภค โดยใช้แบบจำลอง Five Force Model ของ Michael E. Porter เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมขององค์กรและความน่าสนใจของอุตสาหกรรมในบรรดาตัวผลักดันทั้งห้า (Five Force) ในแบบจำลองนี้ประกอบด้วย



รูปที่ 2.1 แบบจำลอง Five Force Model ของ Michael E.Porter (ศ.พิชญ จงสถิตย์วัฒนา, 2548)

2.1 การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants) ในอุตสาหกรรมน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิสและระบบโอโซน กลุ่มแข่งรายใหม่จะเข้ามาได้ยากเพียงไร หากธุรกิจต้องใช้เงินลงทุนสูง และมีข้อกำหนดหลายอย่าง

2.2 การแข่งขันกับสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (Threat of Substitute Product) จากอุตสาหกรรมน้ำดื่มว่าน้ำดื่มมีสินค้าหรือเครื่องดื่มประเภทใดบ้างที่สามารถทดแทนได้

2.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Supplier) ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากน้อยเพียงใด หากเป็นธุรกิจที่พึ่งพาลูกค้ารายใหญ่จะทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจมากกว่าบริษัท ทำให้การขึ้นราคาสินค้าเป็นไปได้ยาก

2.4 อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Buyers) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบมีอำนาจการต่อรองมากน้อยเพียงไร

2.5 ระดับความรุนแรงของการแข่งขันในบรรดาคู่แข่งในปัจจุบัน (Rivalry Among Existing Competitors) พิจารณาคู่แข่งว่ามีความสามารถในการแข่งขันมากน้อยเพียงไร โดยสามารถวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมธุรกิจของกลุ่มเทียบกับบริษัท

3. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

3.1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่สามารถเสนอขายให้กับตลาด เพื่อเรียกร้องความสนใจให้เป็นเจ้าของเพื่อการอุปโภคหรือการบริโภค ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วยตัวสินค้าและบริการ ตราสัญลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุหีบห่อ การใช้เทคโนโลยี

3.2. ราคา การกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสม เพื่อช่วยให้สามารถจำหน่ายสินค้าไปสู่ที่มีความต้องการ เช่น ระยะเวลาในการให้เครดิต

3.3. สถานที่ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ไม่ได้หมายถึงเฉพาะสถานที่จัดจำหน่ายอย่างเดียว แต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผ่านคนกลางต่างๆอย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร

3.4. การส่งเสริมการตลาด เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายของกิจการซึ่งกิจการจะต้องพิจารณาและวางแผนเลือกใช้วิธีการต่างๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อให้การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น ข้อเสนอพิเศษ การให้ส่วนลด

การวิเคราะห์ด้านการเทคนิค (Technical Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ระบบการผลิตน้ำดื่มด้วยระบบรีเวอร์สออสโมซิส และระบบโอโซน กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการ

เลือกทำเลที่ตั้ง ขนาดโรงงาน ตารางการผลิต การจัดหาเครื่องจักรอุปกรณ์ ประสิทธิภาพการบำรุงรักษา และสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต ความต้องการและคุณสมบัติของแรงงาน จุดมุ่งหมายเพื่อการคาดคะเนต้นทุนและเงินลงทุนต่างๆเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินต่อไปดังนี้

1. เงินลงทุนถาวร คือ เงินลงทุนเริ่มแรกในส่วนที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักรอุปกรณ์ ยานพาหนะ และเครื่องใช้สำนักงาน

2. ค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็นค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าวัสดุการผลิต และทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

3. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเองนอกเหนือจากปกติ ซึ่งจ่ายในช่วงระยะเวลาเริ่มเปิดดำเนินการระยะแรกๆเท่านั้น เช่น ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตต่างๆจากหน่วยงานราชการ เช่น ใบอนุญาตตั้งโรงงาน ค่าจดทะเบียน การขอมาตรฐานอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการจัดการนั้นเป็นการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบขององค์กรที่ใช้ในการดำเนินงานที่เหมาะสม โดยศึกษาถึง (ทิพพาวรรณ ณีฐธิตา, 2549)

1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมก่อนการดำเนินงาน
2. การจัดการโครงสร้างองค์กรธุรกิจ
3. ระบบการบริหารงานบุคคล และกระบวนการบริหารงานบุคคล
4. การวางแผนความต้องการกำลังคน
5. การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละสายงานและตำแหน่งงาน
6. การกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน ตลอดจนค่าตอบแทน

ของบุคลากร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)

ฐาปนา ฉันทไพศาล (2542) แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับบุคคลผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเงินของธุรกิจ ไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม มีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติ 3 ประการคือ

1. การคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน หมายถึง การพยากรณ์และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่างๆทางการเงินที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคตทั้งนี้โดยวิธีการเน้นให้เห็นถึงกระแสเงินที่เข้ามาและกระแสเงินที่ออกไปจากธุรกิจนั้น

2. การจัดหาเงินทุน หมายถึง การจัดหาเงินทุนมาเพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรมนั้นเป็นเรื่องของการบอกให้รู้ว่ากิจการจะนำเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ผู้ต้องการเมื่อไหร่ หาได้จากแหล่งใดและด้วยวิธีการอย่างไรทั้งนี้รวมถึงเรื่องที่จะต้องติดตามหาผู้ที่มีเงินทุน วิธีการที่จะต้องจัดการให้ตรงเวลา และรวมทั้งการสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้ที่มีเงินทุนที่จะยอมให้กู้ยืม

ธุรกิจ จำเป็นต้องมีต้นทุน ซึ่งหมายถึง เงินทุนระยะยาว ได้แก่ หนี้สินระยะยาว หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นสามัญ และกำไรสะสม ซึ่งเงินทุนเหล่านี้ ล้วนมี "ต้นทุน" ซึ่งหมายถึง รายจ่ายที่กิจการจะต้องจ่ายตอบแทนแก่แหล่งเงินทุนเหล่านั้น เช่น ดอกเบี้ย และ ผลตอบแทน สามารถคำนวณได้ดังนี้

การคำนวณต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted Average Cost of Capital raised for additional fund (WACC)) สามารถคำนวณหาได้จากสูตรดังนี้

$$WACC = w_d k_d(1-T) + w_p k_p + w_c k_s$$

โดย k_d = อัตราดอกเบี้ยของหนี้สิน (ต้นทุนของดอกเบี้ยก่อนภาษี)

$k_d(1 - T)$ = ต้นทุนของดอกเบี้ยหลังภาษี

k_p = ต้นทุนของหุ้นบุริมสิทธิ

k_s = ต้นทุนของส่วนของผู้ถือหุ้น

w_d = สัดส่วนของหนี้สิน

w_e = สัดส่วนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น

ซึ่ง k_s หาได้จากสูตร

$$k_s = \frac{D_1}{P_0} + g$$

D_1 = เงินปันผลที่คาดว่าจะจ่ายในปีหน้า

P_0 = ราคาตลาดปัจจุบันต่อหุ้น

g = อัตราจ่ายเงินปันผลหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นทุกปีในอัตราราคาที่ 5%

3. การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจ หมายถึง การจัดสรรเงินทุนไปในสินทรัพย์อย่างไรที่จะก่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด นั่นคือ จะต้องให้ความสำคัญระหว่างความสามารถในการทำกำไร (Profitability) และสภาพคล่อง (Liquidity) ของกิจการซึ่งจะพิจารณาดังนี้

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน หมายถึงการวิเคราะห์ถึงจุดที่ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจจำหน่ายออกไปแล้ว มีผลทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าหรือบริการ บวกค่าใช้จ่ายที่จ่ายออกไปในรอบระยะเวลาหนึ่งๆ โดยสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$Q = \frac{F}{P - V}$$

โดย Q = ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน
 F = ค่าใช้จ่ายคงที่
 P-V = กำไรผันแปรต่อหน่วย
 P = ราคาต่อหน่วย
 V = ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

งวดเวลาคืนทุน หมายถึงระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับจากโครงการในแต่ละปี มาเปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนเมื่อโครงการเริ่มว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนตอนเริ่มโครงการ

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินสดจ่ายลงทุน}}{\text{กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value: NPV) หมายถึงผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ คำนวณจากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \sum_{i=1}^n \frac{B_i}{(1+k)^i} - C_0$$

โดย Bi = กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีที่ 1 ถึงปีที่ n
 k = อัตราลดค่า
 Co = เงินสดจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate Return : IRR) หมายถึงอัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับ เท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิคำนวณจากสูตร

$$C_0 = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}$$

โดย B_t = กระแสเงินสดสุทธิรายปีตั้งแต่ปลายปีที่ 1 ถึงปีที่ n
 r = อัตราผลตอบแทนลดค่า (อัตราผลตอบแทนภายใน)
 C_0 = เงินสดจ่ายลงทุนตอนเริ่มโครงการ
 t = ปีที่ดำเนินโครงการ 1,2,3 ,... n
 n = อายุโครงการ

การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity analysis) คือการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนการลงทุน อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่างๆ เช่น ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนขายต่อหน่วย ปริมาณยอดขาย เป็นต้น โดยการใช้การจำลองสถานการณ์ คือ การกำหนดปริมาณหรืออัตราเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สำคัญ และวัดผลที่เกิดขึ้นจาการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนั้นๆ ที่มีผลต่อผลตอบแทนในการลงทุน เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงยอดขายที่ปรากฏรวมการเงินล่วงหน้า (ในขณะที่ตัวแปรอื่นๆคงที่) จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนโครงการกรณีที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงยอดขาย (ซึ่งเรียกกรณีฐาน) โดยปกติตัวแปรที่จะพิจารณา ได้แก่ ยอดขาย ต้นทุนสินค้าขาย เป็นต้น

โดยในการศึกษาครั้งนี้ จะนำเอาทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการศึกษาคำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่กำหนดข้างต้น

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุทธพร พิ้งแสง (2545) ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินในการผลิตน้ำดื่มของวิสาหกิจในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความเหมาะสมในการลงทุนการผลิตน้ำดื่มของบริษัทพบว่า เมื่อโครงการดังกล่าวมีความเหมาะสมต่อการลงทุนโดยมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 21% อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) เท่ากับ 1.41 และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 11 เดือน ที่คิดอัตราส่วนละ ในอัตราร้อยละ 10 จะเห็นได้ว่าค่า NPV มีค่ามากกว่า ศูนย์,

IRR มีค่ามากกว่าอัตราส่วนลดและ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุนมีค่ามากกว่า 1 ดังนั้นโดยสรุปแล้วโครงการนี้คุ้มค่าต่อการลงทุน

อริคม ชนะ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโรงงานผลิตน้ำแข็ง ในเขตอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าไม่ควรลงทุนจัดตั้งโรงงาน เนื่องจากเป็นโครงการที่ให้ผลตอบแทนการลงทุนลดค่าน้อยกว่า ร้อยละ 15 โดยผลวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านต่างๆเป็นดังนี้ในเรื่องของการวิเคราะห์ทางการตลาด พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาในเรื่องของการให้บริการที่ไม่ตรงเวลา และสินค้าขาดในช่วงเทศกาลหรือในช่วงฤดูร้อน ซึ่งปริมาณการสั่งซื้อจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลที่บางครั้งไม่มีความแน่นอนทำให้ยากต่อการณ์คาดคะเน ทางด้านการวิเคราะห์ด้านเทคนิค ในด้านทำเลที่ตั้งในเขตอำเภออมก๋อย อำเภอฮอด อำเภอดอยเต่า ในปัจจุบันยังไม่มีผู้ประกอบการโรงงานน้ำแข็งในเขตอำเภอดังกล่าว ซึ่งอำเภอฮอดจัดว่าเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลางของอำเภอต่างๆใกล้เคียง ทำให้สามารถเดินทางไปยังอำเภอต่างๆได้สะดวกจึงเหมาะสมในแง่ของทำเลที่ตั้ง ในส่วนของการผลิตนั้น จะต้องหมั่นดูแลและซ่อมบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ตามกำหนด รวมทั้งต้องควบคุมคุณภาพน้ำแข็งให้ได้มาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ทั้งนี้การประกอบกิจการอุตสาหกรรมผลิตน้ำแข็งจะต้องได้รับใบอนุญาตโรงงานผลิตอาหารจากกระทรวงสาธารณสุข จึงจะสามารถดำเนินกิจการได้ การวิเคราะห์ด้านการจัดการ ทางด้านบุคลากรส่วนใหญ่ของโรงงานสามารถจัดหาได้ในท้องถิ่น การวิเคราะห์ด้านการเงิน ตามโครงการมีการลงทุนทั้งสิ้น 16,150,000 บาท มาจากส่วนของผู้เป็นหุ้นส่วน 9,100,000 บาท และจากการกู้ยืมสถาบันทางการเงิน 7,000,000 บาท จากการประมาณผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินพบว่าการลงทุนโรงงานผลิตน้ำแข็ง ในอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ ประสพผลขาดทุนเรื่องจากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย ทำให้มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนลดค่าเท่า ร้อยละ 13 จึงสามารถสรุปได้ว่า ไม่คุ้มค่าในการจัดตั้งโรงงานผลิตน้ำแข็ง ในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่

สิทธิชัย วงษ์ชูเครือ (2548) ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตน้ำดื่ม บริษัท เชียงใหม่ โพลสตาร์ จำกัด โดยการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรม เพื่อหาต้นทุนที่แท้จริงของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการกำหนดราคา รวมถึงเพื่อทราบข้อมูลสำหรับการปรับปรุงต้นทุนการผลิตในโรงงาน โดยเริ่มจากวิเคราะห์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในการผลิตเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรที่ใช้ซึ่งเป็นแหล่งก่อให้เกิดต้นทุนกำหนดตัวผลักดันต้นทุนของทรัพยากร (Resource Cost Drivers) เพื่อใช้ในการปันส่วนทรัพยากรไปสู่กิจกรรมคำนวณต้นทุนกิจกรรมจากนั้นกำหนดตัว ผลักดันต้นทุนของกิจกรรม (Activity Cost Drivers) คำนวณอัตราต้นทุนต่อหน่วยของกิจกรรมและ จัดสรรต้นทุนกิจกรรมสู่ผลิตภัณฑ์คำนวณสรุปต้นทุนของผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ พบว่า โครงสร้างต้นทุนของบริษัท

แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ ต้นทุนค่าแรงงาน และต้นทุนค่าโชห่วยโดยเฉพาะต้นทุนค่าโชห่วย มีสัดส่วน สูงถึง 44.37% ของต้นทุนรวมทั้งหมดระบบต้นทุนกิจกรรมช่วยให้การจัดสรรต้นทุนค่าโชห่วยมีความถูกต้องมากกว่าการคิดต้นทุนแบบเดิมซึ่งต้นทุนคำนวณ โดยใช้ปริมาณน้ำที่ผลิตได้ (ลิตร) เป็นตัว ผลักดันต้นทุนเพียงอย่างเดียว เมื่อเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนแบบเดิมและต้นทุนตามระบบต้นทุนกิจกรรมในจำนวนผลิตภัณฑ์ตัวอย่างทั้งหมด 12 ผลิตภัณฑ์มี 10 ผลิตภัณฑ์มีต้นทุนสูงขึ้นกว่าเดิมและ 2 ผลิตภัณฑ์มีต้นทุนลดลงเมื่อเปรียบเทียบต้นทุน โดยใช้ระบบต้นทุนกิจกรรมกับราคาขายมี ผลิตภัณฑ์ 4 ผลิตภัณฑ์ที่ต้นทุนสูงกว่าราคาขายซึ่งต้นทุนที่สูงเกิดจากการใช้เครื่องจักรไม่เต็มประสิทธิภาพแนวทางในการลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ 4 ผลิตภัณฑ์เหล่านี้คือหากกลยุทธ์ในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตและช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยลง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved