

**การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ
: กรณีศึกษา ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย
บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา**



ธัญสิริ สง่างาม

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยทักษิณ**

2552



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

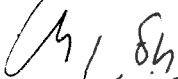
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยทักษิณ

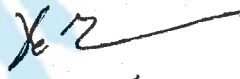
ชื่อวิทยานิพนธ์ : การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ :
กรณีศึกษา ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด
จังหวัดสงขลา

ชื่อ-ชื่อสกุลผู้ทำวิทยานิพนธ์ : นางสาวรัชฎิณี สง่างาม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

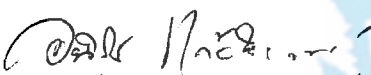
คณะกรรมการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์

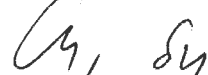

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินศักดิ์ สุวรรณอังกริช)


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นวลฉวี แสงชัย)

ประธานที่ปรึกษา


ประจักษ์กรรมการ

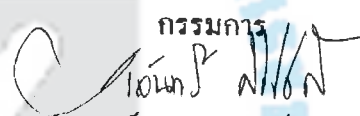

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจันงค์)


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินศักดิ์ สุวรรณอังกริช)

กรรมการที่ปรึกษา

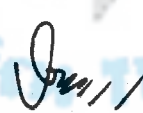
กรรมการ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจันงค์)


(อาจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ)

กรรมการ

มหาวิทยาลัยทักษิณอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคำ
ตัดสินของปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ ของมหาวิทยาลัยทักษิณ


(รองศาสตราจารย์ประคินธุ์ มีสุข)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่...28... เดือน ...ตุลาคม... พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยทักษิณ

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ทำให้ผู้เขียนซาบซึ้งในพระคุณของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินศักดิ์ สุวรรณอังกริช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจำนงค์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญบรรณ เหลือรุ่งเรือง ผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านต้นทุน อาจารย์โกมลฉัตร เกตตะพันธ์ และกรรมการทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำทางวิชาการเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณนายจำลอง และนางสัมพันธ์ สง่างาม บิดาและมารดาให้ความรักความห่วงใยตลอดจนเป็นกำลังใจอันยิ่งใหญ่แก่ผู้เขียนและขอขอบคุณสมาชิกทุกคนในครอบครัว

อนึ่ง หากวิทยานิพนธ์นี้มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้สนใจ ผู้เขียนขออุทิศให้แก่บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่านส่วนความผิดพลาดและข้อบกพร่องใด ๆ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ธัญสิริ สง่างาม



บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์ : การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ :
กรณีศึกษา ชุคสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด
จังหวัดสงขลา

ชื่อ – ชื่อสกุลผู้ทำวิทยานิพนธ์ : นางสาวธัญสิริ สง่างาม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินตศักดิ์ สุวรรณอัจฉริย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจำนงค์

ปริญญาและสาขาวิชา : ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ

ปีการศึกษาที่สำเร็จ : 2552

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา ชุคสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา โดยในการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลาเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นข้อมูลทางการเงินที่ได้มีการเก็บรวบรวมเอาไว้แล้วของบริษัทฯ ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ต้นทุน – ปริมาณ – กำไร (CVP.Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break even Analysis) การวางแผนกำไร โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing ตามคัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series methods) สำหรับการพยากรณ์ยอดขายปี พ.ศ. 2552 และการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic ผลการศึกษา พบว่า รายได้ชุคสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 17,216,265 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 19,243,304 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 10.5% จากการวางแผนกำไรในปี พ.ศ. 2552 พบว่า รายได้ชุคสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 18,399,913 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 4.38% การวางแผนกำไรของชุคสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยในเดือนที่ประสมกับภาวการณ์ขาดทุนในเดือนมิถุนายน โดยต้องเพิ่มรายได้ในเดือนมิถุนายนไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท เพิ่มปริมาณการจำหน่าย (จำนวนนักท่องเที่ยว) ในเดือนมิถุนายนไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสียหายในการขาดทุน

การแสดงผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบผลกำไรและผลขาดทุนของบริษัทฯ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนกำไรเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ของตลาดไม่มีผลต่อขนาดของรายได้และปริมาณการจำหน่ายสินค้า เนื่องจาก บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด ใช้กลยุทธ์เครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ต่างประเทศในการควบคุมต้นทุน จุดคุ้มทุนและสร้างความได้เปรียบการกำหนดนโยบายราคาในการแข่งขัน



Abstract

Thesis Title : Break Even Analysis and Profit Planning of Foreign Tourisms Business

: Casestudy Malaysia Tours Package of Sunny Tours Co,Ltd. in Songkhla

Name Miss : Thanyasiri Sanga - ngam

Thesis Advisor Professor : Dr. Chinnasak Suwanuschariya

Professor : Dr. Aniwat Kewjumnong

Department : Master of Business Administration in Business Management

Academic Year : 2009

This research there are objectives for analysis the break-even and profit planning of foreign country tour business : Case study of tour product sets of Malaysia Country, Sunny Tour Company Ltd., Songkhla Province by collection the secondary data of time series per month since January 2007 – December 2008 Which is financial data are collected by company. The instrument for analysis data by using cost volume profit analysis, break-even analysis, profit planning by using quantitative prediction technique by single exponential smoothing of time-series method for predict sale top of 2009 year and measuring the statistical accurate by Theil's U-statistic method. The finding indicated that the income from tour product sets of Malaysia Country which ability to make profit to the company in 2007 year is equal 17,216,265 baths and in 2008 year is equal 19,243,304 baths by increasing 10.5% from profit planning in 2009 year to found out that the tour product sets of Malaysia Country and ability to make profit to the company in 2009 year is equal 18,399,913 baths by decreasing is equal 4.38%. The profit planning of tour product sets of Malaysia Country in 2009 year have over profit rate that safety while lose money month in June by must increase the income on June not less than 313,183.99 baths and September is equal 523,401.34 by increasing sale quantity (tourists) on June not less than 78 persons and September is equal 131 persons should be safe business from lose money risk.

Presentation the data analysis make to known the profit and lose money result of company. The administrator ability to bring those data to profit plan for achieve as target by market status changing not effecting to size of income and product sale quantity of tour product

sets of Malaysia Country because the Sunny Tour Company Ltd.using network strategy by foreign country operator tour for control the cost, break-even and make advantage for determine the competition price policy.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ข้อมูลธุรกิจการท่องเที่ยวและบริษัทชั้นนำ	4
แนวคิดในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว	6
แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
กรอบแนวคิดในการวิจัย	37
3 วิธีดำเนินการวิจัย	38
รูปแบบการวิจัย	38
กรณีศึกษา	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	39
4 ผลการวิจัย	45
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ผลการวิเคราะห์	46
5 บทย่อ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	75
บทย่อ	75
สรุปผล	76
อภิปรายผล	87
ข้อเสนอแนะ	89

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก บทสัมภาษณ์	95
ภาคผนวก ข การประมวลผลข้อมูลทศนิยม	99
ประวัติผู้วิจัย	116



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550-2551	40
2 รายได้รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ, รายได้ชูดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซียและร้อยละของรายได้ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550-255135	47
3 ดัชนีต้นทุนแปรรวมชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2550 – 2551	48
4 แสดงอัตรากำไรส่วนเกินรวมของชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2550 -2551	48
5 แสดงต้นทุนคงที่รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2550-2551	49
6 จุดคุ้มทุนรวม, จุดคุ้มทุนประเทศมาเลเซียและจุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย	51
7 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552	53
8 การพยากรณ์รายได้รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2522	54
9 การพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2522	55
10 การพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2522	56
11 การพยากรณ์รายได้ชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522	57
12 การพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย	58
13 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522	59
14 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์รายได้รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยว ทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2522	61
15 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยว ทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2522	62
16 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชูดสินค้าการท่องเที่ยว ทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2522	63
17 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์รายได้ชูดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522	65
19 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522	66
20 รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ, รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซียและร้อยละของรายได้ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522	67
21 ดัชนีทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552	68
22 อัตรากำไรส่วนเกินในการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552	69
23 แสดงดัชนีทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552	70
24 จุดคุ้มทุนรวม จุดคุ้มทุนประเทศมาเลเซียและจุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552	71
25 แสดงอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยของปริมาณขายและรายได้ของชุดสินค้า การท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522	73
26 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522	82
27 เปรียบเทียบรายได้รวมปี พ.ศ. 2550 – 2552	85
28 เปรียบเทียบรายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 – 2552	86
29 การทดสอบค่าอัลฟาร์ในการพยากรณ์	100
30 แสดงดัชนีทุนประจำปี พ.ศ. 2550	101
31 แสดงดัชนีทุนประจำปี พ.ศ. 2551	103
32 แสดงค่าใช้จ่ายคงที่ปี พ.ศ. 2550 – 2551	105
33 แสดงรายได้ประจำปี พ.ศ. 2550	106
34 แสดงรายได้ประจำปี พ.ศ. 2551	108
35 การประมวลผลข้อมูลปี พ.ศ. 2550	110
36 การประมวลผลข้อมูลปี พ.ศ. 2551	112
37 การประมวลผลข้อมูลปี พ.ศ. 2552	114

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพแสดงหน้าที่ของธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วทวีปโอเชียเนีย	8
2 ภาพแสดงการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว	10
3 ภาพแสดงแผนผังการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว	15
4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	37



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและเป็นที่น่าสนใจทั้งในภาครัฐและเอกชน เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจให้ไปในทิศทางที่ดีขึ้น ประกอบกับปัจจุบันคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและเพิ่มความสุขให้กับตนเอง โดยการไปท่องเที่ยวยังที่ต่าง ๆ ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญเติบโตตามไปด้วย

โดยทั่วไปธุรกิจการท่องเที่ยวได้แบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 แบบ คือ แลนด์โอเปอเรเตอร์ (การท่องเที่ยวในประเทศ) และทัวร์โอเปอเรเตอร์ (การท่องเที่ยวต่างประเทศ) โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวทั้งสองแบบมีลักษณะของการเดินทางไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แลนด์โอเปอเรเตอร์ เป็นผู้ประกอบการรับจ้างพานักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชำนาญเป็นพิเศษภายในประเทศ มีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับเอเจนซีหรือนายหน้าการท่องเที่ยว มีทรัพย์สินของตัวเองหรืออาจเช่าเหมาในการนำเที่ยวและมีกิจกรรมทุกอย่างเกิดขึ้นภายในประเทศ สำหรับทัวร์โอเปอเรเตอร์เป็นลักษณะของผู้ประกอบการที่จัดกรุ๊ปทัวร์ขึ้นเองในการนำนักท่องเที่ยวภายในประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ มีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับเครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ในประเทศนั้น ๆ

การท่องเที่ยวแบบทัวร์โอเปอเรเตอร์ เริ่มเข้ามามีบทบาทในภาคใต้ตอนล่างในปี พ.ศ. 2520 เนื่องจากมีเขตแดนเชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ อำเภอลำโพง จังหวัดสงขลา มากขึ้น ด้วยเหตุผลว่า อำเภอลำโพง จังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่ที่มีจุดเชื่อมต่อกับชายแดนของประเทศมาเลเซียมากที่สุด และเป็นศูนย์รวมของความเจริญทางด้านต่าง ๆ จึงทำให้เกิดผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศรายแรก ในอำเภอลำโพง จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ. 2520 เช่นกัน

สมาคมการท่องเที่ยวภาคใต้เขต 1 (2551 : 18) ได้เขียนข้อความในคอนหนึ่งกล่าวไว้ว่า “บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด เป็นผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีความชำนาญในเส้นทาง การท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 30 ปี โดยเฉพาะเส้นทางประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ได้เป็นที่ยอมรับจากสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ให้เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สุดสำหรับการ

ท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง”

บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด (2551 : 125) ได้แสดงปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ทำให้ทราบว่าชุดสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียสำหรับการท่องเที่ยวแบบทัวร์โอเปอเรเตอร์ ถือเป็นรายได้หลักของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีสัดส่วน 87% ในปี พ.ศ. 2550 และ 89.45% ในปี พ.ศ. 2551 ดังนั้นชุดสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในการกำหนดรายได้และกำไรของบริษัทฯ ในภาพรวม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการวางแผนการจำหน่ายและกำหนดราคาในเส้นทางดังกล่าว

ในการดำเนินธุรกิจ หากปราศจากกำไร บริษัทฯ ก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ เนื่องจากการประกอบธุรกิจต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น หากมีรายได้ไม่ครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายอาจส่งผลให้ธุรกิจประสบกับภาวะการล้มขาดทุน จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ควรทราบเพื่อใช้เป็นเป็นแนวทางในการวางแผนกำไรซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด
2. เพื่อวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยในงานชิ้นนี้ ได้แก่
1. ทำให้ทราบต้นทุนและค่าใช้จ่ายของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย
 2. สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจำหน่ายในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดทุน
 3. สามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่ที่ศึกษา ศึกษาสถานประกอบการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเลือกสถานประกอบการที่มีทัวร์โอเปอเรเตอร์ในการท่องเที่ยวไปต่างประเทศคือ บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด (SUNNY TOURS CO.LTD.) โดยเป็นสถานประกอบการที่ริเริ่มเป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์การท่องเที่ยวไปต่างประเทศ

2. ขอบเขตระยะเวลา ศึกษาข้อมูลย้อนหลัง 2 ปี ของบริษัทชันนี่ทัวร์ ในการนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศ คือ ปี พ.ศ.2550 - 2551 ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

3. ขอบเขตเนื้อหา ศึกษาข้อมูลของบริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด ในประเด็น

3.1 ต้นทุนคงที่

3.2 ต้นทุนผันแปร

3.3 จำนวนนักท่องเที่ยว

3.4 ข้อมูลราคาชุดสินค้าการท่องเที่ยว

3.5 ข้อมูลปริมาณการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยว

3.6 องค์ประกอบของสินค้าการท่องเที่ยว ประกอบด้วย รายละเอียดในโปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ทัวร์โอเปอเรเตอร์ หมายถึง ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ทำหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวยังต่างประเทศ โดยมีหน้าที่ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นจนจบ ในการรับผิดชอบและดูแลนักท่องเที่ยวตั้งแต่จุดเริ่มต้นการเดินทาง การจองตั๋ว กิจกรรมระหว่างทาง การถึงจุดหมายปลายทาง การจองห้องพัก จัดรายการเที่ยวและเดินทางกลับ โดยมีเครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ในประเทศนั้น ๆ

2. ชุดสินค้าการท่องเที่ยว หมายถึง การรวมบริการในการนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวในประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว การบริการพื้นฐาน การบริการเพิ่มเติม และกิจกรรมการท่องเที่ยว มากำหนดในการท่องเที่ยว 1 ครั้ง หรือ 1 ชุด

3. บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด หมายถึง บริษัทกรณีศึกษา ตั้งอยู่เลขที่ 1 ซ.หาดใหญ่ ซิตี ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลธุรกิจการท่องเที่ยวและบริษัท ชันนี่ทัวร์
2. แนวคิดในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว
3. แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ข้อมูลธุรกิจการท่องเที่ยวและบริษัทชันนี่ทัวร์

การอธิบายในส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวและบริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด มีดังนี้

1. การดำเนินงานขององค์กรเอกชนที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547 : 32-40) อธิบายการดำเนินงานขององค์กรเอกชนที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ไว้ว่า การดำเนินงานของนิติบุคคล เช่น บริษัทจำกัด หรือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้น ต้องดำเนินงานภายใต้หลักการของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งกำหนดลักษณะการดำเนินงานโดยทั่วไป และต้องดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ ภายใต้ข้อบังคับที่ได้จดทะเบียน โดยมีความแตกต่างและหลากหลายไปตามสภาพของธุรกิจนั้น ๆ เช่น ธุรกิจนำเที่ยวต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีมากมาย ดังนั้น การพิจารณาการดำเนินการของเอกชนจึงต้องพิจารณาเป็นราย ๆ ไป อย่างไรก็ตามองค์กรเอกชนมีลักษณะของเป้าหมายร่วมกันคือ มีความประสงค์ที่จะทำให้เกิดกำไรสูงสุดเป็นหลัก และพบว่า การมุ่งหวังกำไรทำให้องค์กรละเลยเรื่องอื่น ๆ เช่น การทำลายสิ่งแวดล้อม การระบายน้ำเสียลงสู่ทะเล การจับปลาผิดกฎหมายเพื่อนำไปขาย การบุกรุกที่สาธารณะประโยชน์ การหลอกลวงนักท่องเที่ยวด้วยการขายสินค้าคุณภาพต่ำ การเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นจริง และการขาดจรรยาบรรณของผู้ประกอบการ ถือเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการทำลายชุมชนดั้งเดิม และเป็นการทำลายการท่องเที่ยวในภาพรวม เป็นต้น

ดังนั้นผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 และต้องขึ้นทะเบียนต่อสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวในเขตพื้นที่ที่สถานประกอบการได้เปิดทำการอยู่

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แบ่งสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว ออกเป็น 5 หน่วยงานในภูมิภาคต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์กลาง สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวสาขาภาคเหนือ, สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวสาขาภาคใต้เขต 1 และสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวสาขาภาคใต้เขต 2

สำหรับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สาขาภาคใต้เขต 1 ตั้งอยู่ที่จังหวัดสงขลา โดยครอบคลุมเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง คือ จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล ตรัง นราธิวาส ยะลา และปัตตานี ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ต้องขึ้นทะเบียนที่สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เขต 1 ทั้งสิ้น

2. บริบทในการเกิดขึ้นของทัวร์โอเปอเรเตอร์ ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เขต 1 (2528 : 197) อธิบายบริบทในการเกิดขึ้นของทัวร์โอเปอเรเตอร์ไว้ว่า ภาพรวมของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เกิดขึ้นโดยประมาณในปี พ.ศ. 2520 เนื่องจากในช่วงเวลานั้นได้มีนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการประกอบธุรกิจทัวร์ขึ้น จึงสามารถจำแนกวิวัฒนาการของการประกอบธุรกิจทัวร์ในเขตพื้นที่ดังกล่าวออกเป็นสามช่วง ได้ดังนี้

ช่วงที่หนึ่ง : เคาน์เตอร์ทัวร์ เป็นการเปิดขายจองชุดสินค้าการท่องเที่ยวที่มีการคิดกำไรจากการดำเนินงานจากสายการบินต่าง ๆ ในการจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน และบัตรโดยสารสำหรับการเดินทางด้วยรถยนต์

ช่วงที่สอง : แลนด์โอเปอเรเตอร์ เป็นผู้ประกอบการหรือเอเจนซี่การท่องเที่ยว โดยให้บริการรับจ้างพานักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวในประเทศหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความชำนาญเป็นพิเศษ มีรถบัสเป็นของตัวเองหรืออาจเช่าเหมาในการนำเที่ยว และมีกิจกรรมทุกอย่างเกิดขึ้นในประเทศ

ช่วงที่สาม : ทัวร์โอเปอเรเตอร์ เป็นผู้ประกอบการในการจัดกรุ๊ปทัวร์เพื่อนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวต่างประเทศ มีลักษณะการท่องเที่ยว 3 แบบคือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมหรือศึกษาดูงานของหน่วยงาน (Technical Visit Tours) การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือหมู่คณะ (Groups Tours) และการท่องเที่ยวส่วนตัวแบบบุคคล (Joint Tours)

3. ประวัติความเป็นมาของบริษัทกรณีศึกษา (บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด)

บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด (2551 : 3) อธิบายเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผู้ประกอบการไว้ว่า บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด (SUNNY TOURS CO.,LTD.) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2520 บริหารงานโดย คุณพิชิต บุญพาล้ำเลิศ และนางลีนา บุญพาล้ำเลิศ (ภรรยา) เป็นผู้ประกอบการทัวร์ที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบของทัวร์ในประเทศ (แล่นโอเปอเรเตอร์) และทัวร์ต่างประเทศ (ทัวร์โอเปอเรเตอร์) มีเครือข่ายในการทำธุรกิจทัวร์โอเปอเรเตอร์ ในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ เป็นหนึ่งในสามของบริษัท (บริษัทหาดสยามทัวร์ บริษัทชันนี่ทัวร์ บริษัทหาดใหญ่สไมล์ทัวร์) ที่ใช้ระบบ BSP คือ สามารถจำหน่ายตั๋ว หรือออกตั๋วเครื่องบินในการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยไม่ต้องจองผ่านสายการบิน เป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งทางด้านเงินทุน และมีเงื่อนไขในการวางเงินมัดจำให้กับสายการบิน จำนวน 2 ล้านบาท

เนื่องจากเป็นผู้ริเริ่มธุรกิจทัวร์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และด้วยประสบการณ์กว่า 30 ปี จึงทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวและลูกค้า เป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (สมาคมการท่องเที่ยวภาคใต้เขต 1. 2551)

4. ความสำคัญในการเลือกชุดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย

บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด (2551 : 125) ได้แสดงปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ทำให้ทราบว่า ชุดสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียสำหรับการท่องเที่ยวแบบทัวร์โอเปอเรเตอร์ ถือเป็นรายได้หลักของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีสัดส่วน 87% ในปี พ.ศ. 2550 และ 89.45% ในปี พ.ศ. 2551 ดังนั้นชุดสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในการกำหนดรายได้และกำไรของบริษัทฯ ในภาพรวม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการวางแผนการจำหน่ายและกำหนดราคาในเส้นทางดังกล่าว

แนวคิดในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

การอธิบายในส่วนของแนวคิดในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. การจำแนกขอบเขตหน้าที่สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวของทัวร์โอเปอเรเตอร์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547 : 33) ได้กำหนดให้สถานประกอบการการท่องเที่ยวสามารถจำแนกขอบเขตของหน้าที่ตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบกิจการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า การทำธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยว

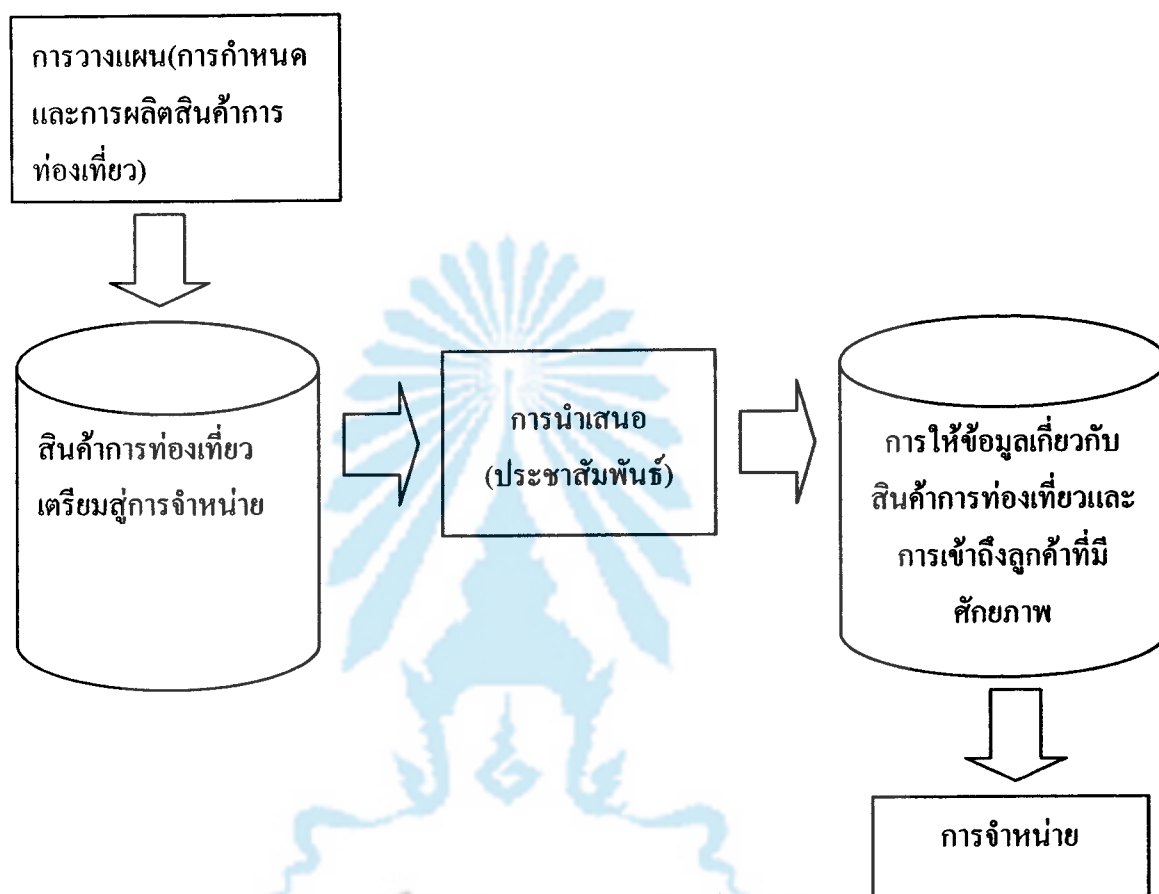
แห่งประเทศไทยมาตรา 4 เป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทน และรวมถึง

- 1) ธุรกิจนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- 5) ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

โดยในแต่ธุรกิจจะถูกกำหนดด้วยกฎหมาย เช่น หากต้องการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการบิน ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ จะต้องถูกกำหนดให้อยู่ในรูปผู้ประกอบการนิติบุคคล มีทุนจดทะเบียนจำนวนมากกว่าธุรกิจทั่วไป และต้องได้รับใบอนุญาต เป็นต้น

อิสลามายฟ คี (1994 : 20) ได้จำแนกหน้าที่ของธุรกิจการท่องเที่ยวทัวร์โอเปอเรเตอร์ ดังภาพที่ 1 ต่อไปนี้





ภาพที่ 1 ภาพแสดงหน้าที่ธุรกิจการท่องเที่ยวทัวร์โอเปอเรเตอร์

จากภาพที่ 1 ผลที่ได้ทำให้เกิดการจำแนกหน้าที่ของสถานประกอบการ 3 ประการ คือ ประการที่ 1 หน้าที่ในการวางแผน เป็นการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดเป็นสินค้าการท่องเที่ยวใน 1 ชุด ซึ่งจะต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมและระยะเวลาในการจำหน่าย

ประการที่ 2 หน้าที่ในการนำเสนอ โดยเป็นเรื่องของการป้อนและการส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยวไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

ประการที่ 3 หน้าที่ในการจำหน่าย เป็นการนำสินค้าการท่องเที่ยวที่ได้วางแผนนำเสนอแก่ผู้บริโภคในรูปแบบของชุดสินค้าการท่องเที่ยว

กระบวนการจำแนกหน้าที่ในแต่ละส่วน เป็นการแบ่งหน้าที่ของการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวในสถานประกอบการ โดยสถานประกอบการ จะมีการแบ่งแยกพนักงานในระดับต่าง ๆ กันออกไปในแต่ละหน้าที่ ให้สอดคล้องกับโครงสร้างขององค์กร

2. คุณลักษณะของสินค้าการท่องเที่ยว

กวาดานีออฟวี (1998 : 237) ได้อธิบาย คุณลักษณะของสินค้าการท่องเที่ยว ไว้ว่า สำหรับ การวิจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสินค้า การท่องเที่ยวมีความเป็นเฉพาะในตัวเอง โดยสินค้าการท่องเที่ยวเป็นแรงงานการผลิตของสังคม ในรูปของการบริการการท่องเที่ยวภายใต้มูลค่าการบริการในการนำเสนอต่อผู้บริโภค ซึ่งในทาง ปฏิบัติ องค์การการท่องเที่ยวต่างประเทศ มักเชื่อมโยงสินค้าการท่องเที่ยวในการนำเสนอกับตลาด เชิงรุก

ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว การบริการที่มีอยู่ในสินค้าการท่องเที่ยว จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับ ธุรกิจอื่น ที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจในการเอื้ออำนวยและทำให้การบริการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการขนส่ง การแนะนำการท่องเที่ยวโดยไกด์และมัคคุเทศก์ ฯลฯ จึงทำให้สินค้า การท่องเที่ยวถูกนำเสนอในการจำหน่ายโดยการเกิดขึ้นของสิทธิในการใช้บริการของผู้บริโภค โดย นักท่องเที่ยวสามารถประเมินค่าก่อนการซื้อสินค้าได้

สินค้าการท่องเที่ยว จึงเป็นลักษณะของการให้บริการในการท่องเที่ยวมากกว่าเป็นตัว สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ การผลิตสินค้าการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของ “ชุดสินค้าการท่องเที่ยว” โดยมีรายละเอียดในการบริการการท่องเที่ยวอยู่ในชุดนั้นๆ ลูกค้าไม่สามารถบริโภคตัวของชุด การท่องเที่ยวได้ แต่จะบริโภคในรายละเอียดของการบริการในแต่ละชุดที่กำหนดไว้

ดังนั้นสินค้าการท่องเที่ยว เป็นการรวมการเชื่อมโยงการบริการ (ปริมาณ) เส้นทาง การท่องเที่ยวและระยะเวลาในการเดินทาง

3. องค์ประกอบการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว

อิสสามาเยฟตี (1994 : 62) องค์ประกอบการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว ได้อธิบายองค์ประกอบ การผลิตสินค้าการท่องเที่ยวไว้ว่า ในมุมมองของการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว เป็นการแสดงถึงการ กำหนดปริมาณ คุณภาพสินค้าและการบริการ ในการเตรียมความพร้อมในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งหน่วยของการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวต่อหนึ่งหน่วยในการจำหน่ายนั้น ได้ผลิตออกมาในรูปแบบ ของชุดสินค้าการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 โปรแกรมทัวร์ เป็นการกำหนดการบริการที่หลากหลายในการท่องเที่ยว เพื่อให้ ได้มาซึ่งจุดมุ่งหมายของสถานที่ที่ต้องการจะไปท่องเที่ยว ในการตอบสนองความต้องการและความ พึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเส้นทางท่องเที่ยว ระยะเวลา เป็นต้น

3.2 การบริการในการท่องเที่ยว เป็นการให้การบริการพื้นฐานที่จำเป็นในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการบริการพิเศษซึ่งขึ้นอยู่กับชุดการท่องเที่ยวที่กำหนด

ดังนั้นสินค้าการท่องเที่ยว เป็นการแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของชุดการท่องเที่ยวในแต่ละ ครั้ง ในการรวมตัวของเส้นทางในการท่องเที่ยว และเงื่อนไขของการบริการตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทาง

จนสิ้นสุดของการเดินทางเห็นได้ว่า สินค้าการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการทัวร์ถูกนำเสนอเป็นชุดสินค้าการท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามยังมีความแตกต่างในรายละเอียดของแต่ละชุด ดังต่อไปนี้

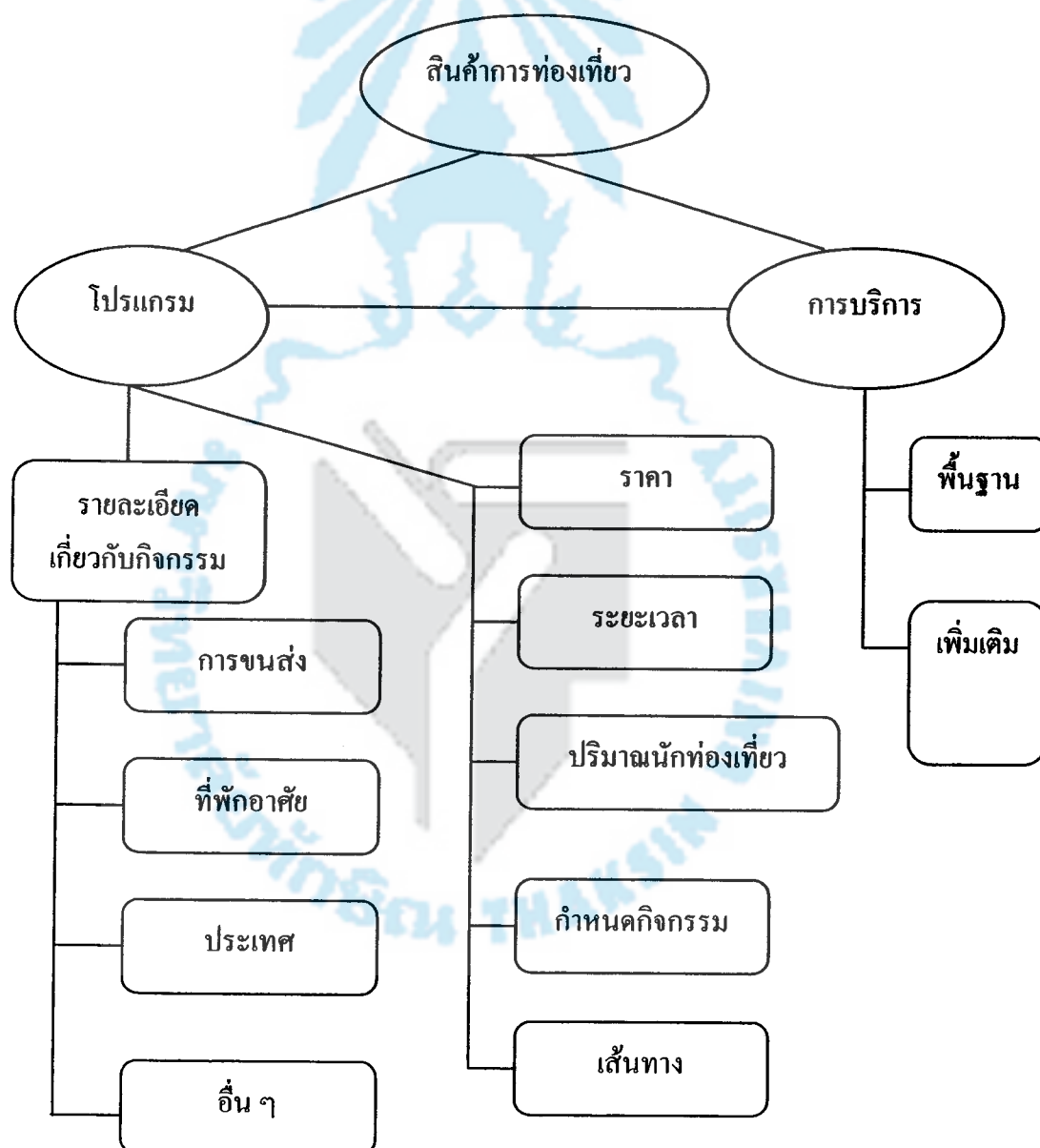
ต้นทุนของชุดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ต้นทุนด้านระยะเวลา การบริการเส้นทาง การท่องเที่ยว ปริมาณนักท่องเที่ยวและอื่น ๆ

รายละเอียดของการบริการ ได้แก่ บริการพื้นฐาน บริการพิเศษเพิ่มเติม

เงื่อนไขในการจำหน่ายและการบริการ

วิธีการตั้งราคาในการจำหน่าย การเพิ่มการลดราคา

ผลที่ได้ทำให้มีการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบ ดังภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 ภาพแสดงการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 2 พบว่า การผลิตสินค้าการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การกำหนดโปรแกรมทัวร์ และการกำหนดการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. รายละเอียดในการกำหนดโปรแกรมทัวร์ ประกอบด้วย การขนส่งระหว่างประเทศ การพักอาศัยประเทศที่ท่องเที่ยว ราคาในการจำหน่าย ระยะเวลาในการเดินทาง ปริมาณนักท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยว

2. รายละเอียดในการบริการ ประกอบด้วย การบริการพื้นฐานและบริการเพิ่มเติมสำหรับสินค้าการท่องเที่ยว โดยบริการเพิ่มเติมเป็นการบริการพิเศษที่นอกเหนือจากการบริการที่กำหนดไว้ในจำหน่าย

ดังนั้นในการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวในแต่ละชุด ต้องมีรายละเอียดของโปรแกรมการเดินทาง ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยว ระยะเวลา การเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ และรายละเอียดของการบริการในการท่องเที่ยว โดยแยกเป็นการบริการพื้นฐาน ได้แก่ การให้บริการนำนักท่องเที่ยวโดยไกด์ การให้คำแนะนำ โรงแรม อาหาร ๆ รวมถึงการบริการเพิ่มเติมพิเศษ ได้แก่ การบริการจัดงานวันเกิด บริการเนื่องในโอกาสพิเศษของลูกค้า โดยเป็นการบริการที่นอกเหนือจากรายการที่กำหนดไว้ จึงทำให้สินค้าการท่องเที่ยวแต่ละชุด มีราคาในการจำหน่ายที่แตกต่างกันเนื่องจากมี ต้นทุน รายละเอียดการบริการ และเงื่อนไขในการจำหน่ายที่แตกต่างกัน เป็นต้น

4. กระบวนการเกิดสินค้าการท่องเที่ยว

อิสลามาเยฟ ดี (1994 : 55) ได้อธิบายกระบวนการเกิดสินค้าการท่องเที่ยว ไว้ว่า เป็นกระบวนการในการวางแผนที่เชื่อมโยงกับวงจรชีวิตสินค้าการท่องเที่ยว โดยทัวร์โอเปอเรเตอร์ต้องคำนึงถึงวงจรชีวิตสินค้าการท่องเที่ยวในการนำมาวางแผนการผลิตและการจำหน่ายในแต่ละช่วงฤดูกาล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับฤดูกาลในแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม กฎหมาย ฯลฯ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการวางแผนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวในการแนะนำแก่ผู้บริโภค ตลอดจนการใช้ความพยายามในการทำให้สินค้าการท่องเที่ยวอยู่ในขั้นของการเจริญเติบโต ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับสินค้าการท่องเที่ยวในแต่ละชุดจะต้องมีจุดคุ้มทุนและค้ำกำไรเมื่อมีการจำหน่ายออกมาในระยะหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ ในการวางแผนจำหน่ายจำเป็นต้องมีการสำรองสินค้าการท่องเที่ยวในการรองรับผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา โดยผู้ประกอบการจะต้องมีการนำเสนอราคาในช่วงเริ่มต้นฤดูกาลการท่องเที่ยวในทุก ๆ 3 เดือน จึงจะทำให้การจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องในแต่ละช่วงเวลาดังกล่าว ดังนั้นจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. การตัดสินใจการวางแผนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้าในสถานภาพของตลาด ได้แก่ พื้นที่ที่เดินทางท่องเที่ยว ตลาด ฤดูกาล สังคม

วัฒนธรรมในประเทศที่เดินทาง กฎหมาย องค์กรประกอบของลูกค้าทางสังคมและอื่น ๆ ดังนั้นในการวางแผนต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

- 1.1 ชนิดของการท่องเที่ยว
 - 1.2 ประเทศที่จะเดินทาง
 - 1.3 ฤดูกาลของการท่องเที่ยว โดยขึ้นอยู่กับชนิดของการท่องเที่ยวและประเทศที่เดินทาง
 - 1.4 ระยะเวลา โดยขึ้นอยู่กับชนิดการท่องเที่ยว และตารางเวลาในการขนส่งระหว่างประเทศ
 - 1.5 เส้นทาง หมายถึง การจำแนกเมือง หรือจุดที่ประชาชนอาศัยอยู่โดยขึ้นอยู่กับชนิดของการท่องเที่ยว และเส้นทางในการขนส่งระหว่างประเทศ
 - 1.6 ปริมาณและการกระจายชุดสินค้าการท่องเที่ยวตามฤดูกาลในแต่ละเดือนแต่ละแบบ โดยผู้จัดการเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารการจัดการ และมีความพร้อมในการนำไปปฏิบัติ
2. การนำเสนอชุดสินค้าการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ เป็นการเสนอในทิศทางของประเทศหรือสถานที่พักผ่อนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว มีการระบุการบริการขั้นพื้นฐานที่มีในชุดสินค้าการท่องเที่ยว โดยมีการกำหนดอัตราราคาที่เหมาะสม
 3. การเลือกช่องทางในการนำเสนอ โดยอาจเลือกช่องทางในการนำเสนอผ่านเอเจนซีการท่องเที่ยวร่วมกับการยื่นข้อเสนอของค่าตอบแทน และการเลือกช่องทางในการนำเสนอผ่านระบบเทคโนโลยี
 4. การเลือกผู้ประกอบการเอเจนซี เป็นการเลือกผู้ประกอบการภายใต้กฎระเบียบของการทำธุรกิจการท่องเที่ยว มีการเปรียบเทียบในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว เช่น เงื่อนไขการบริการ เงื่อนไขการจำหน่ายและส่งมอบสินค้าการท่องเที่ยว สิทธิในการครอบครอง ราคาของชุดการท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการในชุดการท่องเที่ยว ระยะเวลา และการปรับค่าสินไหมทดแทน เป็นต้น
 5. การกำหนดตารางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นเส้นกราฟที่แสดงการเดินทางไว้ล่วงหน้า โดยมีการคำนึงถึงตารางการขนส่งระหว่างประเทศ และปริมาณในการวางแผนของนักท่องเที่ยวที่มีการกระจายอยู่ในรายการการท่องเที่ยว
 6. การกำหนดค่าใช้จ่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวที่มาจากการเพิ่มการบริการในแบบจำลองที่ผันแปรในแต่ละช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยว โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ถูกกำหนดโดยการร่วมมือกันของผู้ประกอบการบนเส้นทาง ในการคำนวณมูลค่าการบริการทุก ๆ กิจกรรมที่อยู่ในชุดสินค้าการท่องเที่ยว และต้องมีความสอดคล้องกับชุดสินค้าการ

ท่องเที่ยวที่เลือก โดยในส่วนนี้จำเป็นต้องรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง เส้นทางที่จะเดินทาง และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มเติมอื่น ๆ เช่น ค่าที่พักของเอเจนซี เป็นต้น

7. การกำหนดราคาล่วงหน้า เป็นการกำหนดชนิดของราคาสินค้า โดยเป็นต้นทุนที่ทำให้มีความสำคัญในอุปสงค์ และให้ความสำคัญกับราคาของกลุ่ม ปกติขั้นตอนของการคำนวณราคาล่วงหน้า เรียกว่า กลยุทธ์การกำหนดราคาจากฤดูกาล โดยราคาถูกกำหนดจากฤดูกาลของการท่องเที่ยว หลังจากนั้นมีการเสนอราคา (พิมพ์ราคา) ในแคตตาล็อกและโบชัวร์เพื่อการโฆษณา โดยถือว่าเป็นกฎที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจะต้องนำค่าใช้จ่ายจากการพิมพ์ราคามาเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งในการตั้งราคาในการจำหน่าย โดยต้นทุนของสินค้าการท่องเที่ยวมีความผันแปรตามค่าใช้จ่าย และกำไรมาตรฐานที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้

8. การกำหนดระบบการลดราคาและรางวัลแก่เครือข่ายในการจำหน่าย เป็นการกำหนดราคาให้มีความแตกต่างกันในการให้บริการ และการนำเสนอสินค้า ระหว่างเอเจนซีและลูกค้า โดยมีระบบราคาที่กำหนด โดยบวกเพิ่มกำไรบางส่วนสำหรับเอเจนซี และระบบราคาที่บวกเพิ่มกำไรสูงสุดในส่วนของลูกค้า โดยเป็นระดับของการแข่งขันบนพื้นฐานของวิธีการรวมตัวที่ทำให้เกิดการเพิ่มกำไร โดยอาศัยราคาส่วนบุคคลบนพื้นฐานของสถานประกอบการ มีการกำหนดอุปสงค์ความเป็นส่วนตัวสำหรับคู่สัญญา และปรับลดราคาให้กับหุ้นส่วนอย่างถาวร

9. การวางแผนในการสั่งจองที่นั่งและทรัพยากรในการท่องเที่ยว เป็นการกำหนดจากขนาดโควตา โดยจำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้ารวมถึงชนิดของโควตา ต้องมีการซื้อหรือจองตำแหน่งของที่นั่ง

10. การพยากรณ์ค่าใช้จ่ายและรายได้ของทุกชุดสินค้าการท่องเที่ยว เป็นการคำนึงถึงการวางแผนการจำหน่ายในแต่ละชุดการท่องเที่ยว และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

11. การแก้ไขปริมาณในการจำหน่ายและการสั่งจอง โดยอยู่บนพื้นฐานของการพยากรณ์ปริมาณในการจำหน่ายและจำนวนที่นั่ง โดยอ้างอิงข้อมูลในอดีต

12. การสำรองทรัพยากร เป็นการกระทำที่อยู่บนพื้นฐานของการตกลงกันกับผู้ผลิตสินค้า มีการกำหนดจุดที่ต้องแก้ไขในปริมาณของการสำรองทรัพยากรในการผลิต เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว ถือเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจในการวางแผนการผลิต

13. การคำนวณราคาในการจำหน่ายที่นำเสนอเป็นชุดสินค้าการท่องเที่ยวและการเพิ่มบริการ โดยปัจจุบันราคาเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาเป็นเงื่อนไขในการแข่งขัน ไม่มีความแน่นอนและไม่มีการตายตัวในการตั้งราคา จึงทำให้มีความเสี่ยงสำหรับผู้ประกอบการ โดยส่วนนี้เป็นการชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในการใช้ความพยายามที่จะทำธุรกิจให้มีกำไรมาตรฐาน และยังคงรักษาต้นทุน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการคำนึงปัจจัยอื่น ๆ ที่

มีส่วนต่อการเปลี่ยนแปลงราคา เช่น ระดับของการแข่งขัน ความสัมพันธ์ของอุปสงค์อุปทาน ระดับรายได้อักท่งเที่ยว และความเป็นพิเศษในลักษณะของสินค้าการท่งเที่ยว เป็นต้น

14. การเปรียบเทียบเส้นกราฟของการเดินทาง โดยผู้ประกอบการต้องมิตารางเวลาในการเดินทาง เพื่อนำไปกำหนดในชุดการท่งเที่ยวสำหรับการจำหน่ายอย่างเป็นทางการ

15. โควตาในการจำหน่าย เป็นการวางแผนในการสำรองทรัพยากรที่ได้จัดแบ่งในรายการการท่งเที่ยว มีการกระจายการผลิตเพื่อให้เกิดโควตาและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้มากที่สุดในการบริการการท่งเที่ยว

16. การผลิตสินค้าการท่งเที่ยวสำหรับการจำหน่าย โดยแสดงออกมาในรูปของชุดสินค้าการท่งเที่ยว

17. การกำหนดและการค่านึงเงื่อนไขในการจองสำหรับผู้ประกอบการการท่งเที่ยว เป็นการกระทำโดยการค่านึงถึงระยะเวลา และการควบคุมการจองภายใต้ข้อตกลงตามเงื่อนไข

18. การเตรียมข้อมูลในการโฆษณา เป็นหน้าที่ในการเตรียมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์มากที่สุดเพื่อเตรียมความพร้อมในการจำหน่าย โดยการจำหน่ายสินค้าการท่งเที่ยวเป็นการกระทำร่วมกันของทัวโรเปอเรเตอร์และทัวโรเจเนซี่ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

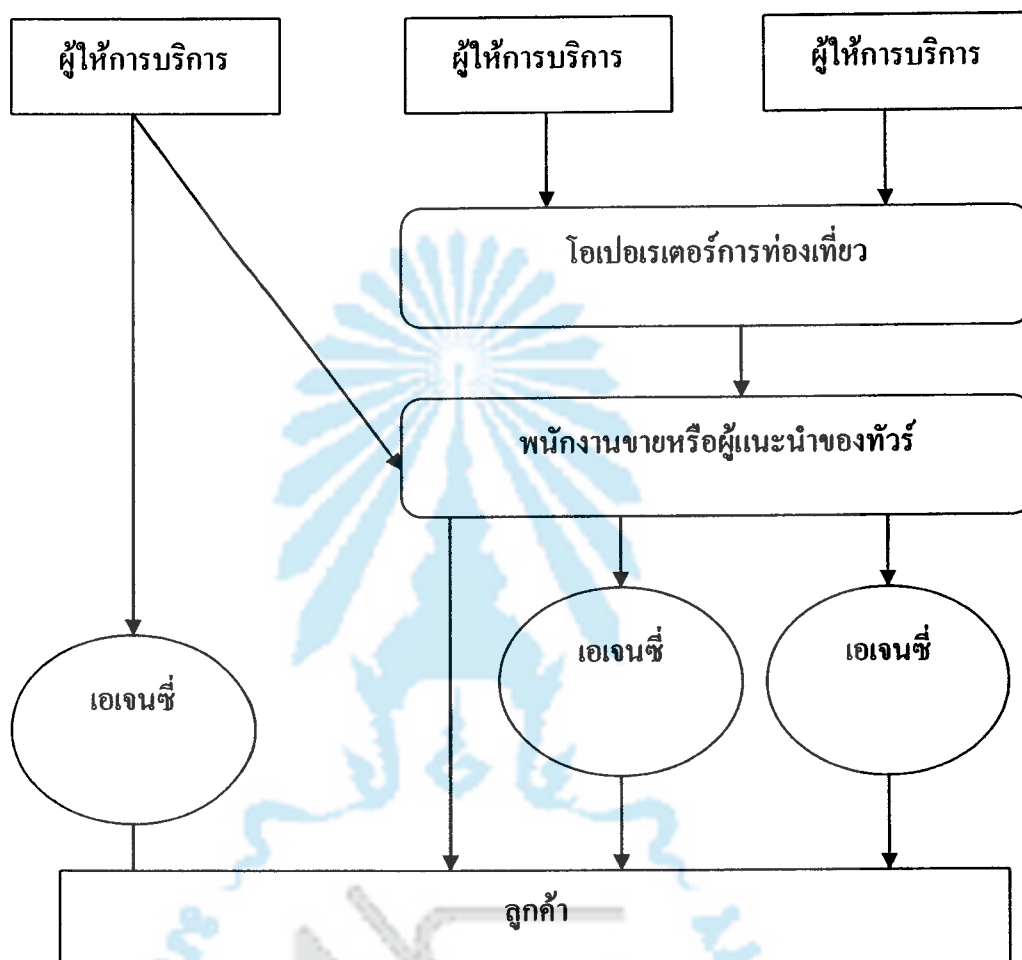
18.1 การกำหนดบทบาทของผู้เข้าร่วมธุรกิจการท่งเที่ยวกับการนำเสนอสินค้า

18.2 การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของทัวโรเปอเรเตอร์และทัวโรเจเนซี่

ในกระบวนการจำหน่าย

5. กระบวนการจัดจำหน่ายสินค้าการท่งเที่ยว

ปารีเรียล วี (1998 : 143) ได้อธิบายกระบวนการจัดจำหน่ายสินค้าการท่งเที่ยว ไว้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในการส่งมอบสินค้าการท่งเที่ยวให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือลูกค้า โดยมีการเคลื่อนไหวผ่านบุคคลที่เป็นคนกลางและไม่ใช่คนกลางในธุรกิจการท่งเที่ยว นับว่าเป็นการเริ่มต้นของกระบวนการการจำหน่ายสินค้าการท่งเที่ยว (ดังภาพที่3) ต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ภาพแสดงแผนผังการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 3 เห็นได้ว่านโยบายและแนวทางในการจัดจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวไปยังผู้บริโภครหรือลูกค้าในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ มีกระบวนการในช่องทางการจำหน่ายโดยริเริ่มจากผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการทัวร์ มีการเคลื่อนไหวผ่านบุคลากรของผู้ประกอบการที่เป็นโอเปอเรเตอร์การท่องเที่ยว ผ่านผู้แนะนำหรือพนักงานขายของบริษัท และผ่านคนกลางในช่องทางการจำหน่ายโดยเอเจนซี ในการนำสินค้าการท่องเที่ยวไปสู่ผู้บริโภครคนสุดท้าย โดยการเคลื่อนไหวสินค้าการท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องมีกระจายผ่านบุคคลที่ได้กล่าวอ้างมาทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกซื้อของผู้บริโภครและการเลือกช่องทางในการจำหน่ายของผู้ประกอบการ

ดังนั้น การเชื่อมโยงของนโยบายการตลาดสำหรับการจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. การศึกษาอุปสงค์ อุปทาน
2. การศึกษาตลาดเฉพาะกลุ่ม
3. การโฆษณา
4. นโยบายที่สัมพันธ์กับสังคม
5. นโยบายพิเศษเฉพาะที่ขึ้นกับการจำหน่ายสินค้า เช่น นโยบายการแสดงนันทนาการ การสัมมนา การทำความรู้จักกับการเดินทาง การคิดค้นระบบ การลดราคา เป็นต้น

6. การกำหนดนโยบายและแนวทาง เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการตลาดโดยตรงในการส่งเสริมการตลาด เช่น การบริการให้คำแนะนำฟรี โบชัวร์ในการส่งเสริมการขาย การคิดค้นระบบการลดราคา โปรแกรมในการลดราคาพิเศษ และการสร้างกลุ่มสมาชิกที่เป็นลูกค้า เป็นต้น

เห็นได้ว่าในกระบวนการการจัดช่องทางการจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว ของทัวร์โอเปอเรเตอร์ และเอเจนซีในการจำหน่าย มีความรับผิดชอบในข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยว รวมถึงบุคลากร และคนกลาง ผู้ประกอบการต้องทำหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวให้เกิดการยอมรับ ในการสร้างความมั่นใจ ความเชื่อถือให้กับลูกค้า เครือข่ายและเอเจนซี โดยต้องคำนึงถึงเงื่อนไขเฉพาะในการจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับทัวร์โอเปอเรเตอร์หรือเอเจนซี ในการได้รับใบอนุญาตการประกอบอาชีพ โดยมีที่อยู่และมีบัญชีในธนาคารถูกต้องและเป็นจริง
2. มีหลักฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ และเอกสารยืนยันการประกอบธุรกิจ
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยมีโปรแกรม เส้นทาง และเงื่อนไขการประกันความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. วันเริ่มต้นของการเดินทางและวันสิ้นสุดของการเดินทาง
5. ระเบียบการในการนัดหมายและการนำการท่องเที่ยว
6. ราคาขายส่ง ขายปลีก และระเบียบการจ่ายเงิน
7. การกำหนดปริมาณต่ำสุดของนักท่องเที่ยวในกลุ่มหนึ่งๆ
8. ระยะเวลาในการยื่นคำร้องของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีปัญหา โดยเป็นการเรียกร้องในกฎหมายที่ถูกกำหนดในเงื่อนไขที่จำเป็นต้องมีในการประกอบธุรกิจ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การพิมพ์เอกสารในการท่องเที่ยว

จากแนวคิดในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับประกอบธุรกิจของบริษัท ชั้นนี้ทัวร์ จำกัด ทำให้ทราบว่า มีลักษณะของการประกอบธุรกิจ โดยการคำนึงถึงการวางแผนในการผลิตชุดสินค้าการท่องเที่ยว และรวมถึงการจำหน่ายในลักษณะเดียวกัน

ดังนั้นการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรในอนาคต เป็นสิ่งจำเป็นที่บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญ

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

การวิเคราะห์ต้นทุนการดำเนินงานของ บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด ได้อาศัยข้อมูลจากงบการเงินนำมาวิเคราะห์และแปลความตามงบการเงิน เพื่อให้ทราบถึงจุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไร รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดทฤษฎีทางการเงินที่เกี่ยวข้องมาช่วยในการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้

1. แนวคิดการวิเคราะห์ต้นทุน – ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis)

การวางแผนกำไร (Profit Planning) เป็นแผนงานที่ผู้บริหารจะให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกและถือเป็นภาระหน้าที่ในการทำให้กิจการบรรลุเป้าหมาย และมีผลกำไรตามที่ได้วางแผนไว้ ทำให้ผู้บริหารทราบว่าควรผลิตและจำหน่ายจำนวนเท่าใด ที่จะทำให้กิจการมีกำไรสูงสุด หรือถ้ากิจการมีต้นทุนในการผลิต และจำหน่ายสินค้าจำนวนหนึ่งแล้วกิจการควรจะขายสินค้าจำนวนเท่าใด จึงจะไม่ทำให้ขาดทุน ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้จากการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร (Cost Volume Profit Analysis) หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า CVP Analysis นอกจากนี้ผู้บริหารยังใช้ข้อมูล CVP Analysis ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงล่วงหน้า เพื่อได้จัดเตรียมทรัพยากรในอนาคต

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ (2535 : 130) สรุปไว้ว่า การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร จัดเป็นลักษณะของการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ เกี่ยวกับการวางแผนทางด้านกำไร (Profit Planning) ในระยะสั้นอย่างหนึ่งของกิจการ (Short – Range Decision) ทั้งนี้เพื่อให้กิจการสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องถึงผลกระทบที่จะมีต่อต้นทุนของสินค้า ปริมาณ หรือจำนวนของสินค้าที่จะทำการผลิตและจำหน่ายตลอดจนเป้าหมาย (Target) ทางด้านกำไรที่กิจการต้องการ

ดังนั้น การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน รายได้ กำไร เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องการกำหนดปริมาณการขายที่ทำให้กิจการไม่ขาดทุน และการขายจำนวนเท่าใด จึงจะมีผลกำไรตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมทั้งการกำหนดราคาขายของกิจการ เป็นการนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจระยะสั้น

2. แนวคิดการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis)

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ (2539 : 145) กล่าวว่า จุดคุ้มทุน หมายถึง จุด ณ ระดับการดำเนินงานของธุรกิจที่ปริมาณสินค้า หรือบริการของธุรกิจมีผลทำให้ธุรกิจมีรายได้เท่ากับค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้น

ของสินค้าและบริการนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า หมายถึงจุด ณ ระดับการดำเนินงานของธุรกิจที่ ไม่มีกำไรขาดทุน คือมีค่าเท่ากับศูนย์

เขาวพา ณ นคร (2545 : 188) สรุปถึงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนว่าเป็นการวิเคราะห์การผลิตและการขายสินค้าของกิจการที่ไม่ขาดทุน หรืออีกนัยหนึ่งเรียกว่า “ระดับการขายคุ้มทุน” เป็นระดับการขายที่มีรายได้รวมจากการขายสินค้าเท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากการขายสินค้าซึ่งกิจการ จะไม่มีกำไรหรือขาดทุน

ดวงกมล โกมารทัตและคณะ (2545 : 78) ได้อธิบายเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนไว้ว่าเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการกำหนดราคา ปริมาณ และกำไรจากการจำหน่ายสินค้า โดยอาศัยหลักการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรซึ่งล้วนแต่มีผลกระทบโดยตรงต่อกำไรของกิจการ เนื่องจากเมื่อปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อกำไรของกิจการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ได้แก่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ และกำไรส่วนเกิน

ดวงกมล โกมารทัต และคณะ (2547 : 94) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดของต้นทุนไว้ว่า ต้นทุนแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ต้นทุนผันแปร คือ ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงทั้งจำนวนในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรม กิจกรรมอาจเป็นจำนวนสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิต จำนวนสินค้าสำเร็จรูปที่ขาย จำนวนกิโลเมตรที่ขับ จำนวนชั่วโมงที่ทำงาน ตัวอย่างที่ดีของต้นทุนผันแปรคือต้นทุนวัตถุดิบทางตรงโดยรวมที่ใช้การผลิตแต่ละงวดผันแปรไปตามจำนวนสินค้าที่ผลิต

2. ต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงหรือผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม ดังนั้นไม่ว่าระดับกิจกรรมที่ทำงานจะเพิ่มหรือลดลง ต้นทุนคงที่จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าภาษีโรงเรือน ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าโฆษณา เป็นต้น

เรวัณร์ ชาตรีวิศิษฐ์ (2539 : 160) ได้อธิบายเกี่ยวกับวิธีการคำนวณจุดคุ้มทุนไว้ว่า การคำนวณจุดคุ้มทุนสามารถคำนวณได้ 2 วิธี

วิธีที่ 1 คือ ปริมาณขายที่มีรายได้ทั้งสิ้น เท่ากับ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งรวมทั้งต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่

วิธีที่ 2 คือ จุดที่กำไรส่วนเกินเท่ากับต้นทุนคงที่

ดังนั้นการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสามารถทำได้ 2 วิธี คือ วิธีสมการ และวิธีกำไรส่วนเกิน

วิธีสมการ รายได้ = ต้นทุนผันแปร + ต้นทุนคงที่

$$\begin{aligned}
 P \times Q &= TVC + TFC \\
 P &= \text{ราคาขายต่อหน่วย} \\
 VC &= \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\
 Q^* &= \text{จำนวนหน่วยที่ขาย ณ จุดคุ้มทุน}
 \end{aligned}$$

สินค้าแต่ละหน่วยที่ขายได้จะทำให้กำไรส่วนเกินจำนวนหนึ่งนำไปชดเชยต้นทุนคงที่ การหาจำนวนหน่วยที่จะต้องขาย ณ จุดคุ้มทุน จึงหาได้จากกำไรส่วนเกินที่ได้จากการขายสินค้าแต่ละหน่วยหารด้วยต้นทุนคงที่ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 &\text{วิธีกำไรส่วนเกิน} \\
 \text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (หน่วย)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}
 \end{aligned}$$

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

$$\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกิน (\%)} = \frac{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย}}$$

3. แนวคิดอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัย (Safety Margin of Contribution Margin Ratio)

สุปราณี ศุกระเสร์ณี (2550 : 260) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดส่วนเกินที่ปลอดภัย ไว้ว่า ส่วนเกินที่ปลอดภัยเป็นจำนวนเงินของยอดขายที่สูงเกินกว่ายอดขาย ณ จุดคุ้มทุน เขียนเป็นสูตรการคำนวณ ได้ดังนี้

$$\text{ปริมาณขายส่วนเกินที่ปลอดภัย} = \text{ปริมาณขายปัจจุบัน} - \text{หน่วยขาย ณ จุดคุ้มทุน}$$

ค่าส่วนเกินที่ปลอดภัยที่มากกว่าหรืออยู่ห่างจากจุดคุ้มทุนมากกว่า หมายความว่า ณ ระดับกิจกรรมนั้นกิจการจะมีค่าความเสี่ยงในระดับที่ต่ำกว่า ในทางตรงกันข้ามค่าส่วนเกินที่ปลอดภัยของกิจการมีความเสี่ยงที่อาจจะขาดทุนได้สูงกว่า เมื่อระดับหน่วยขายต่ำกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้

ส่วนเกินที่ปลอดภัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการเปรียบเทียบความเสี่ยงระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ เพื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดมีส่วนเกินปลอดภัยอยู่เท่าใด มีความเสี่ยงที่จะขาดทุนได้มากน้อยเพียงใด ค่าส่วนเกินที่ปลอดภัยสามารถคำนวณหาได้ในลักษณะที่เป็นจำนวนเงินของส่วนเกินที่ปลอดภัยหรืออัตราส่วนเกินที่ปลอดภัยได้ด้วย ดังนี้

จำนวนเงินส่วนเกินที่ปลอดภัย = หน่วยขายส่วนเกินที่ปลอดภัย × ราคาขายต่อหน่วย

อัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัย = $\frac{(\text{ยอดขายปัจจุบัน} - \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \times 100}{\text{ยอดขายปัจจุบัน}}$

4. แนวคิดการพยากรณ์การขาย (Sales Forecasting)

คุณชาติ รื่นรมย์ (2545 : 6) ได้อธิบาย การพยากรณ์การขาย ไว้ว่า การพยากรณ์การขาย เป็นหน้าที่สำคัญอย่างยิ่งหน้าที่หนึ่งสำหรับผู้บริหาร เพื่อให้ทราบยอดขายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ในการนำไปสู่การวางแผนอย่างเป็นทางการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีความคลาดเคลื่อนและมีความเสี่ยงน้อยที่สุด การพยากรณ์การขายมีประโยชน์ที่สำคัญ ๆ สำหรับองค์กรธุรกิจหลายประการ ดังนี้

- การพยากรณ์ช่วยในการกำหนดตารางการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- การพยากรณ์ช่วยให้องค์กรสามารถแสวงหาทรัพยากรอื่น ๆ มาเพิ่มเติมได้อย่างเหมาะสม
- การพยากรณ์สามารถนำไปใช้ในการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคต
- การพยากรณ์สามารถใช้ในการวางแผนจัดทำงบประมาณ
- การพยากรณ์ช่วยในการส่งเสริมการจัดจำหน่าย
- การพยากรณ์ยอดขายสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน

คุณชาติ รื่นรมย์ (2545 : 16) ได้อธิบายเกี่ยวกับเทคนิคการพยากรณ์ ไว้ว่า การพยากรณ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี

วิธีที่ 1 เทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ (Qualitative Forecasting Methods)

วิธีที่ 2 เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (Quantitative Forecasting Methods)

สำหรับในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธีปรับพื้นที่ ภายใต้โค้งให้เรียบ (Single Exponential Smoothing) โดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series Methods) เป็นวิธีการพยากรณ์ยอดขายโดยที่ยอดขายในอนาคตขึ้นอยู่กับตัวเลขในอดีตของตัวแปรต่าง ๆ วัตถุประสงค์ของตัวแบบอนุกรมเวลา คือ การค้นหารูปแบบของข้อมูลยอดขายในอดีต (Pattern in the historical data) เพื่อนำรูปแบบ (Pattern) นั้นมาใช้ในการพยากรณ์ยอดขายในอนาคตต่อไป ดังสมการต่อไปนี้

$$F_t = \alpha A_{t-1} + (1 - \alpha)F_{t-1}$$

เมื่อ

F_t = ค่าพยากรณ์ ณ ช่วงเวลา t

A_t = ค่าจริงที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลา t

α = ค่าถ่วงน้ำหนัก Smoothing โดย $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งการกำหนดค่านี้จะขึ้นอยู่กับดุลพินิจ ในทางปฏิบัติจะลองเปลี่ยนค่าไปเรื่อยๆ โดยเลือกค่า α ที่ทำให้ข้อมูลพยากรณ์มีค่าใกล้เคียงกับค่าจริงในอดีตมากที่สุด

5. แนวคิดการวัดค่าความแม่นยำทางสถิติ

คุณทลี รื่นรมย์ (2545 : 54) ได้อธิบาย การวัดความแม่นยำทางสถิติ ไว้ว่า การพยากรณ์สามารถเปรียบเทียบค่าความผิดพลาดต่าง ๆ ได้ด้วยวิธีต่าง ๆ และค่าสถิติที่สามารถวัดความแม่นยำที่เรียกว่า Theil's U-statistic นับเป็นวิธีหนึ่งในหลาย ๆ วิธีที่นิยมนำมาใช้วัดค่าความผิดพลาดในการพยากรณ์ สูตรของ Theil's U-statistic มีดังนี้

$$U = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{F_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i} \right)^2}{\sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{X_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i} \right)^2}}$$

โดยที่ $\frac{F_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i}$ คือเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าที่พยากรณ์ (Forecasted relative change) หรือ FPF_{i+1} และ $\frac{X_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i}$ คือเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง (Actual relative change) หรือ APE_{i+1}

ค่าของ U จะเป็น 1 ถ้า $FPF_{i+1} = APE_{i+1}$ นั่นคือเมื่อการพยากรณ์ไม่มีค่าผิดพลาดใด ๆ เลย

สรุปได้ดังนี้

ถ้า $U = 1$ หมายความว่า การพยากรณ์แบบง่ายที่ไม่เป็นทางการ (Naïve method) จะให้ค่าการพยากรณ์ที่ดีพอๆ กับการใช้การพยากรณ์ที่เป็นแบบทางการ (Formal forecasting methods)

ถ้า $U < 1$ หมายความว่า Formal forecasting method ที่ใช้อยู่จะให้ค่าการพยากรณ์ที่แม่นยำกว่าการพยากรณ์ โดย Naïve method ยิ่งค่า U น้อยกว่ามากกว่า 1 เท่าใดเทคนิคการพยากรณ์แบบเป็นทางการนั้นจะให้ผลที่แม่นยำมากกว่า Naïve method มากขึ้นเท่านั้น

ถ้า $U > 1$ หมายความว่าวิธีการพยากรณ์แบบ Naïve forecast จะมีความแม่นยำกว่าการใช้ Forecasting methods

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้จำแนกออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. งานวิจัยในประเทศ
2. งานวิจัยต่างประเทศ

1. งานวิจัยในประเทศ มีดังนี้

สุวิชา โกมลทัต (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ฟังก์ชันการผลิต ผลตอบแทนต่อขนาดและจุดคุ้มทุนการผลิตน้ำมันดิบ : กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ฟังก์ชันการผลิต เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดต่อปริมาณผลผลิตน้ำมันดิบ (2) ศึกษาผลตอบแทนต่อขนาดการผลิต และ (3) วิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการผลิตน้ำมันดิบของฟาร์มโคนมแต่ละขนาด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 60 ราย และสอบถามจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น นำข้อมูลที่ได้มาประมาณสมการการผลิตน้ำมันดิบในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และคำนวณหาจุดคุ้มทุน ทั้งด้านปริมาณและราคาในฟาร์มขนาดต่าง ๆ

ผลการศึกษา การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการผลิตน้ำมันดิบ พบว่า ถ้ารวมค่าแรงงานของสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยกันทำฟาร์มแล้ว ฟาร์มขนาดเล็กจะต้องผลิตน้ำมันดิบให้ได้วันละ 60 กิโลกรัม ส่วนฟาร์มขนาดกลาง และขนาดใหญ่ จะต้องผลิตน้ำมันดิบให้ได้วันละ 58.69 และ 78.15 กิโลกรัม ตามลำดับ จึงจะสามารถคุ้มกับต้นทุนการผลิตทั้งหมดได้ ขณะที่ปริมาณการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 58.33, 83.33 และ 156.56 กิโลกรัม ตามลำดับ แต่ถ้าไม่รวมค่าจ้างแรงงานของสมาชิกในครอบครัวที่ร่วมกัน

ทำฟาร์ม พบว่า ฟาร์มโคนมขนาดเล็กจะต้องผลิตน้ำนมดิบ ให้ได้วันละ 20.90 กิโลกรัม ส่วนฟาร์มขนาดกลาง และขนาดใหญ่ จะต้องผลิตน้ำนมดิบให้ได้วันละ 25.06 และ 42.29 กิโลกรัม ตามลำดับ จึงจะถึงจุดคุ้มทุน

ผลการศึกษา ด้านการวิเคราะห์ราคาต้นทุน พบว่า ถ้ารวมค่าแรงของสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยกันทำฟาร์มแล้ว ฟาร์มขนาดเล็ก จะมีราคาต้นทุนที่ 11.46 บาท/กิโลกรัม ในขณะที่ราคาซื้อขายน้ำนมดิบถัวเฉลี่ย กิโลกรัมละ 11.27 บาท ส่วนฟาร์มขนาดกลาง และขนาดใหญ่ จะมีราคาต้นทุนที่ 8.98 และ 7.64 บาท/กิโลกรัม ตามลำดับ แต่ถ้าไม่รวมค่าจ้างแรงงานของสมาชิกในครอบครัวที่ร่วมกันทำฟาร์ม พบว่า ราคาต้นทุนของฟาร์มขนาดเล็ก จะอยู่ที่ 7.00 บาท/กิโลกรัม ส่วนฟาร์มขนาดกลาง และขนาดใหญ่ มีราคาต้นทุนที่กิโลกรัมละ 5.86 และ 5.98 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ

จิรภา วรากุล (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ฟังก์ชันการผลิตและจุดคุ้มทุนของการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง กรณีศึกษา อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต ฟังก์ชันการผลิต ผลตอบแทนต่อขนาดการผลิต และจุดคุ้มทุนของการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง โดยใช้กรณีศึกษา ณ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษา ส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พบว่า ระดับผลผลิตคุ้มทุนอยู่ที่ 96,333.90 กิโลกรัม ราคาผลผลิตคุ้มทุนอยู่ที่ระดับ 24.16 บาทต่อกิโลกรัม

ผลการศึกษาครั้งนี้ ให้ข้อเสนอแนะว่า ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสามารถนำไปใช้ในการวางแผนระดับการผลิตและการกำหนดราคาในอนาคตเพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อขายหน่อไม้ฝรั่งในราคาที่เป็นธรรม

จูไรรัตน์ ศรีศิริ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยบริการสุขภาพและจุดคุ้มทุนขั้นพื้นฐานของศูนย์สุขภาพชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) หาต้นทุนต่อหน่วยบริการของศูนย์สุขภาพชุมชน 2) หาจุดคุ้มทุนของศูนย์สุขภาพชุมชน 3) เปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยบริการของหน่วยบริการปฐมภูมิหลักและหน่วยบริการปฐมภูมิรอง 5) เปรียบเทียบต้นทุนต่อหน่วยบริการและจุดคุ้มทุนของหน่วยบริการปฐมภูมิรองในสังกัดของโรงพยาบาลศูนย์กับโรงพยาบาลชุมชน โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบบันทึกข้อมูลวิเคราะห์ต้นทุน โดยใช้ทฤษฎี CVP Analysis เพื่อคำนวณหาจุดคุ้มทุน ผลการศึกษาพบว่า 1) ศูนย์สุขภาพชุมชนในหน่วยบริการปฐมภูมิหลักจัดบริการสุขภาพได้ 6 กิจกรรมและหน่วยบริการปฐมภูมิรองจัดได้ 9 กิจกรรมจากกิจกรรมหลัก 11 กิจกรรม ค่าเฉลี่ยต้นทุนต่อหน่วยบริการ คือ 73.91 และ 83.52 บาทต่อครั้งตามลำดับ 2) จุดคุ้มทุนของหน่วยบริการปฐมภูมิหลักและหน่วยบริการปฐมภูมิรองจาก 6 กิจกรรมในข้อ 1 ค่าเฉลี่ย คือ 2,123.15 และ 1,457.21 ครั้งต่อปี ซึ่งหน่วยบริการปฐมภูมิหลักมีจำนวนการให้บริการต่ำกว่าจุดคุ้มทุน แต่หน่วยบริการปฐมภูมิรองมีจำนวนการให้บริการสูงกว่าจุดคุ้มทุน 3) ต้นทุน

ต่อหน่วยบริการการตรวจรักษาและส่งเสริมสุขภาพของหน่วยบริการปฐมภูมิหลักกับปฐมภูมिरอง มีความแตกต่างกันระดับนัยสำคัญ 0.01 4) จุดคุ้มทุนการตรวจรักษาของหน่วยบริการปฐมภูมิหลักกับปฐมภูมिरองมีความแตกต่างกันระดับนัยสำคัญ 0.05 และจุดคุ้มทุนการตรวจรักษาของหน่วยปฐมภูมิหลักจะมีค่ามากกว่าหน่วยปฐมภูมिरอง 5) จุดคุ้มทุนบริการก่อนกลับบ้านของหน่วยบริการปฐมภูมिरองในสังกัดโรงพยาบาลศูนย์กับโรงพยาบาลชุมชนมีความแตกต่างกันระดับนัยสำคัญ 0.05 และจุดคุ้มทุนบริการก่อนกลับบ้านหน่วยปฐมภูมिरองในสังกัดโรงพยาบาลศูนย์จะมีค่าสูงกว่าโรงพยาบาลชุมชน ผลที่ได้จากการวิจัย ทำให้สามารถวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยและทราบจุดคุ้มทุนของสุขภาพชุมชนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนค่าใช้จ่ายของหน่วยสุขภาพชุมชนในอนาคต

วีรวรรณ ศิริพงษ์ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพาราในพื้นที่ตำบลทุ่งคำเสา อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา พบว่า การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา และแนวทางส่งเสริมพัฒนาดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่มีของผู้ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพาราในพื้นที่ตำบลทุ่งคำเสา อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา จำนวน 40 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามควบคู่กับการสัมภาษณ์และใช้อัตราส่วนทางการเงินในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ ร้อยละ 71.42 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด อัตราส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย ร้อยละ 52.28 อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย ร้อยละ 33.49 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ร้อยละ 45.91 จุดคุ้มทุนเป็นจำนวนเงินเท่ากับ 296,215 บาท และจุดคุ้มทุนที่เป็นจำนวนหน่วย คือยอดขายใบยางพอกจำนวน 264,697 ใบ ดอกไม้ประดิษฐ์จำนวน 12,250 ดอก และเครื่องประดับ ของชำร่วยจำนวน 7,276 ชิ้น ส่วนเกินที่ปลอดภัย ร้อยละ 66.90 ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 5 เดือน 12 วัน

ผลการวิจัยทำให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลทุ่งคำเสา อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา สามารถจำแนกต้นทุน ค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนจากการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากยางพารา เพื่อนำไปวางแผนในการผลิตครั้งต่อไป

วีรชาติ โลหะโชติ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจขนส่งน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัทเมืองหลวงทรานสปอร์ต จำกัด พบว่า งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจบริการขนส่งน้ำมันของบริษัทเมืองหลวงทรานสปอร์ต จำกัด จังหวัดตาก จะประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิผลกับการบริหารงานภายในองค์กร โดยในการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานบัญชี

ของบริษัท เมืองหลวงทรานสปอร์ต จำกัด ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) รวมทั้งงบการเงินและเอกสารรายงานต่างๆ นำมาวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร (CVP Analysis) สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2545 รายได้จากการขนส่งของบริษัทฯ เท่ากับ 89,895,473 89,254,491 70,754,985 บาทตามลำดับ ต้นทุนของธุรกิจขนส่งน้ำมันในช่วงปี พ.ศ. 2543-2545 แยกเป็นต้นทุนผันแปรประกอบด้วยค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและค่าเบี่ยงเบนพนักงานขับรถ เป็นเงิน 45,760,641 39,134,641 31,193,256 บาท ตามลำดับ ต้นทุนคงที่ปี พ.ศ. 2543-2545 เป็นเงินเท่ากับ 37,355,203 36,039,955 30,330,688 บาท ตามลำดับ

กำไรส่วนเกินต่อเที่ยวเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2543-2545 เท่ากับ 9,317 8,385, 7584 บาท ตามลำดับ กำไรส่วนเกินต่อเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน คือในปี พ.ศ. 2544 ลดลงร้อยละ 10 ในปีพ.ศ. 2545 ลดลงร้อยละ 9.52 การเปลี่ยนแปลงที่ลดลงของกำไรส่วนเกินต่อเที่ยวจากค่าขนส่งที่ลดลงเพราะว่าขนส่งจากระยะทางที่สั้นลง สาเหตุจากเปลี่ยนจุดรับน้ำมันจากคลังน้ำมัน ศรีราชา เป็นคลังน้ำมันสระบุรี

การคำนวณจุดคุ้มทุนจากข้อมูลข้างต้นปี พ.ศ. 2543-2545 เท่ากับ 4,009 4,298 3,998 เที่ยวตามลำดับ จุดคุ้มทุนในปี พ.ศ. 2544 เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.21 การเพิ่มขึ้นของจุดคุ้มทุนเกิดจากกำไรส่วนเกินต่อเที่ยวที่ลดลง ในปี พ.ศ. 2545 เปลี่ยนแปลงลดลงจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 6.98 การลดลงของจุดคุ้มทุนเกิดจากต้นทุนคงที่เปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 15.84 เมื่อนำข้อมูล 3 ปี มาเฉลี่ย รายได้จากการขนส่งเฉลี่ยเท่ากับ 81,634,983 บาท ต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 38,696,179 บาท ต้นทุนคงที่เฉลี่ย 34,575,282 บาท พบว่าจุดคุ้มทุนเฉลี่ยเท่ากับ 4,102 เที่ยว

การวางแผนกำไร โดยใช้ข้อมูล 3 ปี มาเฉลี่ย กำหนดเป้าหมายกำไรต่อปีโดยใช้เท่ากับ 6,000,000 บาท ภายใต้สมมติฐานที่ควบคุมต้นทุนคงที่เฉลี่ยเท่ากับ 34,575,282 บาท และกำไรส่วนเกินต่อเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 8,429 บาท บริษัทฯ จะต้องทำการขนส่งจำนวน 4,814 เที่ยว

จากการวิจัยในงานชิ้นนี้ ทำให้บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลมาเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนกำไรในอนาคตเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

สุจิรา นุลย์ประมุข (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การพยากรณ์และวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวราคาข้าวโพด พบว่า การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2545 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2545 และนำมาพยากรณ์ราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับในปี พ.ศ. 2546-2547 เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผน การผลิต และการตลาดในอนาคต

ผลการศึกษา พบว่า ค่าแนวโน้มราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ฤดูกาลมีผลต่อราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับ กล่าวคือ ราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับจะสูงในเดือน พฤษภาคม เนื่องจากอยู่ในช่วงเพาะปลูกทำให้ผลผลิตขาดตลาดและราคาข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับ ต่ำสุดในเดือนกันยายน เพราะเป็นช่วงที่มักเกิดอุทกภัย ผลการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2546 -2547 ราคา ข้าวโพดที่เกษตรกรได้รับแต่ละปีเท่ากับ 4.40 และ 4.50 บาท ต่อกิโลกรัมตามลำดับ และจากการ ทดสอบอำนาจการพยากรณ์ พบว่า ค่าพยากรณ์ราคาข้าวโพดที่เกษตรกร ได้รับสามารถนำไปใช้ได้ดี และสามารถเป็นข้อมูลในการวางแผนการผลิตและการจำหน่ายในอนาคตต่อไป

สุทธิ ชันทอง (2537 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เศรษฐกิจการเลี้ยงโคนมในเขต อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2535 - 2536 พบว่า งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษา สภาพทั่ว ๆ ไปในการเลี้ยงโคนม (2) ศึกษาต้นทุนการผลิต ปริมาณผลผลิต รายได้และ ผลตอบแทนจากการเลี้ยง โคนม (3) ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างต้นทุนการผลิต รายได้จากการผลิต และผลตอบแทนเพื่อกำหนดปริมาณการผลิตที่เหมาะสมในฟาร์มขนาดต่าง ๆ (4) ศึกษาปัญหาและ อุปสรรคในการเลี้ยงโคนมของเกษตรกร ผลการวิจัยจากจำนวนฟาร์มที่ศึกษา 45 ฟาร์ม พบว่า เกษตรกรหัวหน้าครอบครัวที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนม เป็นเพศชายถึงร้อยละ 98 มีอายุอยู่ ระหว่าง 31- 40 ปี โดยได้รับการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 62 มีสมาชิกใน ครัวเรือน 3 - 4 คนต่อครอบครัว ร้อยละ 67 สมาชิก มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม 6 - 10 ปี มีร้อย ละ 42 จำนวน โคที่เลี้ยงทั้งหมด 6-10 ตัวต่อครัวเรือน ร้อยละ 42 เป็นโคที่กำลังให้นม 1-5 ตัวต่อ ครัวเรือน ร้อยละ 64 และ 6 - 10 ตัวต่อครัวเรือน ร้อยละ 36 โดยสมาชิกมีการถือครอง ที่ดินขนาด 1-5 ไร่ต่อครัวเรือนถึงร้อยละ 66 มีสมาชิกทำการปลูกพืชเพื่อเป็นรายได้เสริม จำนวน 13 ราย หรือ ร้อยละ 29 และมีสมาชิกอีกจำนวน 34 ราย หรือร้อยละ 76 ให้เหตุผลว่า มูลเหตุจูงใจให้เกษตรกร ประกอบอาชีพการเลี้ยง โคนม คือมีรายได้ดีและค่อนข้างแน่นอน ผลการวิเคราะห์ต้นทุนและ ผลตอบแทนจากการเลี้ยง โคนม ปรากฏว่าฟาร์มขนาดเล็ก มีต้นทุนรวมเท่ากับ 73,608.75 บาท/ ฟาร์ม/ปี ประกอบด้วยต้นทุนผันแปร เท่ากับ 63,652.62 บาท/ฟาร์ม/ปี และต้นทุนคงที่ เท่ากับ 9,956.13 บาท/ฟาร์ม/ปี มีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 75,050.83 บาท/ฟาร์ม/ปี มีผลตอบแทน เหนือต้นทุนรวม เท่ากับ 1,442.08 บาท/ฟาร์ม/ปี มีผลตอบแทน เหนือต้นทุนผันแปรทั้งหมด 11,398.21 บาท/ฟาร์ม/ ปี มีผล ต่อตอบแทนเหนือต้นทุนผันแปรที่เป็นตัวเงินเท่ากับ 46,506.13 บาท/ฟาร์ม/ปี และมีปริมาณ การผลิต ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 7,901.69 กิโลกรัม/ฟาร์ม/ปี ฟาร์มขนาดกลาง มีต้นทุนรวม เท่ากับ 151,249.99 บาท/ฟาร์ม/ปี ประกอบด้วยต้นทุนผันแปร เท่ากับ 126,022.03 บาท/ฟาร์ม/ปี และต้นทุน คงที่ เท่ากับ 25,225.96 บาท/ฟาร์ม/ปี มีรายได้เฉลี่ย เท่ากับ 199,169.45 บาท/ฟาร์ม/ปี มีผลตอบแทน เหนือต้นทุนรวมเท่ากับ 47,921.46 บาท/ฟาร์ม/ปี มีผลตอบแทน เหนือต้นทุนผันแปรทั้งหมด เท่ากับ

73,147.42 บาท/ฟาร์ม/ปี มีผลตอบแทนเหนือต้นทุนผันแปร ที่เป็นตัวเงินเท่ากับ 122,236.09 บาท/ฟาร์ม/ปี และมีปริมาณ การผลิต ณ จุดคุ้มทุน เท่ากับ 11,955.43 กิโลกรัม/ฟาร์ม/ปี ผลการศึกษาพบว่า ปริมาณผลผลิต รายได้ และผลตอบแทน จากการประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรในฟาร์มขนาดกลาง จะสูงกว่าฟาร์มขนาดเล็ก เนื่องจากในฟาร์มขนาดกลางเกษตรกร ได้นำเอาเทคโนโลยีการผลิตและระบบการจัดการฟาร์มมาใช้ในขบวนการผลิต มีผลให้ต้นทุนการผลิตต่อปริมาณผลผลิต หนึ่งหน่วยมีมูลค่าลดลง รวมทั้งการจัดการตลาดเพื่อการ จำหน่ายผลผลิตที่ผลิตได้ในราคาที่สูงกว่า และขณะเดียวกัน ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ระดับการผลิต ณ จุดคุ้มทุนในฟาร์มแต่ละขนาด เกษตรกรสามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจ การวางแผน การผลิตและการจัดระบบการจัดการฟาร์มที่ดี เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปัญหาที่สำคัญและเป็นอุปสรรคต่อการเลี้ยงโคนม ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการลงทุน ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาด้านการส่งเสริมอาชีพ ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่จากหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อช่วยกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ให้บรรเทาลงและหมดไปในที่สุด เพื่อการประกอบอาชีพการเลี้ยง โคนมของเกษตรกรไทยจะได้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

บรรณกิจ พรทวี โภคทรัพย์ (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากร ภายในประเทศ ของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งของไทย พบว่า งานวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้หลักการวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost : DRC) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่พิจารณาถึงต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้รับ โดยหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการนำเข้าของวัตถุดิบ หรือปัจจัยการผลิตต่าง ๆ จากต่างประเทศ หากสัดส่วนของผลตอบแทนจากการใช้ทรัพยากรภายในประเทศต่อต้นทุนการใช้ทรัพยากรในประเทศ น้อยกว่า 1 จะแสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็ง ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (DRC ratio) มีค่าน้อยกว่า 1 ทั้ง 2 ตัวอย่าง กล่าวคือ ตัวอย่างที่ 1 การพิจารณา สัดส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศมีค่า DRC ratio เท่ากับ 0.42 และตัวอย่างที่ 2 สัดส่วนของการได้มาผลตอบแทนต่อต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ มีค่า DRC ratio เท่ากับ 0.56 โดยนัยสำคัญของการศึกษา กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทั้ง 2 กรณีของการศึกษาที่ได้ค่า DRC ratio น้อยกว่า 1 จะแสดงถึงการผลิตของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งของ 2 กรณีศึกษามีความได้เปรียบเทียบ ซึ่งจะส่งผลต่อการเสนอแนะแนวนโยบายของประเทศที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งเพื่อการส่งออกต่อไป

สุลี จิตรวรรตนา (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่น พบว่า ไก่สดแช่แข็งเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งของไทย โดยผลิตเพื่อการส่งออกร้อยละ 15 – 20 ของปริมาณการผลิตไก่เนื้อของประเทศซึ่งส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 มีประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศคู่ค้าถึงร้อยละ 80 – 85 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดของประเทศ วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ และอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปญี่ปุ่น และเพื่อการศึกษาความยืดหยุ่นของปัจจัย ที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปญี่ปุ่น ส่วนวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์แบบเส้นถดถอยเชิงซ้อนที่ประมาณค่าโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดอุปสงค์การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นกับราคาประเทศคู่แข่งเมื่อปีที่แล้ว รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของญี่ปุ่น และอัตราแลกเปลี่ยนโดยการเปลี่ยนแปลงตัวแปรเหล่านั้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่น ประมาณ 99.51% ซึ่งราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยในตลาดญี่ปุ่นกับราคาประเทศคู่แข่งเมื่อปีที่แล้วมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกในทิศทางตรงกันข้าม มีค่าความยืดหยุ่น – 0.9245 ด้วยระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และรายได้ประชาชาติที่แท้จริงของญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกในทิศทางเดียวกัน มีค่าความยืดหยุ่น 2.4714 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกในทิศทางตรงกันข้าม มีค่าความยืดหยุ่น – 1.1613 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่น ขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปตลาดญี่ปุ่นกับราคาขายปลีกภายในประเทศเมื่อปีที่แล้ว และปริมาณการผลิตไก่เนื้อในประเทศไทย โดยการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรเหล่านั้นสามารถอธิบาย การเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่นประมาณ 89.47% ซึ่งราคาเปรียบเทียบ ระหว่างราคาส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปตลาดญี่ปุ่นกับราคาขายปลีกภายในประเทศ เมื่อปีที่แล้วมีความสัมพันธ์กับอุปทานการส่งออกในทิศทางเดียวกัน มีค่าความยืดหยุ่น 2.5621 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนปริมาณการผลิตไก่เนื้อในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับอุปทานการส่งออกในทิศทางเดียวกัน มีค่าความยืดหยุ่น 1.690 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

นิภาพร ประดิษฐ์อาชีพ (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ราคาและการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย พบว่า ปริมาณไข่ไก่ที่ผลิตได้ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังคงอาศัยตลาดภายในประเทศเป็นหลัก โดยปริมาณการผลิตไข่ไก่ในรอบปีมีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ซึ่งมักไม่สอดคล้องกับช่วงของความต้องการบริโภค รวมทั้งปริมาณการผลิตไข่ไก่ในระยะยาวยังมี

ลักษณะเป็นวัฏจักร จึงส่งผลทำให้เกิดปัญหาความไม่มีเสถียรภาพของราคาไข่ไก่เป็นผลให้ผู้เลี้ยงไข่ไก่ประสบกับปัญหาขาดทุนเรื่อยมา โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งที่ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่รวมถึงความเคลื่อนไหวของราคา และปริมาณการผลิตไข่ไก่ในประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจวางแนวทางในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านการราคา และการผลิตไข่ไก่ในประเทศไทย ในการศึกษาการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่ได้ใช้วิธี Estimated Generalized Least Squares ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่ของไทย ส่วนการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคาและปริมาณการผลิตไข่ไก่ใช้วิธีแยกองค์ประกอบข้อมูลอนุกรมเวลา ผลการศึกษาพบว่าอุปทานของไข่ไก่ตอบสนองต่อราคาไข่ไก่ที่เกษตรกรได้รับ ใน 2 ไตรมาสที่ผ่านมา ราคาถูกไข่ไก่ใน 2 ไตรมาสที่ผ่านมา ราคาอาหารผสมไข่ไก่ในไตรมาสก่อน และแนวโน้มของเวลา โดยที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปทานอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอัตราราคาดังกล่าวมีค่าเท่ากับ 0.0701, -0.0189 และ -0.0648 ตามลำดับ ส่วนอัตราเพิ่มของอุปทานมีค่าเท่ากับ 2.95 เปอร์เซ็นต์ต่อไตรมาส

สุพจน์ แจ่มเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนอุตสาหกรรม การเจียรไนเพชร การศึกษาวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนการเจียรไนเพชร กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด พบว่า งานวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อหาจุดคุ้มทุนของการเจียรไนเพชรของปี 2541- 2543 โดยใช้วัตถุดิบ เป็นเพชรดิบ 1 เม็ดที่มีน้ำหนัก 0.35 - 0.40 กะรัต ขอบเขตการศึกษาทำการศึกษาจากข้อมูลบริษัท ABC จำกัด ปี 2541-2543 วิธีการศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ศึกษาจากงบการเงิน และกระบวนการผลิต ใช้ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การบัญชีต้นทุนการจำแนกประเภทต้นทุนตามความประสงค์ของผู้ใช้ข้อมูลการรวบรวม และบันทึกวัตถุดิบ และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการดำเนินงาน การศึกษา 1) ศึกษาขั้นตอนการผลิต 2) ศึกษางบการเงิน 3) การคำนวณหาจุดคุ้มทุนในแต่ละปี 4) คำนวณหาจุดคุ้มทุนปี 2541 (4.1) หาจุดคุ้มทุนกรณีเพิ่มผลผลิต 1, (4.2) กรณีลดต้นทุน ผันแปรต่อหน่วย 5 (4.3) กรณีลดต้นทุนคงที่ (5.5) คำนวณหาจุดคุ้มทุนปี 2542 (5.1) หาจุดคุ้มทุนกรณีเพิ่มผลผลิต 1, (5.2) กรณีลดต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 5 (5.3) กรณีลดต้นทุนคงที่ 5 6) คำนวณหาจุดคุ้มทุนปี 2543 (6.1) หาจุดคุ้มทุนกรณี เพิ่มผลผลิต 1, (6.2) กรณีลดต้นทุนผันแปรต่อหน่วย 5 (6.3) กรณีลดต้นทุนคงที่ 5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ เพื่อเป็นแนวทางในการลดต้นทุน และเป็นข้อมูลในการ พิจารณา สำหรับบุคคลที่สนใจในอุตสาหกรรมเจียรไนเพชร สรุปผลจากการศึกษา พบว่า ในการดำเนินงานตามปกติของบริษัทฯ นั้น จุดคุ้มทุนที่ได้มาทำให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ขาดทุน และจากการศึกษาวิเคราะห์ถึงแนวทางในการที่จะลดต้นทุนนั้น ได้พิจารณา 3 ทางเลือก พบว่า การเพิ่มผลผลิต (Yield) นั้นทำให้จุดคุ้มทุนลดได้ ถึง 40.37 ในปี 2541,

41.14 ในปี 2542 และ 39.98 ในปี 2543 กล่าวโดยสรุปจาก การศึกษาวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนในครั้ง นี้ พบว่า แนวทางในการที่จะลดต้นทุนที่มี ประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การเพิ่มผลผลิต

ปรากฏศัพท์ เลขบวรวงศ์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษาค้นทุนและรายได้การ เลี้ยงกุ้งกุลาดำ : กรณีศึกษา ตำบลบางสมัครและ ตำบลบางวัว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นทุนและรายได้ การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ของตำบลบางสมัคร และตำบลบางวัว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เกี่ยวกับลักษณะและสิ่งแวดล้อมทั่ว ๆ ไป ต้นทุนรวม ต้นทุนต่อบ่อ ต้นทุนต่อไร่ ต้นทุนต่อกิโลกรัม รายได้รวม รายได้ต่อบ่อ รายได้ต่อไร่ รายได้ต่อกิโลกรัม อัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงาน จุดคุ้มทุนและความสัมพันธ์อกระหว่างรายได้ และปัจจัยการผลิต เพื่อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้สนใจ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งเพื่อการค้า จำนวน 40 รายการ เก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นทุน และ รายได้การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ใน พ.ศ. 2539 ใช้การสัมภาษณ์มี แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป ความรู้ ความคิดเห็นและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ สมมติฐาน และการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การศึกษาค้นทุนและรายได้ การเลี้ยงกุ้งกุลาดำในแหล่งพื้นที่ตำบลบางสมัคร และตำบลบางวัว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ระยะเวลาการเลี้ยง 4 เดือน ต่อรุ่น ปี 2539 ตำบล บางสมัคร มีจำนวนทั้ง 2 รุ่น มีต้นทุนเฉลี่ยต่อบ่อ 134,095.63 บาท ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ 29,151.22 บาท ต้นทุนเฉลี่ยต่อ กิโลกรัม 114.20 บาท และตำบลบางวัว ต้นทุนเฉลี่ยต่อบ่อ 126,047.20 บาท ต้นทุน เฉลี่ยต่อไร่ 25,723.92 บาท ต้นทุนเฉลี่ยต่อกิโลกรัม 102.69 บาท รายได้จากการดำเนินงาน ตำบล บางสมัคร 2 รุ่น รายได้เฉลี่ยต่อบ่อ 185,535.03 บาท รายได้เฉลี่ยต่อไร่ 40,333.22 บาท รายได้เฉลี่ย ต่อ กิโลกรัม 157.93 บาท สำหรับตำบลบางวัว 2 รุ่น รายได้เฉลี่ยต่อบ่อ 223,116.69 บาท รายได้ เฉลี่ยต่อไร่ 45,534.01 บาท รายได้เฉลี่ยต่อ กิโลกรัม 181.98 บาท ผลตอบแทนในการดำเนินงานการ เลี้ยงกุ้งกุลาดำ ตำบลบางสมัคร 2 รุ่น อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 87.77 ส่วน ตำบลบางวัว จำนวน 2 รุ่น อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 173.58 จุดคุ้มทุนในการดำเนินกิจการการเลี้ยงกุ้ง กุลาดำ ตำบลบางสมัคร 2 รุ่น สำหรับระยะเวลา 4 เดือน ในปี พ.ศ. 2539 จุดคุ้มทุนในการดำเนิน กิจการการเลี้ยงกุ้งกุลาดำเฉลี่ยต่อรุ่นของตำบลบางสมัคร 184.57 กิโลกรัม ส่วนตำบลบางวัว 2 รุ่น จุดคุ้มทุนในการผลิตกุ้งกุลาดำ เฉลี่ยต่อรุ่น 150.19 กิโลกรัม

มณฑกา เติสิลาเสถียร (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนของสองโรงพยาบาล ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประเทศไทย พบว่า วัตถุประสงค์ ของการวิจัยขึ้นนี้เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของงานบริการผู้ป่วยนอก และต้นทุนต่อหน่วยของงาน บริการผู้ป่วยใน โดยวิธี Step down นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ความคุ้มทุน รวมทั้งวิเคราะห์หาอัตรา

เหมาะจ่ายต่อหัวประชากรที่ควรจะเป็น และจำนวนประชากรขึ้นทะเบียนบัตรทองที่ควรจะเป็น ณ อัตราเหมาะจ่ายต่อหัวประชากรที่ปัจจุบัน (1,052 บาทต่อหัวประชากร) ของสองโรงพยาบาลชุมชน ที่มีขนาดแตกต่างกันในจังหวัดบุรีรัมย์ ณ ไตรมาสแรกปีงบประมาณ 2545 (1 ตุลาคม 2544 ถึง 31 ธันวาคม 2544) ภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประเทศไทย ผลของการศึกษาพบว่า ทั้งต้นทุนต่อหน่วยของงานบริการผู้ป่วยนอก และต้นทุนต่อหน่วยของงานบริการผู้ป่วยในของ โรงพยาบาลชุมชนขนาด 90 เตียง มีมูลค่ามากกว่าโรงพยาบาลชุมชนขนาด 30 เตียง กล่าวคือ โรงพยาบาลลำปลายมาศ (90 เตียง) ต้นทุนต่อหน่วยของงานบริการผู้ป่วยนอกเท่ากับ 280.79 บาท ต่อครั้งที่ให้บริการ และ ต้นทุนต่อหน่วยของงานบริการผู้ป่วยในเท่ากับ 1,213.00 บาทต่อวันที่ให้บริการหรือ 3,813.65 บาทต่อคนที่ให้บริการ โรงพยาบาลกระสัง (30 เตียง) คิดเป็น 137.87 บาท ต่อครั้งที่ให้บริการผู้ป่วยนอก และ 769.99 บาทต่อวันที่ให้บริการผู้ป่วยในหรือ 3,276.00 บาทต่อคนที่ให้บริการผู้ป่วยใน นอกจากนี้ยังพบว่า ภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า โรงพยาบาลชุมชน ทั้งสองแห่งมีอัตราส่วนของรายได้ต่อรายจ่ายคิดเป็น 1.36 สำหรับโรงพยาบาลลำปลายมาศ และ 2.75 สำหรับโรงพยาบาลกระสัง โดยอัตราเหมาะจ่ายที่ควรจะเป็นภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า ของโรงพยาบาลชุมชนทั้งสองแห่งที่มูลค่าของกำไรเท่ากับศูนย์ คือ 982.00 บาท สำหรับโรงพยาบาล ลำปลายมาศ และ 884.00 บาท สำหรับโรงพยาบาลกระสัง อย่างไรก็ตามที่อัตราเหมาะจ่ายต่อหัว ประชากรปัจจุบัน พบว่า จำนวนประชากรขึ้นทะเบียนบัตรทองที่ควรจะเป็นของโรงพยาบาล ลำปลายมาศคือ 81,630 คน และ 29,428 คน สำหรับโรงพยาบาลกระสัง

ปัทมา สมขันธ์ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโรงชำแหละ สุนัขมาตรฐานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของ โรงชำแหละสุนัขมาตรฐานในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงปริมาณการรับบริการที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุนสำหรับผู้สนใจในธุรกิจนี้ เนื่องจากรัฐบาลณรงค์ให้มีการเพิ่ม จำนวนโรงชำแหละสุนัขที่ได้มาตรฐานซึ่งมีมีจำนวนน้อย และเนื้อสัตว์ที่ไม่ได้ฆ่าและชำแหละจาก โรงชำแหละสุนัขที่ได้มาตรฐานมักจะถูกกีดกันไม่สามารถส่งสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศได้

ในการศึกษาได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ของธุรกิจโรงชำแหละ สุนัขมาตรฐาน ที่มีกำลังการผลิตสูงสุดที่ 100 ตัว ต่อวัน ทั้งแบบที่มีส่วนเย็นและไม่มีส่วนเย็น โดยได้ ข้อมูลจากโรงชำแหละสุนัขซึ่งจัดตั้งแล้ว และบริษัทรับก่อสร้างโรงชำแหละสัตว์แบบครบวงจร ผล จากการศึกษพบว่าโรงชำแหละสุนัขมาตรฐานแบบมีส่วนเย็น ต้องใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 15,513,000 บาท ต้นทุนคงที่ 217,448.50 บาท ต่อเดือน ต้นทุนผันแปร 71.15 บาทต่อตัวสุนัขชำแหละ และมี จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 1,756 ตัวต่อเดือน หากรายได้ต่อหน่วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 คำนวณ จุดคุ้มทุนได้ 59 ตัว ต่อวันหรือ 1,517 ตัวต่อเดือน และหากรายได้ต่อหน่วยลดลงร้อยละ 10 คำนวณได้ 81 ตัวต่อวันหรือ

2,084 ตัวต่อเดือน ในกรณีต้นทุนคงที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จำนวนจุดคุ้มทุนได้ 65 ตัวต่อวันหรือ 1,666 ตัวต่อเดือน และหากต้นทุนคงที่ลดลงร้อยละ 10 จะคำนวณจุดคุ้มทุนได้ 69 ตัวต่อวันหรือ 1,787 ตัวต่อเดือน ในกรณีต้นทุนผันแปรต่อหน่วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จำนวน จุดคุ้มทุนได้ 69 ตัวต่อวันหรือ 1,787 ตัวต่อเดือน และหากต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ลดลงร้อยละ 10 จะคำนวณจุดคุ้มทุนได้ 67 ตัวต่อวันหรือ 1,727 ตัวต่อเดือน

จุดคุ้มทุนได้ 69 ตัวต่อวันหรือ 1,787 ตัวต่อเดือน และหากต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ลดลง ร้อยละ 10 จะคำนวณจุดคุ้มทุนได้ 67 ตัวต่อวันหรือ 1,727 ตัวต่อเดือน

ส่วน โรงชำแหละสุกรมาตรฐานแบบไม่มีส่วนเย็น ต้องใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 12,585,00 บาท ต้นทุนคงที่ 184,012.50 บาท ต่อเดือน ต้นทุนผันแปร 67.25 บาท ต่อตัวสุกรชำแหละ และมีจุดคุ้มทุน อยู่ที่ 1,441 ตัวต่อเดือนในกรณีที่รายได้และต้นทุน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้มีจุดคุ้มทุน 1,381 ตัวต่อเดือน ในกรณีที่รายได้ต่อหน่วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จำนวนจุดคุ้มทุนได้ 49 ตัวต่อวันหรือ 1,250 ตัวต่อเดือน และหากรายได้ต่อหน่วยลดลงร้อยละ 10 จำนวน ได้ 66 ตัวต่อวันหรือ 1,700 ตัวต่อเดือน ในกรณีต้นทุนคงที่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จำนวนจุดคุ้มทุนได้ 59 ตัวต่อวันหรือ 1,519 ตัวต่อเดือน และ หากต้นทุนคงที่ลดลงร้อยละ 10 จะคำนวณจุดคุ้มทุนได้ 53 ตัวต่อวันหรือ 1,364 ตัวต่อเดือน ในกรณี ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะคำนวณจุดคุ้มทุนได้ 57 ตัวต่อวันหรือ 1,461 ตัวต่อเดือน และหากต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ลดลงร้อยละ 10 จะคำนวณจุดคุ้มทุนได้ 55 ตัวต่อวันหรือ 1,416 ตัวต่อเดือน

ในการลงทุนโรงชำแหละสุกรมาตรฐาน มีต้นทุนในการลงทุนเริ่มแรกสูง เนื่องจากต้นทุน ส่วนใหญ่เป็นต้นทุนค่าเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และราคาสูง นอกจากเครื่องจักร ที่ใช้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และต้องอาศัยช่างเทคนิคที่มีความชำนาญเฉพาะในการดูแลและติดตั้ง ก่อให้เกิดต้นทุนคงที่ในส่วนของค่าเสื่อมราคาที่สูง ทำให้ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนสูงตามไปด้วย

2. งานวิจัยต่างประเทศ มีดังนี้

มาโรน (Malone. 2007) ศึกษาเรื่องต้นทุนของโรงพยาบาลในการใช้ระบบบาร์โค้ด ในการจ่ายยา งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและอัตราผลตอบแทนในการใช้ระบบ บาร์โค้ดในการจ่ายยา โดยใช้หลักการการวิเคราะห์ CVP Analysis ผลการวิจัยพบว่า โรงพยาบาล มีค่าใช้จ่าย 2,200 ดอลลาร์ต่อปี ในการใช้ระบบบาร์โค้ดจ่ายยา แต่เมื่อนำมาคำนวณกับการใช้เภสัชกร ในการจ่ายยา สามารถประหยัดต้นทุนได้ถึง 3% จากค่าใช้จ่ายทั้งหมด และสามารถลดชั่วโมงในการทำงานและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ถึง 0.19 % ทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเพิ่มขึ้น

แอน ซี กราฮัมและปีเตอร์ เจ แฮร์ริส (Ian C. Graham, Peter J. Harris. 1999) ศึกษาเรื่องการวางแผนเพื่อพัฒนาผังงาน โรงแรมระดับสากลเพื่อเพิ่มผลกำไร พบว่า งานวิจัยที่นำเสนอนี้เป็นผลที่ได้มาจากการเข้าทำโครงการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการยกระดับคุณภาพธุรกิจโรงแรมของแถบทวีปในยุโรปตะวันออกกลางแอฟริกาโดยการแบ่งมาตรฐานของ โรงแรมสากล มีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อเตรียมการขั้นพื้นฐาน สำหรับรูปแบบที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการวางแผนทางหลักเกณฑ์ด้านการเงิน และการเลือกตัดสินใจในการควบคุมของทีมงานจัดการที่ประสิทธิภาพ ด้วยความช่วยเหลือจากทีมงานมืออาชีพ วิธีการต่างๆ ที่นำมาใช้เพื่อเป็นการส่งเสริมสู่การประเมินในความสัมพันธ์เกี่ยวกับการประยุกต์ในเชิงปฏิบัติการ ในกระบวนการตัดสินใจ และเหตุผลที่ดี และวิธีการต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนด้าน โปรแกรมการพัฒนาการจัดการซึ่งจะถูกอธิบายไว้ มีการปรับปรุงเค้าโครง โดยผู้จัดการของบริษัทสำหรับส่งเสริมด้านการตัดสินใจและผลสะท้อนกลับจากการจัดการคุณสมบัติและการแนะนำผลต่างๆ ทางการเงินอย่างเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญเพื่อการกระจายผลกำไรที่จะเกิดขึ้นแก่ธุรกิจต่อไป

ชินน่า เอ คันน่าไพเรน (Chinna A Kannapiran. 2001) ศึกษาเรื่อง ผลกำไรจากอุตสาหกรรมเนื้อวัวในประเทศออสเตรเลีย : การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน พบว่า ผลกำไรจากการผลิตอุตสาหกรรมเนื้อวัวในประเทศออสเตรเลียถูกรับรองโดยการใช้รูปแบบสู่จุดคุ้มทุน ผลต่าง ๆ ที่ปรากฏออกมาในระหว่างช่วงปี 1991-1996 ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการผลิตด้านเนื้อวัวในด้านการผลิตสู่จุดคุ้มทุนที่สูงขึ้นในเขตออสเตรเลียได้ และบางเขตในควีนแลนด์ พวกเขาดำเนินการโดยใช้เงินทศรองสำหรับความสูญเสียต่ำกว่าผลกำไรที่ระดับจุดคุ้มทุน ในเขตของนิวเซาท์เวลส์ และ เกาะแทสเมเนียทางใต้ของออสเตรเลีย เขตแดนทางเหนือ และออสเตรเลียทางตะวันตกเพื่อที่จะเข้าสู่จุดคุ้มทุนให้ได้ มีผู้ผลิตเนื้อวัวหลายรายที่อยู่ในเขตอื่นๆ กำลังเผชิญเข้าสู่ภาวะวิกฤตทางการเงินทุก ๆ เขตรวมถึงเขตแดนทางเหนือผู้ผลิตเนื้อวัวยังไม่สามารถชดเชย หรือกู้สถานการณ์จากข้อกล่าวหาของแรงงานครอบครัวของพวกเขาได้ ส่งผลผู้ผลิต ได้รับค่าจ้างน้อยไปและอุตสาหกรรมที่มีความชัดเจนก็จะสามารถอยู่รอดได้โดยการค้าที่มีการวางแผนก็จะสามารถนำไปสู่การลงทุนที่มีผลกำไรต่อไปในอนาคต ถึงแม้ว่าผลการศึกษาได้มีการเตรียมการพิจารณาด้านผลประโยชน์ทางการเงินของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อวัวโดยทั่วไป สถานการณ์อาจจะมีแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกรณีไป การศึกษาได้มีการเปิดเผยซึ่งนับว่ามีประโยชน์สู่การเข้าถึงจุดคุ้มทุนในการส่งเสริมเพื่อการเลือกระบบการจัดการที่ดีมาใช้ในธุรกิจ

ฟงชิงยวน (Fong Ching Yuan. 2009) ศึกษาเรื่อง การใช้ระบบฟัซซี่ โลจิกด์ เบส (fuzzy logic - based) ในการวิเคราะห์ปริมาณกำไร และต้นทุนภายใต้ความไม่แน่นอน พบว่า จุดประสงค์ของเอกสารฉบับนี้เป็นการนำเสนอการใช้ประโยชน์ของ fuzzy logic - based เพื่อการวิเคราะห์ปริมาณผลกำไร - ต้นทุน (CVP. Analysis) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ที่ใช้กันมานานแล้วสำหรับ

การวิเคราะห์ระดับต้นทุน- กำไร โดยทั่วไปจะเรียกกันว่า การวิเคราะห์จุดเสมอตัว (มีรายได้เท่ากับ รายจ่าย) ซึ่งนิยมใช้กันอย่างกว้างขวางในการเลือกระบบการจัดการในรูปแบบพื้นฐาน การวิเคราะห์ CVP ของตัวอย่างราคาขาย ระดับการขาย ตัวแปรต้นทุนต่าง ๆ และต้นทุนคงที่ในความสัมพันธ์ผู้ จดมุ่งหมายเพื่อเข้าสู่ระดับกำไรที่เพิ่มขึ้น โดยใช้การวิเคราะห์ CVP. Analysis ที่ทำกันมาโดยทั่วไป อย่างไรก็ตามจะละเลยถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนด้าน โครงสร้างต่าง ๆ ของการปฏิบัติการ ด้านความมั่นคง ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดหลาย ๆ อย่างที่เป็นประโยชน์ ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา นักบัญชี ต่างก็มีความพยายามที่จะตัดสินใจปัญหาเหล่านี้ โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธี สโตแคสติกส์ (Stochastic) การใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วยวิธี Stochastic ในการวิเคราะห์ CVP. Analysis เป็นรูปแบบที่กำลังมี ก้าวหน้าขึ้นในการเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สำหรับการวางแผนด้านผลกำไรนั้นว่ามีความเหมาะสม สำหรับการแก้ไขปัญหาที่ยังคงค้างอยู่ เพราะว่ายังคงไม่ถูกต้องนักในการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ยังไม่แน่นอน เอกสารฉบับนี้ได้นำเสนอรูปแบบที่เป็นประโยชน์นั้นคือเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นความรู้ของผู้เชี่ยวชาญการจ้างงานอย่างเป็นระบบสำหรับการจัดการด้านที่สามารถเข้าถึงได้ และกระบวนการประเมินกำไร ต้นทุน และประการสุดท้ายก็จะนำไปสู่การตัดสินใจทำในสิ่งที่ถูกต้อง

วิลเลียม อา บาเบอร์ (William R. Baber. 2007) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อัตราการแลกเปลี่ยน ด้านระดับผลกำไรสำหรับการวางแผนการทำงานที่เป็นสากล พบว่า มีการเพิ่มเติมการวิเคราะห์ (P-V) เกี่ยวกับระดับผลกำไรในการพัฒนารูปแบบใหม่สู่การวิเคราะห์อัตราการแลกเปลี่ยนผลกำไร (P-ER) สู่การประเมินผลในการแลกเปลี่ยนผลกำไรที่ได้รับผลกระทบจากการขึ้น ๆ ลง ๆ การเริ่มต้น โดย การจำแนกต้นทุนด้านต่าง ๆ ตาม “ต้นทุนโลก” หรือ “ต้นทุนท้องถิ่น” ตามราคา นำเข้า (Input) ซึ่งมี อัตราการแลกเปลี่ยนที่เร็วมาก ในการแยกประเภทเป็นการเปรียบเทียบตัวแปรหรือต้นทุนคงที่ที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกัน สำหรับข้อมูลอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นถูกนำมาใช้ โดยการแสดงให้เห็นความเหมาะสม มีการรวมการวิเคราะห์ระดับผลกำไรตามระเบียบแบบแผนที่ เคยทำกันมา เรียกว่าการวิเคราะห์ (P-VER) อัตราการแลกเปลี่ยนผลกำไร เมื่อทั้งระดับและอัตรา การแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลง แสดงให้เห็นว่ามืองค์ประกอบหลายอย่างที่ได้แนะนำไว้อย่าง เหมาะสมในการใช้ตัวแปรอัตราเดียว ทำนองเดียวกันในด้านตัวบุคคลก็ต้องการวางแผนเพื่อควบคุม ตัวแปรนี้ด้วยสำหรับการทำงานที่เป็นสากล

นิโคลัสส์ โทราคิซิส (Nikolaos Tsorakidis. 2006) ศึกษาเรื่อง การควบคุมการตลาด ขั้นที่ 3 ในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวัดระดับปฏิบัติการ พบว่า จุดประสงค์ของการวิจัยขั้นนี้ เพื่อเป็นการนำเสนอถึงการ ใช้ประโยชน์ของการวิเคราะห์ระดับกำไร- ต้นทุน (CVP. Analysis) ซึ่ง เป็นการวิเคราะห์ที่ทำกันมาโดยทั่วไป เรียกกันว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break even Analysis) ซึ่งนิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง ในการเลือกระบบการจัดการ ในรูปแบบพื้นฐาน การวิเคราะห์ CVP.

Analysis ของตัวอย่างราคาขาย ระดับการขาย ตัวแปรต้นทุน และต้นทุนคงที่ในความสัมพันธ์ของเป้าหมายเพื่อระดับผลกำไรที่เพิ่มขึ้นการวิเคราะห์ CVP. Analysis ที่ทำกันมาโดยทั่วไป หากละเลยด้านปัจจัยความเสี่ยง และ โครงสร้างที่ไม่แน่นอนของปฏิบัติการด้านความมั่นคงอาจก่อให้เกิดผลเสียขึ้นได้ ดังนั้นข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในช่วงเวลา 10 ปี นักบัญชีต่างก็มีความพยายามในการแก้ไขปัญหาโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยวิธีสโตแคสติกส์ (Stochastic) เป็นการวิเคราะห์ในรูปแบบ CVP. Analysis ที่เป็นขั้นตอนที่มีความก้าวหน้ากว่าอดีตมีการเตรียมการเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนด้านผลกำไร แต่ความเหมาะสมด้านประโยชน์สำหรับการแก้ไขปัญหา ก็ยังคงมีความล่าช้า เพราะว่ายังไม่สามารถคาดการณ์ได้สำหรับการประเมินผลอย่างเชี่ยวชาญของปัจจัยต่าง ๆ ที่ไม่แน่นอนงานดังกล่าวนำเสนอรูปแบบที่เป็นประโยชน์ด้านความรู้ การจ้างงานตามหลักการของฟัซซี่ (Fuzzy) เพื่อจัดการกับความไม่แน่นอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการสร้างระบบฟัซซี่ โลจิกส์-เบส fuzzy logic-bases สำหรับผู้จัดการที่จะเข้าถึง และ ประเมินผลกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับกำไร - ต้นทุน จะนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้อง

เจ เมลลอยซ์ มาลิน (J. Malloy Marine. 2006) ศึกษาเรื่อง การวางแผนธุรกิจและการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยใช้การวิเคราะห์ผลจากระดับต้นทุนและกำไร พบว่า ระบบการจัดการในกรณีนี้จะรวมจำนวนตัวเลขเข้าไว้ด้วยกันของหลักการบัญชีที่มีระบบการจัดการเบื้องต้น ประกอบด้วยพฤติกรรมด้านต้นทุน การวิเคราะห์ระดับกำไร - ต้นทุน การลงทุนที่ยืดหยุ่นได้ การกระจายค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนและราคาขาย และความแปรปรวนต่าง ๆ ด้านการบริการวางแผนธุรกิจขนาดเล็ก และการประเมินผลเชิงบริบท มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) มีการใช้หลักการในการบริการสิ่งแวดล้อม 2) เพิ่มความเข้าใจที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับต้นทุน กำไร และงบประมาณในการวางแผนธุรกิจ และการประเมินผลการปฏิบัติงาน 3) ทำความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนคงที่และต้นทุนที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ รวมถึงความต้องการในการจัดการกับประเภทต้นทุน และ 4) การพัฒนาทักษะด้านตารางจัดการสำหรับการสร้างรูปแบบในเรื่องต่าง ๆ เป็นการสร้างแนวทางที่ทำให้ทราบถึงความก้าวหน้าของการประยุกต์ใช้งานข้อมูลที่มีความจำเป็นสำหรับการนำไปวิเคราะห์ผลการใช้ข้อมูลในการพิจารณาถึงผลกระทบของความแตกต่างโครงสร้างต้นทุนต่อทิศทางที่เป็นประโยชน์ของธุรกิจ และประการสุดท้ายนั่นคือ จะต้องมีการประเมินผลด้านการปฏิบัติงาน รายได้หรือรายจ่ายของธุรกิจ

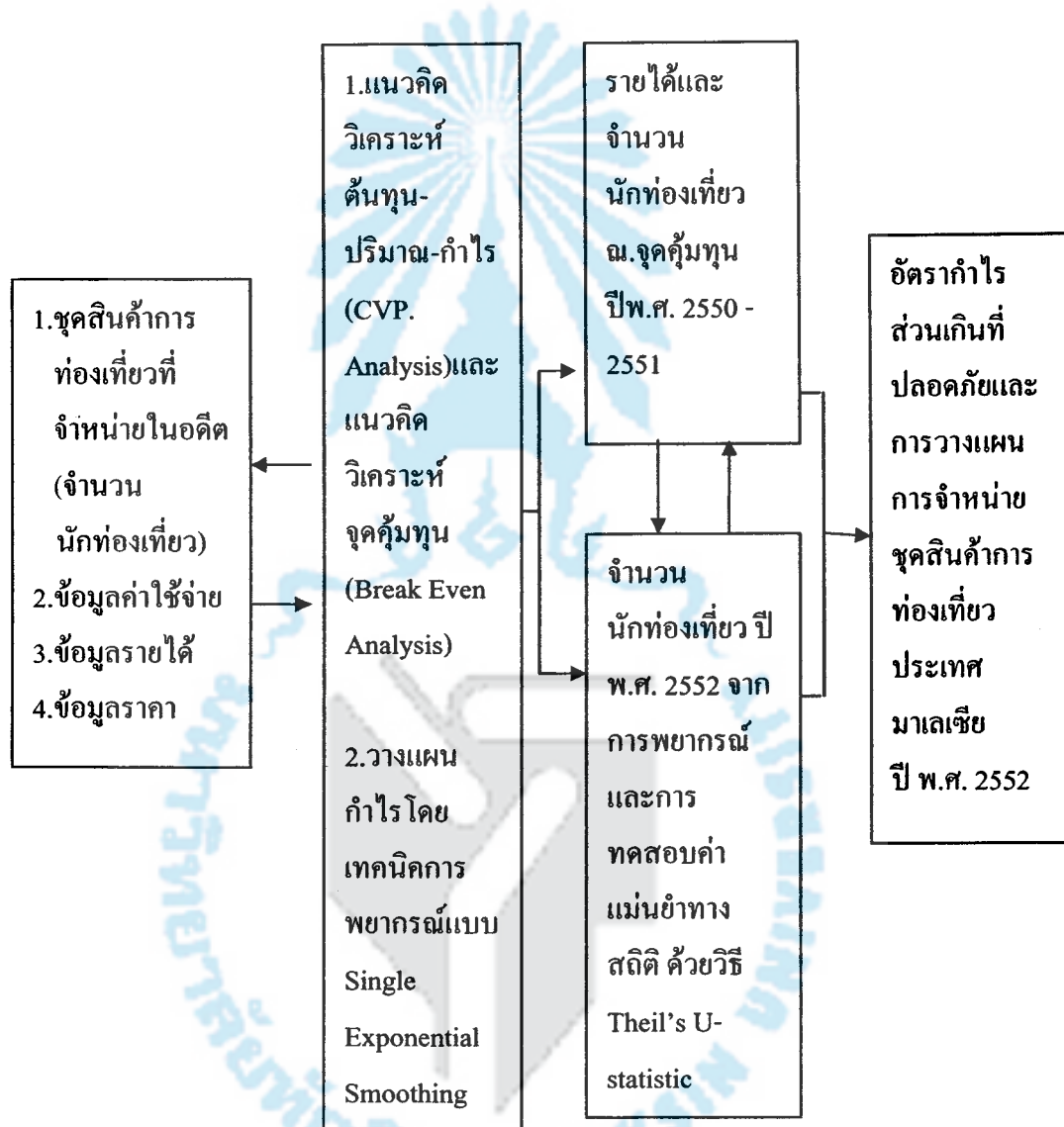
คริสโตเฟอร์ เอ เวฟร์ และ มิเชลล์ เจ เวนด์ฮาาร์ (Christopher A. Wolf and Michael J. Vandehaar. 1998) ศึกษาเรื่อง การพิจารณาเศรษฐกิจของโรงรีดนมวัวสาวที่มีอายุต่ำกว่า 3 ปี และยังไม่เคยมีลูกวัวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น พบว่า ธุรกิจดังกล่าวมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วสำหรับการเปลี่ยนของวันผสมพันธุ์และต่อเนื่องด้วยการคลอดลูก/สถานที่ถูกกำหนดโดยขนาด โดยทั่วไป

วัวสาวจะสามารถคลอดลูกได้เมื่อพวกมันมีน้ำหนักได้ 360 -385 กิโลกรัม โดยจะพิจารณาด้านอายุ เป็นสำคัญ โดยกำหนดเป็นน้ำหนักมาตรฐาน วัวสาวจะมีการเจริญเติบโตด้วยอัตราที่เร็วขึ้นก็จะส่งผล สำเร็จให้มันสามารถคลอดลูกได้ที่อายุอ่อนกว่าเดิม เป็นการร่นเวลาอัตราการเจริญเติบโตโดยมีมาตรฐาน ว่ามากกว่า 900 กรัม/วัน ว่าวัวสาวที่ความเสี่ยงสำหรับการทำให้ล้มเสียได้ถูกพัฒนาขึ้นมา และมีการค้นพบว่า ก่อให้เกิดความเสียหายต่อการผลิตนมด้วยการเสื่อมลงจาก 4 - 48 เปอร์เซ็นต์ในการไหล ของน้ำนมช่วงแรก ภาวะถ่วงดุลระหว่างวัวสาวที่มีต้นทุนสูงขึ้นและมีการสูญเสียจากกระบวนการ ผลิตน้ำนมซึ่งถูกนำมาแสดงเป็นตัวอย่างเป็นรูปแบบเศรษฐกิจเบื้องต้น โดยการใช้ค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ จากเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์ด้าน โรงรีดนม การวิเคราะห์ถึงจุดคุ้มทุน (Break even analysis) เป็นการ ลดทอนการผลิตนมในความต้องการชดเชย หรือหักล้างการเปลี่ยนแปลงต้นทุนจากราคาวัวสาว ที่เพิ่มขึ้นจากการร่นเวลาให้มีการเจริญเติบโตเร็วขึ้นในช่วงเวลาอันสั้นเกี่ยวกับการทำงาน ความง่าย สะดวกและตัวแปรด้านขนาดการลงทุนกิจการจะเป็นตัวแปรคงที่ที่ถูกตรึงไว้และด้านการเปลี่ยนแปลง ทางต้นทุนก็จะถูกขับเคลื่อน โดยการป้อนต้นทุนที่กำหนดไว้โดยการใช้อัตราส่วนทางต้นทุนให้ต่ำ ที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในการวิเคราะห์ระยะยาว ได้มีการร่นเวลาการเจริญเติบโตของวัวสาวให้น้อยลง เพื่อความรวดเร็วและพื้นฐานของโครงสร้างที่ประกอบเข้าด้วยกันกับการลงทุนธุรกิจวัว การวิเคราะห์ ด้านความเร็ว ถูกนำมาใช้ในการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงธุรกิจวัวสาวด้านต้นทุนและการสูญเสีย รายได้จากนมที่รีด ซึ่งใช้ข้อมูลจากการศึกษาที่ผ่านมาในอดีต การตัดสินใจทางภาวะเศรษฐกิจที่ดี ที่สุดจะมีการพิจารณาถึงอัตราการเจริญเติบโตของวัวสาวเป็นสำคัญ ซึ่งพบว่า บทบาทสำคัญนั้นคือ เป็นการประหยัดต้นทุนการผลิต ประหยัดด้านต้นทุนการล้อมคอกและการสูญเสียนมที่ได้ตั้งเป้าหมาย ไว้ รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโต

เอนริเก้ แอลเพท-กอนเลท และราเกิลล์ เฟรท-แอลเพท (Enrique Lpez-Gonzalez and Raquel Flez-Lpez. 1980) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในยุทธวิธีเกี่ยวกับการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ภายใต้ เงื่อนไขต่าง ๆ ที่ไม่แน่นอนในธุรกิจขนาดเล็ก พบว่า งานวิจัยดังกล่าวช่วยในการพิจารณาความเป็นไป ได้ของการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนตามรูปแบบ ที่ยินยอมให้มีการใช้เครื่องมือในการตัดสินใจเลือกยุทธวิธี ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ด้วยข้อระมัดระวังในข้อจำกัดที่ได้กำหนดให้มีขึ้น มีการดำเนินการ มาช้านานอย่างเหมาะสมในรูปแบบการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break even Analysis) เป็นการเสนอวิธีการ ประยุกต์ใช้โดยวิธีฟัซซี่ (Fuzzy) เป็นการปรับทฤษฎีตามการพัฒนาของการวิเคราะห์ fuzzy เกี่ยวกับ ระดับต้นทุน - กำไร โดยจะรวบรวมตัวแปรต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันดังนี้ นับสำคัญสำหรับการตัดสินใจ ด้านราคา ได้แก่ ด้านทิศทางการความต้องการต้นทุนของการได้รับผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด และต้นทุน ในส่วนของการขายและการกระจาย รวมถึงความเป็นไปได้ในการคิดต่อร่วมกันระหว่างตัวแปร ต่าง ๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการกำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Output) ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา ได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. กรณีศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในงานชิ้นนี้เป็นรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเป็นการนำทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณและกำไร (Cost Volume Profit Analysis) ทฤษฎีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis) และเทคนิคการพยากรณ์แบบ Single Exponential Smoothing ตามตัวแบบอนุกรมเวลา (Time Series Methods) มาใช้ในการคำนวณเพื่อวางแผนรายได้ของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ

กรณีศึกษา

กรณีศึกษาในการวิจัยคือ บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา โดยเป็นบริษัทกรณีศึกษาที่ประกอบธุรกิจในลักษณะของทัวร์โอเปอเรเตอร์ มีการผลิตและการจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวไปต่างประเทศที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในจังหวัดสงขลา โดยเลือกจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร (CVP. Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เปรียบเทียบปริมาณนักท่องเที่ยวที่บริษัทฯ มีรายได้ เท่ากับต้นทุนทั้งหมด ได้แก่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ หรือจำนวนการท่องเที่ยวที่บริษัทฯ ได้กำไรส่วนเกินเท่ากับต้นทุนคงที่ การวางแผนกำไรโดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ (Single Exponential Smoothing) ด้วยตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-

series methods) สำหรับการพยากรณ์ยอดขายในอนาคต และการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมเอาไว้แล้วของบริษัท ภูมิศึกษา (บริษัท ชั้นนี้ทัวร์) และแหล่งอื่น ๆ โดยมีการเก็บข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ดังนี้
 - 1.1 ข้อมูลทางการเงิน ได้แก่ ข้อมูลรายได้, ค่าใช้จ่าย, ราคา และข้อมูลยอดขาย เป็นต้น
 - 1.2 ข้อมูลประเภทตำราหรือบทความทางวิชาการ ได้แก่ หนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการ และเอกสารการท่องเที่ยวจากสำนักงานจดทะเบียนการท่องเที่ยวและมัคคุเทศน์ เขต 1 (อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา)
 - 1.3 ข้อมูลประเภทผลงานวิจัย ได้แก่ งานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจาก สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยทักษิณ สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยบริษัท ชั้นนี้ทัวร์ จำกัด

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์รายได้

การคำนวณรายได้ การจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียของบริษัทฯ คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$TR = P \times Q$$

กำหนดให้ TR = รายได้

P = ราคาขายต่อหน่วย

Q = ยอดขาย

ข้อมูลราคาในปี พ.ศ. 2550 – 2551 มีการกำหนดราคาขายคงที่ เท่ากับ 4,000 บาท ทุกเดือนในอัตราเท่ากันทั้ง 2 ปี (บริษัท ชั้นนี้ทัวร์ จำกัด. 2551)

สำหรับยอดขายของชุดสินค้าการท่องเที่ยวมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 – 2551 บริษัทฯ ได้แสดงในตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวซูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 - 2551

หน่วย : คน

เดือน	ปี พ.ศ. 2550	ปี พ.ศ. 2551
มกราคม	433	440
กุมภาพันธ์	669	677
มีนาคม	702	716
เมษายน	1,624	1,660
พฤษภาคม	1,320	1,345
มิถุนายน	332	335
กรกฎาคม	812	825
สิงหาคม	1,017	1,036
กันยายน	340	347
ตุลาคม	1,241	1,265
พฤศจิกายน	447	458
ธันวาคม	864	879

ที่มา : บริษัทชั้นนำทัวร์ จำกัด

ดังนั้น ข้อมูลราคาและข้อมูลยอดขาย ของซูดสินค้าการท่องเที่ยวมาเลเซียของบริษัทฯ ทำให้ทราบรายได้แต่ละเดือนโดยการคำนวณจากสูตรรายได้ข้างต้น

2. การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายผันแปร

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายผันแปรของซูดสินค้าการท่องเที่ยวมาเลเซีย ประกอบด้วย

ค่ารถบัสในการเดินทาง	เท่ากับ	770 บาท
ค่าโรงแรม	เท่ากับ	1,300 บาท
ค่าอาหาร	เท่ากับ	1,050 บาท
ค่าไกด์	เท่ากับ	200 บาท
ค่าประกัน	เท่ากับ	30 บาท
ค่าบริการหลักและบริการเสริม	เท่ากับ	150 บาท
รวม	เท่ากับ	3,500 บาท

ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วย เท่ากับ 3,500 บาท โดยบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วย ในปี พ.ศ. 2550 และ ปี พ.ศ. 2551 ในอัตราเดียวกัน

3. การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายคงที่

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายผันแปรของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ประกอบด้วย

ค่าเช่า	เท่ากับ	30,000 บาท
เงินเดือน	เท่ากับ	211,000 บาท
ค่าโทรศัพท์	เท่ากับ	16,000 บาท
ค่าไฟฟ้า	เท่ากับ	20,000 บาท
ค่าน้ำ	เท่ากับ	21,000 บาท
ค่าวัสดุสำนักงาน	เท่ากับ	20,000 บาท
ค่าโฆษณา	เท่ากับ	2,000 บาท
ค่าภาษีป้าย	เท่ากับ	900 บาท
รวม	เท่ากับ	<u>301,900 บาท</u>

ค่าใช้จ่ายคงที่ในแต่ละเดือนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 300,000 บาท มีค่าแตกต่างกันในแต่ละเดือนขึ้นอยู่กับค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าวัสดุสำนักงาน

4. การวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกิน

การคำนวณอัตรากำไรส่วนเกิน จากการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ของบริษัทฯ คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$\text{CMR} = \frac{(\text{TR} - \text{TVC})}{\text{TR}}$$

กำหนดให้ CMR = อัตรากำไรส่วนเกิน

TVC = ค่าใช้จ่ายผันแปร

TR = รายได้

5. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ของบริษัทฯ คำนวณได้จากสูตรต่อไปนี้

สูตรคำนวณรายได้ ณ จุดคุ้มทุน

$$\text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{TFC}}{\text{CMR(\%)}}$$

$$\text{หรือ} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน (\%)}}$$

สูตรคำนวณจุดคุ้มทุนรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

รายได้ ณ จุดคุ้มทุน.มาเลเซีย (บาท)

$$= \text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน(บาท)} \times \text{ร้อยละของรายได้มาเลเซีย}$$

สูตรคำนวณจุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จำนวนนักท่องเที่ยว ณ จุดคุ้มทุน . มาเลเซีย (คน)

$$= \text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน.มาเลเซีย (บาท)} \div \text{ราคา . มาเลเซีย}$$

6. การวางแผนกำไร

การวางแผนกำไรของชุดสินค้าการท่องเที่ยวมาเลเซีย ใช้เทคนิคการพยากรณ์การขาย การคิดอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยและวางแผนกำไรตามเป้าหมาย สามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing โดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลา (Time - series methods) คำนวณได้จากสูตรต่อไปนี้

$$F_t = \alpha A_{t-1} + (1-\alpha)F_{t-1}$$

เมื่อ

F_t = ค่าพยากรณ์ ณ ช่วงเวลา t

A_t = ค่าจริงที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลา t

α = ค่าถ่วงน้ำหนัก

ส่วนที่ 2 การวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U-statistic คำนวณได้จากสูตรต่อไปนี้

$$U = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{F_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i} \right)^2}{\sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{X_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i} \right)^2}}$$

โดยที่ $\frac{F_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i}$ คือเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าที่พยากรณ์ (Forecasted relative change) หรือ FPF_{i+1} และ $\frac{X_{i+1} - \bar{X}_i}{X_i}$ คือเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง (Actual relative change) หรือ APE_{i+1}

ค่าของ U จะเป็น 1 ถ้า FPF_{i+1} = APE_{i+1} นั่นคือเมื่อการพยากรณ์ไม่มีค่าผิดพลาดใด ๆ เลยสรุปได้ดังนี้

ถ้า U = 1 หมายความว่า Naïve method จะให้ค่าการพยากรณ์ที่ดีพอ ๆ กับการใช้ Formal forecasting methods

ถ้า U < 1 หมายความว่า Formal forecasting method ที่ใช้อยู่จะให้ค่าการพยากรณ์ที่แม่นยำกว่าการพยากรณ์ โดย Naïve method ยิ่งค่า U น้อยกว่ามากกว่า 1 เท่าใดเทคนิคการพยากรณ์แบบเป็นทางการนั้นจะให้ผลที่แม่นยำมากกว่า Naïve method มากขึ้นเท่านั้น

ถ้า U > 1 หมายความว่าวิธีการพยากรณ์แบบ Naïve method จะมีความแม่นยำกว่าการใช้ Forecasting methods

ส่วนที่ 3 การวางแผนกำไรจุดสินค้าการท่องเที่ยวทะเลเซีย ปี พ.ศ. 2552
 การวางแผนกำไรจุดสินค้าการท่องเที่ยวทะเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 เป็นการนำข้อมูล
 ที่ได้จากการใช้เทคนิคการพยากรณ์มาใช้ในการวางแผนกำไร โดยการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break
 Even Analysis)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัย ส่วนเกินที่ปลอดภัยเป็นจำนวน
 เงินของยอดขายที่สูงเกินกว่ายอดขาย ณ จุดคุ้มทุน เขียนเป็นสูตรการคำนวณได้ดังนี้

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัย} = \frac{(\text{ยอดขายปัจจุบัน} - \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุน}) \times 100}{\text{ยอดขายปัจจุบัน}}$$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ. (2550 - 2551) บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด โดยแสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์รายได้
2. ผลการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายผันแปร
3. ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกิน
4. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนคงที่
5. ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนรวม
6. ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน(ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย)
7. ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน(จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย (ปี พ.ศ. 2552) บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด โดยแสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ผลการพยากรณ์ยอดขายเชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing โดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series Methods)
2. ผลการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U - statistic
3. ผลการวางแผนกำไรชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียด้วยวิธีจุดคุ้มทุน (Break Even Analysis)
4. ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (Safety Margin of Contribution Margin Ratio)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 :

Unit Selling Prices (P) แทน ราคาขายต่อหน่วย
 Quality แทน จำนวนนักท่องเที่ยว
 Variable Cost (VC) แทน ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย
 Total Revenues แทน รายได้รวม
 Total Cost (TC) แทน ต้นทุนรวม
 Total Fixed Cost (TFC) แทน ต้นทุนคงที่รวม
 Total Variable Cost (TVC) แทน ต้นทุนผันแปรรวม
 Contribution Margin Ratio (CMR) แทน อัตรากำไรส่วนเกิน
 TR*(บาท) แทน รายได้ ณ จุดคุ้มทุน
 TR*มาเลเซีย (บาท) แทน รายได้ ณ จุดคุ้มทุนประเทศมาเลเซีย
 Q*มาเลเซีย (คน) แทน ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุนประเทศมาเลเซีย
 Profit (loss) แทน กำไร (ขาดทุน)

ตอนที่ 2 :

Forecast (F_t) แทน ค่าพยากรณ์ ณ ช่วงเวลา t
 Actual (A_t) แทน ค่าจริงที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลา t
 Alfa (α) แทน ค่านัยสำคัญ(ค่าความคลาดเคลื่อนได้ของข้อมูล)
 Time (t) แทน ช่วงเวลาที่พยากรณ์
 Forecasted Relative Change Percent (FPE) แทน เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลง
 ของค่าที่พยากรณ์
 Actual Relative Change Percent (APE) แทน เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของ
 ค่าจริง
 U-Statistic (U) แทน ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้า
 การท่องเที่ยวประเทศ มาเลเซีย บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด มีดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์รายได้

การคำนวณรายได้การจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$\text{รายได้} = \text{ราคาขาย} \times \text{ปริมาณขาย}$$

ตารางที่ 2 รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและร้อยละของรายได้มาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 – 2551

เดือน	รายได้รวม (บาท)		รายได้มาเลเซีย (บาท)		ร้อยละของรายได้ มาเลเซีย (%)	
	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551
มกราคม	2,652,700	2,874,800	1,732,000	1,760,600	65.29	61.22
กุมภาพันธ์	2,874,000	2,935,700	2,676,000	2,708,000	93.11	92.24
มีนาคม	5,294,500	6,139,800	2,808,000	2,864,000	53.04	46.65
เมษายน	14,168,300	15,481,400	6,496,000	6,640,000	45.85	42.89
พฤษภาคม	11,789,000	13,972,500	5,280,000	5,380,000	44.79	38.50
มิถุนายน	1,824,500	1,836,500	1,328,000	1,340,000	72.79	72.96
กรกฎาคม	4,091,500	5,354,700	3,248,000	3,300,000	79.38	61.63
สิงหาคม	6,480,000	7,524,100	4,068,000	4,144,000	62.78	55.08
กันยายน	1,508,500	1,566,200	1,360,000	1,388,000	90.16	88.62
ตุลาคม	12,636,300	14,020,000	4,964,000	5,060,000	39.28	36.09
พฤศจิกายน	2,708,700	2,857,100	1,788,000	1,832,000	66.01	64.12
ธันวาคม	4,299,500	5,505,200	3,456,000	3,516,000	80.38	63.87
รวม	70,327,500	80,068,000	39,204,000	39,932,600		

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 2 พบว่า รายได้รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ในปี พ.ศ. 2551 มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 รายได้ทั้งหมดของปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 70,327,500 บาท และ ปีพ.ศ. 2551 เท่ากับ 80,068,000 บาท

รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2551 มีอัตราเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับรายได้รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ รายได้ทั้งหมดของปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ

39,204,000 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 39,932,600 บาท

ค่าร้อยละของรายได้ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 มีค่าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ มีค่าเท่ากับ 93.11 รองลงมาคือ เดือนกันยายน มีค่าเท่ากับ 90.16 และมีค่าต่ำสุดในเดือนตุลาคม มีค่าเท่ากับ 39.28 รองลงมาคือเดือนพฤษภาคม มีค่าเท่ากับ 44.79

ค่าร้อยละของรายได้ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2551 มีค่าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ มีค่าเท่ากับ 92.24 รองลงมาคือเดือนกันยายน มีค่าเท่ากับ 88.62 และมีค่าต่ำสุดในเดือนตุลาคม มีค่าเท่ากับ 36.09 รองลงมาคือเดือนพฤษภาคม มีค่าเท่ากับ 38.50

1.2 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนผันแปร

การคำนวณต้นทุนผันแปรรวมในการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ
คำนวณจากสูตร ต่อไปนี้

$$\text{ต้นทุนผันแปรรวม} = \text{ปริมาณขาย} \times \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

ตารางที่ 3 ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2550 – 2551

หน่วย : บาท

เดือน	พ.ศ. 2550	พ.ศ. 2551
มกราคม	2,360,200	2,562,800
กุมภาพันธ์	2,519,500	2,574,200
มีนาคม	4,773,500	5,567,800
เมษายน	12,992,800	14,231,100
พฤษภาคม	10,773,800	12,815,540
มิถุนายน	1,611,000	1,621,500
กรกฎาคม	3,610,500	4,762,200
สิงหาคม	5,924,400	6,702,600
กันยายน	1,338,500	1,374,700
ตุลาคม	11,652,300	12,964,000
พฤศจิกายน	2,409,200	2,543,100
ธันวาคม	3,792,500	4,891,500
รวม	63,758,200	72,611,040

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 3 พบว่า ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ในปี 2550 เท่ากับ 63,758,200 บาท ในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 72,611,040 บาท

1.3 ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกิน

การคำนวณอัตรากำไรส่วนเกินในการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ คำนวณจากสูตร ต่อไปนี้

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกิน} = \frac{(\text{รายได้} - \text{ต้นทุนผันแปร})}{\text{รายได้}}$$

ตารางที่ 4 แสดงอัตรากำไรส่วนเกินรวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2550 -2551

เดือน	รายได้รวม (บาท)		ต้นทุนผันแปร (บาท)		อัตรากำไรส่วนเกิน (%)	
	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551
มกราคม	2,652,700	2,874,800	2,360,200	2,562,800	0.1103	0.1085
กุมภาพันธ์	2,874,000	2,935,700	2,519,500	2,574,200	0.1233	0.1231
มีนาคม	5,294,500	6,139,800	4,773,500	5,567,800	0.0984	0.0932
เมษายน	14,168,300	15,481,400	12,992,800	14,231,100	0.0830	0.0808
พฤษภาคม	11,789,000	13,972,500	10,773,800	12,815,540	0.0861	0.0828
มิถุนายน	1,824,500	1,836,500	1,611,000	1,621,500	0.1170	0.1171
กรกฎาคม	4,091,500	5,354,700	3,610,500	4,762,200	0.1176	0.1107
สิงหาคม	6,480,000	7,524,100	5,924,400	6,702,600	0.0857	0.1092
กันยายน	1,508,500	1,566,200	1,338,500	1,374,700	0.1127	0.1223
ตุลาคม	12,636,300	14,020,000	11,652,300	12,964,000	0.0779	0.0753
พฤศจิกายน	2,708,700	2,857,100	2,409,200	2,543,100	0.1106	0.1099
ธันวาคม	4,299,500	5,505,200	3,792,500	4,891,500	0.1179	0.1115

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4 พบว่า ปี พ.ศ. 2550 อัตรากำไรส่วนเกินของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศมีค่าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.1233 % รองลงมาคือเดือนธันวาคม มีค่า

เท่ากับ 0.1179 % และมีค่าต่ำสุดในเดือนตุลาคม มีค่าเท่ากับ 0.0779 % รองลงมาคือเดือนเมษายน มีค่าเท่ากับ 0.0830 %

ปี พ.ศ. 2551 อัตรากำไรส่วนเกินของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศมีค่าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.1231 % รองลงมาคือเดือนกันยายน มีค่าเท่ากับ 0.1223 % และมีค่าต่ำสุดในเดือนตุลาคม มีค่าเท่ากับ 0.0753 % รองลงมาคือเดือนเมษายน มีค่าเท่ากับ 0.0808 %

1.4 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนคงที่รวม

ตารางที่ 5 แสดงต้นทุนคงที่รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2550 -2551

หน่วย : บาท

เดือน	ปี พ.ศ. 2550	ปี พ.ศ. 2551
มกราคม	288,600	300,100
กุมภาพันธ์	290,340	301,880
มีนาคม	290,380	301,940
เมษายน	292,320	303,850
พฤษภาคม	292,230	303,700
มิถุนายน	288,770	300,250
กรกฎาคม	290,360	301,900
สิงหาคม	291,600	303,120
กันยายน	288,530	300,000
ตุลาคม	292,810	303,390
พฤศจิกายน	289,220	300,700
ธันวาคม	290,870	302,400
รวม	3,486,030	3,623,230

ที่มา : บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด

จากตารางที่ 5 พบว่า ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 3,486,030 บาท ปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 3,623,230 บาท

1.5 ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุนของรายได้ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย คำนวณจากสูตร ต่อไปนี้

$$TR*มาเลเซีย (บาท) = \frac{TFC}{CMR}$$

$$\text{หรือ} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน(\%)}}$$

$$TR*มาเลเซีย (บาท) = TR*(บาท) \times \text{ร้อยละของรายได้มาเลเซีย}$$

$$Q* มาเลเซีย (คน) = TR*มาเลเซีย \div \text{ราคามาเลเซีย}$$

ตารางที่ 6 จุดคุ้มทุนรวม ,จุดคุ้มทุนประเทศมาเลเซียและจุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 – 2551

เดือน	จุดคุ้มทุนรายได้รวม (บาท)		จุดคุ้มทุนรายได้มาเลเซีย (บาท)		จุดคุ้มทุนปริมาณขาย มาเลเซีย (คน)	
	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551	พ.ศ.2550	พ.ศ.2551
มกราคม	2,617,331	2,765,152	1,708,855	1,692,826	427	423
กุมภาพันธ์	2,353,842	2,451,533	2,191,663	2,261,294	548	565
มีนาคม	2,950,896	3,240,999	1,565,155	1,511,926	391	378
เมษายน	3,523,333	3,762,316	1,615,448	1,613,657	404	403
พฤษภาคม	3,393,518	3,667,757	1,519,957	1,412,086	380	353
มิถุนายน	2,467,732	2,564,694	1,796,262	1,871,200	449	468
กรกฎาคม	2,469,871	2,728,412	1,960,584	1,681,520	490	420
สิงหาคม	3,400,950	2,776,269	2,135,117	1,529,169	534	382
กันยายน	2,560,279	2,453,577	2,308,348	2,174,360	577	544
ตุลาคม	3,760,198	4,027,962	1,477,006	1,453,691	369	363
พฤศจิกายน	2,615,727	2,736,083	1,726,641	1,754,376	432	439
ธันวาคม	2,466,658	2,712,681	1,982,700	1,732,590	496	433

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 6 พบว่า

จุดคุ้มทุนของรายได้รวม มีดังนี้

ปี พ.ศ. 2550 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 3,760,198 บาท รองลงมาคือเดือนเมษายน เท่ากับ 3,523,333 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,353,842 บาท รองลงมาคือเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,466,658 บาท

ปี พ.ศ. 2551 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 4,027,962 บาท รองลงมาคือเดือนเมษายน เท่ากับ 3,762,316 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,451,533 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,453,577 บาท

จุดคุ้มทุนของรายได้หุุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย มีดังนี้

ปี พ.ศ. 2550 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,308,348 บาท รองลงมาคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,191,663 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 1,477,006 บาท รองลงมาคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,519,957 บาท

ปี พ.ศ. 2551 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,261,294 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,174,360 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,412,086 บาท รองลงมาคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 1,453,691 บาท

จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวหุุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย มีดังนี้

ปี พ.ศ. 2550 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกันยายน เท่ากับ 577 คน รองลงมาคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 548 คน และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 369 คน รองลงมาคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 380 คน

ปี พ.ศ. 2551 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 565 คน รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 544 คน และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 353 คน รองลงมาคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 363 คน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในหุุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด มีดังนี้

2.1 ผลการพยากรณ์โดยวิธีปรับพื้นที่ภายใต้โค้งให้เรียบ Single Exponential Smoothing

การพยากรณ์เพื่อวางแผนกำไรในหุุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$F_t = (\alpha A_{t-1}) + (1 - \alpha) F_{t-1}$$

การวิจัยในงานดังกล่าวกำหนดให้ข้อมูลปี พ.ศ. 2251 เป็นปีฐานในการพยากรณ์ โดยสุบัญญัติ ไชยชาต (2549 : 122) ได้อธิบายเกี่ยวกับการนำข้อมูลมาพยากรณ์ ไว้ว่า การพยากรณ์โดยปกติจะให้ค่าความแม่นยำสูงสุดและมีค่าของความคลาดเคลื่อนน้อยเมื่อนำข้อมูลปีล่าสุดมาพยากรณ์ โดยกำหนดให้ ค่า α เท่ากับ 0.9 เป็นค่าที่ทดสอบแล้วว่ามีค่าใกล้เคียงกับค่าจริงในอดีตมากที่สุด (แสดงการทดสอบค่า α ในภาคผนวก)

ตารางที่ 7 การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : คน

เดือน	ค่าจริง (ปี พ.ศ. 2551)	ช่วงเวลาที่พยากรณ์	ค่าพยากรณ์ (ปี พ.ศ. 2252)
มกราคม	440	-	440
กุมภาพันธ์	677	1	445
มีนาคม	716	2	654
เมษายน	1,660	3	710
พฤษภาคม	1,345	4	1,565
มิถุนายน	335	5	1,367
กรกฎาคม	825	6	438
สิงหาคม	1,036	7	786
กันยายน	347	8	1,011
ตุลาคม	1,265	9	413
พฤศจิกายน	458	10	1,180
ธันวาคม	879	11	530
	-	12	844

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 7 พบว่า การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีค่าการพยากรณ์สูงสุดในเดือนเมษายน เท่ากับ 1,565 คน รองลงมาเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,367 คน และมีค่าการพยากรณ์ต่ำสุดในเดือนกันยายน เท่ากับ 413 คน รองลงมาเดือนมิถุนายน เท่ากับ 438 คน

ตารางที่ 8 การพยากรณ์รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ค่าจริง (ปี พ.ศ. 2551)	ช่วงเวลาที่พยากรณ์	ค่าพยากรณ์ (ปี พ.ศ. 2552)
มกราคม	2,874,800		2,874,800
กุมภาพันธ์	2,935,700	1	2,874,800
มีนาคม	6,139,800	2	2,929,610
เมษายน	15,481,400	3	5,818,781
พฤษภาคม	13,972,500	4	14,515,138
มิถุนายน	1,836,500	5	14,026,764
กรกฎาคม	5,354,700	6	3,055,526
สิงหาคม	7,524,100	7	5,124,783
กันยายน	1,566,200	8	7,284,168
ตุลาคม	14,020,000	9	2,137,997
พฤศจิกายน	2,857,100	10	12,831,800
ธันวาคม	5,505,200	11	3,854,570
	-	12	5,340,137

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 8 พบว่า การพยากรณ์รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2552 มีค่าการพยากรณ์สูงสุดในเดือนเมษายน เท่ากับ 14,515,138 บาท รองลงมาเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 14,026,764 บาท และมีค่าการพยากรณ์ต่ำสุดในเดือนกันยายน เท่ากับ 2,137,997 บาท รองลงมาเดือนมกราคม เท่ากับ 2,874,800 บาท

ตารางที่ 9 การพยากรณ์ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศปี พ.ศ. 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ค่าจริง (ปี พ.ศ. 2551)	ช่วงเวลาที่พยากรณ์	ค่าพยากรณ์ (ปี พ.ศ. 2252)
มกราคม	2,562,800		2,562,800
กุมภาพันธ์	2,574,200	1	2,562,800
มีนาคม	5,567,800	2	2,573,060
เมษายน	14,231,100	3	5,268,326
พฤษภาคม	12,815,540	4	13,334,823
มิถุนายน	1,621,500	5	12,867,468
กรกฎาคม	4,762,200	6	2,746,097
สิงหาคม	6,702,600	7	4,560,590
กันยายน	1,374,700	8	6,488,399
ตุลาคม	12,964,000	9	1,886,070
พฤศจิกายน	2,543,100	10	11,856,207
ธันวาคม	4,891,500	11	3,474,411
	-	12	4,749,791

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 9 พบว่า การพยากรณ์ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศปี พ.ศ. 2552 มีค่าการพยากรณ์สูงสุดในเดือนเมษายน เท่ากับ 13,334,823 บาท รองลงมาเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 12,867,468 บาท และมีค่าการพยากรณ์ต่ำสุดในเดือนกันยายน เท่ากับ 1,886,070 บาท รองลงมาเดือนมกราคม เท่ากับ 2,562,800 บาท

ตารางที่ 10 การพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ค่าจริง (ปี พ.ศ. 2551)	ช่วงเวลาที่พยากรณ์	ค่าพยากรณ์ (ปี พ.ศ. 2552)
มกราคม	300,100		300,100
กุมภาพันธ์	301,880	1	300,100
มีนาคม	301,940	2	301,702
เมษายน	303,850	3	301,916
พฤษภาคม	303,700	4	303,657
มิถุนายน	300,250	5	303,696
กรกฎาคม	301,900	6	300,595
สิงหาคม	303,120	7	301,769
กันยายน	300,000	8	302,985
ตุลาคม	303,390	9	300,298
พฤศจิกายน	300,700	10	303,081
ธันวาคม	302,400	11	300,938
	-	12	302,254

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 10 พบว่า การพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2552 มีค่าการพยากรณ์สูงสุดในเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 303,696 บาท รองลงมาเดือนเมษายน เท่ากับ 303,657 บาท และมีค่าการพยากรณ์ต่ำสุดในเดือนมกราคม เท่ากับ 300,100 บาท รองลงมาเดือนกันยายน เท่ากับ 300,298 บาท

ตารางที่ 11 การพยากรณ์รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ค่าจริง (ปี พ.ศ. 2551)	ช่วงเวลาที่พยากรณ์	ค่าพยากรณ์ (ปี พ.ศ. 2252)
มกราคม	1,760,000		1,760,000
กุมภาพันธ์	2,708,000	1	1,760,000
มีนาคม	2,864,000	2	2,613,200
เมษายน	6,640,000	3	2,838,920
พฤษภาคม	5,380,000	4	6,259,892
มิถุนายน	1,340,000	5	5,467,989
กรกฎาคม	3,300,000	6	1,752,799
สิงหาคม	4,144,000	7	3,145,280
กันยายน	1,388,000	8	4,044,128
ตุลาคม	5,060,000	9	1,653,613
พฤศจิกายน	1,832,000	10	4,719,361
ธันวาคม	3,516,000	11	2,120,736
	-	12	3,376,474

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 11 พบว่า การพยากรณ์รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีค่าการพยากรณ์สูงสุดในเดือนเมษายน เท่ากับ 6,259,892 บาท รองลงมาเดือน พฤษภาคม เท่ากับ 5,467,989 บาท และมีค่าการพยากรณ์ต่ำสุดในเดือนกันยายน เท่ากับ 1,653,613 บาท รองลงมาเดือนมิถุนายน เท่ากับ 1,752,799 บาท

ตารางที่ 12 การพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย

หน่วย : เปอร์เซ็นต์

เดือน	ค่าจริง (ปี พ.ศ. 2551)	ช่วงเวลาที่พยากรณ์	ค่าพยากรณ์ (ปี พ.ศ. 2252)
มกราคม	61.22	0	61.22
กุมภาพันธ์	92.24	1	61.22
มีนาคม	46.65	2	89.14
เมษายน	42.89	3	50.90
พฤษภาคม	38.5	4	43.69
มิถุนายน	72.96	5	39.02
กรกฎาคม	61.63	6	69.57
สิงหาคม	55.08	7	62.42
กันยายน	88.62	8	55.81
ตุลาคม	36.09	9	85.34
พฤศจิกายน	64.12	10	41.01
ธันวาคม	63.87	11	61.81
	-	12	63.66

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 12 พบว่า การพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2552 มีค่าการพยากรณ์สูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 89.14 รองลงมาเดือนกันยายน คิดเป็นร้อยละ 85.34 และมีค่าการพยากรณ์ต่ำสุดในเดือนพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 39.02 รองลงมาเดือนตุลาคม คิดเป็นร้อยละ 41.01

2. ผลการวัดความแม่นยำของเทคนิคการพยากรณ์ทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U – statistic การวัดความแม่นยำการพยากรณ์ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2552 คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$U = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{F_{i+1} - A_{i+1}}{A_i} \right)^2}{\sum_{i=1}^{n-1} \left(\frac{A_{i+1} - A_i}{A_i} \right)^2}}$$

ดังนั้น ผลการวัดความแม่นยำของเทคนิคการพยากรณ์ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย ในปี พ.ศ.2552 สามารถแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2552

หน่วย : เปอร์เซนต์

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{i+1} - A_{i+1}}{A_i} \right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{i+1} - A_i}{A_i} \right]^2$
1	440	445	0.00272	0.29008
2	677	654	0.00008	0.00331
3	716	710	0.01758	1.73817
4	1660	1565	0.00017	0.03598
5	1345	1367	0.00585	0.56385
6	335	438	0.01354	2.13919
7	825	786	0.00091	0.06538
8	1036	1011	0.00405	0.44222
9	347	413	0.05997	6.99867

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{t+1} - A_{t+1}}{A_t}\right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{t+1} - A_t}{A_t}\right]^2$
10	1265	1180	0.00323	0.40691
11	458	530	0.00583	0.84492
12	879	844		
Sums			0.11393	13.52868

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น

$$\text{Theil's } U = \sqrt{\frac{0.11393}{13.52868}} = \sqrt{0.00842} = 0.09176 \%$$

จากตารางที่ 13 พบว่า ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U - statistic

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าพยากรณ์ เท่ากับ 0.11393 %

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง เท่ากับ 13.52868 %

สรุปได้ว่า

ค่า U เท่ากับ 0.09176 ซึ่ง ค่า $U < 1$ ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยมาก โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09176 % เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.90824 %

ตารางที่ 14 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยว ทุกประเทศ
ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : เปอร์เซ็นต์

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{t+1} - A_{t+1}}{A_t}\right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{t+1} - A_t}{A_t}\right]^2$
1	2,874,800	2,874,800	0.0000044877	0.000448765
2	2,935,700	2,929,610	0.0119574378	1.191211228
3	6,139,800	5,818,781	0.0247674532	2.314909863
4	15,481,400	14,515,138	0.0000122858	0.009499494
5	13,972,500	14,026,764	0.0076116306	0.754402118
6	1,836,500	3,055,526	0.0156732948	3.669941852
7	5,354,700	5,124,783	0.0020077335	0.164137942
8	7,524,100	7,284,168	0.0057753010	0.627014091
9	1,566,200	2,137,997	0.5755521185	63.22798399
10	14,020,000	12,831,800	0.0050617846	0.63395443
11	2,857,100	3,854,570	0.0033377099	0.859048888
12	5,505,200	5,340,137		
Sums			0.6517612373	73.45255266

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น

$$\text{Theil's } U = \sqrt{\frac{0.6517612373}{73.45255266}} = \sqrt{0.0088732279} = 0.09419 \%$$

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U - statistic
มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าพยากรณ์ เท่ากับ 0.6517612373 %
มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง เท่ากับ 73.45255266 %

สรุปได้ว่า

ค่า U เท่ากับ 0.09419 ซึ่ง ค่า $U < 1$ ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยมาก โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09419 % เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.90581 %

ตารางที่ 15 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์ต้นทุนผันแปร รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุก
ประเทศปี พ.ศ. 2552

หน่วย : เปอร์เซนต์

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{i+1} - A_{i+1}}{A_i}\right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{i+1} - A_i}{A_i}\right]^2$
1	2,562,800	2,562,800	0.0000001979	0.0000197870
2	2,574,200	2,573,060	0.0135342338	1.3523931687
3	5,567,800	5,268,326	0.0259129735	2.4210260042
4	14,231,100	13,334,823	0.0000133145	0.0098941758
5	12,815,540	12,867,468	0.0077005194	0.7629566943
6	1,621,500	2,746,097	0.0154593145	3.7516213873
7	4,762,200	4,560,590	0.0020231483	0.1660226228
8	6,702,600	6,488,399	0.0058208162	0.6318667832
9	1,374,700	1,886,070	0.6493836768	71.0720013195
10	12,964,000	11,856,207	0.0051607334	0.6461486065
11	2,543,100	3,474,411	0.0031050457	0.8527412419
12	4,891,500	4,749,791		
Sums			0.7281139740	81.6666917912

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น

$$\text{Theil's } U = \sqrt{\frac{0.7281139740}{81.6666917912}} = \sqrt{0.0089156786} = 0.09442 \%$$

จากตารางที่ 15 พบว่า ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U - statistic

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าพยากรณ์ เท่ากับ 0.7281139740 %

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง เท่ากับ 81.6666917912 %

สรุปได้ว่า

ค่า U เท่ากับ 0.09442 ซึ่ง ค่า $U < 1$ ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยมาก โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09442 % เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.90558 %

ตารางที่ 16 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยว
ทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : เปรอร์เซ็นต์

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{t+1} - A_{t+1}}{A_t}\right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{t+1} - A_t}{A_t}\right]^2$
1	300,100	300,100	0.0000003518	0.0000351810
2	301,880	301,702	0.0000000063	0.0000000395
3	301,940	301,916	0.0000004086	0.0000400152
4	303,850	303,657	0.0000000002	0.0000002437
5	303,700	303,696	0.0000012905	0.0001290472
6	300,250	300,595	0.0000001904	0.0000301996
7	301,900	301,769	0.0000002000	0.0000163303
8	303,120	302,985	0.0000009665	0.0001059449
9	300,000	300,298	0.0000010609	0.0001276900
10	303,390	303,081	0.0000006154	0.0000786144
11	300,700	300,938	0.0000002357	0.0000319618
12	302,400	302,254		
Sums			0.0000053262	0.0005952676

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น

$$\text{Theil's } U = \sqrt{\frac{0.0000053262}{0.0005952676}} = \sqrt{0.0089475881} = 0.09459 \%$$

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U- statistic

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าพยากรณ์ เท่ากับ 0.0000053262 %

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง เท่ากับ 0.0005952676 %

สรุปได้ว่า

ค่า U เท่ากับ 0.09459 ซึ่ง ค่า $U < 1$ ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยมาก โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09459 % เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.90541 %

ตารางที่ 17 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : เปอร์เซนต์

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{t+1} - A_{t+1}}{A_t}\right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{t+1} - A_t}{A_t}\right]^2$
1	1,760,000	1,760,000	0.0029012913	0.2901291322
2	2,708,000	2,613,200	0.0000857744	0.0033185768
3	2,864,000	2,838,920	0.0176144056	1.7382728379
4	6,640,000	6,259,892	0.0001755984	0.0360084918
5	5,380,000	5,467,989	0.0058872533	0.5638949158
6	1,340,000	1,752,799	0.0133316320	2.1394519938
7	3,300,000	3,145,280	0.0009159244	0.0654119376
8	4,144,000	4,044,128	0.0041082717	0.4423020304
9	1,388,000	1,653,613	0.0602295760	6.9988456012
10	5,060,000	4,719,361	0.0032561233	0.4069733944
11	1,832,000	2,120,736	0.0058004188	0.8449543296
12	3,516,000	3,376,474		
Sums			0.1143062692	13.5295632415

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น

$$\text{Theil's } U = \sqrt{\frac{0.1143062692}{13.5295632415}} = \sqrt{0.0084486297} = 0.09191 \%$$

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U - statistic

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าพยากรณ์ เท่ากับ 0.1143062692 %

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง เท่ากับ 13.5295632415 %

สรุปได้ว่า

ค่า U เท่ากับ 0.09191 ซึ่ง ค่า $U < 1$ ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยมาก โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.09191 % เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.90809 %

ตารางที่ 18 การวัดความแม่นยำเทคนิคการพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยว
ประเทศมาเลเซียปี พ.ศ. 2552

หน่วย : เปอร์เซนต์

ช่วงเวลา	ค่าจริง ปี พ.ศ. 2551	ค่าพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	อัตราส่วนผลต่าง ของค่าพยากรณ์ $\left[\frac{F_{t+1} - A_{t+1}}{A_t} \right]^2$	อัตราส่วน ของค่าจริง $\left[\frac{A_{t+1} - A_t}{A_t} \right]^2$
1	61.22	61.22	0.0025641105	0.2567420097
2	92.24	89.14	0.0021229476	0.2442871348
3	46.65	50.90	0.0002940876	0.0064963946
4	42.89	43.69	0.0004601120	0.0104765176
5	38.5	39.42	0.0077531456	0.8011412380
6	72.96	69.57	0.0001172424	0.0241151612
7	61.63	62.42	0.0001403012	0.0112953129
8	55.08	55.81	0.0035461722	0.3707987431
9	88.62	85.34	0.0030822419	0.3513591843
10	36.09	41.01	0.0040968512	0.6032154152
11	64.12	61.81	0.0000107263	0.0000152017
12	63.87	63.66		
Sums			0.0241879384	2.6799423131

ที่มา : จากการคำนวณ

ดังนั้น

$$\text{Theil's } U = \frac{\sqrt{0.0241879384}}{\sqrt{2.6799423131}} = \sqrt{0.0090255444} = 0.09500 \%$$

จากตารางที่ 18 พบว่า ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U - statistic

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าพยากรณ์ เท่ากับ 0.0241879384 %

มีค่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าจริง เท่ากับ 2.6799423131 %

สรุปได้ว่า

ค่า U เท่ากับ 0.09500 ซึ่ง ค่า $U < 1$ ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยมาก โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09500 % เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่เกี่ยวข้องความเป็นจริงได้ถึง 99.905 %

จากการทดสอบความแม่นยำทางสถิติในการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522 สามารถสรุปค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นในแต่ละรายการของการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 19 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522

การพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522	ค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย	0.09176
รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ	0.09419
ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ	0.09442
ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ	0.09459
รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย	0.09191
ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย	0.09500

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนโดยเฉลี่ย ของการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522 เท่ากับ 0.09 % สามารถแสดงค่าความแม่นยำโดยเฉลี่ยของข้อมูลที่เกี่ยวข้องความเป็นจริงได้ถึง 99.91 %

2.3 การวางแผนกำไรชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี พ.ศ. 2552

การวางแผนกำไรชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี พ.ศ. 2552 เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการใช้เทคนิคการพยากรณ์แบบ Single Exponential Smoothing และแสดงผลในการวัดความแม่นยำการใช้เทคนิคการพยากรณ์ด้วยวิธีดังกล่าวแล้วว่า ให้ค่าการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2552 ใกล้เคียงกับที่แท้จริงมากมาใช้ในการวางแผนกำไร โดยการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ด้วยวิธีการเดียวกันกับตอนที่ 1 ดังต่อไปนี้

2.3.1 การวิเคราะห์รายได้

ตารางที่ 20 รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทย และร้อยละของรายได้มาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

เดือน	รายได้รวม (บาท)	รายได้มาเลเซีย (บาท)	ร้อยละของรายได้ มาเลเซีย (%)
มกราคม	2,874,800	1,760,000	61.22
กุมภาพันธ์	2,929,610	2,613,200	89.14
มีนาคม	5,818,781	2,838,920	50.90
เมษายน	14,515,138	6,259,892	43.69
พฤษภาคม	14,026,764	5,467,989	39.42
มิถุนายน	3,055,526	1,752,799	69.57
กรกฎาคม	5,124,783	3,145,280	62.42
สิงหาคม	7,284,168	4,044,128	55.81
กันยายน	2,137,997	1,653,613	85.34
ตุลาคม	12,831,800	4,719,361	41.01
พฤศจิกายน	3,854,570	2,120,736	61.81
ธันวาคม	5,340,137	3,376,474	63.66
รวม	79,794,074	39,752,392	

ที่มา : จากการพยากรณ์

จากตารางที่ 20 พบว่า รายได้รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 80,068,000 บาท 79,794,074 และรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 39,752,392 บาท

2.3.2 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนผันแปร

ตารางที่ 21 ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : บาท

เดือน	TVC
มกราคม	2,562,800
กุมภาพันธ์	2,573,060
มีนาคม	5,268,326
เมษายน	13,334,823
พฤษภาคม	12,867,468
มิถุนายน	2,746,097
กรกฎาคม	4,560,590
สิงหาคม	6,488,399
กันยายน	1,886,070
ตุลาคม	11,856,207
พฤศจิกายน	3,474,411
ธันวาคม	4,749,791
รวม	72,368,040

ที่มา : จากการพยากรณ์

จากตารางที่ 21 พบว่า ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ในปี 2552 เท่ากับ 72,368,040 บาท

2.3.3 ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกิน

การคำนวณอัตรากำไรส่วนเกินในการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ
คำนวณจากสูตร ต่อไปนี้

$$CMR = \frac{(TR - TVC)}{TR}$$

ตารางที่ 22 อัตรากำไรส่วนเกินในการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2552

เดือน	รายได้รวม (บาท)	ต้นทุนผันแปร (บาท)	อัตรากำไรส่วนเกิน (%)
มกราคม	2,874,800	2,562,800	0.1085
กุมภาพันธ์	2,929,610	2,573,060	0.1217
มีนาคม	5,818,781	5,268,326	0.0945
เมษายน	14,515,138	13,334,823	0.0813
พฤษภาคม	14,026,764	12,867,468	0.0826
มิถุนายน	3,055,526	2,746,097	0.1013
กรกฎาคม	5,124,783	4,560,590	0.1101
สิงหาคม	7,284,168	6,488,399	0.1092
กันยายน	2,137,997	1,886,070	0.1178
ตุลาคม	12,831,800	11,856,207	0.0760
พฤศจิกายน	3,854,570	3,474,411	0.0986
ธันวาคม	5,340,137	4,749,791	0.1105

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 22 พบว่าปี พ.ศ. 2552 อัตรากำไรส่วนเกินของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ
มีค่าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.1233 % รองลงมาคือเดือนกันยายน มีค่าเท่ากับ 0.1178 %
และมีค่าต่ำสุดในเดือนตุลาคม มีค่าเท่ากับ 0.0760 % รองลงมาคือเดือนเมษายน มีค่าเท่ากับ 0.0813 %

2.3.3 ผลการวิเคราะห์ต้นทุนคงที่รวม

ตารางที่ 23 แสดงต้นทุนคงที่รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ต้นทุนคงที่
มกราคม	300,100
กุมภาพันธ์	301,702
มีนาคม	301,916
เมษายน	303,657
พฤษภาคม	303,696
มิถุนายน	300,595
กรกฎาคม	301,769
สิงหาคม	302,985
กันยายน	300,298
ตุลาคม	303,081
พฤศจิกายน	300,938
ธันวาคม	302,254
เดือน รวม	ต้นทุนคงที่ 3,622,991

ที่มา : จากการพยากรณ์

จากตารางที่ 23 พบว่า ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 3,622,991 บาท

2.4 ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุนของรายได้ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย คำนวณจากสูตร ต่อไปนี้

$$TR^* (\text{บาท}) = \frac{TFC}{CMR}$$

$$\text{หรือ} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน(\%)}}$$

$$\text{TR*มาเลเซีย (บาท)} = \text{TR*(บาท)} \times \text{ร้อยละของรายได้ที่มาเลเซีย}$$

$$\text{Q* มาเลเซีย (คน)} = \text{TR*มาเลเซีย} \div \text{ราคามาเลเซีย}$$

ตารางที่ 24 จุดคุ้มทุนรวม จุดคุ้มทุนประเทศมาเลเซียและจุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

เดือน	อัตรากำไรส่วนเกิน (%)	ต้นทุนคงที่ (บาท)	จุดคุ้มทุนรายได้รวม (บาท)	ร้อยละรายได้มาเลเซีย (%)	จุดคุ้มทุนรายได้มาเลเซีย (บาท)	จุดคุ้มทุนปริมาณขายมาเลเซีย (คน)
มกราคม	0.1085	300,100	2,765,152	61.22	1,692,826	423
กุมภาพันธ์	0.1217	301,702	2,478,949	89.14	2,209,735	552
มีนาคม	0.0945	301,916	3,191,511	50.90	1,624,479	406
เมษายน	0.0813	303,657	3,734,277	43.69	1,631,506	408
พฤษภาคม	0.0826	303,696	3,674,534	39.42	1,433,803	358
มิถุนายน	0.1013	300,595	2,968,293	69.57	2,065,041	516
กรกฎาคม	0.1101	301,769	2,741,084	62.42	1,710,985	428
สิงหาคม	0.1092	302,985	2,773,410	55.81	1,547,840	387
กันยายน	0.1178	300,298	2,548,501	85.34	2,174,891	544
ตุลาคม	0.0760	303,081	3,986,370	41.01	1,631,810	409
พฤศจิกายน	0.0986	300,938	3,051,320	61.81	1,886,021	472
ธันวาคม	0.1105	302,254	2,734,122	63.66	1,740,542	435

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 24 พบว่า

จุดคุ้มทุนของรายได้รวม ปี พ.ศ. 2552 มีดังนี้

จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 3,986,370 บาท รองลงมาคือเดือนเมษายน เท่ากับ 3,734,277 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,478,949 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,548,501 บาท

จุดคุ้มทุนของรายได้หุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2552 มีดังนี้

จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,209,735 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,174,891 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,433,803 บาท รองลงมาคือเดือนสิงหาคม เท่ากับ 1,547,840 บาท

จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวหุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2552 มีดังนี้

จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 552 คน รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 544 คน และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 358 คน รองลงมาคือเดือนสิงหาคม เท่ากับ 387 คน

2.4 การวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยเพื่อวางแผนความปลอดภัยของหุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2552 คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย

$$\frac{\text{ยอดขายปัจจุบันปีพ.ศ. 2552} - \text{ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุนปี พ.ศ. 2552}}{\text{ยอดขายปัจจุบันปี พ.ศ. 2552}} \times 100$$

ยอดขายปัจจุบันปี พ.ศ. 2552

ตารางที่ 25 แสดงอัตราค่าไรส่วนเกินที่ปลอดภัยของปริมาณขายและรายได้ของชุดสินค้า
การท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2522

เดือน	อัตราค่าไรส่วนเกินที่ ปลอดภัย (%)	ส่วนเกินปริมาณขายที่ ปลอดภัย (คน)	ส่วนเกินรายได้ที่ ปลอดภัย (บาท)
มกราคม	4.90	22	86,194.35
กุมภาพันธ์	15.53	102	405,830.20
มีนาคม	42.80	304	1,215,058.76
เมษายน	73.94	1,157	4,628,414.49
พฤษภาคม	73.78	1,009	4,034,188.87
มิถุนายน	(17.87)	(78)	(313,183.99)
กรกฎาคม	45.58	358	1,433,598.52
สิงหาคม	61.73	624	2,496,238.93
กันยายน	(31.65)	(131)	(523,401.34)
ตุลาคม	65.36	771	3,084,771.94
พฤศจิกายน	11.04	58	234,060.62
ธันวาคม	48.44	409	1,635,687.79

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 25 พบว่า

ส่วนเกินที่ปลอดภัยของปริมาณขายไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้ คือ มีปริมาณขายในเดือนมกราคมสามารถลดปริมาณการขายจากปริมาณการขายจริงได้ เท่ากับ 22 คน เดือน กุมภาพันธ์ 102 คน เดือนมีนาคม 304 คน เดือนเมษายน 1,157 คน เดือนพฤษภาคม 1,009 คน เดือนกรกฎาคม 358 คน เดือนสิงหาคม 624 คน เดือนตุลาคม 771 คน เดือนพฤศจิกายน 58 คน เดือนธันวาคม 409 คน และสำหรับเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มปริมาณการขายไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

ส่วนเกินที่ปลอดภัยของรายได้ไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้ คือ มีรายได้ในเดือนมกราคมสามารถลดรายได้จากรายได้ที่ได้รับจริง เท่ากับ 86,194.35 บาท เดือน กุมภาพันธ์ 405,830.20 บาท เดือนมีนาคม 1,215,058.76 บาท เดือนเมษายน 4,628,414.49 บาท เดือนพฤษภาคม 4,034,188.87 บาท เดือนกรกฎาคม 1,433,598.52 บาท เดือนสิงหาคม 2,496,238.93 บาท

เดือนตุลาคม 3,084,771.94 บาท เดือนพฤศจิกายน 234,060.62 บาท เดือนธันวาคม 1,635,687.79 บาท และสำหรับเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มรายได้ไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน



บทที่ 5

บทย่อ สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

บทย่อ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา บริษัท ชันนี่ทัวร์ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย และเพื่อวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด

กรณีศึกษาในการวิจัยคือ บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด เป็นบริษัทกรณีศึกษาที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในลักษณะของทัวร์โอเปอเรเตอร์ มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา ในการผลิตและการจำหน่ายสินค้าการท่องเที่ยวไปต่างประเทศ โดยเลือกจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีสัดส่วนของยอดขายสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของยอดขายทั้งหมด ถือเป็นจุดสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นรายได้หลักของบริษัทฯ กำหนดขอบเขตระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ย้อนหลัง 2 ปี ในการนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวประเทศมาเลเซีย เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2550 ถึง เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2551

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากบริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด ได้แก่ ข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลต้นทุนค่าใช้จ่าย ข้อมูลรายได้ ข้อมูลราคา ข้อมูลยอดขายจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย และข้อมูลการผลิตจุดสินค้าการท่องเที่ยว ฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ต้นทุน - ปริมาณ - กำไร (Cost Volume Profit Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis) เพื่อทำการเปรียบเทียบปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้ที่บริษัทฯ ได้รับ และการวางแผนการจำหน่ายในอนาคต โดยการนำเทคนิคการพยากรณ์ตามวิธี Single Exponential Smoothing ด้วยตัวแบบอนุกรมเวลา (Time - series Methods) มาใช้ในการพยากรณ์ยอดขาย และทดสอบการวัดค่าความผิดพลาดทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

สรุปผล

การสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 - 2551

ตอนที่ 2 การวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 โดยแบ่งเป็น

2.1 ผลการพยากรณ์ยอดขายเชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing โดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series Methods)

2.2 ผลการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic

2.3 ผลการวางแผนกำไรจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียด้วยวิธีจุดคุ้มทุน (Break Even Analysis)

2.4 ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (Safety Margin of Contribution Margin Ratio)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในจุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 - 2551 สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของบริษัทฯ ให้ความสำคัญทางด้าน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของรายได้และจุดคุ้มทุนของจำนวนนักท่องเที่ยว (ปริมาณในการจำหน่าย) มาใช้ในการวางแผนการจำหน่าย เนื่องจากบริษัทฯ มีการกำหนดราคาการจำหน่ายของจุดสินค้าการท่องเที่ยวคงที่ในทุก ๆ ปี สำหรับจุดสินค้าการท่องเที่ยวที่เลือกทำการศึกษา ตัวแปรและปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีผลต่อนโยบายการกำหนดราคาของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์เครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ในการสร้างโอกาสในการแข่งขันและกำไรให้กับบริษัทฯ (บทสัมภาษณ์กลยุทธ์ นโยบายราคาและการสร้างกำไร : ภาคผนวก) จึงไม่มีการคิดจุดคุ้มทุนของราคาในการจำหน่ายของจุดสินค้าการท่องเที่ยวดังกล่าว

1. ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนปี พ.ศ. 2550 พบว่า

1.1 จุดคุ้มทุนของรายได้รวมจุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ

จุดคุ้มทุนของรายได้รวมจุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ เดือนมกราคม เท่ากับ 2,617,331 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,353,842 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 2,950,896 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 3,523,333 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 3,393,518 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 2,467,732 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 2,469,871 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 3,400,950 บาท เดือน

กันยายน เท่ากับ 2,560,279 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 3,760,198 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 2,615,727 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,466,658 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับรายได้รวมที่บริษัทฯ ได้รับจริงทำให้ทราบว่าบริษัทฯ มีผลกำไรในเดือนมกราคม เท่ากับ 35,369 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 520,158 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 2,343,604 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 10,644,967 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 8,935,482 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,621,629 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 3,079,050 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 8,876,102 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 92,973 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 1,832,842 บาท แต่บริษัทฯ กลับประสบกับภาวะการขาดทุนในเดือนมิถุนายน เท่ากับ 643,232 บาท และเดือนกันยายน เท่ากับ 1,051,779 บาท

1.2 จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เดือนมกราคม เท่ากับ 1,708,850 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,191,663 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,565,155 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 1,615,448 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,519,957 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 1,796,262 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,960,584 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 2,135,117 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 2,308,348 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 1,477,006 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 1,726,641 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 1,982,700 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับรายชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่บริษัทฯ ได้รับจริง ทำให้ทราบว่าบริษัทฯ มีผลกำไรใน เดือนมกราคม เท่ากับ 23,145 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 484,337 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,242,845 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 4,880,552 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 3,760,043 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,287,416 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 1,932,883 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 3,486,994 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 61,359 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 1,473,300 บาท แต่บริษัทฯ กลับประสบกับภาวะการขาดทุนในเดือน มิถุนายน เท่ากับ 468,262 บาท และเดือนกันยายน เท่ากับ 948,348 บาท

1.3 จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดือน มกราคมเท่ากับ 427 คน เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 548 คน เดือนมีนาคม เท่ากับ 391 คน เดือนเมษายน เท่ากับ 404 คน เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 380 คน เดือนมิถุนายน เท่ากับ 449 คน เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 490 คน เดือนสิงหาคม เท่ากับ 534 คน เดือนกันยายน เท่ากับ 577 คน เดือนตุลาคม เท่ากับ 369 คน เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 432 คน และเดือนธันวาคม เท่ากับ 496 คน

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศ มาเลเซียที่บริษัทฯ ได้จำหน่ายจริง ทำให้ทราบว่าในเดือนที่บริษัทฯ ได้รับผลกำไร มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงกว่าจุดคุ้มทุนในเดือนมกราคม เท่ากับ 6 คน เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 121 คน เดือนมีนาคม เท่ากับ 311 คน เดือนเมษายน เท่ากับ 1220 คน เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 940 คน เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 322 คน เดือนสิงหาคม เท่ากับ 483 คน เดือนตุลาคม เท่ากับ 872 คน เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 15 คน และเดือนธันวาคม เท่ากับ 368 คน และในเดือนที่บริษัทฯ ต้องประสบกับภาวะการณ์ขาดทุน มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่จำหน่ายต่ำกว่าจุดคุ้มทุนในเดือนมิถุนายน เท่ากับ 117 คน และเดือนกันยายน เท่ากับ 237 คน

2. ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ปี พ.ศ. 2551 พบว่า

2.1 จุดคุ้มทุนของรายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ

จุดคุ้มทุนของรายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ เดือนมกราคม เท่ากับ 2,765,152 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,451,533 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 3,240,999 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 3,762,316 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 3,667,757 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 2,564,694 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 2,728,412 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 2,776,269 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 2,453,577 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 4,027,962 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 2,736,083 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,712,681 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับรายได้รวมที่บริษัทฯ ได้รับจริงทำให้ทราบว่าบริษัทฯ มีผลกำไรในเดือนมกราคม เท่ากับ 109,648 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 484,167 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 2,898,801 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 11,719,084 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 10,304,743 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 2,626,288 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 4,747,831 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 9,992,038 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 121,017 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,792,519 บาท แต่บริษัทฯ กลับประสบกับภาวะการณ์ขาดทุนในเดือนมิถุนายน เท่ากับ 728,194 บาท และเดือนกันยายน เท่ากับ 887,377 บาท

2.2 จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดือนมกราคมเท่ากับ 1,692,826 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,261,294 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,511,926 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 1,613,657 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,412,086 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 1,871,200 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,681,520 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 1,529,169 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 2,174,360 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 1,453,691 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 1,754,376 บาท เดือนธันวาคม เท่ากับ 1,732,590 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับรายชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่บริษัทฯ ได้รับจริง ทำให้ทราบว่าบริษัทฯ มีผลกำไรใน เดือนมกราคม เท่ากับ 67,174 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 446,706 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,352,074 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 5,026,343 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 3,967,914 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,618,480 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 2,614,831 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 3,606,309 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 77,624 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 1,783,410 บาท แต่บริษัทฯ กลับประสบกับภาวะการขาดทุนในเดือน มิถุนายน เท่ากับ 531,200 บาท และเดือนกันยายน เท่ากับ 786,360 บาท

2.3 จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เดือน มกราคม เท่ากับ 423 คน เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 565 คน เดือนมีนาคม เท่ากับ 378 คน เดือน เมษายน เท่ากับ 403 คน เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 353 คน เดือนมิถุนายน เท่ากับ 468 คน เดือน กรกฎาคม เท่ากับ 420 คน เดือนสิงหาคม เท่ากับ 382 คน เดือนกันยายน เท่ากับ 544 คน เดือน ตุลาคม เท่ากับ 363 คน เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 439 คน และเดือนธันวาคม เท่ากับ 433 คน

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศ มาเลเซียที่บริษัทฯ ได้จำหน่ายจริง ทำให้ทราบว่าในเดือนที่บริษัทฯ ได้รับผลกำไร มีจำนวน นักท่องเที่ยวสูงกว่าจุดคุ้มทุน คือเดือนมกราคม สูงกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 17 คน เดือนกุมภาพันธ์ สูง กว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 112 คน เดือนมีนาคม สูงกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 338 คน เดือนเมษายน สูงกว่า จุดคุ้มทุนเท่ากับ 1,257 คน เดือนพฤษภาคม สูงกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 992 คน เดือนกรกฎาคม สูงกว่า จุดคุ้มทุนเท่ากับ 405 คน เดือนสิงหาคม สูงกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 654 คน เดือนตุลาคม สูงกว่า จุดคุ้มทุนเท่ากับ 902 คน เดือนพฤศจิกายน สูงกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 19 คน และเดือนธันวาคม สูง กว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 446 คน และในเดือนที่บริษัทฯ ต้องประสบกับภาวะการขาดทุน มีจำนวน นักท่องเที่ยวที่จำหน่ายต่ำกว่าจุดคุ้มทุน คือเดือนมิถุนายน ต่ำกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 133 คน และเดือน กันยายน ต่ำกว่าจุดคุ้มทุนเท่ากับ 197 คน

รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ใน ปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 17,216,265 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 19,243,304 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10.53%

ตอนที่ 2 การวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในชุดสินค้าการท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 สรุปผลได้ดังนี้

**1. ผลการพยากรณ์ยอดขายเชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing โดยใช้
ตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series Methods)**

การวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศของบริษัทฯ ให้มีความสำคัญกับการพยากรณ์ด้วยเทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณแบบ Single Exponential Smoothing ด้วยตัวแบบอนุกรมเวลา (Time Series) เนื่องจากข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นลักษณะของข้อมูลเดี่ยว การเกิดขึ้นของข้อมูลไม่ได้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ เข้ามากระทบ แต่มีรูปแบบของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันในอดีตกับอนาคตในลักษณะเดียวกัน (Pattern of Data) (บทสัมภาษณ์กลยุทธ์นโยบายราคาและการสร้างกำไร : ภาคผนวก) และมีการใช้การทดสอบค่าความแม่นยำการพยากรณ์ทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U-statistic เพื่อเปรียบเทียบค่าความคลาดเคลื่อนที่ได้จากการพยากรณ์ เนื่องจากการวัดค่าความแม่นยำในการพยากรณ์ทางสถิติด้วยวิธีดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการวัดค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่เป็นข้อมูลเดี่ยวและข้อมูลที่ไม่มีการเปรียบเทียบผลของการพยากรณ์

ผลของการพยากรณ์

1. การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเดือนมกราคม เท่ากับ 445 คน เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 654 คน เดือนมีนาคม เท่ากับ 710 คน เดือนเมษายน เท่ากับ 1,565 คน เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,367 คน เดือนมิถุนายน เท่ากับ 438 คน เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 786 คน เดือนสิงหาคม เท่ากับ 1,011 คน เดือนกันยายน เท่ากับ 413 คน เดือนตุลาคม เท่ากับ 1,180 คน เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 530 คน และเดือนธันวาคม เท่ากับ 844 คน

2. การพยากรณ์รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552

การพยากรณ์รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ผลการพยากรณ์รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวเดือนมกราคม เท่ากับ 2,874,800 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,929,610 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 5,818,781 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 14,515,138 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 14,026,764 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 3,055,526 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 5,124,783 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 7,284,168 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 2,137,997 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 12,831,800 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 3,854,570 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 5,340,137 บาท

3. การพยากรณ์ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552

การพยากรณ์ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ผลการพยากรณ์ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ เดือนมกราคม เท่ากับ 2,562,800 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,573,060 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 5,268,326 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 13,334,823 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 12,867,468 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 2,746,097 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 4,560,590 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 6,488,399 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 1,886,070 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 11,856,207 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 3,474,411 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 4,749,791 บาท

4. การพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552

การพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ผลการพยากรณ์ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ เดือนมกราคม เท่ากับ 300,100 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 301,702 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 301,916 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 303,657 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 303,696 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 300,595 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 301,769 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 302,985 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 300,298 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 300,298 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 303,081 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 302,254 บาท

5. การพยากรณ์รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

การพยากรณ์รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ผลการพยากรณ์รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เดือนมกราคม เท่ากับ 1,760,000 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,613,200 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 2,838,920 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 6,259,892 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 5,467,989 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 1,752,799 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 3,145,280 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 4,044,128 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 1,653,613 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 4,719,361 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 2,120,736 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 3,376,474 บาท

6. การพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปีพ.ศ. 2552

การพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ผลการพยากรณ์ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เดือนมกราคม เท่ากับ 61.22 เปอร์เซ็นต์ เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 89.14 เปอร์เซ็นต์ เดือนมีนาคม เท่ากับ 50.90 เปอร์เซ็นต์ เดือนเมษายน เท่ากับ 43.69 เปอร์เซ็นต์ เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 39.02 เปอร์เซ็นต์ เดือนมิถุนายน เท่ากับ 69.57 เปอร์เซ็นต์ เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 62.42 เปอร์เซ็นต์ เดือนสิงหาคม เท่ากับ

55.81 เปอร์เซนต์ เดือนกันยายน เท่ากับ 85.34 เปอร์เซนต์ เดือนตุลาคม เท่ากับ 41.01 เปอร์เซนต์ เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 61.81 เปอร์เซนต์ และเดือนธันวาคม เท่ากับ 63.66 เปอร์เซนต์

การเปรียบเทียบค่าพยากรณ์ปี พ.ศ. 2551 และ ปี พ.ศ. 2552 พบว่า ค่าการพยากรณ์ปี พ.ศ. 2552 ลดลงจากปีก่อน 0.04 %

2. ผลการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic

จากการทดสอบความแม่นยำทางสถิติในการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522 สามารถสรุปค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นในแต่ละรายการของการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 26 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2522

การพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552	ค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวซูดานค่าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย	0.09176
รายได้รวมซูดานค่าการท่องเที่ยวทุกประเทศ	0.09419
ต้นทุนผันแปรรวมซูดานค่าการท่องเที่ยวทุกประเทศ	0.09442
ต้นทุนคงที่รวมซูดานค่าการท่องเที่ยวทุกประเทศ	0.09459
รายได้ซูดานค่าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย	0.09191
ร้อยละของรายได้ซูดานค่าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย	0.09500

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่าความคลาดเคลื่อนโดยเฉลี่ยของการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 0.09 % สามารถแสดงค่าความแม่นยำโดยเฉลี่ยของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.91 %

3. ผลการวางแผนกำไรชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียด้วยวิธีจุดคุ้มทุน (Break Even Analysis)

การวางแผนกำไร ปี พ.ศ. 2552

การวางแผนกำไรเป็นขั้นตอนของการนำข้อมูลที่ได้จากการพยากรณ์ข้างต้น มาคำนวณเพื่อวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุน เพื่อต้องการทราบผลกำไรและผลขาดทุนในแต่ละเดือนในการใช้วางแผนการผลิตและการจำหน่ายในอนาคต ดังนี้

1. จุดคุ้มทุนของรายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ

จุดคุ้มทุนของรายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ เดือนมกราคม เท่ากับ 2,765,152 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,478,949 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 3,191,511 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 3,734,277 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 3,674,534 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 2,968,293 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 2,741,084 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 2,773,410 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 2,548,501 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 3,986,370 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 3,051,320 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,734,122 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับรายได้รวมที่บริษัทฯ ได้รับจริงทำให้ทราบว่าบริษัทฯ มีผลกำไรในเดือนมกราคม เท่ากับ 109,648 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 450,661 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 2,627,270 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 10,780,861 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 10,352,230 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 87,233 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 2,383,699 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 4,510,758 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 8,845,430 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 803,250 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,606,015 บาท แต่บริษัทฯ กลับประสบกับภาวะการขาดทุนในเดือนกันยายน เท่ากับ 4,10,504 บาท

2. จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เดือนมกราคม เท่ากับ 1,692,826 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,209,735 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,624,479 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 1,631,506 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,433,803 บาท เดือนมิถุนายน เท่ากับ 2,065,041 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,710,985 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ 1,547,840 บาท เดือนกันยายน เท่ากับ 2,174,891 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 1,631,810 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 1,886,021 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 1,740,542 บาท

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่บริษัทฯ ได้รับจริง ทำให้ทราบว่าบริษัทฯ มีผลกำไรในเดือนมกราคม เท่ากับ 67,174 บาท เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 403,465 บาท เดือนมีนาคม เท่ากับ 1,214,441 บาท เดือนเมษายน เท่ากับ 4,628,386 บาท เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 4,034,186 บาท เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 1,434,295 บาท เดือนสิงหาคม เท่ากับ

2,496,288 บาท เดือนตุลาคม เท่ากับ 3,084,551 บาท เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 234,715 บาท และเดือนธันวาคม เท่ากับ 1,635,932 บาท แต่บริษัทฯ กลับประสบกับภาวะขาดทุนในเดือนมิถุนายน เท่ากับ 312,242 บาท และเดือนกันยายน เท่ากับ 521,278 บาท

3. จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย

จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเดือนมกราคม เท่ากับ 423 คน เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 552 คน เดือนมีนาคม เท่ากับ 406 คน เดือนเมษายน เท่ากับ 408 คน เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 358 คน เดือนมิถุนายน เท่ากับ 516 คน เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 428 คน เดือนสิงหาคม เท่ากับ 387 คน เดือนกันยายน เท่ากับ 544 คน เดือนตุลาคม เท่ากับ 409 คน เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 472 คน และเดือนธันวาคม เท่ากับ 435 คน

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่บริษัทฯ ได้จำหน่ายจริง ทำให้ทราบว่าในเดือนที่บริษัทฯ ได้รับผลกำไร มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงกว่าจุดคุ้มทุนในเดือนมกราคม เท่ากับ 22 คน เดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 102 คน เดือนมีนาคม เท่ากับ 304 คน เดือนเมษายน เท่ากับ 1,157 คน เดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,009 คน เดือนกรกฎาคม เท่ากับ 358 คน เดือนสิงหาคม เท่ากับ 624 คน เดือนตุลาคม เท่ากับ 771 คน เดือนพฤศจิกายน เท่ากับ 58 คน และเดือนธันวาคม เท่ากับ 409 คน และในเดือนที่บริษัทฯ ต้องประสบกับภาวะขาดทุน มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่จำหน่ายต่ำกว่าจุดคุ้มทุน คือ เดือนมิถุนายน เท่ากับ 78 คน และเดือนกันยายน เท่ากับ 131 คน

จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในปี พ.ศ. 2550 – 2553 พบว่า ความสัมพันธ์ของรายได้ปริมาณการจำหน่าย(จำนวนนักท่องเที่ยว) และผลกำไรขาดทุนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 – 2552 มีการเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะใกล้เคียงกัน คือ มีผลประกอบการที่มีผลกำไรและผลขาดทุนในแต่ละปีในช่วงเวลาเดียวกัน ดังนั้นในการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทำให้ทราบผลกำไรรวม ผลกำไรของชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ผลขาดทุนรวม และผลขาดทุนในชูดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ในแต่ละปี ดังนี้

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบรายได้รวมปี พ.ศ. 2550 - 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ปี พ.ศ. 2550	ปี พ.ศ. 2551	ปี พ.ศ. 2552
มกราคม	35,369	109,648	109,648
กุมภาพันธ์	520,158	484,167	450,661
มีนาคม	2,343,604	2,898,801	2,627,270
เมษายน	10,644,967	11,719,084	10,780,861
พฤษภาคม	8,395,482	10,304,743	10,352,230
มิถุนายน	(643,232)	(728,194)	87,233
กรกฎาคม	1,621,629	2,626,288	2,383,699
สิงหาคม	3,079,050	4,747,831	4,510,758
กันยายน	(1,051,779)	(887,377)	(410,504)
ตุลาคม	8,876,102	9,992,038	8,845,430
พฤศจิกายน	92,973	121,017	803,250
ธันวาคม	1,832,842	2,792,519	2,606,015

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 27 พบว่า รายได้รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศสามารถทำกำไรให้กับบริษัทในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 35,747,164 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 44,180,566 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 19.08%

จากการวางแผนกำไรในปีพ.ศ. 2552 พบว่า รายได้รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศสามารถทำกำไรให้กับบริษัทในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 43,146,552 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 2.34%

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550 - 2552

หน่วย : บาท

เดือน	ปี พ.ศ. 2550	ปี พ.ศ. 2551	ปี พ.ศ. 2552
มกราคม	23,145	67,174	67,174
กุมภาพันธ์	484,337	446,706	403,465
มีนาคม	1,242,845	1,352,074	1,214,441
เมษายน	4,880,552	5,026,343	4,628,386
พฤษภาคม	3,760,043	3,967,914	4,034,186
มิถุนายน	(468,262)	(531,200)	(312,242)
กรกฎาคม	1,287,416	1,618,480	1,434,295
สิงหาคม	1,932,883	2,614,831	2,496,288
กันยายน	(948,348)	(786,360)	(521,278)
ตุลาคม	3,486,994	3,606,309	3,084,551
พฤศจิกายน	61,359	77,624	234,715
ธันวาคม	1,473,300	1,783,410	1,635,932

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 28 พบว่า รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 17,216,265 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 19,243,304 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 10.5%

จากการวางแผนกำไรในปี พ.ศ. 2552 พบว่า รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 18,399,913 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 4.38%

4. ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (Safety Margin of Contribution Margin Ratio)

ผลการวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยในปี พ.ศ. 2552 พบว่า ส่วนเกินที่ปลอดภัยของปริมาณขายไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้ คือ มีปริมาณขายในเดือนมกราคมสามารถลดปริมาณการขายจากปริมาณการขายจริงได้ เท่ากับ 22 คน เดือนกุมภาพันธ์ 102 คน เดือนมีนาคม 304 คน เดือนเมษายน 1,157 คน เดือนพฤษภาคม 1,009 คน

เดือนกรกฎาคม 358 คน เดือนสิงหาคม 624 คน เดือนตุลาคม 771 คน เดือนพฤศจิกายน 58 คน เดือนธันวาคม 409 คน และสำหรับเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มปริมาณการขายไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

ส่วนเกินที่ปลอดภัยของรายได้ไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้ คือ มีรายได้ในเดือนมกราคมสามารถลดรายได้จากรายได้ที่ได้รับจริง เท่ากับ 86,194.35 บาท เดือนกุมภาพันธ์ 405,830.20 บาท เดือนมีนาคม 1,215,058.76 บาท เดือนเมษายน 4,628,414.49 บาท เดือนพฤษภาคม 4,034,188.87 บาท เดือนกรกฎาคม 1,433,598.52 บาท เดือนสิงหาคม 2,496,238.93 บาท เดือนตุลาคม 3,084,771.94 บาท เดือนพฤศจิกายน 234,060.62 บาท เดือนธันวาคม 1,635,687.79 บาท และสำหรับเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มรายได้ไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

อภิปรายผล

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ กรณีศึกษา บริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา พบว่า ผลประกอบการหรือรายได้ของธุรกิจบริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด ในปี พ.ศ.2550 – 2551 ที่ทำการศึกษาไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรรายได้ในแต่ละเดือนของแต่ละปีในอดีต เมื่อทำการเปรียบเทียบรายได้ปี พ.ศ. 2550 กับปี พ.ศ. 2551 พบว่า บริษัทฯ ประสบกับภาวะการขาดทุนในช่วงเวลาเดียวกัน คือ เดือน มกราคม มิถุนายน กันยายน และพฤศจิกายน สำหรับผลประกอบการรวม และบริษัทประสบกับปัญหาการขาดทุนในเดือน มิถุนายน และกันยายน สำหรับผลประกอบการของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย การประสบกับภาวะการขาดทุนในเดือนเดียวกันในแต่ละปี เกิดขึ้นปริมาณการขายที่ลดลงในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวไปเดินทางน้อย (Low Season) (ข้อมูลจัดประเภทเดือนท่องเที่ยว (High – Low Season : ภาคผนวก) ผลประกอบการของบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2551 สามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ได้สูงกว่าปี พ.ศ. 2550 ดังนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลในปี พ.ศ. 2552 มาพยากรณ์ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำมาวางแผนในการทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปีต่อไปได้

การพยากรณ์การขาย เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แนวคิดหน้าที่ธุรกิจการท่องเที่ยวทัวร์โอเปอเรเตอร์ ประกอบด้วย การวางแผนการผลิต การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่าย (อิสสามาเยฟ ดี. 1994) การพยากรณ์เป็นขั้นตอนหนึ่งที่ผู้บริหารต้องปฏิบัติในกระบวนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว (อิสสามาเยฟ ดี. 1994)

จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของบริษัท ชันนี่ทัวร์ จำกัด ในปีพ.ศ. 2550-2551 จำเป็นต้องมีการพยากรณ์การขายในปี พ.ศ. 2552 โดยใช้ข้อมูลปีล่าสุดคือปี 2551 เป็นปีฐานเพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดเทคนิคการพยากรณ์ของสุปัญญา ไชยชาญ (2549 : 122) ได้อธิบายเกี่ยวกับการนำข้อมูลมาพยากรณ์ ไว้ว่า การพยากรณ์โดยปกติจะให้ค่าความแม่นยำสูงสุดและมีค่าของความคลาดเคลื่อนน้อยเมื่อนำข้อมูลปีล่าสุดมาพยากรณ์ การวางแผนการตลาดไว้ล่วงหน้าเป็นการลดความเสี่ยงในการประสบกับภาวะการณ์ขาดทุนในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดประโยชน์ของการพยากรณ์ (กฤษทลี รื่นรัมย์ : 2545) การเลือกเทคนิคหรือวิธีในการพยากรณ์ที่เหมาะสมจะให้ค่าความแม่นยำทางสถิติในการพยากรณ์สูง หากค่าความแม่นยำน้อยกว่าหนึ่งมากเท่าใด หมายถึงการพยากรณ์มีค่าความแม่นยำมากเท่านั้น (กฤษทลี รื่นรัมย์. 2545) ในการวัดค่าความแม่นยำทางสถิติในงานชิ้นนี้ มีค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่พยากรณ์ เท่ากับ 0.09 % ให้ความหมายว่า เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.91 % ในการเลือกเทคนิคการพยากรณ์แบบอนุกรมเวลามาใช้

ในการนำข้อมูลที่พยากรณ์มาวางแผนกำไรของบริษัทฯ ทำให้ทราบว่า เมื่อทำการเปรียบเทียบยอดขายที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2552 กับยอดขายในปี พ.ศ. 2551 (ปีฐาน) พบว่ายอดขายปี พ.ศ. 2552 มีอัตราที่ลดลง ส่งผลให้บริษัทได้รับผลกำไรที่ลดลงเช่นกัน การพยากรณ์เป็นการแสดงข้อมูลยอดขายในอนาคต ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องนำข้อมูลที่ทำการพยากรณ์มาวางแผนเพื่อเพิ่มกำไรและลดปัญหาการขาดทุนในเดือนที่ต้องประสบกับภาวะการณ์ขาดทุน โดยวิธีวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในปี พ.ศ. 2552 มีการวางแผนปริมาณการจำหน่ายและวางแผนรายได้ที่ปลอดภัยของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียให้กับบริษัทฯ เพื่อแก้ไขปัญหาวาการณ์ขาดทุน จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของบริษัทฯ ให้ความสำคัญทางด้านวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของรายได้และจุดคุ้มทุนของจำนวนนักท่องเที่ยว (ปริมาณในการจำหน่าย) มาใช้ในการวางแผนการจำหน่ายเนื่องจากบริษัทฯ มีการกำหนดราคาการจำหน่ายของชุดสินค้าการท่องเที่ยวคงที่ในทุก ๆ ปีสำหรับชุดสินค้าการท่องเที่ยวที่เลือกทำการศึกษา ตัวแปรและปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีผลต่อนโยบายการกำหนดราคาของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์เครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ในการสร้างโอกาสในการแข่งขันและกำไรให้กับบริษัทฯ (บทสัมภาษณ์กลยุทธ์นโยบายราคาและการสร้างกำไร : ภาคผนวก) จึงทำให้บริษัทฯ มีความได้เปรียบในเรื่องของการคิดต้นทุนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของกำไร รวมทั้งมีความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจถดถอย

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทำให้บริษัทฯ สามารถวิเคราะห์และจำแนกต้นทุนในการแสดงผลกำไรขาดทุนของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิชา โกมลทัต (2543 : บทคัดย่อ), จีรภา วราคุล (2538 : บทคัดย่อ) จูไรรัตน์ ศรีศิริ (2546 : บทคัดย่อ) วีรวรรณ ศิริพงษ์ (2550 : บทคัดย่อ),

วีรชาติ โลหะโชติ (2546 : บทคัดย่อ) สุธี ชันทอง (2537 : บทคัดย่อ) บวรกิจ พรทวิโกศทรัพย์ (2543 : บทคัดย่อ) สุธี จิตรวระรัตนา (2539 : บทคัดย่อ) นิภาพร ประดิษฐ์อาชีพ (2539 : บทคัดย่อ) สุพจน์ แจ็งเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ปรารักษ์ทิพย์ เลขบวรวงษ์ (2542 : บทคัดย่อ) มณฑา - กา เตศิตลาเสถียร (2544 : บทคัดย่อ) ปัทมา สมยารัตน์ (2548 : บทคัดย่อ) (มาโรน : 2007) แอน ซี – กราฮัมและปีเตอร์ เจ แฮร์ริส (Ian C. Graham, Peter J. Harris. 1999) ชินน่า เอ คินน่าไพเรน (Chinna A Kannapiran. 2001) ฟงชิงยวน (Fong Ching Yuan. 2009) วิลล์เลียม อา บาเบอร์ (William R. Baber. 2007) นิโคลัสส์ โทรราคิดิสส์ (Nikolaos Tsorakidis. 2006) เจ เมลลอยซ์ มอลิน (J. Malloy Marine. 2006) คริสโตเฟอร์ เอ เว็ฟร์ และ มิเชลล์ เจ เวนคาฮาร์ (Christopher A. Wolf and Michael J. Vandehaar. 1998) เอนริเกร์ แอลเพท - กอนเลท และ ราเกิลล์ เฟรท - แอลเพท (Enrique Lopez-Gonzalez and Raquel Fdez-Lpez . 1980) ส่วนการพยากรณ์ยอดขายสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดผลกำไรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชีรา บุญประมุข (2546 : บทคัดย่อ) บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและปรับปรุงในการบริหารการขายในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาจุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาโดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยตัวแบบในเชิงเป็นเหตุเป็นผลกัน (Causal or Explanatory Methods) สำหรับชุดสินค้าการท่องเที่ยวต่างประเทศในอนาคตเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลที่มีตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องในการเพิ่มและการลดของรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว
2. ควรศึกษาข้อมูลของธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการทั้งหมดในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). การส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ :
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิ่งกนก พิทยานุคุณ และคณะ. การบัญชีต้นทุน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์. 2536.
หน้า 230 - 245.
- คุณทลี รื่นรมย์. (2545). การพยากรณ์การขาย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรภา วราคุณ. (2538). การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและจุดคุ้มทุนของการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง.
เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552. จาก <http://www.msu.ac.th>.
- จุไรรัตน์ ศรีศิริ. (2546). การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยบริการสุขภาพและจุดคุ้มทุนขั้นพื้นฐาน
ของศูนย์สุขภาพชุมชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552. จาก <http://www.lib.ru.ac.th>.
- ดวงกมล โกมารทัต. (2545). การบัญชีบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : แมคกรอ - ฮิลล์.
- นิภาพร ประดิษฐ์อาชีพ. (2539). การวิเคราะห์ราคาและการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่
ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552. จาก <http://www.ku.ac.th>.
- บวรกิจ พรทวีโภคทรัพย์. (2543). การวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ
ของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งของไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552.
จาก <http://www.ku.ac.th>.
- ปรารักษ์ทิพย์ เลขบวรวงศ์. (2542). การศึกษาต้นทุนและรายได้การเลี้ยงกึ่งกลาดำ : กรณีศึกษา
ตำบลบางสมัครและ ตำบลบางวัว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา.
สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552. จาก <http://www.library.spu.ac.th>.
- ปีทมา สมยารัตน์. (2548). การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโรงชำแหละสุกรมาตรฐานในจังหวัด
เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552. จาก <http://www.cmu.ac.th>.
- พัชรา ดันติประภา. การพยากรณ์ยอดขาย. กรุงเทพฯ : พี เอ ลีฟวิ่ง บจก. 2549. หน้า 52-55.
- มณฑกา เตศิตาเสถียร. (2544). การวิเคราะห์ต้นทุนของสองโรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์
ภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน
2552. จาก <http://www.library.car.chula.ac.th>.
- เยาวพา ณ นคร. (2545). การบัญชีต้นทุน 2. กรุงเทพฯ : ส. เอเชียเพรส (1989) จำกัด.
หน้า 188 – 190.

- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์. การบัญชีต้นทุนเพื่อการแสวงหากำไร. กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์ ธรรมนิติ จำกัด. 2539. หน้า 145 – 162.
- วีรชาติ โลหะโชติ. (2546). การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจขนส่งน้ำมัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2552, จาก <http://www.lib.ru.ac.th>.
- วีรวรรณ ศิริพงษ์. (2550). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก <http://www.hu.ac.th>.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. การบัญชีต้นทุน แนวคิด และการประยุกต์เพื่อการตัดสินใจเชิงการบริหาร กรุงเทพฯ : หจก. สยามสเตรช่นเบอร์รี่ฟฟลยสส์. 2535. หน้า 130 – 170.
- สุชรา บุญประมุข. (2546). การพยากรณ์วิเคราะห์ความเคลื่อนไหวราคาข้าวโพด. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2552. จาก <http://www.msu.ac.th>.
- สุธี ชันทอง. (2537). การวิเคราะห์เศรษฐกิจการเลี้ยงโคนมในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2535-2536. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552. จาก <http://www.library.mju.ac.th>.
- สุปราณี สุกระเสรมี และคณะ. การบัญชีบริหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์. 2550. หน้า 140 - 145.
- สุปัญญา ไชยชาญ. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ. กรุงเทพฯ : พี เอ ลีฟวิ่ง บจก. 2549. หน้า 288 - 292.
- สุพจน์ แจ็งเจริญ. (2544). การวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรการศึกษาวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนการเจียรไนเพชร กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552. จาก <http://www.space.kbu.ac.th>.
- สุวิชา โกมารทัต. (2543). การวิเคราะห์ฟังก์ชันการผลิตผลตอบแทนต่อขนาดและจุดคุ้มทุนการผลิตน้ำมันดิบ. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552. จาก <http://www.psu.ac.th>.
- สุที จิตรวรรตนา. (2539). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และอุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552. จาก <http://www.lib.ac.th>.
- Chinna A Kannapiran. (2001). “Profitability of the Australian Beef Industry : A Break-even Analysis” Retrieved September 12,2009,from <http://www.agrifood.info/review/kannapiran.html>.
- Christopher A. Wolf and Michael J. Vandelaar. (1998). “Economic Considerations of Dairy Heifer Growth Rate” Retrieved August 14,2009,from <http://www.fass.org/fass01/pdf>.

- Enrique Lopez-Gonzalez and Raquel Flores-Lopez. (1980). “The Break-even Analysis in Product Pricing Policy Under Conditions of Uncertainty in Small Business” Retrieved June 25,2009,from <http://www.research/icsb/1999/pdf>.
- E.T. Acquah, Nganje W. Evange. (2001). “The Economics of Yam ZDioscorea SPP.) Production in Dameroun : The Case of Fako Division” Retrieved September 12,2009,from <http://www.actahort.org/members/showpdf>.
- Fong Ching Yuan. (2009). “The use of a fuzzy logic-based system in cost-volume-profit analysis under uncertainty ” Journal of International Financial Management & Accounting. Retrieved September 12,2009,from http://www.ota.cofa.dex/pan/_29k.
- Ian C. Graham,Peter J. Harris. (1999). “Development of a profit planning framework in an international hotel chain: a case study” Journal of Contemporary Hospitality Management. 5,198-208. Retrieved September 12,2009,from <http://www.actahort.org/members>
- J. Malloy Marine. (2006). “Business Planning and Performance Evaluation using Cost Volume Profit Analysis” Retrieved September 12,2009,from <http://www.fass.org/fass01/pdf>.
- Nikolaos Tsorakidis. (2006). “Break-Even Analysis and Measures of Performan” Retrieved February 25,2009,from <http://www.actahort.org/members>.
- William R. Baber. (2007). “Profit-Volume-Exchange-Rate Analysis for Planning International Operations” Journal of International Financial Management & Accounting . Retrieved August 8,2009,from <http://www.actahort.org/members>.
- Измаев Д.К. (1994). Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок.М.,ВШТГ.
- Квартальнов В.А. (1998). Туризм:теория и практика. Избранные труды в 5 томах .Т.4.Иностранный туризм М.,Финансы и статистика .
- Исмаев Д.К. (1998). Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме.М.,ТОО луч.
- Исмаев Д.К. (1994). Краткий словарь технологических терминов международного туризма .М.,Предприятие семигор .
- Парирян Г.А. (1998). Международные экономические отношения:экономика туризма .-М.,Финансы и статистика.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
บทสัมภาษณ์



บทสัมภาษณ์ บริษัท ชันนีทัวร์ จำกัด

สัมภาษณ์ เมื่อ วันศุกร์ที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2552 เวลา 10.30 น.

ผู้วิจัย : บริษัทฯ มีการกำหนดกลยุทธ์ในด้านราคาอย่างไรบ้าง ค่ะ

ชันนี ทัวร์ : เนื่องจากบริษัทฯ ได้ทำธุรกิจการท่องเที่ยวมากกว่า 30 ปี บวกกับเป็นเจ้าแรกในเขตพื้นที่ที่มีความชำนาญในเส้นทางท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย จึงส่งผลต่อการกำหนดนโยบายราคาที่เป็นแบบผูกขาด โดยราคาที่กำหนดเป็นการกำหนดราคาที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ว่า ถ้าเดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัทจะคุ้มค่างว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัทอื่น เนื่องจากความชำนาญในเส้นทาง ชื่อเสียงของการบริการและการได้รับการขนานนามให้เป็นเจ้าตลาดแห่งวงการทัวร์ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ผู้บริโภคจึงนิยมเลือกที่จะเดินทางไปกับชันนี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปกับชันนี ดังนั้นไม่ว่าราคาจะเป็นเช่นไรสำหรับชันนีก็น่าจะขายได้เสมอ จุดนี้ถ้าจะมองก็คิดว่าขึ้นอยู่กับความพอใจ ความประทับใจและความเชื่อมั่นที่นักท่องเที่ยวมีให้กับชันนีมากกว่า

ผู้วิจัย : อะไรที่ทำให้บริษัทฯ ได้รับการขนานนามว่าเป็นเจ้าตลาด

ชันนี ทัวร์ : ส่วนที่ 1 คือ การบริการที่ได้มาตรฐานและความสม่ำเสมอของการบริการ

ส่วนที่ 2 คือ ความชำนาญในเส้นทางท่องเที่ยวจากการทำงานที่มีประสบการณ์มากกว่า 30 ปี

ส่วนที่ 3 คือ การมีจุดแข็งในเรื่องของการมีเครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ต่างประเทศในประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย ซึ่งในส่วนนี้ถือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการกำหนดราคาต้นทุนและผลกระทบที่จะนำมาสู่กำไรของบริษัท เปรียบเสมือนการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเลยทีเดียว

ผู้วิจัย : อยากให้อธิบายในส่วนของความได้เปรียบในการแข่งขัน

ชันนี ทัวร์ : ในส่วนนี้คิดว่ามาจากส่วนหลัก ๆ คือ

1. การร่วมมือกันระหว่างประเทศในการทำข้อตกลงกันด้านสัญญาในความเป็นพันธมิตร ซึ่งมีประโยชน์อย่างมากในการกระจายความเสี่ยง การแบ่งหน้าที่ การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า การแข่งขันที่ได้เปรียบ

2. การกำหนดราคาโดยมีการแบ่งความรับผิดชอบในการวางแผนควบคุมต้นทุน จุดคุ้มทุน และความผันผวนของระบบตลาด โดยบริษัทเครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์จะทำหน้าที่ในการควบคุม

ต้นทุนผันแปร ส่วนทางบริษัทฯ ในประเทศไทยจะต้องรับผิดชอบในเรื่องของต้นทุนคงที่ และพยายามรับผิดชอบในเรื่องของโครงการขายซึ่งจะต้องได้ตามยอดขายตามเงื่อนไขในข้อตกลงของผลตอบแทนตามเป้าหมายที่ได้รับมอบไว้ เพื่อให้ได้สัดส่วนของกำไรที่จะได้รับครับ

ผู้วิจัย : เงื่อนไขในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทเครือข่ายที่เป็นทัวร์ โอเปอเรเตอร์ ในประเทศมาเลเซียมีผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างไรบ้าง

ธานี ทวีร์ : ครับ ก็ส่งผลในเรื่องของต้นทุน ยอดขายและกำไรรวมทั้งในเรื่องของนโยบายราคา ซึ่งโดยรวมแล้วก็ถือว่าเป็นการสร้างการแข่งขันให้กับองค์กรได้ดีกว่าการทำเราทำงานโดยไม่มีเครือข่ายในเส้นทางที่เราจะไปท่องเที่ยวแวะที่วาระครับ ซึ่งในส่วนที่ผ่านมาทางบริษัทชั้นนี้ก็ทำได้ตามเป้าหมายมาตลอด อาจจะมีสัดส่วนที่น้อยสำหรับบางเดือนที่ยังไม่ได้ตามเป้าหมาย แต่โดยรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวมาเลเซียก็ถือว่าทำกำไรให้กับบริษัทค่อนข้างสูงและถือเป็นรายได้หลักของบริษัท ฯ ถ้าจะพูดถึงผลกระทบต่อหน้าจะพูดได้ว่า เงื่อนไขการทำงานร่วมกันของเครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์สามารถสร้างความได้เปรียบในเรื่องขอเขตความรับผิดชอบในเรื่องของต้นทุนที่ผันแปรไปตามเศรษฐกิจและสภาวะโลกมากกว่า ซึ่งในส่วนนี้ทางบริษัทเครือข่ายจะเป็นฝ่ายทำหน้าที่ในการควบคุมต้นทุนประเภทนี้มากกว่า

ผู้วิจัย : เพราะฉะนั้นด้วยเหตุผลนี้หรือไม่คะ จึงทำให้บริษัทฯ เป็นเจ้าตลาดของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสำหรับเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ธานี ทวีร์ : ใช่ครับ

ผู้วิจัย : และที่ผ่านจากการที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จะเห็นว่านโยบายการตั้งราคาหรือยอดขายโดยรวม ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มากกระทบมากนัก อยากให้อธิบายเพิ่มเติมในส่วนนี้คะ

ธานี ทวีร์ : ใช่ครับ ถ้าจะเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมในเขตพื้นที่ ในเรื่องของยอดขาย เราก็มั่นใจว่าเราได้เปรียบกว่า เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของยอดขายของบริษัทฯ จะแตกต่างจากที่อื่นตรงที่ว่า ตั้งแต่ที่ประเทศไทยได้เจอวิกฤตถ้าจะย้อนไปก็ประมาณ 4 ปีที่แล้ว ธุรกิจการท่องเที่ยวก็ซบเซามาตลอดและต้องโดยกระหน่ำซ้ำกับวิกฤติในเขตพื้นที่อีกระลอกคือเหตุการณ์ความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งธุรกิจการท่องเที่ยวโดยรวมในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาทรุดหนักมากโดยส่วนใหญ่ ของทางบริษัทฯ ก็มียอดขายที่ลดลงเช่นกัน แต่กลับลดลงน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่งหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม โดยมียอดขายลดลงไม่ถึง 10% ด้วยซ้ำในชุดสินค้าการท่องเที่ยวดังกล่าว และสำหรับบางปีก็มียอดขายที่กระเตื้องขึ้นด้วยซ้ำ อย่างเช่นปี 2551 ในส่วนนี้เราต้องบอกว่าเราโชคดีที่เราทำตลาดก่อนใคร จึงทำให้เราได้อะไรหลาย ๆ อย่าง ที่นอกเหนือจากบริษัทอื่น เรามีจุดแข็งและมีความเป็นเฉพาะในชุดสินค้าการท่องเที่ยวมาเลเซีย ดังนั้น เราจึงมั่นใจเสมอมาว่า ผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อม

อื่น ๆ จะไม่ส่งผลกระทบมากนักต่อบริษัทฯ เนื่องจากเรามีความเข้มแข็งภายในจากการใช้กลยุทธ์
เครือข่าย

ผู้วิจัย : ในส่วนนี้ถ้าผู้วิจัยจะขอสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดของเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เป็นที่มา
ของกลยุทธ์เครือข่ายของบริษัทฯ ในการสร้างความได้เปรียบในเรื่องของรายได้และกำไรของบริษัทฯ
ได้ใหม่คะ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานร่วมกันกับเครือข่ายที่เป็นทัวริโอเปอเรเตอร์

ชานี่ ทัวร์ : ในส่วนนี้ต้องขออภัยจริง ๆ ครับ คือทางบริษัทฯสามารถอธิบายหรือบอกได้
ถึงลักษณะเฉพาะที่เป็นความพิเศษ และถ้าจะให้บอกรายละเอียดของตัวเลขที่เป็นเงื่อนไขและกล
ยุทธ์หลักคงไม่ได้ครับ เนื่องจากเราถือว่าเป็นความลับของบริษัทฯ จริง ๆ แต่อย่างทีบอกไว้คร่าว ๆ
ในตอนต้นแล้วนะครับ ว่าเราใช้ระบบของเครือข่ายในการสร้างความได้เปรียบมาสร้างกลยุทธ์ให้กับ
การกำหนดราคา ต้นทุน และรายได้ครับ

ผู้วิจัย : แล้วในส่วนของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ได้นำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้
หรือไม่คะ

ชานี่ ทัวร์ : ก็สำหรับบางประเทศเราก็พยายามทำให้ได้เหมือนกับชุดสินค้าการท่องเที่ยว
ประเทศมาเลเซียอยู่นะครับ เนื่องจากบางประเทศเราเพิ่งเข้าไปเจาะตลาดอาจต้องใช้เวลาซักพักกว่าจะ
ได้สมบูรณ์แบบ อย่างมาเลเซีย แต่คิดว่าไม่นาน ชานี่ทัวร์จะมีความก้าวหน้าในทุกประเทศครับ

ผู้วิจัย : ถ้าฉันหากจะให้พูดถึงการทำธุรกิจการท่องเที่ยว อยากจะฝากถึงผู้ประกอบการ
ท่านอื่น ไว้อย่างไรบ้างคะ

ชานี่ ทัวร์ : ก็ถ้าหากจะทำธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว สิ่งแรกที่จะต้องคำนึง คือ ต้องรู้
จริงในเรื่องที่จะทำครับ รองลงมาคือรักที่จะบริการและให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกค้า ประการสุดท้าย คือ
ไม่หยุดยั้งในการพัฒนาหรือเพิ่มศักยภาพในคุณภาพของการบริการครับ ผมคิดว่าถ้าสามารถทำได้
ทั้งหมดนี้ ก็น่าจะประสบความสำเร็จครับ



ภาคผนวก ข

การประมวลผลข้อมูลทุติยภูมิ

ตารางที่ 29 การทดสอบค่าอัตราในการพยากรณ์

เดือน	At	t	At (alpha=0.9)	At (alpha=0.8)	At (alpha=0.7)	At (alpha=0.6)	At (alpha=0.5)	At (alpha=0.4)	At (alpha=0.3)	At (alpha=0.2)	At (alpha=0.1)
ม.ค.-51	440	-	440	440	440	440	440	440	440	440	440
ก.พ.-51	677	1	440	440	440	440	440	440	440	440	440
มี.ค.-51	716	2	653	630	606	582	559	535	511	511	464
เม.ย.-51	1,660	3	710	699	683	662	637	607	573	573	489
พ.ค.-51	1,345	4	1,565	1,468	1,367	1,261	1,149	1,028	899	899	606
มิ.ย.-51	335	5	1,367	1,370	1,352	1,311	1,247	1,155	1,033	1,033	680
ก.ค.-51	825	6	438	542	640	726	791	827	823	823	645
ส.ค.-51	1,036	7	786	768	769	785	808	826	824	824	663
ก.ย.-51	347	8	1,011	982	956	936	922	910	887	887	701
ต.ค.-51	1,265	9	413	474	530	582	634	685	725	725	665
พ.ย.-51	458	10	1,180	1,107	1,044	992	950	917	887	887	725
ธ.ค.-51	879	11	530	588	634	672	704	733	758	758	699
		12	844	821	805	796	791	792	795	795	717

ตารางที่ 30 แสดงต้นทุนประจำปี 2550

ประเทศ	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน	
	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%
มาเลเซีย	1,540,000	60.09	2,369,500	92.05	2,506,000	45.01	5,810,000	40.83	4,707,500	36.73	1,172,500	72.31
ฮ่องกง	916,000	35.74	-	-	459,800	8.26	-	-	-	-	-	-
สิงคโปร์	106,800	4.17	204,700	7.95	311,500	5.59	955,500	6.71	756,000	5.90	89,000	5.49
จีน	-	-	-	-	-	-	-	-	2,251,840	17.57	-	-
ญี่ปุ่น	-	-	-	-	2,290,500	41.14	-	-	-	-	-	-
เกาหลี	-	-	-	-	-	-	2,101,200	14.76	2,070,300	16.15	-	-
ไต้หวัน	-	-	-	-	-	-	803,400	5.65	-	-	-	-
อินโดนีเซีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	360,000	22.20
เวียดนาม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ออสเตรเลีย	-	-	-	-	-	-	1,185,000	8.33	3,029,900	23.64	-	-
นิวซีแลนด์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ทวีปยุโรป	-	-	-	-	-	-	3,376,000	23.72	-	-	-	-
รวม	2,562,800	100.00	2,574,200	100.00	5,567,800	100.00	14,231,100	100.00	12,815,540	100.00	1,621,500	100.00

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงต้นทุนประจำปี 2550

ประเทศ	กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม	
	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%
มาเลเซีย	2,887,500	60.63	3,626,000	54.10	1,214,500	88.35	4,427,500	34.15	1,603,000	63.03	3,076,500	62.89
ฮ่องกง	160,200	3.36	311,500	4.65	160,200	11.65	966,000	7.45	824,400	32.42	151,300	3.09
สิงคโปร์			1,062,000	15.84								
จีน												
ญี่ปุ่น												
เกาหลี			1,127,100	16.82			2,163,000	16.68				
ไต้หวัน							772,500	5.96				
อินโดนีเซีย	1,714,500	36.00									1,663,700	34.01
เวียดนาม			576,000	8.59			1,090,200	8.41				
ออสเตรเลีย												
นิวซีแลนด์												
ทวีปยุโรป							3,544,800	27.34				
รวม	4,762,200	100.00	6,702,600	100.00	1,374,700	100.00	12,964,000	100.00	2,543,100	100.00	4,891,500	100.00

ตารางที่ 31 แสดงต้นทุนประจำปี 2551

ประเภท	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน	
	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%
มาเลเซีย	1,515,500	64.21	2,341,500	92.94	2,457,000	51.47	5,684,000	43.75	4,620,000	42.88	1,162,000	72.13
ฮ่องกง	755,700	32.02			522,500	10.95		-		-		
สิงคโปร์	89,000	3.77	178,000	7.06	267,000	5.59	840,000	6.47	630,000	5.85	89,000	5.52
จีน						-		-	1,452,800	13.48		
ญี่ปุ่น					1,527,000	31.99				-		
เกาหลี							1,854,000	14.27	1,854,000	17.21		
ไต้หวัน							618,000	4.76		-		
อินโดนีเซีย										-		
เวียดนาม										-		
ออสเตรเลีย							1,042,800	8.03		-		
นิวซีแลนด์									2,217,000	20.58		
ทวีปยุโรป							2,954,000	22.74		-		
รวม	2,360,200	100.00	2,519,500	100.00	4,773,500	100.00	12,992,800	100.00	10,773,800	100.00	1,611,000	100.00

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงต้นทุนประจำปี 2551

ประเทศ	กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม	
	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%	ต้นทุน	%
มาเลเซีย	2,842,000	78.71	3,559,500	60.08	1,190,000	89.91	4,343,500	37.28	1,564,500	64.94	3,024,000	79.74
ฮ่องกง	133,500	3.70	267,000	4.51	133,500	10.09	840,000	7.21	755,700	31.37	133,500	-
สิงคโปร์			726,400	12.26								3.52
จีน												
ญี่ปุ่น												
เกาหลี			1,011,500	17.07			1,854,000	15.91				
ไต้หวัน							618,000	5.30				
อินโดนีเซีย	635,000	17.59	360,000	6.08							635,000	16.74
เวียดนาม												
ออสเตรเลีย												
นิวซีแลนด์							1,042,800	8.95				
ทวีปยุโรป							2,954,000	25.35				
รวม	3,610,500	100.00	5,924,400	100.00	1,323,500	100.00	11,652,300	100.00	2,409,200	100.00	3,792,500	100.00

ตารางที่ 32 ค่าใช้จ่ายคงที่ปี พ.ศ. 2550 - 2551

105

เดือน	ค่าใช้จ่าย
ม.ค.-50	288,600
ก.พ.-50	290,340
มี.ค.-50	290,380
เม.ย.-50	292,320
พ.ค.-50	292,230
มิ.ย.-50	288,770
ก.ค.-50	290,360
ส.ค.-50	291,600
ก.ย.-50	288,530
ต.ค.-50	292,810
พ.ย.-50	289,220
ธ.ค.-50	290,870
ม.ค.-51	300,100
ก.พ.-51	301,880
มี.ค.-51	301,940
เม.ย.-51	303,850
พ.ค.-51	303,700
มิ.ย.-51	300,250
ก.ค.-51	301,900
ส.ค.-51	303,120
ก.ย.-51	300,000
ต.ค.-51	303,390
พ.ย.-51	300,700
ธ.ค.-51	302,400

ตารางที่ 33 แสดงรายได้ประจำปี 2550

ประเทศ	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
มาเลเซีย	1,760,000	61.22	2,708,000	92.24	2,864,000	46.65	6,640,000	42.89	5,380,000	38.50	1,340,000	72.96
ฮ่องกง	996,000	34.65			503,800	8.21						
สิงคโปร์	118,800	4.13	227,700	7.76	346,500	5.64	1,046,500	6.76	828,000	5.93	99,000	5.39
จีน												
ญี่ปุ่น					2,425,500	39.50						
เกาหลี							2,176,000	14.06	2,144,000	15.34		
ไต้หวัน							855,400	5.53				
อินโดนีเซีย											397,500	21.64
เวียดนาม												
ออสเตรเลีย							1,247,500	8.06	3,152,900	22.57		
นิวซีแลนด์												
ทวีปยุโรป							3,516,000	22.71				
รวม	2,874,800	100.00	2,935,700	100.00	6,139,800	100.00	15,481,400	100.00	13,972,500	100.00	1,836,500	100.00

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงรายได้ประจำปี 2550

ประเทศ	กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
มาเลเซีย	3,300,000	61.63	4,144,000	55.08	1,388,000	88.62	5,060,000	36.09	1,832,000	64.12	3,516,000	63.87
ฮ่องกง									896,400	31.37		
สิงคโปร์	178,200	3.33	346,500	4.61	178,200	11.38	1,058,000	7.55	128,700	4.50	168,300	3.06
จีน			1,192,500	15.85								
ญี่ปุ่น							2,240,000	15.98				
เกาหลี			1,205,100	16.02			822,500	5.87				
ไต้หวัน												
อินโดนีเซีย	1,876,500	35.04									1,820,900	33.08
เวียดนาม			636,000	8.45			1,147,700	8.19				
ออสเตรเลีย							3,691,800	26.33				
นิวซีแลนด์												
ทวีปยุโรป												
รวม	5,354,700	100.00	7,524,100	100.00	1,566,200	100.00	14,020,000	100.00	2,857,100	100.00	5,505,200	100.00

ตารางที่ 34 แสดงรายได้ประจำปี 2551

ประเทศ	มกราคม		กุมภาพันธ์		มีนาคม		เมษายน		พฤษภาคม		มิถุนายน	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
มาเลเซีย	1,732,000	65.29	2,676,000	93.11	2,808,000	53.04	6,496,000	45.85	5,280,000	44.79	1,328,000	72.79
ฮ่องกง	821,700	30.98			572,500	10.81		-		-		
สิงคโปร์	99,000	3.73	198,000	6.89	297,000	5.61	920,000	6.49	690,000	5.85	99,000	5.43
จีน						-		-	1,592,000	13.50		
ญี่ปุ่น					1,617,000	30.54				-		
เกาหลี							1,920,000	13.55	1,920,000	16.29		
ไต้หวัน							658,000	4.64		-		
อินโดนีเซีย										-		
เวียดนาม							1,097,800	7.75		-		397,500
ออสเตรเลีย								-		-		
นิวซีแลนด์							3,076,500	21.71		19.57		
ทวีปยุโรป										-		
รวม	2,652,700	100.00	2,874,000	100.00	5,294,500	100.00	14,168,300	100.00	11,789,000	100.00	1,824,500	100.00

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงรายได้ประจำปี 2551

ประเทศ	กรกฎาคม		สิงหาคม		กันยายน		ตุลาคม		พฤศจิกายน		ธันวาคม	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
มาเลเซีย	3,248,000	79.38	4,068,000	62.78	1,360,000	90.16	4,964,000	39.28	1,788,000	66.01	3,456,000	80.38
ฮ่องกง	148,500	3.63	297,000	4.58	148,500	9.84	920,000	7.28	821,700	30.34	148,500	-
สิงคโปร์			636,000	9.81					99,000	3.65		3.45
จีน												
ญี่ปุ่น												
เกาหลี			1,081,500	16.69			1,920,000	15.19				
ไต้หวัน							658,000	5.21				
อินโดนีเซีย	695,000	16.99									695,000	16.16
เวียดนาม			397,500	6.13			1,097,800	8.69				
ออสเตรเลีย												
นิวซีแลนด์												
ทวีปยุโรป							3,076,500	24.35				
รวม	4,091,500	100.00	6,480,000	100.00	1,508,500	100.00	12,636,300	100.00	2,708,700	100.00	4,299,500	100.00

ตารางที่ 35 การประมาณผลตอบแทน ปี พ.ศ. 2550

เดือน	Q	P	TR	VC	CMR	TFC	TR*	สัดส่วนรายได้ ต่อมูลค่าเฉลี่ย	TR*มูลค่าเฉลี่ย	TR(มูลค่าเฉลี่ย)
ม.ค.-50	433	4,000	2,652,700	2,360,200	0.1103	288,600	2,617,331	65.29%	1,708,855	1,732,000
ก.พ.-50	669	4,000	2,874,000	2,519,500	0.1233	290,340	2,353,842	93.11%	2,191,663	2,676,000
มี.ค.-50	702	4,000	5,294,500	4,773,500	0.0984	290,380	2,950,896	53.04%	1,565,155	2,808,000
เม.ย.-50	1,624	4,000	14,168,300	12,992,800	0.0830	292,320	3,523,333	45.85%	1,615,448	6,496,000
พ.ค.-50	1,320	4,000	11,789,000	10,773,800	0.0861	292,230	3,393,518	44.79%	1,519,957	5,280,000
มี.ย.-50	332	4,000	1,824,500	1,611,000	0.1170	288,770	2,467,732	72.79%	1,796,262	1,328,000
ก.ค.-50	812	4,000	4,091,500	3,610,500	0.1176	290,360	2,469,871	79.38%	1,960,584	3,248,000
ส.ค.-50	1,017	4,000	6,480,000	5,924,400	0.0857	291,600	3,400,950	62.78%	2,135,117	4,068,000
ก.ย.-50	340	4,000	1,508,500	1,338,500	0.1127	288,530	2,560,279	90.16%	2,308,348	1,360,000
ต.ค.-50	1,241	4,000	12,636,300	11,652,300	0.0779	292,810	3,760,198	39.28%	1,477,006	4,964,000
พ.ย.-50	447	4,000	2,708,700	2,409,200	0.1106	289,220	2,615,727	66.01%	1,726,641	1,788,000
ธ.ค.-50	864	4,000	4,299,500	3,792,500	0.1179	290,870	2,466,658	80.38%	1,982,700	3,456,000

ตารางที่ 35 (ต่อ) การประมาณผลข้อมูล ปี พ.ศ. 2550

เดือน	กำไร(ขาดทุน)มาเดเชีย	P*มาเดเชีย	Q*มาเดเชีย	กำไร(ขาดทุน)รวม
ม.ค.-50	23,145	3,947	427	35,369
ก.พ.-50	484,337	3,276	548	520,158
มี.ค.-50	1,242,845	2,230	391	2,343,604
เม.ย.-50	4,880,552	995	404	10,644,967
พ.ค.-50	3,760,043	1,151	380	8,395,482
มิ.ย.-50	468,262	5,410	449	643,232
ก.ค.-50	1,287,416	2,415	490	1,621,629
ส.ค.-50	1,932,883	2,099	534	3,079,050
ก.ย.-50	948,348	6,789	577	1,051,779
ต.ค.-50	3,486,994	1,190	369	8,876,102
พ.ย.-50	61,359	3,863	432	92,973
ธ.ค.-50	1,473,300	2,295	496	1,832,842

ตารางที่ 36 การประมาณผลข้อมูล ปี พ.ศ. 2551

เดือน	Q	P	TR	VC	CMR	TFC	TR*	สัดส่วนรายได้มาเลเซีย	TR*มาเลเซีย	TR(มาเลเซีย)
ม.ค.-51	440	4,000	2,874,800	2,562,800	0.1085	300,100	2,765,152	61.22%	1,692,826	1,760,000
ก.พ.-51	677	4,000	2,935,700	2,574,200	0.1231	301,880	2,451,533	92.24%	2,261,294	2,708,000
มี.ค.-51	716	4,000	6,139,800	5,567,800	0.0932	301,940	3,240,999	46.65%	1,511,926	2,864,000
เม.ย.-51	1,660	4,000	15,481,400	14,231,100	0.0808	303,850	3,762,316	42.89%	1,613,657	6,640,000
พ.ค.-51	1,345	4,000	13,972,500	12,815,540	0.0828	303,700	3,667,757	38.50%	1,412,086	5,380,000
มิ.ย.-51	335	4,000	1,836,500	1,621,500	0.1171	300,250	2,564,694	72.96%	1,871,200	1,340,000
ก.ค.-51	825	4,000	5,354,700	4,762,200	0.1107	301,900	2,728,412	61.63%	1,681,520	3,300,000
ส.ค.-51	1,036	4,000	7,524,100	6,702,600	0.1092	303,120	2,776,269	55.08%	1,529,169	4,144,000
ก.ย.-51	347	4,000	1,566,200	1,374,700	0.1223	300,000	2,453,577	88.62%	2,174,360	1,388,000
ต.ค.-51	1,265	4,000	14,020,000	12,964,000	0.0753	303,390	4,027,962	36.09%	1,453,691	5,060,000
พ.ย.-51	458	4,000	2,857,100	2,543,100	0.1099	300,700	2,736,083	64.12%	1,754,376	1,832,000
ธ.ค.-51	879	4,000	5,505,200	4,891,500	0.1115	302,400	2,712,681	63.87%	1,732,590	3,516,000

ตารางที่ 36 (ต่อ) การประมาณผลข้อมูล ปี พ.ศ. 2551

เดือน	กำไร(ขาดทุน)มาเลเซีย	P*มาเลเซีย	Q*มาเลเซีย	กำไร(ขาดทุน)รวม
ม.ค.-51	67,174	3,847	423	109,648
ก.พ.-51	446,706	3,340	565	484,167
มี.ค.-51	1,352,074	2,112	378	2,898,801
เม.ย.-51	5,026,343	972	403	11,719,084
พ.ค.-51	3,967,914	1,050	353	10,304,743
มิ.ย.-51	531,200	5,586	468	728,194
ก.ค.-51	1,618,480	2,038	420	2,626,288
ส.ค.-51	2,614,831	1,476	382	4,747,831
ก.ย.-51	786,360	6,266	544	887,377
ต.ค.-51	3,606,309	1,149	363	9,992,038
พ.ย.-51	77,624	3,831	439	121,017
ธ.ค.-51	1,783,410	1,971	433	2,792,519

ตารางที่ 37 การประมวลผลข้อมูล ปี พ.ศ. 2552

เดือน	Q	P	TR	VC	CMR	TFC	TR*	สัดส่วนรายได้มาเลเซีย	TR*มาเลเซีย	TR(มาเลเซีย)
ม.ค.-52	445	4,000	2,874,800	2,562,800	0.1085	300,100	2,765,152	61.22%	1,692,826.16	1,760,000
ก.พ.-52	654	4,000	2,929,610	2,573,060	0.1217	301,702	2,478,949	89.14%	2,209,734.96	2,613,200
มี.ค.-52	710	4,000	5,818,781	5,268,326	0.0946	301,916	3,191,511	50.90%	1,624,479.00	2,838,920
เม.ย.-52	1,565	4,000	14,515,138	13,334,823	0.0813	303,657	3,734,277	43.69%	1,631,505.66	6,259,892
พ.ค.-52	1,367	4,000	14,026,764	12,867,468	0.0826	303,696	3,674,534	39.02%	1,433,803.02	5,467,989
มี.ย.-52	438	4,000	3,055,526	2,746,097	0.1013	300,595	2,968,293	69.57%	2,065,041.22	1,752,799
ก.ค.-52	786	4,000	5,124,783	4,560,590	0.1101	301,769	2,741,084	62.42%	1,710,984.89	3,145,280
ส.ค.-52	1,011	4,000	7,284,168	6,488,399	0.1092	302,985	2,773,410	55.81%	1,547,840.08	4,044,128
ก.ย.-52	413	4,000	2,137,997	1,886,070	0.1178	300,298	2,548,501	85.34%	2,174,890.79	1,653,613
ต.ค.-52	1,180	4,000	12,831,800	11,856,207	0.0760	303,081	3,986,370	41.01%	1,634,810.38	4,719,361
พ.ย.-52	530	4,000	3,854,570	3,474,411	0.0986	300,938	3,051,320	61.81%	1,886,020.61	2,120,736
ธ.ค.-52	844	4,000	5,340,137	4,749,791	0.1105	302,254	2,734,122	63.66%	1,740,541.83	3,376,474

ตารางที่ 37 (ต่อ) การประมาณผลข้อมูล ปี พ.ศ. 2552

เดือน	กำไร(ขาดทุน)มาเดเทียบ	Q*	อัตราส่วนเกินที่ปลอดภัย	ปริมาณขายปลอดภัย	รายได้ปลอดภัย
ม.ค.-52	67,174	423	4.90	22	86,194.35
ก.พ.-52	403,465	552	15.53	102	405,830.20
มี.ค.-52	1,214,441	406	42.80	304	1,215,058.76
เม.ย.-52	4,628,386	408	73.94	1,157	4,628,414.49
พ.ค.-52	4,034,186	358	73.78	1,009	4,034,188.87
มี.ย. 52	312,242	516	17.87	78	313,183.99
ก.ค.-52	1,434,295	428	45.58	358	1,433,598.52
ส.ค.-52	2,496,288	387	61.73	624	2,496,238.93
ก.ย.-52	521,278	544	31.65	131	523,401.34
ต.ค.-52	3,084,551	409	65.36	771	3,084,771.94
พ.ย.-52	234,715	472	11.04	58	234,060.62
ธ.ค.-52	1,635,932	435	48.44	409	1,635,687.79

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	ชญสิริ สง่างาม
วัน เดือน ปีเกิด	18 ธันวาคม 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดสงขลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	148/35 ม.8 ต.คอหงส์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าของกิจการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ร้าน แอม นิวอรัค 26/2 ถ.ศรีภูวนารถใน อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90120
ประวัติการศึกษา	
2537 - 2539	หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
2550 – 2552	หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ