

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสำหรับสินค้าแต่ละรายการของห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียน ค.เคหพันธ์
Contribution Margin Analysis for Individual Products of Non-Registered Ordinary
Partnership K.Kehaphan

กนิษฐ์ จิ่งสกุลจุไร* และปติมา ดิศกุลเนติวิทย์**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อคำนวณกำไรส่วนเกินที่คำนึงต้นทุนค่าเสียโอกาสในสินค้าแต่ละรายการของ หสม.ค.เคหพันธ์ โดยศึกษาจากการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินที่คำนึงถึงค่าเสียโอกาสเปรียบเทียบกับกำไรส่วนเกินปกติ โดยเก็บข้อมูลการซื้อขายและรายละเอียดสินค้าผ่านระบบการดำเนินงานของร้านค.เคหพันธ์ จำนวน 4,764 รายการ ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2563 ถึง 30 มิถุนายน 2564 เป็นระยะเวลา 12 เดือน เพื่อให้ทราบถึงวิธีการคำนวณกำไรส่วนเกินที่คำนึงถึง ต้นทุนค่าเสียโอกาส สะท้อนต้นทุนค่าเสียโอกาสที่จะเปลี่ยนสูงไปตามอัตราหมุนเวียนของสินค้าที่ลดลง และ อัตราดอกเบี้ยที่ เพิ่มขึ้นจะทำให้กำไรส่วนเกินที่คำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสลดลง โดยผลจากการศึกษาพบว่า ในอัตราดอกเบี้ยของต้นทุนค่า เสียโอกาสเท่ากับ ร้อยละ 1 ต่อเดือน กลุ่มสินค้าที่มีอัตราหมุนเวียนมากกว่า 4 รอบต่อปี มีกำไรส่วนเกินที่ลดลงร้อยละ 0.67 กลุ่มสินค้าที่มีอัตราหมุนเวียน 4-3 รอบต่อปี กำไรส่วนเกินที่ลดลงร้อยละ 2.56 กลุ่มสินค้าที่มีอัตราหมุนเวียน 3-2 รอบต่อปี มีกำไรส่วนเกินที่ลดลงร้อยละ 3.71 กลุ่มสินค้าที่มีอัตราหมุนเวียน 2-1 รอบต่อปี มีกำไรส่วนเกินที่ลดลงร้อยละ 6.32 และกลุ่มสินค้าที่มีอัตราหมุนเวียนน้อยกว่า 1 รอบต่อปี มีกำไรส่วนเกินที่ลดลงร้อยละ 28.28 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสินค้าที่ใช้ เวลาจำหน่ายนาน (สินค้าที่มีอัตราหมุนเวียนต่ำ) จะมีกำไรส่วนเกินที่ต่ำลงเนื่องจากต้นทุนค่าเสียโอกาสที่สูงขึ้น สำหรับผลของ การศึกษากรณีอัตราดอกเบี้ยของต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เปลี่ยนแปลงไป พบว่าที่ดอกเบี้ยเปลี่ยนจากร้อยละ 1 ต่อเดือน เป็นร้อยละ 2.0 ต่อเดือน จะทำให้ส่วนต่างของกำไรส่วนเกินเพิ่มขึ้น โดยที่กลุ่มสินค้าอัตราหมุนเวียนมากกว่า 4 รอบต่อปี เปลี่ยนแปลงจากร้อยละ 0.67 กลายเป็นร้อยละ 1.45 และสำหรับสินค้าที่อัตราหมุนเวียนต่ำกว่า 1 รอบต่อปี เปลี่ยนแปลงจาก ร้อยละ 28.28 เป็น ร้อยละ 59.12 ซึ่งทำให้กำไรส่วนเกินที่ขาดทุนมากอยู่แล้วขาดทุนมากขึ้นไปอีกจากร้อยละ -16.20 กลายเป็นร้อยละ -47.05 เพราะฉะนั้นในกรณีที่อัตราดอกเบี้ยในต้นทุนเสียโอกาสสูงขึ้นร้านค้าควรให้ความสำคัญเพิ่มกับกลุ่มสินค้า ที่อัตราหมุนเวียนต่ำมากกว่ากลุ่มสินค้าอัตราหมุนเวียนสูง

Abstract

The purpose of this study is to calculate contribution that includes cost of opportunity in inventory of K.Kehaphan. Data was collected primarily from the system that was developed for the shop and this study. The data takes 12 months (1st July 2020 – 30th June 2021) to collect. There are 4,764 products from the data in this study. In order to verify that calculation method in this study incorporate cost of opportunity into contribution margin, products are categorized into 5 different groups by their turnover ration. Under an assumption that cost of opportunity is higher in products that take longer time to sell. Contribution margin

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

and turnover rate analysis shows that while product groups with high turnover rate have low difference between regular contribution margin and contribution margin that incorporate cost of opportunity, product group with low turnover rate has high difference between the two contribution margins. Conclusively, the calculation method can reflect the cost of opportunity in the result. Furthermore, to show the effect of variation in interest rate on opportunity cost, interest rate was changed from 1 percent to 2 percent, resulting in decline of contribution margin in all product groups. However, while product group with turnover rate higher than 4 rounds per year has slight change in difference of contribution margins, product group with turnover rate lower than 1 round per year has a huge difference. Product group with higher than 4 turnover ratio changes from 0.62 percent to 1.45 percent. Product group with turnover ratio lower than one changes from 28.28 percent to 59.12 percent. Consequently, low-turnover-ratio product group loses profit even more; from -16.20 percent to -47.05 percent. Therefore, when interest rate of contribution margin increases, shops should increase their attention in low-turnover-ratio products more than what they should do in high-turnover-ratio products.

บทนำ

ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมีการแข่งขัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาและคุณสมบัติของสินค้าได้ ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในด้านราคาสินค้าเพิ่มขึ้น (ฉัตรแก้ว ชิมะบุตร, 2558) สำหรับร้านค้าที่ต้องการแข่งขันด้านราคา การลดราคาสินค้านั้นสามารถส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้นได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560; เบนชญา กัตคุณ, 2557) แต่ในมุมมองของบัญชีและการเงิน การลดราคาสินค้าจะต้องคำนึงถึงกำไรต่อหน่วยของสินค้าด้วย หากร้านค้าตั้งราคาโดยไม่มีเครื่องมือวัดกำไรที่เหมาะสม อาจจะทำให้ธุรกิจขาดทุนได้ ดังนั้นธุรกิจร้านค้าจึงต้องมีการศึกษาเพื่อหาเครื่องมือในการวัดผลกำไรจากกำไรส่วนเกิน กำไรส่วนเกินคือกำไรที่เกิดจากการขายสินค้าหนึ่งชิ้น โดยการคำนวณจากราคาขาย หักด้วยต้นทุนผันแปรของสินค้านั้น (Berk & Demarzo, 2017) การศึกษากำไรส่วนเกินในแต่ละธุรกิจย่อมมีรายละเอียดที่ไม่เหมือนกัน เนื่องจากรายละเอียดของต้นทุนในแต่ละธุรกิจแตกต่างกัน เพราะฉะนั้นการศึกษากำไรส่วนเกินจึงมีการปรับเปลี่ยนวิธีการศึกษา ให้เหมาะสมกับการธุรกิจนั้นๆ ในปัจจุบัน หสม.ค.เคหภัณฑ์ พยายามปรับตัวให้มีการแข่งขันทางด้านราคาเพิ่มขึ้น จึงมีความจำเป็นในการศึกษากำไรส่วนเกินของสินค้าเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของการบริหารเพื่อการแข่งขัน โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการแจกแจงต้นทุนหลักของ หสม.ค.เคหภัณฑ์

วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อรวบรวมวิธีการคำนวณกำไรส่วนเกินจากการศึกษาจากในอดีตมาประยุกต์ใช้ในการคำนวณหากำไรส่วนเกินของธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสด้วย เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการบริหารสินค้าในแต่ละรายการ

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้มี 4 แนวคิด ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน แนวคิดกำไรส่วนเกิน และ อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ ซึ่งในการศึกษานี้ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน ถูกนำมาใช้ในการจำแนกหน่วยของต้นทุนผันแปรที่เกี่ยวข้องได้เป็น 6 หน่วย ดังนี้ ต้นทุนซื้อ ต้นทุนขาย ต้นทุนสินค้าคงเหลือต้นงวด ต้นทุน

สินค้าคงเหลือท้ายงวด ต้นทุนค่าเสียโอกาส และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ประหยัดได้ และ แนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน รายได้ที่เกิดจากการขายคือผลตอบแทน เพื่อคำนวณหากำไรส่วนเกิน จึงนำ รายรับมาหักด้วยต้นทุนผันแปร และได้สมการออกมาดังนี้

สมการแรกเริ่ม (คณะกรรมการกลุ่มปรับปรุงชุดวิชาการบัญชีการเงินและบัญชีเพื่อการจัดการ, 2561)

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย – ต้นทุนผันแปร

สมการแจกแจง

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย – [ต้นทุนจ่ายซื้อสินค้า + ต้นทุนการขาย + ต้นทุนสินค้าคงเหลือต้นงวด
– มูลค่าสินค้าคงเหลือปลายงวด + ต้นทุนค่าเสียโอกาส – ดอกเบี้ยที่ประหยัด]

สมการสุดท้าย

$$\text{กำไรส่วนเกิน} = \text{ยอดขาย} - \left[\begin{aligned} & \left(\sum_{i=1}^n \text{จำนวนสินค้า}_i \times \text{ราคาซื้อต่อหน่วย}_i \right) \\ & + (\text{ยอดขาย} \times \% \text{คอมมิชชั่น}) \\ & + (\text{จำนวนสินค้าคงงวดมา} \times \text{ราคาซื้อสินค้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก}) \\ & - (\text{จำนวนสินค้าคงงวดออก} \times \text{ราคาซื้อสินค้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก}) \\ & + \left(\sum_{i=1}^n \left[\text{ยอดเงินชำระซื้อสินค้า}_i \times \left((1 + \text{อัตราดอกเบี้ยต่อเดือน})^{n-i} - 1 \right) \right] \right. \\ & \left. + \left(\text{ต้นทุนสินค้าคงเหลือต้นงวด} \times \left((1 + \text{อัตราดอกเบี้ยต่อเดือน})^{n-i} - 1 \right) \right) \right) \\ & - \left(\sum_{i=1}^n \left[\text{ยอดขาย}_i \times \left((1 + \text{อัตราดอกเบี้ยต่อเดือน})^{n-i} - 1 \right) \right] \right) \end{aligned} \right]$$

สมการนี้แสดงให้เห็นว่า ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เสีย และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ประหยัดได้นำมาหักลบกัน โดยที่ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เสียคำนวณดอกเบี้ยจากเดือนที่เกิดค่าใช้จ่ายไปถึงเดือนสุดท้ายของการศึกษา ส่วนต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ประหยัดได้คำนวณดอกเบี้ยจากเดือนที่เกิดยอดขายไปถึงเดือนสุดท้ายของการศึกษา จึงทำให้การศึกษานี้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องนำมูลค่าของคลังสินค้าแต่ละเดือนมาคำนวณดอกเบี้ย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เก็บข้อมูลแบบเช็คลิสต์ (Checklist) ผ่านระบบการดำเนินงานของ หสม.ค.เคหภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย หน้าเว็บไซต์ในการดำเนินงาน และ ฐานข้อมูล โดยข้อมูลที่เก็บนั้นรวมถึง ชื่อสินค้า รายละเอียดสินค้า รายการบัญชีการซื้อ และ รายการบัญชีการขาย โดยเริ่มเก็บข้อมูลวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 และสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 จากข้อมูลที่ได้เก็บพบว่าสินค้าที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจำนวนทั้งหมด 4,764 รายการ

ผลการศึกษา

การศึกษาและวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสำหรับสินค้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาวิธีการคำนวณกำไรส่วนเกินที่ คำนึงต้นทุนค่าเสียโอกาสในสินค้าแต่ละรายการของหสม.ค.เคหภัณฑ์ และสรุปออกมาเป็นสมการสำเร็จรูป เพื่อนำไปใช้ คำนวณกำไรส่วนเกินได้กับสินค้าทุกรายการของร้านค้า โดยสรุปผลได้ดังนี้

จากอัตราหมุนเวียนของสินค้า สินค้าถูกจำแนกออกมาเป็น 5 ประเภท ได้แก่ กลุ่ม 1 สินค้าเคลื่อนไหวเร็วมาก อัตราหมุนเวียน มากกว่า 4 รอบต่อปี มีจำนวน 1,417 รายการ กลุ่ม 2 สินค้าเคลื่อนไหวเร็ว มีอัตราหมุนเวียน 4-3 รอบต่อปี มีจำนวน 273 รายการ กลุ่ม 3 สินค้าเคลื่อนไหวปานกลาง อัตราหมุนเวียน 3-2 รอบต่อปี มีจำนวน 335 รายการ กลุ่ม 4 สินค้าเคลื่อนไหวช้า อัตราหมุนเวียน 2-1 รอบต่อปี มีจำนวน 352 รายการ และกลุ่ม 5 เคลื่อนไหวช้ามาก อัตราหมุนเวียนน้อยกว่า 1 รอบต่อปี มีจำนวน 2,387 รายการ

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินของสินค้าแยกกลุ่มตามอัตราหมุนเวียน พบว่า กลุ่ม 1 มีอัตรากำไรส่วนเกินร้อยละ 10.78 มีกำไรส่วนเกินรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสร้อยละ 10.11 ส่วนต่างของ อัตรากำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 0.67 กลุ่มที่ 2 มี อัตรากำไรส่วนเกินร้อยละ 10.21 มีกำไรส่วนเกินรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสร้อยละ 7.64 ส่วนต่างของอัตรากำไรส่วนเกินเท่ากับ ร้อยละ 2.56 กลุ่ม 3 มี อัตรากำไรส่วนเกินร้อยละ 12.31 มีกำไรส่วนเกินรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสร้อยละ 8.6 ส่วนต่างของ อัตรากำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 3.71 กลุ่ม 4 มี อัตรากำไรส่วนเกินร้อยละ 13.21 มีกำไรส่วนเกินรวมต้นทุนค่าเสียโอกาส ร้อยละ 6.88 ส่วนต่างของอัตรากำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 6.32 กลุ่ม 5 มี อัตรากำไรส่วนเกินร้อยละ 12.08 มีกำไรส่วนเกิน รวมต้นทุนค่าเสียโอกาสร้อยละ -16.2 ส่วนต่างของอัตรากำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 28.28 สำหรับผลรวมของสินค้าทุกอัตรา หมุนเวียนมีอัตรากำไรส่วนเกินร้อยละ 10.98 มีกำไรส่วนเกินรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสร้อยละ 9.36 ส่วนต่างของอัตรากำไร ส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 1.62 ทำให้สรุปได้ว่า อัตราหมุนเวียนที่สูงขึ้น ทำให้ต้นทุนค่าเสียโอกาสลดลง และ อัตราหมุนเวียนที่ ต่ำลง ทำให้ต้นทุนค่าเสียโอกาสสูงขึ้น

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินโดยจำแนกสินค้าตามการเคลื่อนไหว

| กลุ่มที่ | อัตราการหมุนเวียน | อัตรากำไร ส่วนเกิน | อัตรากำไรส่วนเกิน รวมต้นทุนค่าเสียโอกาส | ส่วนต่างของอัตรากำไรส่วนเกิน |
|------------|------------------------------|--------------------|---|------------------------------|
| กลุ่มที่ 1 | เร็วมาก (มากกว่า 4 รอบต่อปี) | 10.78% | 10.11% | 0.67% |
| กลุ่มที่ 2 | เร็ว (4-3 รอบต่อปี) | 10.21% | 7.64% | 2.56% |
| กลุ่มที่ 3 | ปานกลาง (3-2 รอบต่อปี) | 12.31% | 8.60% | 3.71% |
| กลุ่มที่ 4 | ช้า (2-1 รอบต่อปี) | 13.21% | 6.88% | 6.32% |
| กลุ่มที่ 5 | ช้ามาก (น้อยกว่า 1 รอบต่อปี) | 12.08% | -16.20% | 28.28% |

| | | | | |
|-----|---|--------|-------|-------|
| รวม | - | 10.98% | 9.36% | 1.62% |
|-----|---|--------|-------|-------|

สำหรับการวิเคราะห์ที่อัตราดอกเบี้ยแตกต่างกันพบว่า สำหรับสินค้าที่อัตราหมุนเวียน >4 รอบ/ปี ที่ ดอกเบี้ยร้อยละ 0.5 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 0.32 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 0.67 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 1.45 สำหรับสินค้าที่อัตราหมุนเวียน 4-3รอบ/ปี ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 0.5 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 1.24 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 2.56 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 5.46 สำหรับสินค้าที่อัตราหมุนเวียน 3-2 รอบ/ปี ที่ ดอกเบี้ยร้อยละ 0.5 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 1.8 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 3.71 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 7.89 สำหรับสินค้าที่อัตราหมุนเวียน 2-1รอบ/ปี ที่ ดอกเบี้ยร้อยละ 0.5 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 3.07 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 6.32 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 13.38 สำหรับสินค้าที่อัตราหมุนเวียน 1-0รอบ/ปี ที่ ดอกเบี้ยร้อยละ 0.5 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 13.83 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 28.28 ที่ดอกเบี้ยร้อยละ 2 ต่อเดือนส่วนต่าง กำไรส่วนเกินเท่ากับร้อยละ 59.12 จึงสรุปได้ว่า อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนค่าเสียโอกาสสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลมากกับสินค้าที่มีอัตราเคลื่อนไหวน้อย

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินที่ดอกเบี้ยแตกต่างกัน โดยจำแนกสินค้าตามการอัตราเคลื่อนไหว

| อัตราการหมุนเวียน | กลุ่มที่ | ดอกเบี้ย ร้อยละ 0.5 ต่อเดือน | ดอกเบี้ย ร้อยละ 1 ต่อเดือน | ดอกเบี้ย ร้อยละ 2 ต่อเดือน |
|-------------------|------------|------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | | ส่วนต่าง กำไรส่วนเกิน | ส่วนต่าง กำไรส่วนเกิน | ส่วนต่าง กำไรส่วนเกิน |
| >4 รอบ/ปี | กลุ่มที่ 1 | 0.32% | 0.67% | 1.45% |
| 4-3รอบ/ปี | กลุ่มที่ 2 | 1.24% | 2.56% | 5.46% |
| 3-2รอบ/ปี | กลุ่มที่ 3 | 1.80% | 3.71% | 7.89% |
| 2-1รอบ/ปี | กลุ่มที่ 4 | 3.07% | 6.32% | 13.38% |
| 1-0รอบ/ปี | กลุ่มที่ 5 | 13.83% | 28.28% | 59.12% |
| รวม | | 0.78% | 1.62% | 3.45% |

สำหรับการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินของสินค้าแยกประเภทตามกลุ่มสินค้าพบว่า สินค้าที่ได้กำไรส่วนเกินปกติสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1.กระเบื้องพื้นมีกำไรส่วนเกินปกติ 3,632,662 บาทต่อยอดขาย 30,080,267 บาท 2.สุขภัณฑ์มีกำไรส่วนเกินปกติ 754,049 บาทต่อยอดขาย 13,231,875 บาท และ 3.กระเบื้องผนังมีกำไรส่วนเกินปกติ 700,568 บาทต่อยอดขาย 4,954,113 บาท และในสินค้าทั้งสามประเภทนี้พบว่า สินค้าที่ได้กำไรส่วนเกินที่รวมต้นทุนค่าเสียโอกาส 3 อันดับแรก คือ 1.กระเบื้องพื้นมีกำไรส่วนเกินปกติ 3,124,827 บาทต่อยอดขาย 30,080,267 บาท 2.กระเบื้องผนังมีกำไรส่วนเกินปกติ 562,403 บาทต่อยอดขาย 4,954,113 บาท 3.สุขภัณฑ์มีกำไรส่วนเกินปกติ 511,500 บาทต่อยอดขาย 13,231,875 บาท

ทำให้ส่วนต่างของกำไรส่วนเกินปกติและกำไรส่วนเกินที่รวมต้นทุนค่าเสียโอกาสในสามกลุ่มสินค้าที่รายได้สูงสุด คือ กระเบื้องพื้น 507,835บาท, สุขภัณฑ์ 242,549, และกระเบื้องผนัง 138,165 ซึ่งหากสังเกตจากยอดรวมของการวิเคราะห์กำไร

ในสามกลุ่มสินค้านี้จะพบว่า กำไรส่วนเกินปกติเท่ากับ 5,087,279 กำไรส่วนเกินรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสเท่ากับ 4,198,730 และส่วนต่างของกำไรที่ลดลงเท่ากับ 888,549 บาท

การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษา การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสำหรับสินค้าแต่ละรายการของห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียน ค.เคหภัณฑ์ พบว่ากำไรส่วนเกินปกติของ หสม.ค.เคหภัณฑ์ 8,081,112 บาท เท่ากับร้อยละ 10.98 ของยอดขาย ซึ่งต่ำกว่ากำไรส่วนเกินของการศึกษาอื่นๆ โดยมีการศึกษาที่มีกำไรส่วนเกินต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 26.68 ซึ่งเป็นธุรกิจผลิตและจำหน่ายขนมจีน (อรทัย ชำนาญกิจ, สุกัลยา ปรีชา, อัญชลี สนต์, และเฉลิมเกียรติ รุ่งเล็ก, 2561) และการศึกษาที่มีกำไรส่วนเกินสูงสุดเท่ากับ ร้อยละ 77.5 ซึ่งเป็นธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายต้นไม้ประดับ(ดวงกมล เพ็ชรชชะ, กุสุมา คำพิทักษ์, 2556) ทำให้เห็นว่ากำไรส่วนเกินของ หสม.ค.เคหภัณฑ์ต่ำกว่า ซึ่งส่วนต่างของกำไรส่วนเกินอาจเกิดของอุตสาหกรรมที่แตกต่างและการที่ หสม.ค.เคหภัณฑ์ไม่ได้ผลิตสินค้าเอง แตกต่างจากงานวิจัยอื่น เป็นธุรกิจการเกษตรและผลิตสินค้าเอง ทำให้กำไรส่วนเกินสูงกว่า

สำหรับต้นทุนค่าเสียโอกาสที่รวมเข้ามาในการคำนวณกำไรส่วนเกินทำให้กำไรส่วนเกินของ หสม.ค.เคหภัณฑ์ต่ำลง ซึ่งแสดงว่าสมการสามารถสะท้อนให้เห็นผลกระทบของต้นทุนค่าเสียโอกาสได้ ซึ่งการที่ต้นทุนค่าเสียโอกาสทำให้กำไรส่วนเกินต่ำลงสอดคล้องกับต้นทุนค่าเสียโอกาสทางทฤษฎีที่เพิ่มขึ้นตามเวลาของการถือครองคลังสินค้า (CFA) และ ทอวัตฤประสงค์ของการทดลองในการศึกษาวิธีการคำนวณกำไรส่วนเกินที่คำนึงต้นทุนค่าเสียโอกาสในสินค้าแต่ละรายการของหสม.ค.เคหภัณฑ์

สำหรับวิธีการศึกษาของการศึกษานี้คือการเก็บข้อมูลแบบเช็คลิสซึ่งเป็นวิธีเดียวกับการศึกษาของ ดวงกมล เพ็ชรชชะ และกุสุมา คำพิทักษ์ (2556) แต่แตกต่างจากศึกษาอื่นที่ไม่ได้เก็บข้อมูลการซื้อขายทางตรงแต่มาจากการสัมภาษณ์เป็นหลัก (อรทัย ชำนาญกิจ, สุกัลยา ปรีชา, อัญชลี สนต์, และเฉลิมเกียรติ รุ่งเล็ก, 2561) ซึ่งเหตุผลที่การศึกษานี้และการศึกษาของ ดวงกมล เพ็ชรชชะ และกุสุมา คำพิทักษ์ (2556) เลือกการเก็บข้อมูลที่แตกต่างออกไปเกิดจากจำนวนรายการสินค้าที่มีจำนวนมาก จึงสรุปได้ว่าไม่มีวิธีเก็บข้อมูลต้นทุนและยอดขายใดที่ดีกว่ากันในการศึกษากำไรส่วนเกิน แต่เพียงแต่ต้องปรับวิธีการเก็บข้อมูลให้สอดคล้องกับธุรกิจที่ศึกษา

หน่วยของต้นทุนที่ใช้ในการศึกษามี ต้นทุนสินค้า, ต้นทุนการขาย, และ ต้นทุนค่าเสียโอกาส ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ การศึกษาอื่นจะพบว่า ต้นทุนที่มีเฉพาะในการศึกษานี้คือต้นทุนค่าเสียโอกาส และต้นทุนที่ไม่มีในการศึกษานี้คือ ค่าแรงทางตรงและค่าใช้จ่ายในการผลิต ต้นทุนค่าเสียโอกาสได้รับความสำคัญในการศึกษานี้เนื่องจากต้นทุนค่าเสียโอกาสจากสินค้าถือว่าเป็นต้นทุนหลักอันหนึ่งของ หสม.ค.เคหภัณฑ์ ส่วนเหตุผลที่ ค่าแรงทางตรง และ ค่าใช้จ่ายในการผลิต ไม่ถูกรวมอยู่ใน การศึกษามาจากหสม.ค.เคหภัณฑ์ไม่ได้ผลิตสินค้า จึงไม่มีต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. ตามแนวทางปฏิบัติเดิม ทางหสม.ค.เคหภัณฑ์ ตั้งราคาสินค้าโดยอ้างอิงถึงกำไรส่วนเกินปกติที่ไม่รวมต้นทุนค่าเสียโอกาส เพราะฉะนั้นหสม.ค.เคหภัณฑ์ ควรใช้กำไรส่วนเกินที่รวมต้นทุนค่าเสียโอกาสแทนกำไรส่วนเกินปกติในการตั้งราคาสินค้าเพื่อป้องกันการขาดทุนจากต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ไม่ได้คำนึงถึงในกำไรส่วนเกินปกติ

2. ในกรณีที่ต้นทุนค่าเสียโอกาสมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หสมค.เคหภัณฑ์ควรทราบว่าในสินค้าที่มีอัตราหมุนเวียนสูงจะต้องให้ความสำคัญมากขึ้นมากกว่าช่วงที่อัตราค่าเสียโอกาสต่ำ โดยการตระหนักไว้เสมอว่าอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยมีผลอย่างรุนแรงกับกำไรส่วนเกินในสินค้าที่อัตราหมุนเวียนต่ำ

3. ในการนำกำไรส่วนเกินที่ค้ำไว้ถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสไปใช้ ไม่ควรใช้กำไรส่วนเกินบริหารกลุ่มสินค้าแบบเป็นกลุ่ม เนื่องจากจะทำให้ไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควรเมื่อเทียบกับการใช้กำไรส่วนเกินที่ค้ำไว้ถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสบริหารสินค้าเป็นรายการเดียว เนื่องจาก ในชนิดสินค้าที่กำไรดี อาจจะมีสินค้าที่กำไรไม่ดีอยู่แต่นำกำไรมาเฉลี่ยกันแล้วกลับไม่แสดงผลกำไรได้ชัดเจน หรือ ในชนิดสินค้าที่อัตราหมุนเวียนเร็ว อาจมีสินค้าที่หมุนเวียนช้าอยู่ เพราะฉะนั้นควรใช้บริหารสินค้าเป็นรายการเดียว

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการกลุ่มปรับปรุงชุดวิชาการบัญชีการเงินและบัญชีเพื่อการจัดการ. (2561). *การบัญชีการเงินและการบัญชีเพื่อการจัดการ หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ฉัตรแก้ว ชิมะบุตร. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อวัสดุก่อสร้างในร้านค้าปลีก และการปรับตัวของร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ดวงกมล เพ็ชรชะ และกุสุมา คำพิทักษ์. (2556). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ: กรณีศึกษาหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ คลอง 15 อ.องครักษ์ จ.นครนายก*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- เบณชณา กัตคุณ. (2557). *การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริการองค์การร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิมตามความคาดหวังของผู้บริโภค*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *อาเซียนตลาดทำเงิน SME วัสดุก่อสร้าง ข้อมูลวิจัย*. สืบค้นจาก www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Construction-Material_ASEAN.pdf
- อรทัย ชำนาญกิจ และคณะ. (2561). *การศึกษาต้นทุน ผลตอบแทนทางการเงินและการจัดการด้านการตลาดสำหรับการผลิตขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. สืบค้นจาก <https://riss.rmuts.ac.th/upload/doc/202009/6qUAdmVY7eGLenc0isg5/6qUAdmVY7eGLenc0isg5.pdf>
- Berk, J., & Demarzo, P. (2017). *Corporate Finance* (4th ed.). England: Pearson Education Limited.
- CFA Institute, (2016). *Ethical and Professional Standards and Quantitative Methods*. Virginia: CFA Institute.