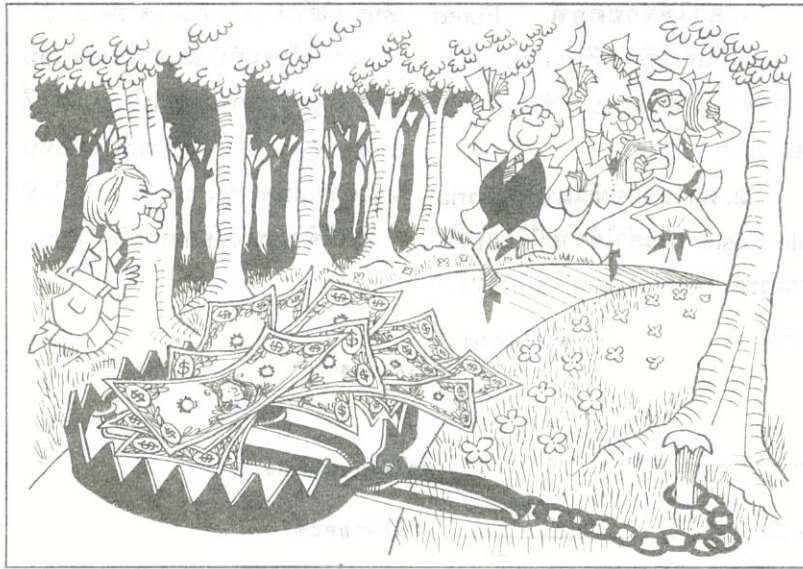


การวางแผนกำไร และ การทดสอบกำไร



* ผศ.พรรณราย แสงวีเชียร

ธุรกิจที่มีการบริหารการเงินอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนและควบคุมทางการเงินเพื่อกำหนดทิศทางให้เกิดความร่วมมือประสานงานกันและให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการบริหารการเงินของธุรกิจ และเมื่อปฏิบัติตามแผนทางการเงินนั้นแล้วก็ต้องมีการควบคุมกำกับให้งานเป็นไปตามแผนและเมื่องานสำเร็จแล้วก็ควรที่จะมีการวัด ทดสอบ และประเมินผลงานนั้นด้วย เพื่อจะได้ทราบว่าเกิดความแตกต่างจากแผนหรือไม่อย่างไร เพื่อที่จะได้หาทางดำเนินการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

การวางแผนกำไรและการทดสอบกำไรนับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดเรื่องหนึ่งที่ธุรกิจทั้งหลายควรให้ความสนใจอย่างยิ่งเนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจคือ “กำไรสูงสุด” หรือ “ความมั่งคั่งของผู้ถือหุ้นสูงสุด” และเพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้บริหารการเงินจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือ ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ ในการวางแผนและทดสอบกำไร แต่เนื่องจากมีเครื่องมือทางการเงินตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในเรื่องนี้ได้เป็นจำนวนมาก ในที่นี้จึงขอกล่าวถึงเฉพาะเครื่องมือและเทคนิคพื้นฐานที่ใช้กันอยู่แพร่หลายและใช้ได้ผลดี ไม่มีความยุ่งยาก

* ควบบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : M.B.A. (Finance) Western Michigan University,

ซับซ้อนมากขึ้นที่ธุรกิจทั่ว ๆ ไปสามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี

การวางแผนกำไร

การวางแผนกำไรเป็นหัวใจสำคัญของการวางแผนทางการเงินและต้องอาศัยความร่วมมือและการประสานข้อมูลด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการขาย การผลิต และการเงิน เป็นต้น

หลักพื้นฐานของการวางแผนกำไรคือการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการวางแผนทางการเงินในส่วนของการวางแผนกำไร ณ ระดับการผลิตต่าง ๆ กัน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even analysis)

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนเป็นเทคนิค

ที่ใช้ในการวิเคราะห์หาระดับของการผลิตที่ทำให้ธุรกิจไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน นั่นคือธุรกิจดำเนินงานอยู่ภายใต้ระดับกำไรเท่ากับศูนย์หรือที่เรารู้จักกันดีว่าเป็นจุดคุ้มทุน การวิเคราะห์จะใช้ข้อมูลจากค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายผันแปร และรายได้การวิเคราะห์ด้วยเทคนิคอาจแสดงด้วยกราฟหรือวิธีใช้สูตร

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ แบ่งได้เป็น

1. ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะผลิตสินค้าในระดับใดก็ตาม เช่น ค่าเช่า เป็นต้น

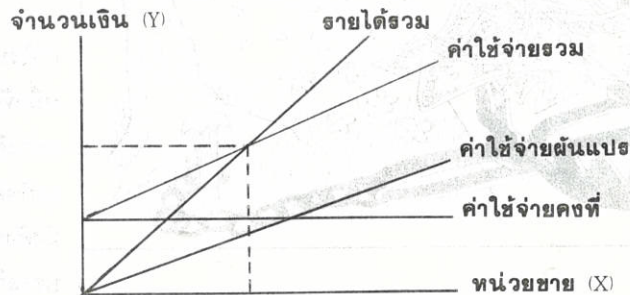
2. ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่ผันแปรไปตามระดับของการผลิตอย่างเป็นสัดส่วน

กัน

3. รายได้หรือยอดขายทั้งสิ้น

(Total Revenues) เป็นจำนวนเงินรายได้จากยอดขายทั้งสิ้นที่ผันแปรตามปริมาณการขาย

หากวิเคราะห์จุดคุ้มทุนด้วยวิธีกราฟ แกน X จะเป็นหน่วยขาย แกน Y จำนวนเงิน จะสร้างเส้นกราฟได้ 4 เส้น คือเส้นค่าใช้จ่ายผันแปร เส้นค่าใช้จ่ายคงที่ เส้นค่าใช้จ่ยรวมและเส้นรายได้รวมจุดคุ้มทุนคือจุดตัดระหว่างเส้นรายได้รวมกับเส้นค่าใช้จ่ายรวม ซึ่งจากจุดนี้หากลากเส้นในแนวตั้งที่แกน X จะได้หน่วยขายที่จุดคุ้มทุน หากลากเส้นตรงขนานกับแกน X ไปที่ Y จะได้จำนวนเงินยอดขายที่จุดคุ้มทุน



ส่วนใหญ่แล้วการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมักจะใช้สูตรซึ่งสามารถกระทำได้ง่ายกว่า ดังนี้

$$\text{สูตร หน่วยขายที่จุดคุ้มทุน} = \frac{F}{P - V}$$

F = ค่าใช้จ่ายคงที่

P = ราคาขายต่อหน่วย

V = ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อ

หน่วย

ตัวอย่าง สมมติบริษัทพิมพ์จำกัดมีค่าใช้จ่ายคงที่เท่ากับ 100,000 บาท ขายสินค้าชนิดหนึ่งราคาขายต่อหน่วย 8 บาท ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อหน่วย 3 บาท ให้คำนวณหาจุดคุ้มทุนที่เป็นหน่วยขายและจำนวนเงินยอดขาย

หน่วยขายที่จุดคุ้มทุน

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

$$= \frac{100,000}{8 - 3}$$

$$= 20,000 \text{ หน่วย}$$

จำนวนเงินยอดขาย

$$= \text{หน่วยขายที่จุดคุ้มทุน} \times \text{ราคาขาย}$$

$$= 20,000 \times 8$$

$$= 160,000 \text{ บาท}$$

การวิเคราะห์ต้นทุน - ปริมาณ - กำไร (Cost-Volume-Profit Analysis)

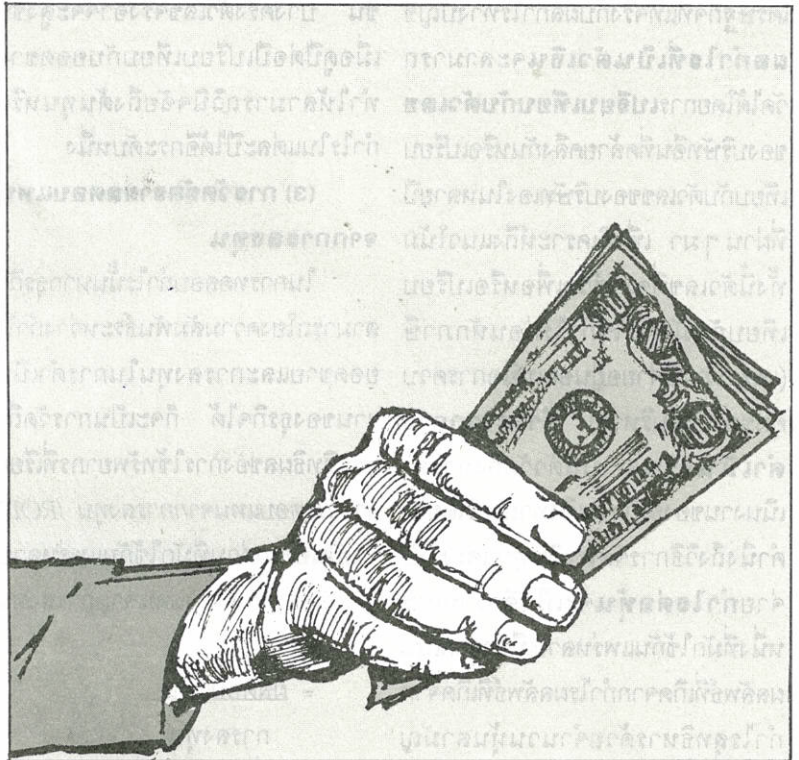
การวิเคราะห์นี้เป็นการวิเคราะห์ถึงระดับกำไรที่ต้องการอันเป็นเป้าหมายด้านการวางแผนกำไรการวิเคราะห์นี้ใช้สูตรการคำนวณหาจุดคุ้มทุนโดยที่ปรับเปลี่ยนกำไรที่ต้องการเข้าไปในสูตรจะสามารถคำนวณหายอดขายในระดับกำไรที่คาดหวังได้ สมการง่าย ๆ ของยอดขายอาจแสดงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ยอดขาย} &= \\ &\text{ค่าใช้จ่ายผันแปรรวม} + \\ &\text{ค่าใช้จ่ายคงที่} + \text{กำไรที่ต้องการ} \\ &\text{หรือใช้สูตรได้ดังนี้} \\ \text{หน่วยขาย} &= \\ &\frac{F + \text{กำไรที่ต้องการ}}{P - V} \end{aligned}$$

จากตัวอย่างเดิมสมมติข้อมูลเพิ่มเติม หากบริษัทพิมพ์ต้องการกำไร 50,000 บาท บริษัทจะต้องขายสินค้ากี่หน่วยและจะต้องทำยอดขายเป็นจำนวนเงินเท่าใด

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร หน่วยขาย} &= \\ &\frac{F + \text{กำไรที่ต้องการ}}{P - V} \\ &= \frac{100,000 + 50,000}{8 - 3} \\ &= \frac{150,000}{5} = 30,000 \end{aligned}$$

จำนวนเงินยอดขาย = หน่วยขาย × ราคาขาย



$$\begin{aligned} &= 30,000 \times 8 \\ &= 240,000 \text{ บาท} \end{aligned}$$

จะเห็นว่าจากตัวอย่างเดิม การขายที่จุดคุ้มทุนบริษัทจะต้องขายสินค้าเพียง 20,000 หน่วยและได้เงินยอดขาย 160,000 บาท แต่หากบริษัทต้องการกำไร 50,000 บาท บริษัทจะต้องขายให้ได้ถึง 30,000 หน่วย และต้องขายให้ได้เงินยอดขาย 240,000 บาท

จากตัวอย่างการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน - ปริมาณ - กำไร จะเห็นได้ว่าธุรกิจสามารถใช้หลักพื้นฐานเหล่านี้ในการวางแผนกำไรที่เป็นจำนวนเงินได้ และพยายามดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว นอกจากนี้แล้วบางธุรกิจอาจจะกำหนดเป้าหมายกำไรในรูปของอัตราผลตอบแทน เช่น

ผลตอบแทนต่อยอดขาย (Profit Margin) ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) หรือผลตอบแทนต่อส่วนของผู้เจ้าของ (ROE) เป็นต้น ซึ่งการกำหนดเป้าหมายดังกล่าวนี้จะไม่ขอลงมาถึง ณ ที่นี้ แต่จะขอลงถึงอัตราผลตอบแทนนี้บางส่วนในหัวข้อของการทดสอบกำไร

การทดสอบกำไร ธุรกิจจะสามารถทดสอบได้หลายวิธี ดังนี้

- (1) **การวัดผลกำไรที่เป็นจำนวนเงิน**
การวัดผลกำไร หรือความสามารถในการทำกำไร เป็นการวัดถึงผลการดำเนินงาน ความยุ่งยากในการวัดผลนี้คือความแตกต่างระหว่างกำไรทาง

เศรษฐกิจที่แท้จริงกับผลกำไรทางบัญชี **ผลกำไรที่เป็นตัวเงิน**จะสามารถวัดได้โดยการ**เปรียบเทียบกับตัวเลข**ของบริษัทอื่นที่คล้ายคลึงกันหรือเปรียบเทียบกับตัวเลขของบริษัทเองในหลายปีที่ผ่านมา เพื่อวิเคราะห์ถึงแนวโน้ม ทั้งนี้ตัวเลขที่จะใช้วัดเพื่อหรือเปรียบเทียบกับกันมักจะใช้กำไรก่อนหักภาษี (เพราะภาษีจ่ายอยู่นอกเหนือการควบคุมของฝ่ายบริหาร) **กำไรจากการดำเนินงาน**จะเป็นตัววัดถึงการดำเนินงานของธุรกิจในช่วงหนึ่งโดยไม่คำนึงถึงวิธีการจัดหาเงินทุนและภาษีจ่าย**กำไรต่อหุ้น**จะเป็นอีกรายการหนึ่งที่มีผู้ใช้กันแพร่หลายเนื่องจากเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากกำไรผลลัพธ์ที่เกิดจากกำไรสุทธิหารด้วยจำนวนหุ้นสามัญ ซึ่งกำไรนี้จะช่วยให้ผู้ถือหุ้นสามารถติดตามสิ่งที่เขาจะได้รับจากบริษัทอย่างใกล้ชิด

(2) การวัดผลกำไรด้วยวิธีร้อยละของยอดขาย

การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจจะสามารถวัดได้ชัดเจนยิ่งขึ้นหากนำมาสัมพันธ์กับรายการอื่น ๆ การวัดความสามารถในการทำกำไรด้วยวิธีนี้เกิดจากการนำรายการต่าง ๆ ในงบกำไรขาดทุนไปเปรียบเทียบกับยอดขาย โดยเทียบให้เป็นร้อยละของยอดขาย เรียกว่า **“วิธีร้อยละของยอดขาย”** การวิเคราะห์ด้วยตัวเลขจริงก็ให้ความหมายได้ในระดับหนึ่ง การวิเคราะห์อัตรากำไรเชิงเปรียบเทียบปีต่อปีจะทำให้เป็นแนวโน้มของอัตรากำไรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บางครั้งตัวเลขจริงอาจจะสูงขึ้นเมื่อดูปีต่อปีเปรียบเทียบกับยอดขาย ทำให้สามารถวินิจฉัยถึงต้นทุนหรือกำไรในแต่ละปีได้อีกระดับหนึ่ง

(3) การวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ในการทดสอบกำไรนั้นหากธุรกิจสามารถโยงความสัมพันธ์ระหว่างกำไรยอดขายและการลงทุนในการดำเนินงานของธุรกิจได้ ก็จะเป็นการวัดถึงประสิทธิผลของการใช้ทรัพยากรที่เรียกว่า **“ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)”** ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่มักใช้กันแพร่หลาย

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset หรือ ROA)

อัตรากำไรนี้จะสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจทำกำไรได้เพียงใดเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ทั้งสิ้น การใช้กำไรสุทธิเป็นตัวตั้งในสูตรแสดงให้เห็นกำไรสำหรับผู้ถือหุ้น หากต้องการเน้นถึงผลตอบแทนจากการดำเนินงานก็ให้ใช้กำไรจากการดำเนินงานแทนกำไรสุทธิ การวัดและทดสอบกำไรจากสูตรอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อาจคำนวณได้จากสูตร

$$\text{ROI} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

ส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนนี้เป็นการวัดถึงผลกระทบอันเกิดจากการที่ธุรกิจจัดหาทุนจากเจ้าหนี้ ระดับของการก่อหนี้จะส่งผลทำให้อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเปลี่ยนแปลงได้ ด้วยภาระของดอกเบี้ยทำให้กำไรสุทธิลดลง อัตราผลตอบแทนจึงต่ำลงเนื่องจากภาระหนี้สินสูง

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การวางแผนกำไรอาจเริ่มต้นจากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การวิเคราะห์ต้นทุน-กำไร การกำหนดจำนวนเงินของระดับกำไรที่ต้องการ หรือการกำหนดอัตราผลตอบแทนที่ต้องการแล้วจึงทำการทดสอบกำไรดังกล่าว โดยใช้วิธีวิเคราะห์ตัวเลขจำนวนกำไรจากงบกำไรขาดทุน การวิเคราะห์อัตรากำไรด้วยวิธีร้อยละของยอดขาย การวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้ม และการวัดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อให้ทราบว่าธุรกิจสามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมายหรือไม่ เพียงใด ทั้งนี้เพื่อจะวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

บรรณานุกรม

- Gitman, Lawrence J. **Principles of Managerial Finance** 5th ed. New York : Harper & Row, 1988.
- Keown, Arthur J., and tohers. **Basic Financial Mangement**. 3rd ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1985.
- Lee, Cheng F. **Financial Anaglysis and Planning: Theory and Application**. Reading : Addison - Wesley, 1985.
- Olenick, Arnold J. **Managing to have profits**. New York : McGraw-Hill, 1989.
- Pringle, John J. and Harris, Robert S. **Essentials of Managerial Finance**. Glenview : Scott, 1984.
- Shim, Jae K. and Siegel, Joel G. **Schawm's outline of Theory and Problems of Managerial Finance**. Singapore: McGraw-Hill, 1987.
- Welsch, Glenn A., Hilton, Ronald W. and Gordon, Paul N. **Budgeting : Profit Planning and Control**. 5th ed. Englewood Cliffs : Prentice - hall, 1988.