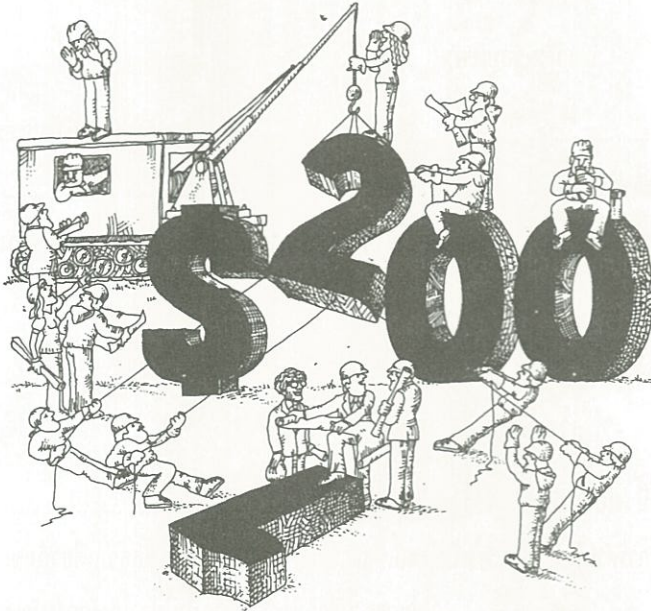


การวางแผนกำไร ในโลกแห่งความเป็นจริง



* อัมพร เทียงตระกูล

ในยุคของการก้าวไปสู่โลกแห่งธุรกิจ เราจะเห็นได้ว่ากำไรจากการประกอบธุรกิจนั้นเป็นส่วนที่สำคัญที่สร้างความมั่งคั่งและความอยู่รอดของธุรกิจได้ ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยนักบริหารมืออาชีพ เพื่อทำการวางแผนกำไรให้กับธุรกิจได้อย่างคุ้มค่า

โดยทั่ว ๆ ไปแล้วการวางแผนกำไรจะต้องอาศัยข้อมูลทางบัญชี อันได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุลและงบแสดงการเปลี่ยนแปลงฐานะทางการเงินของกิจการ โดยนำมาวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจ ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นการมองอดีตสู่ปัจจุบัน แต่ถ้าเราวิเคราะห์จริง ๆ แล้ว "อดีตไม่ใช่เครื่องมือบอกอนาคต" เพราะผู้บริหารไม่สามารถที่จะแก้ไขอดีตได้ ดังนั้นถ้าเรานำสภาพแวดล้อมต่าง ๆ มาประเมินร่วมกับจุดแข็งของธุรกิจและกำหนดแผนกำไรก็อาจจะดีกว่าตามปรัชญาของการวางแผนกำไรที่กล่าวว่า "เราต้องตั้งราคาขายของสินค้าหรือบริการให้มีกำไร ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็นที่กำไรของธุรกิจตลอดไป"

* รองคณบดีคณะกรรมการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : บธ.ม. (บัญชี) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ถ้าเราพิจารณาถึงขั้นตอนที่จำเป็นของการวางแผนกำไรในอนาคต ขั้นตอนต่าง ๆ จะมีดังนี้

๑. กำหนดเป้าหมายซึ่งได้แก่กำไร
๒. กำหนดยอดขาย
๓. ประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับปริมาณที่จะขาย
๔. คำนวณกำไรโดยประมาณจากยอดขายโดยประมาณ
๕. เปรียบเทียบเป้าหมายกำไรกับกำไรโดยประมาณจากยอดขายโดยประมาณ
๖. เขียนแนวทางเลือกที่เป็นไปได้ เพื่อเพิ่มกำไร
๗. คำนวณต้นทุนเมื่อยอดขายเปลี่ยนแปลง
๘. คำนวณกำไรเมื่อยอดขายเปลี่ยนแปลง
๙. วิเคราะห์ทางเลือกต่าง ๆ
๑๐. เลือกทางเลือกที่ให้กำไรสูงสุด

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างการวางแผนกำไรโดยอาศัยขั้นตอนต่าง ๆ ๑๐ ขั้นตอนข้างต้น โดยสมมติว่าบริษัทต่อไปนี้จะเริ่มทำการวางแผนกำไรเป็นครั้งแรก โดยให้งบกำไรขาดทุนปี ๒๕๓๗ เป็นพื้นฐาน

บริษัท เก่งกับเฮง จำกัด

งบกำไรขาดทุน

สำหรับงวด ๑ ปี สิ้นสุดวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๓๗

ขายสุทธิ	๑๑๕,๗๘๗.๐๐
หัก ต้นทุนขาย	๗๒,๘๑๕.๕๐
กำไรขั้นต้น	๔๒,๙๗๑.๕๐
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าน้ำค่าไฟ	๑,๗๓๗.๕๐
ค่าเช่า	๕๐๐.๐๐

ค่าบำรุงและซ่อมแซมอาคาร	๑,๖๓๒.๕๐	
ค่าเบี้ยประกัน	๑,๐๐๐.๐๐	
ดอกเบี้ยจ่าย	๖๖๑.๕๐	
วัสดุสำนักงานใช้ไป	๑,๓๘๗.๕๐	
ค่าส่งเสริมการขาย	๒,๗๕๐.๐๐	
ค่าขนส่ง	๑,๔๖๒.๐๐	
เงินเดือน	๒๐,๗๘๔.๕๐	
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	๒,๐๕๗.๕๐	
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	๒,๕๑๒.๕๐	๓๖,๔๘๕.๕๐
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้		๖,๔๘๖.๐๐
หัก ภาษีเงินได้		๑,๖๒๑.๐๐
กำไรสุทธิ		<u>๔,๘๖๕.๐๐</u>

ขั้นตอนที่ ๑. กำหนดเป้าหมายกำไร

เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น	๕๐,๐๐๐	(ดูจากงบดุล)
กำไรสะสม	๑๐,๐๐๐	(ดูจากงบดุล)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	<u>๕๐,๐๐๐</u>	
ผลตอบแทนที่ต้องการ	๑๐,๐๐๐	(๒๐% จาก ๕๐,๐๐๐)
ประมาณภาษีเงินได้	๓,๐๐๐	
กำไรที่ควรจะได้ก่อนหักภาษีเงินได้	<u>๑๓,๐๐๐</u>	

ผู้อ่านคงสงสัยว่าทำไมต้องใช้อัตราผลตอบแทน ๒๐% จากส่วนของผู้ถือหุ้น การที่ใช้ส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นฐาน เพราะส่วนนี้เป็นสิทธิของผู้ถือหุ้น ซึ่งผู้ถือหุ้นควรจะได้รับผลตอบแทนและใช้อัตราผลตอบแทนสูงถึง ๒๐% เพราะการลงทุนอยู่ภายใต้สิ่งที่ไม่แน่นอนย่อมมีความเสี่ยงมากขึ้น โดยความเสี่ยงดังกล่าว ดูได้จากผลตอบแทนกับทางเลือกที่เป็นไปได้ เช่น

ทางเลือก	ผลตอบแทน	ระดับความเสี่ยง
ฝากสะสมทรัพย์	๖.๕๐%	ต่ำ
ฝากประจำ	๗.๒๕%	ต่ำ
ซื้อพันธบัตร	๗.๒๕%	ต่ำ
ซื้อตั๋วเงินบริษัทหลักทรัพย์	๗.๕๐-๘.๐๐%	ปานกลาง
ประกอบธุรกิจกักตุนอาคาร	๓๕%	สูง
ประกอบธุรกิจลานสเก็ต	๖๐%	สูงมาก

ในตารางข้างต้น ธุรกิจต่าง ๆ จะมีระดับความเสี่ยงที่แตกต่างกัน

ดูจากตัวอย่างของบริษัท เก่งกับเฮง จำกัด บริษัทที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น ๕๐,๐๐๐ และผู้บริหารต้องการอัตราผลตอบแทน ๒๐% ก็คือ $๒๐\% \times ๕๐,๐๐๐ = ๑๐,๐๐๐$ บาท จ่ายภาษี ๓,๐๐๐ บาท (๓๐%) ดังนั้นกำไรก่อนภาษี = ๑๓,๐๐๐ บาท หรือเท่ากับ ๒๖% ของส่วนของผู้ถือหุ้น แสดงว่าบริษัทมีความเสี่ยง ๖% ซึ่งคำนวณจากอัตรา % ของกำไรก่อนหักภาษีเท่ากับ ๒๖% หักด้วยอัตรา % ของผลตอบแทนที่ต้องการ ๒๐% จะเห็นได้ว่าความเสี่ยงยังต่ำถ้าเทียบกับตารางข้างต้น

ขั้นตอนที่ ๒ กำหนดยอดขาย

ยอดขายปีหน้า = ๑๓๗,๕๐๐ บาท

ในการกำหนดยอดขายของปีหน้า มีปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบด้วยได้แก่

๑. สภาวะทางการตลาด
๒. คู่แข่งขัน
๓. การส่งเสริมการขาย
๔. ระดับเงินเฟ้อ
๕. ประสบการณ์ของผู้บริหารในบริษัท
๖. ผู้เชี่ยวชาญทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน
๗. ข้อมูลอื่น ๆ

เช่น - อัตราเงินเฟ้อ	๑๐%
- ยอดขายของบริษัท เพิ่มขึ้น	๘%
ยอดขายที่จะเพิ่มขึ้น	<u>๑๘%</u>

เพราะฉะนั้นยอดขาย ๑๓๗,๕๐๐ บาท คำนวณได้จาก

ยอดขายปีก่อน	๑๑๕,๗๘๗.๐๐	บาท
ยอดขายเพิ่มขึ้น ๑๘%	๒๐,๘๔๑.๖๖	บาท
ยอดขายปีหน้าโดยประมาณ	<u>๑๓๖,๖๒๘.๖๖</u>	บาท หรือประมาณ ๑๓๗,๕๐๐

ขั้นตอนที่ ๓. ประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับปริมาณที่จะขาย

	ค่าใช้จ่ายเกิดจริงปี ๒๕๓๗	ค่าใช้จ่ายประมาณการปี ๒๕๓๘
ต้นทุนขาย	๗๒,๘๑๕.๕๐	๘๖,๖๕๐.๐๐
ค่าน้ำค่าไฟ	๑,๗๓๗.๕๐	๒,๐๐๐.๐๐
ค่าเช่า	๕๐๐.๐๐	๗๕๐.๐๐
ค่าบำรุงและค่าซ่อมแซมอาคาร	๑,๖๓๒.๕๐	๑,๗๕๐.๐๐
ค่าเบี้ยประกัน	๑,๐๐๐.๐๐	๑,๑๕๐.๐๐
ดอกเบี้ยจ่าย	๖๖๑.๕๐	๗๕๐.๐๐
วัสดุสำนักงานใช้ไป	๑,๓๘๗.๕๐	๑,๕๐๐.๐๐
ค่าส่งเสริมการขาย	๒,๗๕๐.๐๐	๓,๐๕๐.๐๐
ค่าขนส่ง	๑,๔๖๒.๐๐	๑,๖๐๐.๐๐
เงินเดือน	๒๐,๗๘๔.๕๐	๒๓,๕๐๐.๐๐
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	๒,๐๕๗.๕๐	๒,๓๐๐.๐๐
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	๒,๕๑๒.๕๐	๒,๕๐๐.๐๐
รวม	<u>๑๐๙,๓๐๑.๐๐</u>	<u>๑๒๗,๕๐๐.๐๐</u>

การประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับปีหน้า ให้เริ่มจัดทำรายการค่าใช้จ่ายปีก่อนเป็นปีฐานแล้วประมาณปีต่อไปเพิ่มเป็นอัตราร้อยละจากปีก่อน รวมทั้งการพิจารณาถึง

๑. ปริมาณขายที่เปลี่ยน
๒. ภาวะเงินเฟ้อ
๓. การเปลี่ยนแปลงการส่งเสริมการขาย
๔. การเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการผลิต

จากตัวอย่างข้างต้น เป็นการดูหรือพิจารณาถึงภาวะเงินเฟ้อ ๑๐%

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราต้นทุนขายปีก่อน} &= \frac{\text{ต้นทุนขาย}}{\text{ยอดขาย}} \\
 &= \frac{๗๒,๘๑๕.๕๐}{๑๑๕.๗๘๗} \times ๑๐๐\% \\
 &= ๖๒.๘\% \\
 &= ๖๒.๘\% \text{ หรือโดยประมาณ } ๖๓\%
 \end{aligned}$$

จากตัวอย่างนี้ไม่ได้เปลี่ยนแปลงต้นทุนขายจากปีก่อน เพราะฉะนั้นต้นทุนขายจะอยู่ระดับประมาณ ๖๓% ของยอดขาย = ๖๓% x ๑๓๗,๕๐๐ = ๘๖,๖๕๐ บาท ต่อจากนั้นผู้บริหารจะทบทวนค่าใช้จ่ายที่ละรายการก็ผันแปรไปตามปริมาณขาย บางรายการอาจไม่เปลี่ยนแปลงเลย และบางรายการเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อยให้ถือว่า เป็นการประมาณเท่านั้น

ขั้นตอนที่ ๔ กำหนดจำนวนเป้าหมายกำไร โดยประมาณจากยอดขายโดยประมาณ

ประมาณยอดขาย (จากขั้นที่ ๒)	๑๓๗,๕๐๐	บาท
ประมาณค่าใช้จ่าย (จากขั้นที่ ๓)	๑๒๗,๕๐๐	บาท
ประมาณกำไรก่อนภาษีเงินได้	<u>๑๐,๐๐๐</u>	บาท

ขั้นตอนที่ ๕ เปรียบเทียบกำไรที่ประมาณการกับเป้าหมายกำไร

กำไรที่ประมาณการ (จากขั้นที่ ๔)	๑๐,๐๐๐	บาท
เป้าหมายกำไร (จากขั้นที่ ๒)	๑๓,๐๐๐	บาท
กำไรที่ประมาณการต่ำกว่าเป้าหมายกำไร	<u>๓,๐๐๐</u>	บาท

ขั้นตอนที่ ๖ เขียนแนวทางเลือกที่เป็นไปได้เพื่อเพิ่มกำไร ได้แก่

๑. เพิ่มปริมาณขาย
๒. เพิ่มหรือลดราคาขายต่อหน่วย
๓. ลดค่าใช้จ่ายประมาณการ
๔. เพิ่มรายการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
๕. อื่น ๆ

๑. การเพิ่มปริมาณขาย

การเพิ่มปริมาณขายนั้น เราสามารถจะกระทำได้โดยพิจารณาต่าง ๆ ดังนี้

๑. ขยายขอบเขตการส่งเสริมการขาย
๒. ปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์
๓. ปรับปรุงคุณภาพ
๔. ความสะดวกของลูกค้าที่ซื้อสินค้า เช่นทำเลที่จะขาย
๕. ทางทางที่จะให้ลูกค้าเพิ่มการใช้ผลิตภัณฑ์

๒. การเพิ่มหรือลดราคาขายต่อหน่วย

การเพิ่มหรือลดราคาขายต่อหน่วยนั้น เราจะต้องคำนวณราคาที่ตั้งไว้ว่า เหมาะสมหรือไม่โดยดูว่า

๑. การเปลี่ยนแปลงราคาขายต่อหน่วย จะกระทบกำไรหรือไม่อย่างไร
๒. ถ้าเปลี่ยนแปลงราคาขาย ทิศนะของลูกค้านจะเป็นอย่างไร
๓. คุณภาพทางเศรษฐกิจว่าเหมาะสมหรือไม่ที่เปลี่ยนราคาขาย
๔. ข้อมูลจากอดีตว่ามีผลกระทบอย่างไรถ้าเปลี่ยนราคาขาย

๓. การลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

การลดค่าใช้จ่ายดำเนินงาน เราสามารถกระทำดังนี้

๑. ปรับปรุงวิธีการทำงาน เช่น ลดขั้นตอนการทำงานแต่ได้ผลงานเท่าเดิมหรือดีกว่าเดิม
๒. เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานทุกระดับ
๓. ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อลดค่าใช้จ่ายการผลิต
๔. ควบคุมการบริการให้ดีขึ้น

๔. การเพิ่มรายการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

การเพิ่มรายการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการพิจารณาจาก

๑. เพิ่มกลุ่มผลิตภัณฑ์
๒. เมื่อมีกำลังผลิตเหลือควรรับจ้างทำสินค้าที่ลูกค้าต้องการ

ขั้นตอนที่ ๗ คำนวณต้นทุนขาย เมื่อยอดขายเปลี่ยนแปลง

รายการค่าใช้จ่ายที่ประมาณปี ๒๕๓๘	ค่าใช้จ่ายผสม	ค่าใช้จ่ายคงที่	ค่าใช้จ่ายผันแปร
ต้นทุนขาย	๘๖,๖๕๐		๘๖,๖๕๐
ค่าน้ำค่าไฟ	๒,๐๐๐	๑,๕๐๐	๕๐๐
ค่าเช่า	๗๕๐	๗๕๐	
ค่าบำรุงและซ่อมแซมอาคาร	๑,๗๕๐	๑,๒๐๐	๕๕๐
ค่าเบี้ยประกัน	๑,๑๕๐	๑,๑๕๐	
ดอกเบี้ยจ่าย	๗๕๐		๗๕๐
วัสดุสำนักงานใช้ไป	๑,๕๐๐	๗๐๐	๘๐๐
ค่าส่งเสริมการขาย	๓,๐๕๐		๓,๐๕๐
ค่าขนส่ง	๑,๖๐๐		๑,๖๐๐
เงินเดือน	๒๓,๕๐๐	๑๒,๕๐๐	๑๑,๐๐๐
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	๒,๓๐๐	๒,๓๐๐	
ค่าเสื่อมราคา	๒,๕๐๐	๒,๕๐๐	
	๑๒๗,๕๐๐	๒๒,๖๐๐	๑๐๔,๙๐๐

คำนวณกำไร

คำนวณกำไรเมื่อยอดขายเปลี่ยนแปลง

๑. หากกำไรผันแปร

$$\begin{aligned}
 \text{กำไรผันแปร} &= \text{ยอดขาย} - \text{ค่าใช้จ่ายผันแปร} \\
 &= ๑๓๗,๕๐๐ - ๑๐๔,๙๐๐ \\
 &= ๓๒,๖๐๐ \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

๒. หากกำไรผันแปรต่อยอดขาย ๑ บาท

$$\begin{aligned} \text{กำไรผันแปรต่อยอดขาย} &= \frac{๓๒,๖๐๐}{๑๓๗,๕๐๐} \\ &= ๐.๒๔ \text{ บาท / ยอดขาย ๑ บาท} \end{aligned}$$

๓. หากค่าใช้จ่ายผันแปรต่อยอดขาย ๑ บาท

$$\begin{aligned} &= ๑ - \text{กำไรผันแปรต่อยอดขาย ๑ บาท} \\ &= ๑ - ๐.๒๔ \\ &= ๐.๗๖ \end{aligned}$$

๔. ประมาณยอดขายระดับต่าง ๆ ว่าจะมีกำไรเท่าไร ตามตารางข้างล่างแล้วจึงหาเหตุผลว่ามีปัจจัยอะไรมากระทบบ้าง

ยอดขาย (บาท)	ค่าใช้จ่ายคงที่ (บาท)	ค่าใช้จ่ายผันแปร (บาท)	กำไร (บาท)
๑๐๐,๐๐๐	๒๒,๖๐๐	$๐.๗๖ \times ๑๐๐,๐๐๐ = ๗๖,๐๐๐$	๑,๔๐๐
๑๑๒,๕๐๐	๒๒,๖๐๐	$๐.๗๖ \times ๑๑๒,๕๐๐ = ๘๕,๕๐๐$	๔,๔๐๐
๑๒๕,๐๐๐	๒๒,๖๐๐	$๐.๗๖ \times ๑๒๕,๐๐๐ = ๙๕,๐๐๐$	๗,๔๐๐
๑๓๗,๕๐๐	๒๒,๖๐๐	$๐.๗๖ \times ๑๓๗,๕๐๐ = ๑๐๔,๕๐๐$	๑๐,๔๐๐
๑๕๐,๐๐๐	๒๒,๖๐๐	$๐.๗๖ \times ๑๕๐,๐๐๐ = ๑๑๔,๐๐๐$	๑๓,๔๐๐

จะเห็นว่ายอดขายเปลี่ยนไป ส่งผลให้ต้นทุนในการทำธุรกิจเปลี่ยนไปด้วย

ขั้นตอนที่ ๘ คำนวณกำไรเมื่อยอดขายเปลี่ยน

ยอดขายเปลี่ยนกำไรจะถูกกระทบ ซึ่งน่าจะมาจากส่วนเกินจากต้นทุนผันแปร นั่นก็คือถ้ายอดขายเพิ่ม ๑ บาท เราจะได้กำไรเพิ่ม = ๐.๒๔ บาท (๑-๐.๗๖)

ขั้นตอนที่ ๙ วิเคราะห์ทางเลือกต่าง ๆ

จากขั้นตอนที่ ๗ จะเห็นว่า การวิเคราะห์ส่วนเกินทุนผันแปรได้ช่วยให้เกิดการตัดสินใจ กล่าวคือ

๑. ถ้าต้องการเพิ่มยอดขายโดยลดราคายกลงจะเป็นไปได้หรือไม่

จากกำไรส่วนเพิ่ม ๐.๒๔ บาท หรือ ๒๔% จากยอดขาย ถ้าลดราคามากกว่า ๐.๒๔ หรือ ๒๔% จะกำไรน้อยลง

๒. สมมติว่าเพิ่มราคาย ๒% แล้วทำให้ยอดขายลดลง ๕% จะคุ้มหรือไม่

การคำนวณจะเป็นดังนี้

กำไรผันแปรเดิม	= ๐.๒๔	บาท
ราคาเพิ่ม ๒%	= ๐.๐๑	บาท
กำไรผันแปรใหม่	= ๐.๒๕	บาท
ราคายเดิม	๑๓๗,๕๐๐	บาท
ยอดขายลดลง ๕%	๖,๘๗๕	บาท
ยอดขายใหม่	๑๓๐,๖๒๕	บาท
กำไรผันแปรใหม่	= ๐.๒๕ x ๑๓๐,๖๒๕	
	= ๓๒,๖๕๖.๒๕	บาท
หัก ค่าใช้จ่ายคงที่	= ๒๒,๖๐๐	บาท
กำไรใหม่ก่อนภาษี	= ๑๐,๐๕๖.๒๕	บาท

ถ้าเปรียบเทียบกับประมาณกำไรในขั้นที่ ๓ = ๑๐,๐๐๐ - ๑๐,๐๕๖.๒๕

จะได้กำไรเพิ่มเนื่องจากปรับราคา = ๕๖.๒๕ บาท

๓. ถ้าสมมติลดค่าใช้จ่ายผันแปรลง ๕% ถ้าเราจะเปลี่ยนแปลงเท่าใด

การคำนวณ

ต้นทุนผันแปรเดิม	=	๐.๗๖	บาท
ลดค่าใช้จ่ายผันแปร ๕%	=	๐.๐๔	บาท
คงเหลือ	=	๐.๗๒	บาท
กำไรผันแปร	=	๑-๐.๗๒	
	=	๐.๒๘	บาท
กำไรผันแปรใหม่	=	อัตรากำไรผันแปร x ยอดขาย	
	=	๐.๒๘ x ๑๓๗,๕๐๐	
	=	๓๘,๕๐๐	
			บาท
หัก ค่าใช้จ่ายคงที่	=	๒๒,๖๐๐	บาท
กำไรก่อนหักภาษี	=	<u>๑๕,๙๐๐</u>	บาท

การวิเคราะห์ทางเลือกต่าง ๆ เป็นเพียงตัวอย่างเท่านั้น ซึ่งอาจมีทางเลือกอื่นอีกหลายทาง

ขั้นตอนที่ ๑๐ เลือกทางเลือกที่ทำให้ได้กำไรสูงสุด เพียงทางเลือกเดียว

ตัวอย่างเช่น หากมาพิจารณางบกำไรขาดทุน ถ้าตัดสินใจครั้งสุดท้าย คือลดราคาขาย ๒% (ต้นทุนลดลงด้วย)

ยอดขาย		๑๓๗,๕๐๐	บาท
หัก ต้นทุนขาย	๘๔,๙๐๐		
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	๔๐,๘๕๐	๑๒๕,๗๕๐	บาท
กำไรก่อนภาษีเงินได้		<u>๑๑,๗๕๐</u>	บาท

$$\text{ผลตอบแทนจากการลงทุน} = \frac{๑๑,๗๕๐}{๕๐,๐๐๐} \times ๑๐๐$$

$$= ๒๓.๕\%$$

$$\text{เป้าหมายการลงทุน} = ๒๐\%$$

เพราะฉะนั้นควรเลือกทางเลือกนี้ เพราะเป้าหมายเพียงแค่ ๒๐% แต่ได้มากกว่า ๒๐% กล่าวคือได้ถึง ๒๓.๕%

บทสรุป

การวางแผนกำไร ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน ดังนั้นการวางแผนกำไรที่ดีทันยุคสมัยในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ก็สามารถวางแผนได้ถ้าเป็นการวางแผนอย่างมีขั้นตอน จึงจะสามารถทำให้ธุรกิจมีโอกาสรอบความสำเร็จได้เช่นกัน □□