บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาการดำเนินงานของบริษัท เชียงใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด แนวคิดเรื่องการวัดผลการดำเนินงานที่ใช้ ประกอบด้วย 5 แนวคิด คือ การจัดการการเพิ่มผลผลิต (Managing Productivity) ประสิทธิผลการจัดการตลาด (Managing Marketing Effectiveness) การวิเคราะห์ปัจจัยการเติบโต (Growth Factor) การวิเคราะห์ปัจจัยราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง (Price Recovery Factor) และการวิเคราะห์ปัจจัยการเพิ่มผลผลิต (Productivity Factor) (Blocher and Others, 2005)

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหารและพนักงานของ บริษัท เชียงใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมมาจาก 2 แหล่งข้อมูลคือ

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารเชิงลึก และพนักงานของ บริษัท เชียงใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด จำนวน 8 คน เพื่อให้ทราบถึง ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย แผนกผลิตจำนวน 2 คน แผนกการตลาดจำนวน 2 คน แผนกบัญชีจำนวน 2 คน แผนกจัดซื้อจำนวน 1 คน และแผนกคลังสินค้าจำนวน 1 คน

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จาก ผลการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 ของบริษัท เชียงใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด บทความ วารสาร หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การจัดการการเพิ่มผลผลิต (Managing Productivity)

1). การเพิ่มผลผลิตโดยรวม (Total Productivity)

การเพิ่มผลผลิตโดยรวม = ผลผลิตที่ผลิตได้ทั้งหมด (จำนวนหน่วย) / จำนวนวัน

2). การวัดการเพิ่มผลผลิตบางส่วน (Partial Productivity)

การวัดการเพิ่มผลผลิตบางส่วน = จำนวนผลผลิตที่ผลิตได้ (จำนวนหน่วย) / วัตถุดิบทางตรง (จำนวนหน่วย)

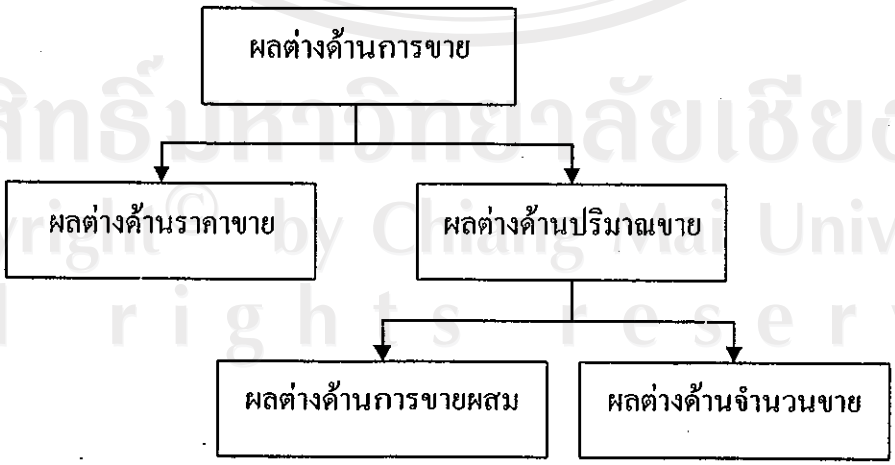
2. ประสิทธิผลการจัดการตลาด (Managing Marketing Effectiveness)

1). ผลต่างด้านราคาขาย = (ราคาขายจริง-ราคาขายตามงบประมาณ) x จำนวนขายจริง

2). ผลต่างด้านปริมาณขาย = (จำนวนขายจริง – จำนวนขายตามงบประมาณ) x ราคาขายต่อหน่วยตามงบประมาณ

3). ผลต่างด้านการขายผสม = (อัตราขายผสมเกิดขึ้นจริง– อัตราส่วนขายผสมตามงบประมาณ) x จำนวนหน่วยขายรวมที่เกิดขึ้นจริง x อัตรากำไรผันแปรตามงบประมาณต่อหน่วย

4). ผลต่างด้านจำนวนขาย = (จำนวนหน่วยขายจริงรวม – จำนวนหน่วยขายตามงบประมาณ) x อัตราการขายผสมตามงบประมาณ x อัตรากำไรผันแปรต่อหน่วย



รูปที่ 3.1 ส่วนประกอบของผลต่างด้านการขาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3. วิเคราะห์ปัจจัยการเติบโต (Growth Factor)

1). การเติบโตมีผลกระทบจากรายได้ (Revenue Effect of growth)

= (จำนวนหน่วยขายปีปัจจุบัน – จำนวนหน่วยขายปีก่อน) x ราคาขายปีก่อน

2). การเติบโตมีผลกระทบจากต้นทุน (Cost Effect of growth)

- การวิเคราะห์การเติบโตมีผลกระทบจากวัตถุดิบทางตรง

= (จำนวนหน่วยวัตถุดิบทางตรงปีก่อน – จำนวนหน่วยวัตถุดิบทางตรงปีปัจจุบัน ณ หน่วยตามอัตราระดับการเพิ่มผลผลิตปีก่อน) x ราคาต้นทุนวัตถุดิบทางตรงปีก่อน

- การวิเคราะห์การเติบโตมีผลกระทบต้นทุนผันแปร อื่น

= (จำนวนชั่วโมงต้นทุนผันแปร ปีก่อน – ชั่วโมงต้นทุนผันแปรปีปัจจุบัน ณ ชั่วโมงตามอัตราระดับการเพิ่มผลผลิตปีก่อน) x อัตราต้นทุนผันแปร ปีก่อน

4. วิเคราะห์ปัจจัยราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง (Price Recovery Factor)

1). ราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง = (ราคาขายปีปัจจุบัน – ราคาขายปีก่อน) x หน่วยขายปีปัจจุบัน

2). ราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง = (ต้นทุนต่อหน่วยปีก่อน – ต้นทุนต่อหน่วยปีปัจจุบัน) x จำนวน(วัตถุดิบ,ค่าแรงงานและปัจจัยการผลิต)ปีปัจจุบัน ตามอัตราระดับการเพิ่มผลผลิตปีก่อน

5. วิเคราะห์ปัจจัยการเพิ่มผลผลิต (Productivity Factor)

ปัจจัยการเพิ่มผลผลิตที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรการผลิต = (จำนวนหน่วยทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต หรือ กำลังการผลิตที่ใช้ผลิตในปีปัจจุบัน ตามอัตราการเพิ่มผลผลิตปีก่อน - จำนวนหน่วยทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต หรือ กำลังการผลิตที่ใช้ผลิตในปีปัจจุบัน) x ต้นทุนต่อหน่วยในปีปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากงบการเงิน พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

1. การจัดการการเพิ่มผลผลิต (Managing Productivity)

1). การเพิ่มผลผลิตโดยรวม (Total Productivity) ค่าที่ได้คือ ผลผลิตต่อวันในแต่ละเดือน จากการใช้ทรัพยากรทั้งหมดในการผลิต ผลลัพธ์ที่ได้แสดงถึงประสิทธิภาพในการผลิตจากทรัพยากรทั้งหมดที่มี

2). การวัดการเพิ่มผลผลิตบางส่วน (Partial Productivity) ค่าที่ได้คือ ปริมาณสินค้าสำเร็จรูปที่ได้จากการใช้วัตถุดิบหนึ่งหน่วย ผลลัพธ์ที่ได้หากมีค่ามากขึ้นแสดงถึงประสิทธิภาพในการใช้วัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพในการผลิตมากขึ้น หากมีค่าน้อยลงแสดงถึงประสิทธิภาพที่ลดลงของการใช้วัตถุดิบในการผลิต

2. ประสิทธิผลการจัดการตลาด (Managing Marketing Effectiveness)

1). ผลต่างด้านราคาขาย ค่าที่ได้คือ ผลต่างระหว่างราคาขายจริงกับราคาขายในงบประมาณตามปริมาณการขายจริง ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง ราคาขายจริงมีมูลค่ามากกว่าราคาขายตามงบประมาณที่ได้ตั้งไว้ ค่าที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึง ราคาขายจริงมีมูลค่าต่ำกว่าราคาขายตามงบประมาณที่ได้ตั้งไว้

2). ผลต่างด้านปริมาณขาย ค่าที่ได้คือ ผลต่างระหว่างปริมาณขายจริงกับปริมาณขายตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง ปริมาณการขายจริงมีมากกว่าปริมาณการขายตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึง ปริมาณการขายจริงมีน้อยกว่าปริมาณการขายตามงบประมาณ

ผลต่างด้านปริมาณขายของกำไรผันแปร ค่าที่ได้คือ ผลต่างระหว่างปริมาณขายจริงกับปริมาณขายตามงบประมาณของกำไรผันแปร ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึงปริมาณการขายจริงมีมากกว่าปริมาณการขายตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึงปริมาณการขายจริงมีน้อยกว่าปริมาณการขายตามงบประมาณ

3). ผลต่างด้านการขายผสมของกำไรผันแปร ค่าที่ได้คือ ผลต่างของกำไรผันแปรระหว่างอัตราขายผสมที่เกิดขึ้นจริง กับอัตราขายผสมตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึงกำไรผันแปรที่เกิดจากอัตราขายผสมที่เกิดขึ้นจริงมีค่ามากกว่าอัตราขายผสมตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึงกำไรผันแปรที่เกิดจากอัตราขายผสมที่เกิดขึ้นจริงมีค่าน้อยกว่าอัตราขายผสมตามงบประมาณ

4). ผลต่างด้านจำนวนขายของกำไรผันแปร ค่าที่ได้คือ ผลต่างของกำไรผันแปรระหว่างจำนวนหน่วยขายจริงกับจำนวนหน่วยขายตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หมายถึงกำไรผันแปรที่เกิดจากจำนวนหน่วยขายจริงมีค่ามากกว่าจำนวนหน่วยขายตามงบประมาณ ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึงกำไรผันแปรที่เกิดจากจำนวนหน่วยขายจริงมีค่าน้อยกว่าจำนวนหน่วยขายตามงบประมาณ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยการเติบโต (Growth Factor)

1). การเติบโตมีผลกระทบจากรายได้ (Revenue Effect Of Growth) ค่าที่ได้คือ มูลค่าการขายที่เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากจำนวนหน่วยขายที่เปลี่ยนแปลง โดยคำนวณจากราคาขายปีก่อน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง จำนวนหน่วยขายปีปัจจุบันมีปริมาณมากกว่าจำนวนหน่วยขายปีก่อน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึง จำนวนหน่วยขายปีปัจจุบันมีปริมาณน้อยกว่าจำนวนหน่วยขายปีก่อน

2). การเติบโตมีผลกระทบจากต้นทุน (Cost Effect Of Growth)

การวิเคราะห์การเติบโตมีผลกระทบจากวัตถุดิบทางตรง ค่าที่ได้คือ มูลค่าวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากจำนวนหน่วยที่เปลี่ยนแปลง โดยคำนวณจากราคาวัตถุดิบปีก่อน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง จำนวนหน่วยวัตถุดิบปีก่อนมีปริมาณมากกว่าจำนวนหน่วยวัตถุดิบปีปัจจุบัน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึง จำนวนหน่วยวัตถุดิบปีก่อนมีปริมาณน้อยกว่าจำนวนหน่วยวัตถุดิบปีปัจจุบัน

การวิเคราะห์การเติบโตมีผลกระทบต้นทุนผันแปร อื่น ค่าที่ได้คือ มูลค่าต้นทุนผันแปรอื่นที่เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการผลิตที่เปลี่ยนแปลง โดยคำนวณจากอัตราต้นทุนผันแปรต่อชั่วโมงของปีก่อน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง จำนวนชั่วโมงต้นทุนผันแปรปีก่อนมีปริมาณมากกว่าจำนวนหน่วยวัตถุดิบปีปัจจุบัน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึง จำนวนหน่วยวัตถุดิบปีก่อนมีปริมาณน้อยกว่าจำนวนหน่วยวัตถุดิบปีปัจจุบัน

4. วิเคราะห์ปัจจัยราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง (Price Recovery Factor)

1). รายได้ที่มีผลกระทบต่อราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง ค่าที่ได้คือ มูลค่าราคาขายต่อหน่วยที่เปลี่ยนแปลงเมื่อคำนวณจากจำนวนขายปีของปีปัจจุบัน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง ราคาขายต่อหน่วยในปีปัจจุบัน ที่มากกว่าราคาขายต่อหน่วยในปีก่อนจากจำนวนขายของปีปัจจุบัน หากผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่าลบหมายถึงราคาขายต่อหน่วยในปีปัจจุบันที่น้อยกว่าราคาขายต่อหน่วยในปีก่อนจากจำนวนขายของปีปัจจุบัน

2). ต้นทุนที่มีผลกระทบต่อราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง ค่าที่ได้คือ มูลค่าราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงเมื่อคำนวณจากจำนวนหน่วยที่ใช้ในปีปัจจุบัน ซึ่งคำนวณจากอัตราการใช้วัตถุดิบของปีก่อน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง ราคาวัตถุดิบต่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หน่วยในปีก่อนที่มากกว่าราคาวัตถุดิบต่อหน่วยปีปัจจุบัน หากผลลัพธ์ที่ได้เป็นค่าลบ หมายถึง ราคาวัตถุดิบต่อหน่วยในปีก่อนที่น้อยกว่าราคาวัตถุดิบต่อหน่วยปีปัจจุบัน

5. วิเคราะห์ปัจจัยการเพิ่มผลผลิต (Productivity Factor)

ปัจจัยการเพิ่มผลผลิตที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรการผลิต ค่าที่ได้คือ มูลค่าของต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมากจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราการเพิ่มผลผลิตที่เปลี่ยนแปลง ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าบวก หมายถึง จำนวนหน่วยทรัพยจกรที่ใช้ในการผลิตปีปัจจุบันในอัตราการเพิ่มผลผลิตของปีก่อนมากกว่าจำนวนหน่วยทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตปีปัจจุบัน ผลลัพธ์ที่ได้หากเป็นค่าลบ หมายถึง จำนวนหน่วยทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตปีปัจจุบันในอัตราการเพิ่มผลผลิตของปีก่อนน้อยกว่าจำนวนหน่วยทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตปีปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved