

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันรถยนต์ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทย และถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงรายด้วย เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีประชากรรวม 1,194,933 คน (กรมการปกครอง, 2552: ระบบออนไลน์) แม้ว่าพลเมืองส่วนใหญ่จะมีอาชีพเกษตรกรรม แต่จากการที่จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านซึ่งก็คือ พม่า จีน และลาว และเป็นเมืองเศรษฐกิจสำคัญตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนจีนตอนใต้-อินโดจีน ทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจที่ดีและเป็นจังหวัดที่น่าลงทุนจังหวัดหนึ่ง (วิกิพีเดีย, 2553: ระบบออนไลน์) ด้วยเหตุนี้จึงมีความต้องการใช้รถยนต์เพื่อการขนส่งสินค้าทางการเกษตรและพฤติกรรมของประชากรมีแนวโน้มต้องการรถยนต์ใหม่มากยิ่งขึ้น ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

แม้สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันจะมีปัจจัยลบหลายอย่างที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและกำลังซื้อ แต่การฟื้นตัวของกำลังซื้อในตลาดรถยนต์ก็มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงการขยายตัวของยอดขายรถใหม่ป้ายแดงที่กำลังเติบโตร้อนแรงเท่านั้น ตลาดรถยนต์มือสองหรือรถเก่าก็มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน เนื่องจากภาวะวิกฤติในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อรถยนต์ โดยกำหนดเงินค่างวดสูง 20-25% ประกอบกับจำนวนรถยัดในปีที่ผ่านมาก็น้อย ฯลฯ ทำให้มีปริมาณรถเก่าที่จะหมุนเวียนเข้าตลาดนี้ค่อยตามลงไปด้วย เมื่อกำลังซื้อของผู้บริโภคเริ่มฟื้นตัว ปริมาณรถเก่าในตลาดมือสองจึงตึงตัวและกดดันให้ราคาตลาดมือสองปรับสูงขึ้นไปด้วย (อะโก เอนเตอร์ไพรท์, 2553: ระบบออนไลน์) สถานการณ์การแข่งขันเช่นนี้ ก็เกิดขึ้นไม่แพ้กันในจังหวัดเชียงราย จะเห็นได้จากการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ในปี พ.ศ. 2550 พ.ศ. 2551 และ พ.ศ. 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 11,223 คัน 14,974 คัน และ 21,542 คัน ตามลำดับ ดังนั้นจึงมีการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่เพิ่มขึ้นในปี 2551 จำนวนทั้งสิ้น 3,751 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.42 และในปี 2552 จำนวนทั้งสิ้น 6,568 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.86 (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย, 2553: ออนไลน์) เมื่อประชากรซื้อรถยนต์ใหม่มากขึ้น รถยนต์คันเดิมจะถูกส่งมายังตลาดมือสองมากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ธุรกิจรถยนต์มือสองในจังหวัดเชียงรายมีการ

แข่งขันเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากธุรกิจรถยนต์มือสองให้ผลตอบแทนสูง (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2553: ออนไลน์) จึงกระตุ้นให้มีคู่แข่งรายใหม่ ๆ เข้ามาทำธุรกิจประเภทนี้มากขึ้น การเข้ามาของ ผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการท้องถิ่น ทำให้การแข่งขันในตลาดรถยนต์มือสองมีการแข่งขันสูงมาก ดังจะเห็นได้จากการเข้ามาจดทะเบียนการค้า ของ บริษัท โตโยต้า ชัวร์ จำกัด ผู้ประกอบการรายใหญ่ บริษัท พี. เอ. เอส. ออโต้ เซลส์ กับห้างหุ้นส่วนจำกัดแม่ข้าวต้มลิสซิ่ง ในปี พ.ศ. 2551 และห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงราย วัน ทู คาร์ ในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2553: ระบบออนไลน์) การแข่งขันที่สูงขึ้นเช่นนี้ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของแต่ละบริษัทมีสัดส่วนที่ลดลง ซึ่งส่งผลให้กำไรของแต่ละกิจการลดลง ดังนั้นหากผู้ประกอบการรถยนต์มือสองใช้วิธีการบริหารจัดการแบบเดิมอาจส่งผลให้กิจการต้องเผชิญกับความเสียหายและมีโอกาสที่กิจการจะไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง

การบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหาพื้นฐานของธุรกิจที่ว่าด้วยการซัพพลายสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือที่เรียกว่าการบริหาร โซ่อุปทาน (สันติชัย คชรินทร์, 2552) ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆดังนี้ ซื้อมา สินค้า ซ่อมแซมและบำรุงรักษา เก็บรักษาสินค้า กระจายสินค้า และ ลูกค้า กิจกรรมต่างๆเหล่านี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการมีความแตกต่างกัน ผลจากการแข่งขันที่สูงขึ้นในปัจจุบันทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ ราคาของสินค้าถูกกำหนดด้วยราคากลางหรือราคาตลาด การกำหนดต้นทุนเป้าหมายและวางแผนกิจกรรมต่างๆ โดยการประยุกต์ใช้เทคนิคต้นทุนกิจกรรม (Activities Based Costing) และการบริหารต้นทุนกิจกรรม (Activities Based Management) อาจเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถลดต้นทุนของกิจการและยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือควบคุมช่วงของการปฏิบัติการที่เกิดขึ้นตามมา เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมายตลอดอายุผลิตภัณฑ์ อีกนัยหนึ่งจะตั้งต้นทุนเป้าหมายนั้นเป็นไปตามราคาตลาดและความต้องการในกำไร (The Consortium for Advanced Management-International (CAM-I) 2006 อ้างถึงใน Ansari et al., 2006: 20-27) นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่างๆที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารต้นทุนโดยการประยุกต์ใช้ต้นทุนกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงราย เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบแนวทางการลดต้นทุนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารต้นทุน โดยการประยุกต์ใช้ต้นทุนกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงราย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบแนวทางการบริหารต้นทุน โดยการประยุกต์ใช้ต้นทุนกิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสองในอำเภอเมืองเชียงราย

1.4 นิยามศัพท์

แนวทางการบริหารต้นทุน หมายถึง การใช้เทคนิคต่างๆ ในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ต้นทุนของกิจการต่ำที่สุด

ต้นทุนกิจกรรม หมายถึง ระบบการบริหารต้นทุนที่เน้น และมุ่งความสนใจไปที่กิจกรรมต่างๆ ซึ่งก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยค่าใช้จ่ายต่างๆ จะถูกจำแนกเข้าเป็นต้นทุนของกิจกรรมก่อน จากนั้นจึงรวบรวมต้นทุนกิจกรรมเหล่านั้นเข้าเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่อไป (วรโชค ไชยวงศ์, มปป: ออนไลน์)

ต้นทุนเป้าหมาย หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการบริหารและวิธีการที่ถูกออกแบบเพื่อช่วยการกำหนดและวางแผนกิจกรรมต่างๆ (Ansari et al., 2006) ต้นทุนเป้าหมายเป็นการบริหารจัดการมากกว่าจะเป็นเครื่องมือทางทฤษฎี กล่าวได้ว่าต้นทุนเป้าหมายเป็นกระบวนการคิดต้นทุนด้วยการประมาณราคาขาย สำหรับสินค้าหรือบริการ หักด้วยกำไรที่ต้องการ ซึ่งผลที่ได้จะเรียกว่า ต้นทุนเป้าหมาย (Ellram, 2000)

ผู้ประกอบการธุรกิจรถยนต์มือสอง หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการรถยนต์ใช้แล้ว หรือรถยนต์มือสอง ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย และจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า