# การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา

# Break Even Analysis and Profit Planning of Foreign Tourisms Business : Case study Malaysia Tours Package of Sunny Tours Co,Ltd. in Songkhla

ธัญสิริ สง่างาม บธ. ม.(Thanyasiri Sanga-ngam, MBA.)[1]

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ : กรณีศึกษา ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา โดยในการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลาเป็นรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นข้อมูลทางด้านการเงินที่ได้มีการเก็บรวบรวมเอาไว้แล้วของบริษัทฯ ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ต้นทุน – ปริมาณ – กำไร (CVP. Analysis) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break even Analysis) การวางแผนกำไร โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing ตามตัวแบบอนุกรมเวลา (Time-series methods) สำหรับการพยากรณ์ยอดขายปี พ.ศ. 2552 และการวัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic ผลการศึกษา พบว่า รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 17,216,265 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 19,243,304 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 10.5% จากการวางแผนกำไรในปี พ.ศ. 2552 พบว่า รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 18,399,913 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 4.38% การวางแผนกำไรของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยในเดือนที่ประสบกับภาวการณ์ขาดทุนในเดือนมิถุนายน โดยต้องเพิ่มรายได้ในเดือนมิถุนายนไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท เพิ่มปริมาณการจำหน่าย(จำนวนนักท่องเที่ยว) ในเดือนมิถุนายนไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

[1] นิสิต ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

การแสดงผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบผลกำไรและผลขาดทุนของบริษัทฯ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนกำไรเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ของตลาดไม่มีผลต่อขนาดของรายได้และปริมาณการจำหน่ายสินค้าเนื่องจาก บริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด ใช้กลยุทธ์เครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ต่างประเทศ ( ทัวร์โอเปอเรเตอร์ คือ ธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ) ในการควบคุมต้นทุนจุดคุ้มทุนและสร้างความได้เปรียบการกำหนดนโยบายราคาในการแข่งขัน

**คำสำคัญ** : ชุดสินค้าการท่องเที่ยว ทัวร์โอเปอเรเตอร์

## ABSTRACT

This research there are objectives for analysis the break-even and profit planning of foreign country tour business : Case study of tour product sets of Malaysia Country, Sunny Tour Company Ltd., Songkhla Province by collection the secondary data of time series per month since January 2007 – December 2008 Which is financial data are collected by company. The instrument for analysis data by using cost volume profit analysis, break-even analysis, profit planning by using quantitative prediction technique by single exponential smoothing of time-series method for predict sale top of 2009 year and measuring the statistical accurate by Theil's U-statistic method. The finding indicated that the income from tour product sets of Malaysia Country which ability to make profit to the company in 2007 year is equal 17,216,265 baths and in 2008 year is equal 19,243,304 baths by increasing 10.5% from profit planning in 2009 year to found out that the tour product sets of Malaysia Country and ability to make profit to the company in 2009 year is equal 18,399,913 baths by decreasing is equal 4.38%. The profit planning of tour product sets of Malaysia Country in 2009 year have marginal of safety while lose money month in June by must increase the income on June not less than 313,183.99 baths and September is equal 523,401.34 by increasing sale quantity (tourists) on June not less than 78 persons and September is equal 131 persons should be safe business from lose money risk.

Presentation the data analysis make to known the profit and lose money result of company. The administrator ability to bring those data to profit plan for achieve as target by market status changing not effecting to size of income and product sale quantity of tour product sets of Malaysia Country because the Sunny Tour Company Ltd.using network strategy by

foreign country operator tour for control the cost, break-even and make advantage for determine the competition price policy.

**Keywords :** Tours Package, Tours Operators

## บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและเป็นที่สนใจทั้งในภาครัฐและเอกชน เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจให้ไปในทิศทางที่ดีขึ้น ในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่างการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านมาเลเซียถือเป็นรายได้หลักของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศของบริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา โดยมีสัดส่วน 87% ในปี พ.ศ. 2550 และ 89.45% ในปี พ.ศ. 2551 ถือว่าบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดในการจำหน่ายชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียมากที่สุดในเขตพื้นที่ดังกล่าว ชุดสินค้าการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซียจึงกลายเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในการกำหนดรายได้และกำไรของบริษัทฯ ในภาพรวมในการดำเนินธุรกิจ หากปราศจากกำไร บริษัทฯก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ เนื่องจากการประกอบธุรกิจต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น หากมีรายได้ไม่ครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายอาจส่งผลให้ธุรกิจประสบกับภาวการณ์ขาดทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯควรทราบเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำไรซึ่งจะทำให้บริษัทฯสามารถดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในอนาคตต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด

2. เพื่อวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด

## วิธีการศึกษา

**1. ขอบเขตของการศึกษา**

1.1 ขอบเขตพื้นที่ที่ศึกษา คือสถานประกอบการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยเลือกสถานประกอบการที่มีทัวร์โอเปอเรเตอร์ในการท่องเที่ยวไปต่างประเทศ คือ บริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด

(SUNNY TOURS CO.,LTD.) ซึ่งเป็นสถานประกอบการที่ริเริ่มเป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์การท่องเที่ยวไปต่างประเทศ

1.2 ขอบเขตข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลาเป็นรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 เป็นข้อมูลทางด้านการเงินที่ได้มีการเก็บรวบรวมเอาไว้แล้วของบริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด

**2. การวิเคราะห์ข้อมูล**

ทำการศึกษาจุดคุ้มทุน ปี พ.ศ. 2550 – 2551 เปรียบเทียบปริมาณนักท่องเที่ยวที่บริษัทฯ มีรายได้ เท่ากับต้นทุนทั้งหมด ได้แก่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ หรือจำนวนการท่องเที่ยวที่บริษัทฯได้กำไรส่วนเกินเท่ากับต้นทุนคงที่ การวางแผนกำไร ปี พ.ศ. 2552 โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ( Single Exponential Smoothing ) ด้วยตัวแบบอนุกรมเวลา ( Time-series methods ) วัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's U-statistic และคิดอัตรากำไรส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย โดยมีขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

**ตอนที่ 1** การหารายได้และปริมาณการจำหน่ายที่คุ้มทุนในปี พ.ศ. 2550 – 2551 ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปริมาณ –ต้นทุน-กำไร ( CVP. Analysis ) และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ( Break Even Analysis ) แบบสมการด้วยวิธีกำไรส่วนเกิน

**ตอนที่ 2** การวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ( ปี พ.ศ. 2552 ) ด้วยวิธีการพยากรณ์ยอดขายเชิงปริมาณด้วยวิธี Single Exponential Smoothing โดยใช้ตัวแบบอนุกรมเวลา ( Time-series Mothods ) วัดความแม่นยำทางสถิติด้วยวิธี Theil's -statistic แล้วนำมาวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ( Break Even Analysis ) และวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย ( Saefty Magin of Contribution Margin Ratio ) ของรายได้และปริมาณขาย ( จำนวนนักท่องเที่ยว )

## ผลการวิจัย

**ตอนที่ 1** ผลการหารายได้และปริมาณการจำหน่ายที่คุ้มทุนในปี พ.ศ. 2550 – 2551 ด้วยวิธีกำไรส่วนเกิน มีดังนี้

$$\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

$$\text{อัตรากำไรส่วนเกิน (\%)} = \frac{\text{ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}{\text{ราคาขายต่อหนวย}}$$

$$\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกิน(\%)}}$$

**ตารางที่ 1** จุดคุ้มทุนของรายได้รวม, รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและปริมาณการจำหน่ายของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2550-2551

| เดือน | จุดคุ้มทุนรายได้รวม (บาท) | | จุดคุ้มทุนรายได้มาเลเซีย (บาท) | | จุดคุ้มทุนปริมาณขายมาเลเซีย (คน) | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | พ.ศ.2550 | พ.ศ.2551 | พ.ศ.2550 | พ.ศ.2551 | พ.ศ.2550 | พ.ศ.2551 |
| มกราคม | 2,617,331 | 2,765,152 | 1,708,855 | 1,692,826 | 427 | 423 |
| กุมภาพันธ์ | 2,353,842 | 2,451,533 | 2,191,663 | 2,261,294 | 548 | 565 |
| มีนาคม | 2,950,896 | 3,240,999 | 1,565,155 | 1,511,926 | 391 | 378 |
| เมษายน | 3,523,333 | 3,762,316 | 1,615,448 | 1,613,657 | 404 | 403 |
| พฤษภาคม | 3,393,518 | 3,667,757 | 1,519,957 | 1,412,086 | 380 | 353 |
| มิถุนายน | 2,467,732 | 2,564,694 | 1,796,262 | 1,871,200 | 449 | 468 |
| กรกฎาคม | 2,469,871 | 2,728,412 | 1,960,584 | 1,681,520 | 490 | 420 |
| สิงหาคม | 3,400,950 | 2,776,269 | 2,135,117 | 1,529,169 | 534 | 382 |
| กันยายน | 2,560,279 | 2,453,577 | 2,308,348 | 2,174,360 | 577 | 544 |
| ตุลาคม | 3,760,198 | 4,027,962 | 1,477,006 | 1,453,691 | 369 | 363 |
| พฤศจิกายน | 2,615,727 | 2,736,083 | 1,726,641 | 1,754,376 | 432 | 439 |
| ธันวาคม | 2,466,658 | 2,712,681 | 1,982,700 | 1,732,590 | 496 | 433 |

จากตารางที่ 1 พบว่า

จุดคุ้มทุนของรายได้รวม มีดังนี้

ปี พ.ศ. 2550 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 3,760,198 บาท รองลงมาคือเดือนเมษายน เท่ากับ 3,523,333 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,353,842 บาท รองลงมาคือเดือนธันวาคม เท่ากับ 2,466,658 บาท

ปี พ.ศ. 2551 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 4,027,962 บาท รองลงมาคือเดือนเมษายน เท่ากับ 3,762,316 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,451,533 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,453,577 บาท

**จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย มีดังนี้**

ปี พ.ศ. 2550 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,308,348 บาท รองลงมาคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,191,663 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 1,477,006 บาท รองลงมาคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,519,957 บาท

ปี พ.ศ. 2551 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,261,294 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,174,360 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,412,086 บาท รองลงมาคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 1,453,691 บาท

**จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย มีดังนี้**

ปี พ.ศ. 2550 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกันยายน เท่ากับ 577 คน รองลงมาคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 548 คน และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 369 คน รองลงมาคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 380 คน

ปี พ.ศ. 2551 จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 565 คน รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 544 คน และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 353 คน รองลงมาคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 363 คน

**ตอนที่ 2.** การวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย (ปี พ.ศ. 2552)

2.1 ผลการพยากรณ์โดยวิธี Single Exponential Smoothing

การพยากรณ์เพื่อวางแผนกำไรในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$F_t = (\alpha A_{t-1}) + (1 - \alpha) F_{t-1}$$

โดยกำหนดให้ ค่า $\alpha$ เท่ากับ 0.9 เป็นค่าที่ทดสอบแล้วว่ามีค่าใกล้เคียงกับค่าจริงในอดีตมากที่สุด

**ตารางที่ 2** ค่าการพยากรณ์ยอดขายปี พ.ศ. 2552

| เดือน | ค่าการพยากรณ์ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Q.มาเลเซีย | R.มาเลเซีย | ร้อยละมาเลเซีย | TR.รวม | TFC.รวม | VC.รวม |
| มกราคม | 445 | 1,760,000 | 61.22 | 2,874,800 | 300,100 | 2,562,800 |
| กุมภาพันธ์ | 654 | 2,613,200 | 89.14 | 2,929,610 | 301,702 | 2,573,060 |
| มีนาคม | 710 | 2,838,920 | 50.90 | 5,818,781 | 301,916 | 5,268,326 |
| เมษายน | 1,565 | 6,259,892 | 43.69 | 14,515,138 | 303,657 | 13,334,823 |
| พฤษภาคม | 1,367 | 5,467,989 | 39.02 | 14,026,764 | 303,696 | 12,867,468 |
| มิถุนายน | 438 | 1,752,799 | 69.57 | 3,055,526 | 300,595 | 2,746,097 |
| กรกฎาคม | 786 | 3,145,280 | 62.42 | 5,124,783 | 301,769 | 4,560,590 |
| สิงหาคม | 1,011 | 4,044,128 | 55.81 | 7,284,168 | 302,985 | 6,488,399 |
| กันยายน | 413 | 1,653,613 | 85.34 | 2,137,997 | 300,298 | 1,886,070 |
| ตุลาคม | 1,180 | 4,719,361 | 41.01 | 12,831,800 | 303,081 | 11,856,207 |
| พฤศจิกายน | 530 | 2,120,736 | 61.81 | 3,854,570 | 300,938 | 3,474,411 |
| ธันวาคม | 844 | 3,376,474 | 63.66 | 5,340,137 | 302,254 | 4,749,791 |

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าการพยากรณ์ยอดขายในปี พ.ศ. 2552 โดยเฉลี่ย มีค่าลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 0.4 %

2.2 ผลการวัดความแม่นยำของเทคนิคการพยากรณ์ทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U – statistic

การวัดความแม่นยำการพยากรณ์ยอดขาย ปี พ.ศ. 2552 คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$U = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n-1}\left(\frac{F_{i+1} - A_{i+1}}{A_i}\right)^2}{\sum_{i=1}^{n-1}\left(\frac{A_{i+1} - A_i}{A_i}\right)^2}}$$



ดังนั้น ผลการวัดความแม่นยำของเทคนิคการพยากรณ์ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2552 สามารถแสดงในตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 3** ค่าทดสอบความแม่นในการพยากรณ์ทางสถิติ ปี พ.ศ. 2552

| การพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552 | ค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ (%) |
|---|---|
| จำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย | 0.09176 |
| รายได้รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ | 0.09419 |
| ต้นทุนผันแปรรวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ | 0.09442 |
| ต้นทุนคงที่รวมชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศ | 0.09459 |
| รายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย | 0.09191 |
| ร้อยละของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย | 0.09500 |

จากตารางที่ 3 พบว่า

ค่าการวัดความแม่นยำทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's - statistic

ค่า U โดยเฉลี่ยของการพยากรณ์ยอดขายเท่ากับ 0.09 ซึ่ง ค่า U < 1 ให้ความหมายว่า การใช้เทคนิคการพยากรณ์ Single Exponential Smoothing ให้ค่าความคลาดเคลื่อนโดยเฉลี่ย ของการพยากรณ์ ปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 0.09 % สามารถแสดงค่าความแม่นยำโดยเฉลี่ยของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.91 %

2.3 ผลการหารายได้และปริมาณการจำหน่ายที่คุ้มทุนในปี พ.ศ. 2552 ด้วยวิธีกำไรส่วนเกิน มีดังนี้

**ตารางที่ 4** รายได้และปริมาณการจำหน่ายที่คุ้มทุน ปี พ.ศ. 2552

| เดือน | จุดคุ้มทุนรายได้รวม (บาท) | จุดคุ้มทุนรายได้มาเลเซีย (บาท) | จุดคุ้มทุนปริมาณขายมาเลเซีย (คน) |
|---|---|---|---|
| มกราคม | 2,765,152 | 1,692,826 | 423 |
| กุมภาพันธ์ | 2,478,949 | 2,209,735 | 552 |
| มีนาคม | 3,191,511 | 1,624,479 | 406 |

| เดือน | จุดคุ้มทุนรายได้รวม (บาท) | จุดคุ้มทุนรายได้มาเลเซีย (บาท) | จุดคุ้มทุนปริมาณขายมาเลเซีย (คน) |
|---|---|---|---|
| เมษายน | 3,734,277 | 1,631,506 | 408 |
| พฤษภาคม | 3,674,534 | 1,433,803 | 358 |
| มิถุนายน | 2,968,293 | 2,065,041 | 516 |
| กรกฎาคม | 2,741,084 | 1,710,985 | 428 |
| สิงหาคม | 2,773,410 | 1,547,840 | 387 |
| กันยายน | 2,548,501 | 2,174,891 | 544 |
| ตุลาคม | 3,986,370 | 1,631,810 | 409 |
| พฤศจิกายน | 3,051,320 | 1,886,021 | 472 |
| ธันวาคม | 2,734,122 | 1,740,542 | 435 |

จากตารางที่ 4 พบว่า

**จุดคุ้มทุนของรายได้รวม ปี พ.ศ. 2552 มีดังนี้**

จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนตุลาคม เท่ากับ 3,986,370 บาท รองลงมาคือเดือนเมษายน เท่ากับ 3,734,277 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,478,949 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,548,501 บาท

**จุดคุ้มทุนของรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีดังนี้**

จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 2,209,735 บาท รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 2,174,891 บาท และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 1,433,803 บาท รองลงมาคือเดือนสิงหาคม เท่ากับ 1,547,840 บาท

**จุดคุ้มทุนจำนวนนักท่องเที่ยวชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552 มีดังนี้**

จุดคุ้มทุนที่มีค่าสูงสุดคือเดือนกุมภาพันธ์ เท่ากับ 552 คน รองลงมาคือเดือนกันยายน เท่ากับ 544 คน และจุดคุ้มทุนที่มีค่าต่ำสุดคือเดือนพฤษภาคม เท่ากับ 358 คน รองลงมาคือเดือนสิงหาคม เท่ากับ 387 คน

2.4 การวิเคราะห์อัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยเพื่อวางแผนความปลอดภัยของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยคำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$= \frac{\text{(ยอดขายปัจจุบันปีพ.ศ. 2552 – ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุนปี พ.ศ. 2552) x 100}}{\text{ยอดขายปัจจุบันปี พ.ศ. 2552}}$$

**ตารางที่ 5** แสดงอัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัยของปริมาณขายและรายได้ของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2552

| เดือน | อัตรากำไรส่วนเกินที่ปลอดภัย (%) | ส่วนเกินปริมาณขายที่ปลอดภัย (คน) | ส่วนเกินรายได้ที่ปลอดภัย (บาท) |
|---|---|---|---|
| มกราคม | 4.90 | 22 | 86,194.35 |
| กุมภาพันธ์ | 15.53 | 102 | 405,830.20 |
| มีนาคม | 42.80 | 304 | 1,215,058.76 |
| เมษายน | 73.94 | 1,157 | 4,628,414.49 |
| พฤษภาคม | 73.78 | 1,009 | 4,034,188.87 |
| มิถุนายน | (17.87) | (78) | (313,183.99) |
| กรกฎาคม | 45.58 | 358 | 1,433,598.52 |
| สิงหาคม | 61.73 | 624 | 2,496,238.93 |
| กันยายน | (31.65) | (131) | (523,401.34) |
| ตุลาคม | 65.36 | 771 | 3,084,771.94 |
| พฤศจิกายน | 11.04 | 58 | 234,060.62 |
| ธันวาคม | 48.44 | 409 | 1,635,687.79 |

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5 พบว่า

ส่วนเกินที่ปลอดภัยของปริมาณขายไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้ คือ มีปริมาณขายในเดือนมกราคมสามารถลดปริมาณการขายจากปริมาณการขายจริงได้ เท่ากับ 22 คน เดือนกุมภาพันธ์ 102 คน เดือนมีนาคม 304 คน เดือนเมษายน 1,157 คน เดือนพฤษภาคม 1,009 คน เดือนกรกฎาคม 358 คน เดือนสิงหาคม 624 คน เดือนตุลาคม 771 คน เดือนพฤศจิกายน 58 คน เดือนธันวาคม

409 คน และสำหรับเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มปริมาณการขายไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

ส่วนเกินที่ปลอดภัยของรายได้ไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้ คือ มีรายได้ในเดือนมกราคมสามารถลดรายได้จากรายได้ที่ได้รับจริง เท่ากับ 86,194.35 บาท เดือน กุมภาพันธ์ 405,830.20 บาท เดือนมีนาคม 1,215,058.76 บาท เดือนเมษายน 4,628,414.49 บาท เดือนพฤษภาคม 4,034,188.87 บาท เดือนกรกฎาคม 1,433,598.52 บาท เดือนสิงหาคม 2,496,238.93 บาท เดือนตุลาคม 3,084,771.94 บาท เดือนพฤศจิกายน 234,060.62 บาท เดือนธันวาคม 1,635,687.79 บาท และสำหรับเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มรายได้ไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

## อภิปรายผล

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ กรณีศึกษาบริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด จังหวัดสงขลา พบว่า ผลประกอบการหรือรายได้ของธุรกิจบริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด ในปี พ.ศ.2550 – 2551 ที่ทำการศึกษาไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรรายได้ในแต่ละเดือนของแต่ละปีในอดีต เมื่อทำการเปรียบเทียบรายได้ปี พ.ศ. 2550 กับปี พ.ศ. 2551 พบว่า บริษัทฯประสบกับภาวการณ์ขาดทุนในช่วงเวลาเดียวกัน คือ เดือน มกราคม มิถุนายน กันยายน และพฤศจิกายน สำหรับผลประกอบการรวมและบริษัทประสบกับปัญหาการขาดทุนในเดือนมิถุนายน และกันยายน สำหรับผลประกอบการของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย การประสบกับภาวการณ์ขาดทุนในเดือนเดียวกันในแต่ละปี เกิดขึ้นปริมาณการขายที่ลดลงในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมีการเดินทางน้อย (Low Season) ผลประกอบการของบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2551 สามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯ ได้สูงกว่า ปี พ.ศ. 2550 ดังนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลในปี พ.ศ. 2552 มาพยากรณ์ เพื่อทำให้ผู้บริหารสามารถนำมาวางแผนในการทำกำไรให้กับบริษัทฯ ในปีต่อไปได้

การพยากรณ์การขาย เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แนวคิดหน้าที่ธุรกิจการท่องเที่ยวทัวร์โอเปอเรเตอร์ ประกอบด้วย การวางแผนการผลิต การประชาสัมพันธ์และการจำหน่าย (อีสสามาเยฟ ดี, 1994) การพยากรณ์เป็นขั้นตอนหนึ่งที่ผู้บริหารต้องปฏิบัติในกระบวนการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตสินค้าการท่องเที่ยว (อีสสามาเยฟ ดี, 1994)

จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของบริษัท ซันนี่ทัวร์ จำกัด ในปีพ.ศ. 2550-2551 จำเป็นต้องมีการพยากรณ์การขายในปี พ.ศ. 2552 โดยใช้ข้อมูลปีล่าสุดคือปี 2551 เป็นปีฐานเพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์น้อยที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดเทคนิคการพยากรณ์ของสุปัญญา ไชยชาญ (2549) ได้อธิบายเกี่ยวกับการนำข้อมูลมาพยากรณ์ ไว้ว่า การพยากรณ์โดยปกติจะให้ค่าความแม่นยำสูงสุดและมีค่าของความคลาดเคลื่อนน้อยเมื่อนำข้อมูลปีล่าสุดมาพยากรณ์ การวางแผนการตลาดไว้ล่วงหน้าเป็นการลดความเสี่ยงใน

การประสบกับภาวการณ์ขาดทุนในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดประโยชน์ของการพยากรณ์ ( กุณฑลี รื่นรมย์, 2545 ) การเลือกเทคนิคหรือวิธีในการพยากรณ์ที่เหมาะสมจะให้ค่าความแม่นยำทางสถิติในการพยากรณ์สูงหากค่าความแม่นยำน้อยกว่าหนึ่งมากเท่าใด หมายถึงการพยากรณ์มีค่าความแม่นยำมากเท่านั้น( กุณฑลี รื่นรมย์, 2545) ในการวัดค่าความแม่นยำทางสถิติในงานวิจัยนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่พยากรณ์เท่ากับ0.09% ให้ความหมายว่า เป็นการแสดงค่าความแม่นยำของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.91 %ในการเลือกเทคนิคการพยากรณ์แบบอนุกรมเวลามาใช้

ในการนำข้อมูลที่พยากรณ์มาวางแผนกำไรของบริษัทฯทำให้ทราบว่า เมื่อทำการเปรียบเทียบยอดขายที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2552 กับยอดขายในปี พ.ศ. 2551 ( ปีฐาน ) พบว่ายอดขายปี พ.ศ. 2552 มีอัตราที่ลดลงส่งผลให้บริษัทได้รับผลกำไรที่ลดลงเช่นกันการพยากรณ์เป็นการแสดงข้อมูลยอดขายในอนาคต ดังนั้นผู้บริหารจำเป็นต้องนำข้อมูลที่ทำการพยากรณ์มาวางแผนเพื่อเพิ่มกำไรและลดปัญหาการขาดทุนในเดือนที่ต้องประสบกับภาวการณ์ขาดทุน โดยวิธีวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในปี พ.ศ. 2552 มีการวางแผนปริมาณการจำหน่ายและวางแผนรายได้ที่ปลอดภัยของชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียให้กับบริษัทฯ เพื่อแก้ไขปัญหาภาวการณ์ขาดทุน จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของบริษัทฯ ให้ความสำคัญทางด้านการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของรายได้และจุดคุ้มทุนของจำนวนนักท่องเที่ยว ( ปริมาณในการจำหน่าย ) มาใช้ในการวางแผนการจำหน่าย เนื่องจากบริษัทฯ มีการกำหนดราคาการจำหน่ายของชุดสินค้าการท่องเที่ยวคงที่ในทุก ๆ ปีสำหรับชุดสินค้าการท่องเที่ยวที่เลือกทำการศึกษา ตัวแปรและปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีผล ต่อนโยบายการกำหนดราคาของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์เครือข่ายที่เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ในการสร้างโอกาสในการแข่งขันและกำไรให้กับบริษัทฯ จึงทำให้มีความได้เปรียบในเรื่องของการคิดต้นทุนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของกำไร รวมทั้งมีความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจถดถอย

ดังนั้น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทำให้บริษัทฯ สามารถวิเคราะห์และจำแนกต้นทุนในการแสดงผลกำไรขาดทุนของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิชา โกมลทัต ( 2543 : บทคัดย่อ ) , จีรภา วราดุล ( 2538 : บทคัดย่อ ) ,จุไรรัตน์ ศรีศิริ ( 2546 : บทคัดย่อ ) ,วีรวรรณ ศิริพงษ์ ( 2550 : บทคัดย่อ ) ,วีรชาติ โลหะโชติ ( 2546 : บทคัดย่อ ) , สุธี ขันทอง ( 2537 : บทคัดย่อ ),บวรกิจ พรทวิโภคทรัพย์ ( 2543 : บทคัดย่อ ),สุลี จิตรวะรัตนา ( 2539 : บทคัดย่อ ),นิภาพร ประดิษฐ์อาชีพ ( 2539 : บทคัดย่อ ) , สุพจน์ แจ้งเจริญ( 2544 : บทคัดย่อ),ปรางค์ทิพย์เลขบวรวงศ์(2542:บทคัดย่อ),มณฑ-กาเตศิลาเสถียร(2544:บทคัดย่อ),ปัทมาสมยารัตน์ ( 2548 : บทคัดย่อ) ,( มาโรน : 2007 ) แอน ซี- กราฮัมและปีเตอร์ เจ แฮร์ริส ( Ian C. Graham,Peter J. Harris., 1999),ชินน่าเอคันน่าไพแรน(Chinna A Kannapiran,2001),ฟ่งชิงย่วน(Fong Ching Yuan,2009),วิลล์เลี่ยม อา บาเบอร์ ( William R. Baber, 2007 ) ,นิโคลัสส์ โทรราคิดิสส์ ( Nikolaos Tsorakidis, 2006 ) , เจ เมลลอยย์ มาลิน ( J. Malloy Marine, 2006 ) ,คริสโตเฟอร์ เอ เวิฟร์ และ มิเชลล์ เจ เวนดาฮาร์ ( Christopher A. Wolf1 and Michael J. Vandehaar, 1998 ), เอนริเกร์ แอล เพท-กอนเลท และ รากิลล์ เฟรท-แอลเพท ( Enrique

Lpez-Gonlez and Raquel Flrez-Lpez , 1980) ส่วนการพยากรณ์ยอดขายสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดผลกำไรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชิรา บูลย์ประมุข ( 2546 : บทคัดย่อ ) บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนกำไรเพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและปรับปรุงในการบริหารการขายในอนาคต

## สรุปผล

ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของบริษัทฯ ให้ความสำคัญทางด้านการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของรายได้และจุดคุ้มทุนของปริมาณการจำหน่าย ( จำนวนนักท่องเที่ยว ) มาใช้ในการวางแผนกำไรในอนาคต เนื่องจากบริษัทฯ มีการกำหนดราคาการจำหน่ายของชุดสินค้าการท่องเที่ยวคงที่ในทุก ๆ ปี สำหรับชุดสินค้าการท่องเที่ยวที่เลือกทำการศึกษา ( ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ) ตัวแปรและปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีผลต่อนโยบายการกำหนดราคา ทำให้บริษัทฯมีนโยบายการกำหนดราคาแบบผูกขาด และมีการใช้กลยุทธ์เครือข่ายที่ เป็นทัวร์โอเปอเรเตอร์ในการสร้างโอกาสในการแข่งขันและกำไรให้กับบริษัทฯ การคิดจุดคุ้มทุนของราคาจึงไม่ได้กล่าวถึงในงานวิจัยนี้

โดยการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของรายได้รวมของชุดสินค้าการท่องเที่ยวทุกประเทศสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 35,747,164 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 44,180,566 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 19.08% และปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 43,146,552 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 2.34% สำหรับรายได้ชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียสามารถทำกำไรให้กับบริษัทฯในปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 17,216,265 บาท และปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 19,243,304 บาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 เท่ากับ 10.5% และปี พ.ศ. 2552 เท่ากับ 18,399,913 บาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 4.38%

การวางแผนกำไรในธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศของบริษัทฯ ในปี พ.ศ. 2552 ให้ความสำคัญกับการพยากรณ์ด้วยเทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณแบบ Single Exponential Smoothing ด้วยตัวแบบอนุกรมเวลา ( Time Series ) เนื่องจากข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นลักษณะของข้อมูลเดี่ยว การเกิดขึ้นของข้อมูลไม่ได้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆเข้ามากระทบแต่มีรูปแบบของข้อมูลที่เกี่ยวเนื่องกันในอดีตกับอนาคตในลักษณะเดียวกัน ( Pattern of Data ) ทำให้ทราบว่าผลของการพยากรณ์ยอดขายในปี พ.ศ. 2552 มีอัตราที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2551 คิดเป็น 0.4 % สำหรับการใช้การทดสอบค่าความแม่นยำการพยากรณ์ทางสถิติ ด้วยวิธี Theil's U-statistic เพื่อเปรียบเทียบค่าความคลาดเคลื่อนที่ได้จากการพยากรณ์ให้ผลของค่าความแม่นยำในการพยากรณ์สูงมากโดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์เพียง 0.09 % สามารถแสดงค่าความแม่นยำโดยเฉลี่ยของข้อมูลที่ใกล้เคียงความเป็นจริงได้ถึง 99.91 % การคำนวณอัตราส่วนเกินที่ปลอดภัยของรายได้ไม่ควรต่ำกว่าส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยที่กำหนดไว้สำหรับเดือนที่ประสบกับภาวการณ์ขาดทุน คือเดือนมิถุนายน ต้องเพิ่มรายได้ไม่ต่ำกว่า 313,183.99 บาท เพิ่มปริมาณการขาย

ไม่ต่ำกว่า 78 คน และเดือนกันยายน 523,401.34 บาท เพิ่มปริมาณการขายไม่ต่ำกว่า 131 คน จึงจะทำให้ธุรกิจปลอดภัยจากความเสี่ยงในการขาดทุน

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาจุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของการทำธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในชุดสินค้าการท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย บริษัทซันนี่ทัวร์ จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรทำการศึกษาโดยใช้เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณด้วยตัวแบบในเชิงเป็นเหตุเป็นผลกัน (Causal or Explanatory Methods) สำหรับชุดสินค้าการท่องเที่ยวต่างประเทศในอนาคตเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลที่มีตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องในการเพิ่มและการลดของรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว

2. ควรศึกษาข้อมูลของธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการทั้งหมดในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม

## รายการอ้างอิง

กุณฑลี รื่นรมย์. (2545). **การพยากรณ์การขาย.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จีรภา วราดุล. (2538). **การวิเคราะห์ฟังชันการผลิตและจุดคุ้มทุนของการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก http:/www.msu.ac.th.

จุไรรัตน์ ศรีศิริ. (2546). **การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยบริการสุขภาพและจุดคุ้มทุนขั้นพื้นฐานของศูนย์สุขภาพชุมชน.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก http:/www.lib.ru.ac.th.

นิภาพร ประดิษฐ์อาชีพ. (2539). **การวิเคราะห์ราคาและการตอบสนองของอุปทานไข่ไก่ในประเทศไทย.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552, จาก http:/www.ku.ac.th.

บวรกิจ พรทวีโภคทรัพย์. (2543). **การวิเคราะห์ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศของอุตสาหกรรมไก่สดแช่แข็งของไทย.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552, จาก http:/www.ku.ac.th.

ปรางทิพย์ เลขบวรวงศ์. (2542). **การศึกษาต้นทุนและรายได้การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552, จาก http:/www.library.spu.ac.th.

ปัทมา สมยารัตน์. (2548). **การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโรงชำแหละสุกรมาตรฐานในจังหวัดเชียงใหม่.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552, จาก http:/www.cmu.ac.th.

มณฑกา เตศิลาเสถียร. (2544). **การวิเคราะห์ต้นทุนของสองโรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประเทศไทย.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552, จาก http:/www.library.car.chula.ac.th.

วีรชาติ โลหะโชติ. (2546). **การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการวางแผนกำไรของธุรกิจขนส่งน้ำมัน.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2552, จาก http:/www.lib.ru.ac.th.

วีรวรรณ ศิริพงษ์. (2550). **การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก http:/www.hu.ac.th.

สุชิรา บูลย์ประมุข. (2546). **การพยากรณ์วิเคราะห์ความเคลื่อนไหวราคาข้าวโพด.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2552, จาก http:/www.msu.ac.th.

สุธี ขันทอง. (2537). **การวิเคราะห์เศรษฐกิจการเลี้ยงโคนมในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2535-2536.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552, จาก http:/www.msu.ac.th.

สุปัญญา ไชยชาญ. **การวิเคราะห์เชิงปริมาณ.** กรุงเทพฯ : พี เอ ลีฟวิ่ง.

สุพจน์ แจ้งเจริญ. (2544). **การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนอุตสาหกรรมการเจียระไนเพชร กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก http:/www.space.kbu.ac.th.

สุลี จิตรวะรัตนา. (2539). **ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์อุปทานการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปญี่ปุ่น.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก http:/www.lib.ru.ac.th.

สุวิชา โกมารทัต. (2543) **การวิเคราะห์ฟังชันการผลิตผลตอบแทนต่อขนาดและจุดคุ้มทุนการผลิตน้ำนมดิบ.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2552, จาก http:/www.psu.ac.th.

Chinna, A . (2001). **"Profitability of the Australian Beef Industry: A Break-even Analysis"** Retrieved September 12,2009,from http://www.agrifood.info/review/kannapiran.html.

Christopher, A. and Michael, J. (1998). **"Economic Considerations of Dairy Heifer Growth Rate"** Retrieved August 14,2009,from http://www.fass.org/fass01/pdf.

Enrique, L and Raquel, F. (1980). **"The Break-even Analysis in Product Pricing Policy Under Conditions of Uncertainty in Small Business"** Retrieved June 25,2009,from http://www.research/icsb/1999/pdf.

Fong, C. (2009). **"The use of a fuzzy logic-based system in cost-volume-profit analysis under uncertainty " Journal of International Financial Management & Accounting.** Retrieved September 12,2009,from http://www.ota.cofa.dex/pan/_29k.

Ian, C. G and Peter, J. H. (1999). **"Development of a profit planning framework in an international hotel chain: a case study" Journal of Contemporary Hospitality Management.** 5,198-208. Retrieved September 12,2009, from http://www.actahort,org/menbers.

Malloy, M. (2006). "Business Planning and Performance Evaluation using Cost Volume Profit Analysis" Retrieved September 12,2009,from http://www.fass.org/fass01/pdf.

Nikolaos, T. (2006). **"Break-Even Analysis and Measures of Performan"** Retrieved February 25,2009,from http://www.actahort,org/menbers.

William, R. B. (2007). **" Profit-Volume-Exchange-Rate Analysis for Planning International Operations" Journal of International Financial Management & Accounting.** Retrieved August 8,2009,from http://www.actahort,org/menbers.

Исмаев, Д.К. (1994). **Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме.М.,ТОО** луч.

Исмаев, Д.К. (1994).**Краткий словарь технологических терминов международного туризма.**М.,Предприятие семигор .