

รายงานการฝึกอบรม

หลักสูตร การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคา รุ่นที่ 2

ณ ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ

(Business Integration Center)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันเสาร์ที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2567

จัดทำโดย

อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ได้รับการสนับสนุนจาก

กองทุนพัฒนาบุคลากรเพื่อการศึกษาทางไกล

ประเภทรายบุคคล (ภายในประเทศ)

ประจำปีงบประมาณ 2567

รายงานการฝึกอบรม
หลักสูตร การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคา รุ่นที่ 2
ณ ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ (Business Integration Center)
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี
วันเสาร์ที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2567

1. ชื่อผู้ขอรับทุน	นายกัลย์ ปิ่นเกษร	อายุ	43 ปี
ตำแหน่ง	อาจารย์ ดร.	ระดับ	-
สังกัด	สาขาวิชาวิทยาการจัดการ	โทร.	02-5048240
หลักสูตรการฝึกอบรม	การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคา รุ่นที่ 2 ณ ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ (Business Integration Center) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี วันเสาร์ที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2567 เวลา 9.00-16.00 น.		

2. รายละเอียดเกี่ยวกับการฝึกอบรม

ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ (Business Integration Center) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ตั้งอยู่ที่ 199 หมู่ที่ 6 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี มีพันธกิจให้การสนับสนุนด้านการวิจัยและการพัฒนา รวมถึงการบริการทางวิชาการ (การฝึกอบรม) ให้กับหน่วยงานภายในและภายนอก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีการให้บริการจัดหลักสูตรการฝึกอบรมทั้งแบบ In-House Training และ Public Training ในด้านวิชาการและด้านวิชาชีพ นอกจากนี้ยังมีบริการอื่นๆ ได้แก่ 1) การรับตรวจทานและแปลบทคัดย่อไทย-อังกฤษ และ อังกฤษ-ไทย และ 2) คลินิกให้คำปรึกษา คำแนะนำ และแก้ปัญหาด้านบริหารธุรกิจ (KUMS SMEs Clinic) (ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2567)

หลักสูตร “การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคา รุ่นที่ 2” เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมลำดับที่ 4 ของโปรแกรมการฝึกอบรมแบบ Onsite Courses ประจำปี 2567 (ปี 2567 มีหลักสูตรการฝึกอบรมแบบ Onsite Courses จำนวนรวมทั้งสิ้น 19 หลักสูตร) ดำเนินการจัดฝึกอบรมโดย ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี และทำการฝึกอบรมในวันเสาร์ที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2567 เวลา 9.00-16.00 น. โดยมี ผศ.ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์ อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นวิทยากร

สำหรับวิธีการฝึกอบรมนั้น หลักสูตร “การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคา รุ่นที่ 2” จะใช้วิธีการบรรยาย (Lecture) เป็นหลัก โดยวิทยากรจะถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านวิชาชีพบัญชี และประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆให้แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม วิทยากรมีการเตรียมเนื้อหา พร้อมทั้งสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายด้วย PowerPoint (PPT) เอกสารประกอบการบรรยาย และแบบทดสอบต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการกำหนดราคาขาย และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้

ด้านสภาพแวดล้อมของการฝึกอบรม หลักสูตร “การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคา รุ่นที่ 2” ได้กำหนดจัดฝึกอบรม ณ ห้อง 27304 อาคาร 27 ชั้น 3 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา บริเวณโดยรอบอาคาร 27 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ลานจอดรถ ร้านสะดวกซื้อ 7-ELEVEN ร้านกาแฟ Café Amazon และร้านอาหาร สำหรับห้อง 27304 ที่ใช้ในการฝึกอบรมนั้น เป็นห้องปรับอากาศขนาดความจุประมาณ 20 ที่นั่ง ภายในห้องประกอบด้วย โต๊ะ ไมโครโฟน และคอมพิวเตอร์สำหรับวิทยากร จอแสดงผลดิจิทัลสมาร์ทบอร์ด และเก้าอี้เลคเชอร์ 360 องศา โดยมีผู้เข้ารับการฝึกอบรมครั้งนี้จำนวนรวมทั้งสิ้น 7 ท่าน



ภาพที่ 1 อาคาร 27 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา



ภาพที่ 2 จอแสดงผลดิจิทัลสัมผัสพร้อมบอร์ด



ภาพที่ 3 เก้าอี้เลคเชอร์ 360 องศา

ด้านสาระสำคัญของหลักสูตรการฝึกอบรมในเชิงเนื้อหานั้น หลักสูตรได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ตามชื่อหลักสูตรการฝึกอบรม ได้แก่ 1) การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ (อบรมภาคเช้า เวลา 9.00–12.00 น.) และ 2) การกำหนดราคาขาย (อบรมภาคบ่าย เวลา 13.00–16.00 น.) สำหรับเนื้อหาสาระสำคัญของหลักสูตรการฝึกอบรมจะกล่าวถึงต่อไปในหัวข้อที่ 3 และ 4 ตามลำดับ

3. การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costs) หรือต้นทุนการผลิต (Manufacturing Costs) คือ รายจ่าย หรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไป เพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ (Product) โดยที่ผลิตภัณฑ์นี้ก่อให้เกิด อรรถประโยชน์แก่องค์กรธุรกิจในอนาคต (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 11) สำหรับองค์การธุรกิจนั้น เป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีการทำกิจกรรม โดยการนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์เพื่อการค้า ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย การซื้อสินค้าเพื่อจำหน่าย และการนำมาให้บริการ (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 4) ซึ่งในบริบทขององค์การธุรกิจได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท ตามเกณฑ์ ของคุณสมบัตินี้ ได้แก่ 1) สินค้า และ 2) บริการ

สินค้า (Goods) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) เก็บรักษาไว้ในคลังสินค้า และโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของให้แก่กันได้ นอกจากนั้นลูกค้าในฐานะที่เป็นผู้บริโภคสินค้ายังสามารถ ประเมินคุณภาพของสินค้าได้ง่าย สำหรับกระบวนการด้านการดำเนินงานนั้นมักต้องพึ่งพาเทคโนโลยี เพื่อใช้สำหรับผลิตสินค้า ดังนั้นลูกค้าจึงมีส่วนร่วมในกระบวนการด้านการดำเนินงานค่อนข้างน้อย หรือ อาจไม่มีส่วนร่วมเลย

บริการ (Services) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibles) ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ในคลังสินค้า และไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของได้ ดังนั้นในการประเมินคุณภาพบริการ (Service Quality) จึงทำได้ค่อนข้างยาก แต่ในส่วนของกระบวนการดำเนินการดำเนินงานนั้นลูกค้าจะมีส่วนร่วมค่อนข้างมาก

ดังนั้น ต้นทุนผลิตภัณฑ์จึงมีความแตกต่างกันในแต่ละประเภทธุรกิจดังนี้

ธุรกิจผลิต (Manufacturing) เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการแปลงสภาพ (Transformation Process) ปัจจัยการผลิต ได้แก่ เงินทุน ที่ดิน วัตถุดิบ แรงงาน พลังงานการผลิต ข้อมูลและสารสนเทศ ทักษะและความรู้ และผู้ประกอบการ ฯลฯ ให้เป็นผลผลิต (Output) หรือสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods) ที่มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สำหรับจำหน่ายให้กับลูกค้า (Customer) ธุรกิจผลิตมีต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นรายจ่าย หรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไปเพื่อก่อให้เกิดสินค้าสำเร็จรูป เรียกว่า “ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป” ตัวอย่างธุรกิจผลิต ได้แก่ 1) ธุรกิจการเกษตร เช่น การปลูกพืช และการเลี้ยงปศุสัตว์ 2) ธุรกิจหัตถกรรมและงานฝีมือ เช่น การผลิตเครื่องปั้นดินเผา และการผลิตเครื่องจักสาน 3) ธุรกิจประเภทโรงงาน เช่น โรงงานผลิตรถยนต์ และโรงงานผลิตอาหารกระป๋อง และ 4) ธุรกิจผลิตอื่นๆ เช่น การผลิตมุ้งลวด และผลิตเหล็กดัด

ธุรกิจบริการ (Services) เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการแปลงสภาพ ปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิต หรือบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสำหรับให้บริการแก่ลูกค้า ธุรกิจบริการมีต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นรายจ่ายหรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไปเพื่อก่อให้เกิดการบริการ เรียกว่า “ต้นทุนบริการ” ตัวอย่างธุรกิจบริการ ได้แก่ 1) ธุรกิจการศึกษา เช่น โรงเรียนกวดวิชา และสถาบันสอนภาษา 2) ธุรกิจการขนส่ง เช่น ธุรกิจขนส่งสินค้า และธุรกิจขนส่งผู้โดยสาร 3) ธุรกิจที่พักอาศัย เช่น โรงแรม รีสอร์ท และหอพัก 4) ธุรกิจสุขภาพและความงาม เช่น โรงพยาบาลและคลินิกเอกชน และสถานเสริมความงาม 5) ธุรกิจบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ และโรงละคร 6) ธุรกิจการเงิน เช่น ธนาคาร บริษัทประกันชีวิต และบริษัทประกันวินาศภัย และ 7) ธุรกิจบริการอื่นๆ เช่น สำนักงานทนายความ และสำนักงานบัญชี

ธุรกิจซื้อมาขายไป เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้ามาเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้า ทั้งนี้อาจมีการพัฒนา การปรับปรุง และการตกแต่งสินค้าที่ซื้อมาเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าก่อนการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่อไป โดยธุรกิจซื้อมาขายไปจะมีต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นรายจ่ายหรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไป เพื่อซื้อสินค้าสำหรับจำหน่าย เรียกว่า “ต้นทุนสินค้า”

ดังนั้น ต้นทุนผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกประเภทได้เป็น 2 กลุ่ม ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ 1) ต้นทุนผลิตภัณฑ์จำแนกประเภทตามหน้าที่ และ 2) ต้นทุนผลิตภัณฑ์จำแนกประเภทตามพฤติกรรมของต้นทุน

3.1 ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : จำแนกประเภทตามหน้าที่

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามหน้าที่ ได้แก่ ต้นทุนผลิต และต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับต้นทุนผลิต (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 11)

3.1.1 ต้นทุนผลิต (Cost of Manufacturing) หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 15) กล่าวอีกนัยหนึ่ง ต้นทุนผลิตเป็นรายจ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นจากกระบวนการแปลงสภาพปัจจัยการผลิตทั้งหมดให้เป็นผลผลิต หรือสินค้า ต้นทุนผลิต ประกอบด้วยต้นทุน 3 ประเภท ได้แก่ ค่าวัสดุทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

1) **ค่าวัสดุทางตรง (Direct Material)** หมายถึง ต้นทุนของวัสดุ หรือสิ่งของที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของสินค้าที่ผลิต ซึ่งสามารถคำนวณได้ว่าในการผลิตสินค้า 1 หน่วยนั้น จะต้องใช้ค่าวัสดุทางตรงจำนวนเท่าใด โดยปริมาณที่ใช้จะผันแปรไปตามจำนวนที่ผลิต (ธัญญ์รัศม์ วศวรรณวัฒน์, 2561: น. 1-21) เช่น ผ้าเป็นวัสดุทางตรงในการผลิตเสื้อ และไม่เป็นวัสดุทางตรงในการผลิตเฟอร์นิเจอร์

2) **ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor)** หมายถึง ค่าจ้าง หรือเงินเดือนที่จ่ายให้กับพนักงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตโดยตรง และสามารถคิดเข้าเป็นต้นทุนของหน่วยที่ผลิตได้โดยง่าย เช่น ค่าแรงงานของพนักงานตัดเย็บเสื้อผ้าเป็นค่าแรงทางตรงในการผลิตเสื้อ และค่าแรงงานของช่างไม้เป็นค่าแรงทางตรงในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ (ธัญญ์รัศม์ วศวรรณวัฒน์, 2561: น. 1-21)

3) **ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead)** หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการผลิตสินค้าที่นอกเหนือจากค่าวัสดุทางตรง และค่าแรงงานทางตรง ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้การผลิตสำเร็จ ค่าใช้จ่ายการผลิตมักให้ประโยชน์โดยรวม และเป็นรายการที่ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าเกิดจากการผลิตสินค้าหน่วยใดโดยเฉพาะ ค่าใช้จ่ายการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

3.1) **ค่าวัสดุทางอ้อม** หมายถึง วัสดุที่ไม่ใช่ส่วนประกอบหลักในการผลิตสินค้านั้น เช่น วัสดุโรงงาน และน้ำมันหล่อลื่น

3.2) **ค่าแรงงานทางอ้อม** หมายถึง ค่าจ้าง หรือเงินเดือนแรงงานที่ไม่เกี่ยวกับการแปลงสภาพวัสดุทางตรงให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น เงินเดือนผู้จัดการโรงงาน ค่าจ้างพนักงานทำความสะอาด และค่าจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยในโรงงาน

3.3) **ค่าใช้จ่ายโรงงานอื่นๆ** เช่น ค่าเช่าโรงงาน ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย โรงงาน ค่าเสื่อมราคาโรงงานและเครื่องจักร และค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องจักร (ธัญญ์รัศม์ วศวรรณวัฒน์, 2561: น. 1-22)

การจำแนกค่าใช้จ่ายการผลิต ออกเป็น 3 ประเภทดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นสมการเพื่อคำนวณ “ค่าใช้จ่ายการผลิต” ได้ดังนี้

$$\text{ค่าใช้จ่ายการผลิต} = \text{ค่าวัสดุทางอ้อม} + \text{ค่าแรงงานทางอ้อม} + \text{ค่าใช้จ่ายโรงงานอื่นๆ}$$

ต้นทุนผลิต นิยมเรียกแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเภทธุรกิจ โดยธุรกิจผลิตจะเรียกต้นทุนผลิตว่า “ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป” หมายถึง ราคาทุนของสินค้าที่ผลิตเสร็จพร้อมที่จะขาย ซึ่งเรียกว่า “สินค้าสำเร็จรูป” ส่วนราคาทุนของสินค้า คือต้นทุนสินค้าที่ผลิตเสร็จในงวดนั้นๆ ในส่วนของธุรกิจบริการ

จะเรียกต้นทุนผลิดว่า “ต้นทุนบริการ” หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆที่ใช้สำหรับการให้บริการลูกค้า และธุรกิจซื้อมาขายไปจะเรียกต้นทุนผลิดว่า “ต้นทุนสินค้า” หมายถึง ราคาทุนของสินค้าที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อประกอบด้วย ค่าซื้อสินค้า ค่าขนส่งในการซื้อ ค่าเก็บรักษาสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆที่ทำให้สินค้าพร้อมขาย เช่น ค่าตกแต่งสินค้า และค่าแพคเกจจิ้ง (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 12)

3.1.2 ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับต้นทุนผลิด หมายถึง ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิดสินค้าและบริการ ได้แก่

1) **ค่าใช้จ่ายในการขาย (Selling Expense)** เป็นค่าใช้จ่ายที่ใช้ในส่วนงานขายเท่านั้น เช่น ค่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ค่าคอมมิชชันพนักงานขาย และเงินเดือนพนักงานขาย

2) **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Administration Expense)** เป็นค่าใช้จ่ายที่ใช้ในส่วนงานบริหาร เช่น เงินเดือน โบนัส และสวัสดิการของพนักงานและผู้บริหารฝ่ายสำนักงาน

3) **ดอกเบี้ยเงินกู้** คือดอกเบี้ยจ่ายสำหรับกิจการที่กู้ยืมเงินกับสถาบันการเงิน เรียกว่า “ต้นทุนทางการเงิน” (Financial Costs)

3.2 ต้นทุนผลิดภักณ์ : จำแนกประเภทตามพฤติกรรมของต้นทุน

ต้นทุนผลิดภักณ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามพฤติกรรมของต้นทุน (Cost Behavior) ได้แก่ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนผสม (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 34)

3.2.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจ แม้ว่าระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ตาม “ต้นทุนคงที่รวม” จะยังคงที่ดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาที่ “ต้นทุนคงที่ต่อหน่วย” จะพบว่า ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเพิ่มขึ้นเมื่อระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจลดลง และต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะลดลงเมื่อระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจเพิ่มขึ้น ตัวอย่าง ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเช่าอาคาร และค่าเช่าโรงงาน

3.2.2 ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจ โดยที่หากระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจเพิ่มขึ้น ต้นทุนผันแปรรวมจะเพิ่มขึ้น และหากระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจลดลง ต้นทุนผันแปรรวมจะลดลง ส่วนต้นทุนผันแปรต่อหน่วยนั้นจะไม่เพิ่มขึ้นหรือลดลงตามระดับของกิจกรรมการดำเนินงานของธุรกิจ

3.2.3 ต้นทุนผสม (Mixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่มีทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรผสมอยู่ร่วมกัน ตัวอย่างเช่น บจก. ABC เช่าเครื่องถ่ายเอกสารเพื่อใช้ในงานสำนักงาน โดยต้องเสียค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในอัตราเดือนละ 3,000 บาท และค่าถ่ายเอกสารต่างหากในอัตราแผ่นละ 0.25 บาท การเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในลักษณะนี้เป็นต้นทุนผสม เพราะมีต้นทุนคงที่คือค่าเช่า 3,000 บาทต่อเดือน และต้นทุนผันแปรคือค่าถ่ายเอกสาร 0.25 บาทต่อแผ่น ดังนั้นหากในเดือนพฤศจิกายน บจก. ABC

ถ่ายเอกสารจำนวนรวม 5,000 แผ่น จะต้องจ่ายค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสารรวมทั้งสิ้น 4,250 บาท ซึ่งมาจาก $3,000 + (5,000 \times 0.25)$

3.3 การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์

ในที่นี้จะกล่าวถึง ตัวอย่างการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 30-31) รายละเอียดดังนี้

3.3.1 ร้านนวดแผนไทย มีข้อมูลในรอบการดำเนินงานดังนี้

ค่าแรงงานพนักงานนวด	75,000 บาท
ค่าสมุนไพรที่ใช้สำหรับนวด	25,000 บาท
ค่าสาธารณูปโภคส่วนงานนวด	12,000 บาท
ค่าสาธารณูปโภคส่วนงานสำนักงาน	3,000 บาท
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	2,500 บาท
เงินเดือนผู้จัดการทั่วไป	30,000 บาท
ค่าลูกประคบสมุนไพร	7,500 บาท
ค่าเสื่อมราคา-เตียงนวด	12,500 บาท
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน	4,200 บาท
ลูกค้ามาใช้บริการ	1,000 คน

ดังนั้น ร้านนวดแผนไทย มีต้นทุนผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 132,000 บาท (ค่าแรงงานพนักงานนวด 75,000 บาท + ค่าสมุนไพรที่ใช้สำหรับนวด 25,000 บาท + ค่าสาธารณูปโภคส่วนงานนวด 12,000 บาท + ค่าลูกประคบสมุนไพร 7,500 บาท + ค่าเสื่อมราคา-เตียงนวด 12,500 บาท) และมีต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย เท่ากับ 132 บาท (ต้นทุนผลิตภัณฑ์ 132,000 บาท ÷ 1,000 คน)

3.3.2 ร้านหมวกเขียว-ทอง เป็นธุรกิจซื้อหมวกมาเพื่อปรับปรุงและจำหน่าย โดยมีข้อมูลในการซื้อหมวกดังนี้

ซื้อหมวกมา 100 ใบ ราคาใบละ 100 บาท เป็นเงิน	10,000 บาท
จ่ายค่าขนส่งในการซื้อหมวก	300 บาท
ส่งคืนหมวกเนื่องจากผิดแบบ 10 ใบ	
นำหมวกที่เหลือไปปักลาย จ่ายเงินไป	1,000 บาท
ซื้อกล่องใส่หมวกจำนวน 2 แพ็ค แพ็คละ 720 บาท เป็นเงิน	1,440 บาท
(1 แพ็ค มีจำนวน 60 กล่อง)	

ดังนั้น ร้านหมวกเขียว-ทอง มีต้นทุนผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 11,380 บาท (ซื้อหมวกมา 10,000 บาท + ค่าขนส่ง 300 บาท - ส่งคืนหมวก 1,000 บาท + ปักลาย 1,000 บาท + กล่องใส่หมวก 1,080 บาท) และมีต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย เท่ากับ 126.44 บาท (ต้นทุนผลิตภัณฑ์ 11,380 บาท ÷ 90 ใบ)

4. การกำหนดราคาขาย

การกำหนดราคา (Pricing) เป็นการกำหนดมูลค่าของสินค้าและบริการที่เป็นจำนวนเงินที่จะได้รับจากลูกค้า ซึ่งควรเป็นราคาที่เหมาะสมกับบรรดaprะโยชน์ที่ลูกค้าจะต้องได้รับ โดยที่ปัจจัยในการกำหนดราคา ได้แก่ 1) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร 2) ต้นทุนที่เกิดขึ้นของสินค้าและบริการ 3) ราคาตลาดของสินค้าและบริการ 4) ประเภทของลูกค้า 5) คู่แข่งขัน 6) เศรษฐกิจที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของลูกค้า และ 7) กฎหมาย (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 44-45)

การกำหนดราคา แบ่งออกเป็น 3 วิธี ได้แก่ การกำหนดราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่ม การกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมาย และการกำหนดราคาตามกำไรที่ต้องการ

4.1 การกำหนดราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่ม

การกำหนดราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่ม (Markup Pricing) เป็นการกำหนดราคาอย่างง่าย การกำหนดราคาวิธีนี้ จะใช้การบวกส่วนเพิ่มเข้ากับต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย โดยจะต้องทราบถึง 1) ต้นทุนคงที่ 2) ต้นทุนผันแปร 3) ยอดขายที่คาดการณ์ (Expected Sales) และ 4) ส่วนเพิ่มที่ต้องการ หรือส่วนเพิ่มที่กำหนดไว้ (Specified Markup) (ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช และกัลย์ บินเกษร, 2567) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

กำหนดให้

ต้นทุนคงที่	=	400,000 บาท
ต้นทุนผันแปร	=	50 บาทต่อหน่วย
ยอดขายที่คาดการณ์	=	10,000 หน่วย
ส่วนเพิ่มที่ต้องการ	=	10 เปอร์เซ็นต์

คำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย ได้จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่} + \text{ต้นทุนผันแปร}}{\text{ยอดขายที่คาดการณ์}} \\ &= \frac{400,000 + 50}{10,000} \\ &= 90 \text{ บาท} \end{aligned}$$

คำนวณราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่ม ได้จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ราคาบวกส่วนเพิ่ม} &= \frac{\text{ต้นทุนต่อหน่วย}}{1 - \text{ส่วนเพิ่มที่ต้องการ}} \\ &= \frac{90}{1 - 0.10} \\ &= 100 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ดังนั้นการกำหนดราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่มครั้งนี้จึงเท่ากับ 100 บาท จะเห็นได้ว่าการกำหนดราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่มนี้เป็นวิธีที่ง่ายในการคำนวณ แต่มีข้อด้อยคือไม่ได้คำนึงถึงสถานะทางการแข่งขัน และความต้องการของลูกค้า (ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิชย์ และกัลย์ ปิ่นเกษร, 2567)

4.2 การกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมาย

การกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมาย (Target Return Pricing) องค์กรจะกำหนดเป้าหมายของผลตอบแทนที่ต้องการ แล้วจึงกำหนดราคาที่ทำให้ได้ตามเป้าหมาย (ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิชย์ และกัลย์ ปิ่นเกษร, 2567) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

กำหนดให้

การลงทุนทั้งหมด	=	500,000 บาท
ผลตอบแทนเป้าหมาย	=	20 เปอร์เซ็นต์
ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย	=	60 บาท
ยอดขายที่คาดการณ์	=	10,000 หน่วย

คำนวณราคาตามผลตอบแทนเป้าหมาย ได้จากสูตร

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{ผลตอบแทนที่ต้องการ} \times \text{การลงทุนทั้งหมด} + \text{ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย}}{\text{ยอดขายที่คาดการณ์}} \\
 &= \frac{0.20 \times 500,000 + 60}{10,000} \\
 &= 70 \text{ บาท}
 \end{aligned}$$

ดังนั้นการกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมายครั้งนี้จึงเท่ากับ 70 บาท การกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมายมีข้อดีหลายประการ เช่น องค์กรจะบรรลุผลตอบแทนที่ต้องการ ถ้ายอดขายที่คาดการณ์และต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยเป็นไปตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้การกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมายยังสามารถเปลี่ยนแปลงราคาได้ง่าย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนที่ต้องการ และยอดขายที่คาดการณ์ โดยยังคงสามารถบรรลุตามผลตอบแทนที่ต้องการได้ อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของการกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมายนี้คล้ายคลึงกับข้อจำกัดของการกำหนดราคาตามต้นทุนบวกส่วนเพิ่ม นั่นคือการไม่คำนึงถึงสถานะทางการแข่งขัน และความต้องการของลูกค้าในการกำหนดราคา เพราะการกำหนดราคาตามผลตอบแทนเป้าหมายนี้ จะคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรมากกว่าความต้องการของลูกค้าและตลาด (ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิชย์ และกัลย์ ปิ่นเกษร, 2567)

4.3 การกำหนดราคาตามกำไรที่ต้องการ

การกำหนดราคาตามกำไรที่ต้องการ เป็นการกำหนดราคาขายสินค้าและบริการจากกำไรที่องค์กรต้องการ (ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 56) การกำหนดราคาตามกำไรที่ต้องการนี้ องค์กร

จะต้องทราบถึง 1) ต้นทุนรวมต่อหน่วย และ 2) กำไรที่ต้องการต่อหน่วย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ โดยมีสูตรในการกำหนดราคาตามกำไรที่ต้องการดังนี้

$$\text{ราคาขายต่อหน่วย} = \text{ต้นทุนรวมต่อหน่วย} + \text{กำไรที่ต้องการต่อหน่วย}$$

ดังนั้น หากองค์การผลิตสินค้า A มีต้นทุนรวมต่อหน่วยเท่ากับ 180 บาท และต้องการกำไรหน่วยละ 70 บาท การกำหนดราคาตามกำไรที่ต้องการจึงเท่ากับ 250 บาทต่อหน่วย ($180+70 = 250$)

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม

5.1 ประโยชน์ที่ผู้รับทุนได้รับ

5.1.1 มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้น สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาถ่ายทอดให้กับนักศึกษาในการสอนเสริมแบบเก็บคะแนนแผน ก2 ได้

5.1.2 สามารถนำทักษะและความรู้เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายสินค้า มาปรับปรุงชุดวิชา 30210 หลักการตลาดและการจัดการการดำเนินงาน ให้ทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

หมายเหตุ : ณ วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2567 ได้มีการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาปรับปรุงชุดวิชา 30210 หลักการตลาดและการจัดการการดำเนินงาน (หน่วยที่ 6 ราคา) ประจำภาคการศึกษาที่ 2/2566 เรียบร้อยแล้ว

5.2 ประโยชน์ที่มหาวิทยาลัยได้รับ

5.2.1 เกิดการพัฒนาการศึกษาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

5.2.2 เกิดพัฒนาความเข้มแข็ง และความทันสมัยทางวิชาการ

หมายเหตุ : ณ วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2567 ได้มีการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ใน Blogs สาขาวิชาวิทยาการจัดการ จำนวน 5 Blogs เรียบร้อยแล้ว

6. ข้อเสนอแนะ

สภาพแวดล้อมของการฝึกอบรมที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ดังจะเห็นได้จากสภาพแวดล้อมโดยรอบของการฝึกอบรมครั้งนี้ ตัวอย่างเช่น การมีลานจอดรถที่เพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ส่วนห้อง 27304 ที่ใช้สำหรับการฝึกอบรมก็มีบรรยากาศดี เย็นสบาย สะอาด มองแล้วสบายตา มีแสงสว่างที่เพียงพอ และมีห้องน้ำที่สะอาดไม่มีกลิ่นรบกวน ด้านวิทยากรนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรและเนื้อหาเชิงลึกที่เกี่ยวข้องได้ ส่วนบุคลากรสายสนับสนุนก็มีความรู้และความเข้าใจในขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของตน และมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (Service Mind) ดังนั้นหากมีการจัดหลักสูตรการฝึกอบรมทั้งแบบ

In-House Training และ Public Training หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดฝึกอบรมควรให้ความสำคัญ
กับสภาพแวดล้อมของการฝึกอบรม วิทยากร และบุคลากรฝ่ายสนับสนุน

บรรณานุกรม

- ธัญญรัตน์ วศวรรณวัฒน์. (2561). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุน. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการบัญชีต้นทุนและการบัญชีเพื่อการจัดการ (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 4, หน่วยที่ 1, น. 1-1 - 1-48).
นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช และกัลย์ ปิ่นเกษร. (2567). ราคา. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการตลาดและการจัดการการค้าเนืองาน (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2, หน่วยที่ 6). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์. (2567). การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคาขาย [อัดสำเนา].
เอกสารประกอบการฝึกอบรม หลักสูตรการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคาขาย
รุ่นที่ 2. ชลบุรี: ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2567). หลักสูตรฝึกอบรม
ประจำปี 2567 ศูนย์บูรณาการทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ UPSKILL RESKILL [แผ่นพับ].

ภาคผนวก

กิจกรรมเผยแพร่ความรู้ใน Blogs สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์

สาขาวิชา
วิทยาการจัดการ
School of Management Science

หน้าแรก ข้อมูลสาขาวิชา บุคลากร หลักสูตร วารสารการจัดการ โครงการความร่วมมือ ธุรกรรมรางวัลในมนุษย์

ประกันคุณภาพการศึกษา ติดต่อเรา

ต้นทุน : แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ (EP. 1)

kalpin - 12/03/2024 - อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษ

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costs) หรือต้นทุนการผลิต (Manufacturing Costs) คือรายจ่าย หรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไป เพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ (Product) โดยที่ผลิตภัณฑ์นี้จะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์แก่องค์กรในอนาคต (ประโยชน์ สวัสดิ์ธรรม, 2567: น. 11) ในบริบทขององค์การธุรกิจ และการจัดการการดำเนินงาน (Operations Management: OM) นั้นแบ่งผลิตภัณฑ์ (Product) ออกเป็น 2 ประเภท ตามเกณฑ์คุณสมบัติ ได้แก่ สินค้า (Goods) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้...

การเปลี่ยนแปลงของรายงานประจำปี

Archives

March 2024

November 2023

October 2023

September 2023

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์

สาขาวิชา
วิทยาการจัดการ
School of Management Science

หน้าแรก ข้อมูลสาขาวิชา บุคลากร หลักสูตร วารสารการจัดการ โครงการความร่วมมือ ธุรกรรมรางวัลในมนุษย์

ประกันคุณภาพการศึกษา ติดต่อเรา

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : จำแนกประเภทตามหน้าที่ (EP. 2)

kalpin - 12/03/2024 - อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษ

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : จำแนกประเภทตามหน้าที่ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costs) คือรายจ่าย หรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไป เพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ ต้นทุนผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามหน้าที่ ได้แก่ ต้นทุนผลิต และต้นทุนที่ไม่เกี่ยวกับต้นทุนผลิต (ประโยชน์ สวัสดิ์ธรรม, 2567: น. 11) ต้นทุนผลิต (Cost of Manufacturing) หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ (ประโยชน์ สวัสดิ์ธรรม, 2567: น. 11)...

Search

Recent Posts

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

ความเป็นมาของการกำกับดูแลกิจการ

ความยั่งยืนในแบบการบัญชี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วิทยาการจัดการ
School of Management Science

หน้าแรก ข้อมูลสาขาวิชา บุคลากร หลักสูตร วารสารการจัดการ โครงการความร่วมมือ ธรรมนูญการวิจัยในมนุษย์

ประกันคุณภาพการศึกษา ติดต่อเรา

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : จำแนกประเภทตามพฤติกรรมของต้นทุน (EP. 3)

kalpin - 12/03/2024 - อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : จำแนกประเภทตามพฤติกรรมของต้นทุนต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Costs) คือรายจ่าย หรือทรัพยากรที่ถูกใช้ไป เพื่อก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ ต้นทุนผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามพฤติกรรมของต้นทุน (Cost Behavior) ได้แก่ 1) ต้นทุนคงที่ 2) ต้นทุนผันแปร และ 3) ต้นทุนผสม (ประเภทยก สวิสดีเรียน, 2567: น. 34) ต้นทุนคงที่มีนักวิชาการได้ให้ความหมาย หรือคำจำกัดความของ "ต้นทุนคงที่" (Fixed...

Continue Reading >

- February 2023
- January 2023
- November 2022
- September 2022
- August 2022
- June 2022
- May 2022

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วิทยาการจัดการ
School of Management Science

หน้าแรก ข้อมูลสาขาวิชา บุคลากร หลักสูตร วารสารการจัดการ โครงการความร่วมมือ ธรรมนูญการวิจัยในมนุษย์

ประกันคุณภาพการศึกษา ติดต่อเรา

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : ทดสอบการจำแนกประเภทของต้นทุน (EP. 4)

kalpin - 12/03/2024 - อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร

เมื่อนักศึกษาได้เรียนรู้แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ (EP. 1) ประเภทของต้นทุนผลิตภัณฑ์จำแนกตามหน้าที่ (EP. 2) และประเภทของต้นทุนผลิตภัณฑ์จำแนกตามพฤติกรรมของต้นทุน (EP. 3) มาพอสมควรแล้ว สำหรับใน EP. 4 นี้ เราจะมาลองฝึกแยกประเภทของต้นทุนจากรายการต่างๆที่กำหนดให้ โดยที่ใน 1 รายการนั้น สามารถเป็นได้ทั้ง 1) ต้นทุนผลิตภัณฑ์จำแนกตามหน้าที่ และ 2) ต้นทุนผลิตภัณฑ์จำแนกตามพฤติกรรมของต้นทุน โดยมีรายละเอียดดังนี้. ทนผลิตภัณฑ์จำแนกตามหน้าที่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1...

การเปลี่ยนแปลงของรายงานประจำปี

- Archives
- March 2024
- November 2023
- October 2023
- September 2023

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สาขาวิชา
วิทยาการจัดการ
 School of Management Science

หน้าแรก ข้อมูลสาขาวิชา บุคลากร หลักสูตร วารสารการจัดการ โครงการความร่วมมือ ธรรมเนียมการวิจัยในมนุษย์
 ประเด็นคุณภาพการศึกษา ติดต่อเรา

ต้นทุนผลิตภัณฑ์ : การคำนวณ (EP. 5)

kalpin - 12/03/2024 - อาจารย์ ดร.กัลย์ ปิ่นเกษร

เมื่อนักศึกษาได้เรียนรู้อะไรเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์ (EP. 1) ประเภทของต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่จำแนกตามหน้าที่ (EP. 2) ประเภทของต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่จำแนกตามพฤติกรรมของต้นทุน (EP. 3) และได้ฝึกจำแนกประเภทของต้นทุน (EP. 4) แล้ว สำหรับใน EP. 5 นี้ เราจะมาคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ และต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย จากโจทย์ที่กำหนดให้ดังนี้ (ประ:โพธิศ สวัสดิ์รัมย์, 2567: น. 30-31)ข้อ 1 ร้านมวดแผนไทย มีข้อมูลในรอบการดำเนินงานจนถึงค่าแรงงานพนักงานมวด 75,000 บาทค่าสนุปรื้อที่ใช้สำหรับมวด...

Continue Reading >

Type here to search

19:43
30/3/2567

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

ขอมอบประกาศนียบัตรฉบับนี้เพื่อแสดงความ

นายกฤษฎ์ ปนเกษร

ได้ผ่านการฝึกอบรม

หลักสูตร การคำนวณต้นทุน และการกำหนดราคาขาย รุ่นที่ 2

(จำนวน 6 ชั่วโมง)

ณ วันที่ 2 มีนาคม 2567



ดร.จุมพฏ บรรราช
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ