



ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

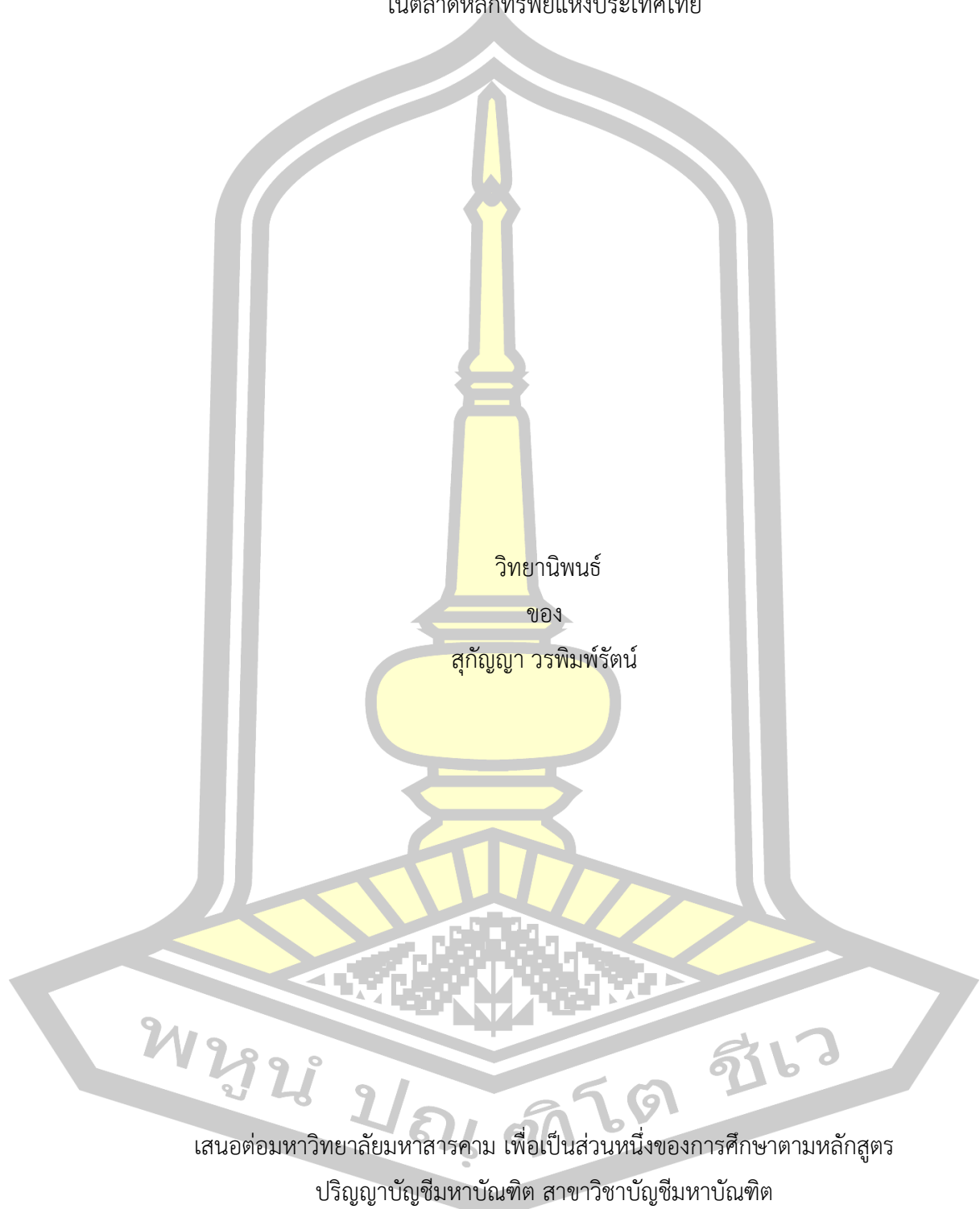
วิทยานิพนธ์
ของ
สุกัญญา วรพิมพ์รัตน์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชีมหาบัณฑิต

มิถุนายน 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



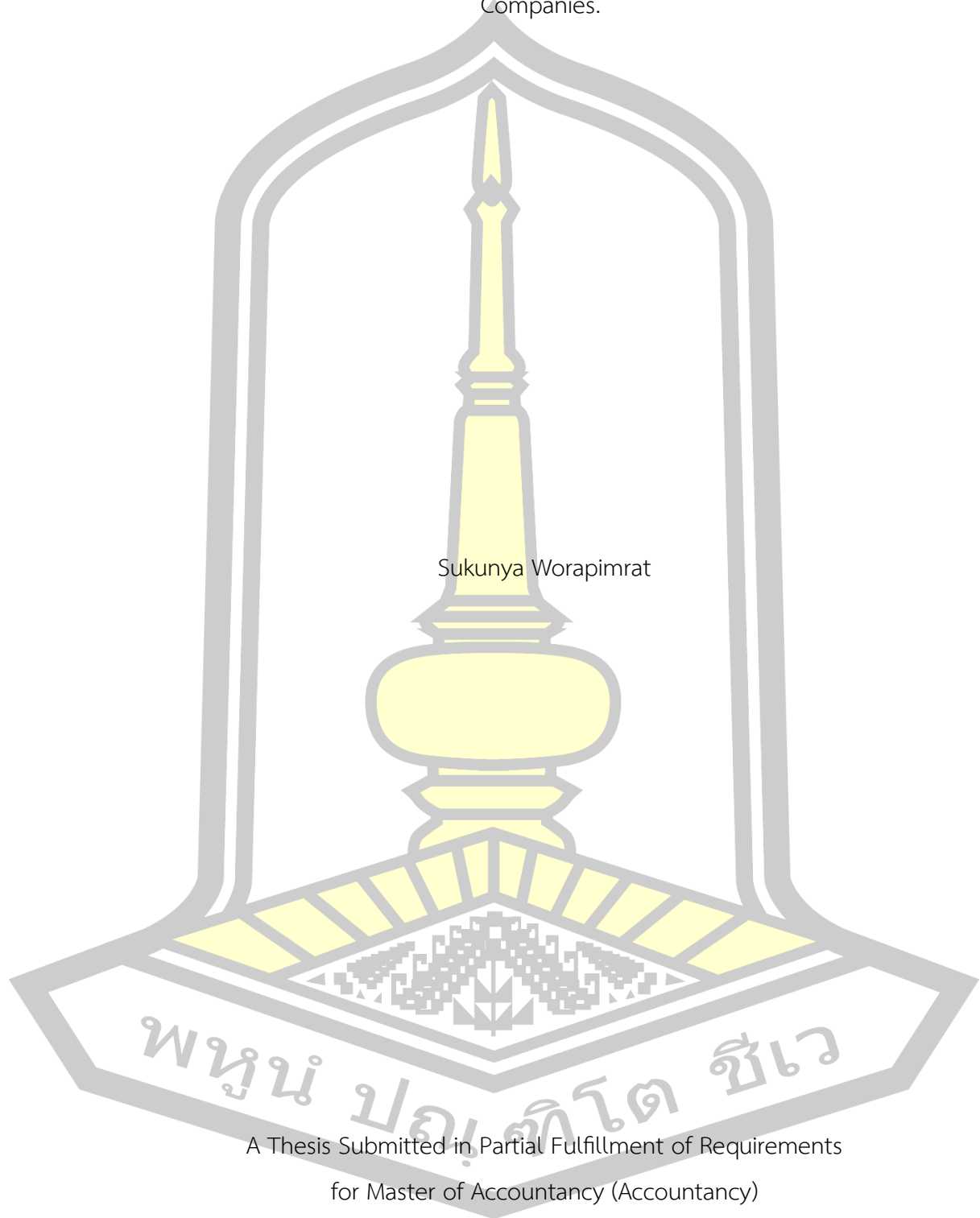
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชีมหาบัณฑิต

มิถุนายน 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Impact of Cost Accounting Strategic on Competitive Advantage of Thai Listed Companies.

Sukunya Worapimrat



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Accountancy (Accountancy)

June 2024

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสุกัญญา วรพิมพ์รัตน์
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี
มหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. ณัฐวงศ์ พูนพล)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รศ. ดร. สุวรรณ หวังเจริญเดช)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. อัครวิชัย รอบคอบ)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(รศ. ดร. อุเทน เลาน้ำทา)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชีมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....
(อ. ดร. ชลธิชา ธรรมวิญญู)

คณบดีคณะการบัญชีและการจัดการ

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย		
ผู้วิจัย	สุกัญญา วรพิมพ์รัตน์		
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณ หวังเจริญเดช		
ปริญญา	บัญชีมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	บัญชีมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2567

บทคัดย่อ

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานที่มีความสำคัญสามารถนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนที่เป็นระบบ การบริหารจัดการต้นทุนการผลิต ส่งผลให้มีการวางแผนการดำเนินงานและกระบวนการผลิต ปรับปรุงและพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความความได้เปรียบทางการแข่งขันและศักยภาพทางการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน ส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่ดีระยะยาว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 217 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ F - ทดสอบ (ANOVA และ (แก๊ไข) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า และผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม

ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมและเป็นราย

ด้าน ไม่แตกต่างกัน ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม และเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม 2) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม 3) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม 4) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม 5) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงควรใช้ข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ในการบริหารต้นทุนขององค์กร ส่งเสริมพัฒนางานเกี่ยวกับ การวางแผน การจัดเตรียม การวิเคราะห์ กำหนด และตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนของสินค้าหรือบริการ โดยใช้ข้อมูลต้นทุนการบัญชีเชิงกลยุทธ์มาเพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารที่เหนือกว่า เพื่อบริหารจัดการควบคุมลดต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ เกิดความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร ส่งผลการบริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์จึงเป็นตัวแปรสำคัญและมีปัจจัยหลักสามารถสะท้อนถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งที่เป็นการเงินและไม่ใช้การเงินได้เป็นอย่างดี เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อประโยชน์สูงสุดกับการดำเนินธุรกิจ

คำสำคัญ : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

TITLE	The Impact of Cost Accounting Strategic on Competitive Advantage of Thai Listed Companies.		
AUTHOR	Sukunya Worapimrat		
ADVISORS	Associate Professor Suwan Wangcharoendate , Ph.D.		
DEGREE	Master of Accountancy	MAJOR	Accountancy
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2024

ABSTRACT

Cost Accounting Strategic is an important administrative tool that matters. Data can be used to analyze systematic cost data. Production Cost Management This results in operational and production process planning. Improve and develop efficient production of goods and services and determine an efficient and effective competitive position. This creates a competitive advantage and sustainable competitiveness for the organization. As a result, the organization has good long-term performance and results. Therefore, the researcher studied the impact of oriented cost accounting. Strategies towards the competitive advantage of businesses listed on the Stock Exchange of Thailand The data was collected from business executives listed on the Stock Exchange of Thailand. amount 217 and use questionnaires as a tool to collect data. Statistics used for data analysis include: F - Test (ANOVA and (edit) Multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The results showed that: Business executives of Thai-listed companies have opinions on overall and individual strategic cost accounting at a considerable level, namely Activity Based Management, Attribute Costing, Product Life Cycle Costing, Quality Costing, Target Costing, and Value Chain Costing. Also, Business executives of Thai Listed Companies have an Opinion about having overall and individual Competitive Advantage is to a large extent, Cost Reduction. Differentiate and Niche or Focus.

Business executives of Thai Listed Companies with business type, operating capital, and duration of operation. Average annual revenue from operations and number of employees vary. There are also opinions about having cost accounting strategic overall and individually. It is no different. Business executives of Thai Listed Companies with business type, operating capital, and duration of operation. Average annual revenue from operations and number of employees vary. There are also opinions about having an overall and individual competitive advantage. It is no different.

From the analysis of relationships and impacts It was found that 1) Cost Accounting Strategic Activity Based Management There is a positive correlation and impact with the overall competitive advantage. differentiate and niche or focus. 2) Cost Accounting Strategic In terms of Attribute Costing, there is a positive correlation and impact with the overall competitive advantage and cost reduction. Differentiate and niche or focus. 3) Cost Accounting Strategic Quality Costing There is a positive correlation and impact with the overall competitive advantage cost reduction and niche or focus. 4) Cost Accounting Strategic Target Costing correlation and positive impact with niche or focus competitive advantage. 5) Cost Accounting Strategic Value Chain Costing has a positive relationship and impact with an overall competitive advantage and cost reduction. Differentiate and niche or focus.

Cost Accounting Strategic has a positive correlation and impact on the competitive advantage of Thai Listed Companies. Therefore, business persons of Thai Listed Companies. Therefore, the information obtained from this research should be applied to the cost management of strategic organizations. Promote the development of work on Planning, preparation, analysis set, and decide on the cost of goods or services. In the management and operations of the organization, strategic accounting cost data is used to determine superior management strategies. To manage, control, and reduce the cost of producing products and services. Achieve cost-effectiveness of resource utilization Resulting in efficient and effective organization management. Thus, Strategic cost accounting implies an important

variable and the main factors can reflect efficiency and effectiveness, both financial and non-financial. Help executives make appropriate business decisions. Gain competitive advantage and maximize benefits for business operations.

Keyword : Cost Accounting Strategic, Competitive Advantage, Thai Listed Companies



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่ง จากบุคคลทั้งหลาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ คำปรึกษาด้านต่าง ๆ และควบคุมคุณภาพวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำ และความรู้อันมีค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัย

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูลพล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศววิรัช ครอบคอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม และรองศาสตราจารย์ ดร.อุเทน เลาน้ำทา ที่ให้ความช่วยเหลือในการตรวจแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย ตลอดจนมอบความรู้ และให้คำแนะนำแนวทางด้านต่างๆจนงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่าน ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา ก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่าต่องานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา รวมทั้งพี่น้องและผู้มีพระคุณที่ให้การสนับสนุนทุกท่าน ผู้ซึ่งเป็นแรงกำลังใจ ทำให้การวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ขอขอบพระคุณเพื่อนนิสิตบัณฑิตยศึกษามหาบัณฑิต ที่เป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา รวมถึงเจ้าหน้าที่คณะกรรมการบัญชีและการจัดการทุกท่าน ที่ช่วยเหลือและให้การสนับสนุนการทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้

คุณค่าและ ประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่มีส่วนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิตซึ่งผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติสืบไป

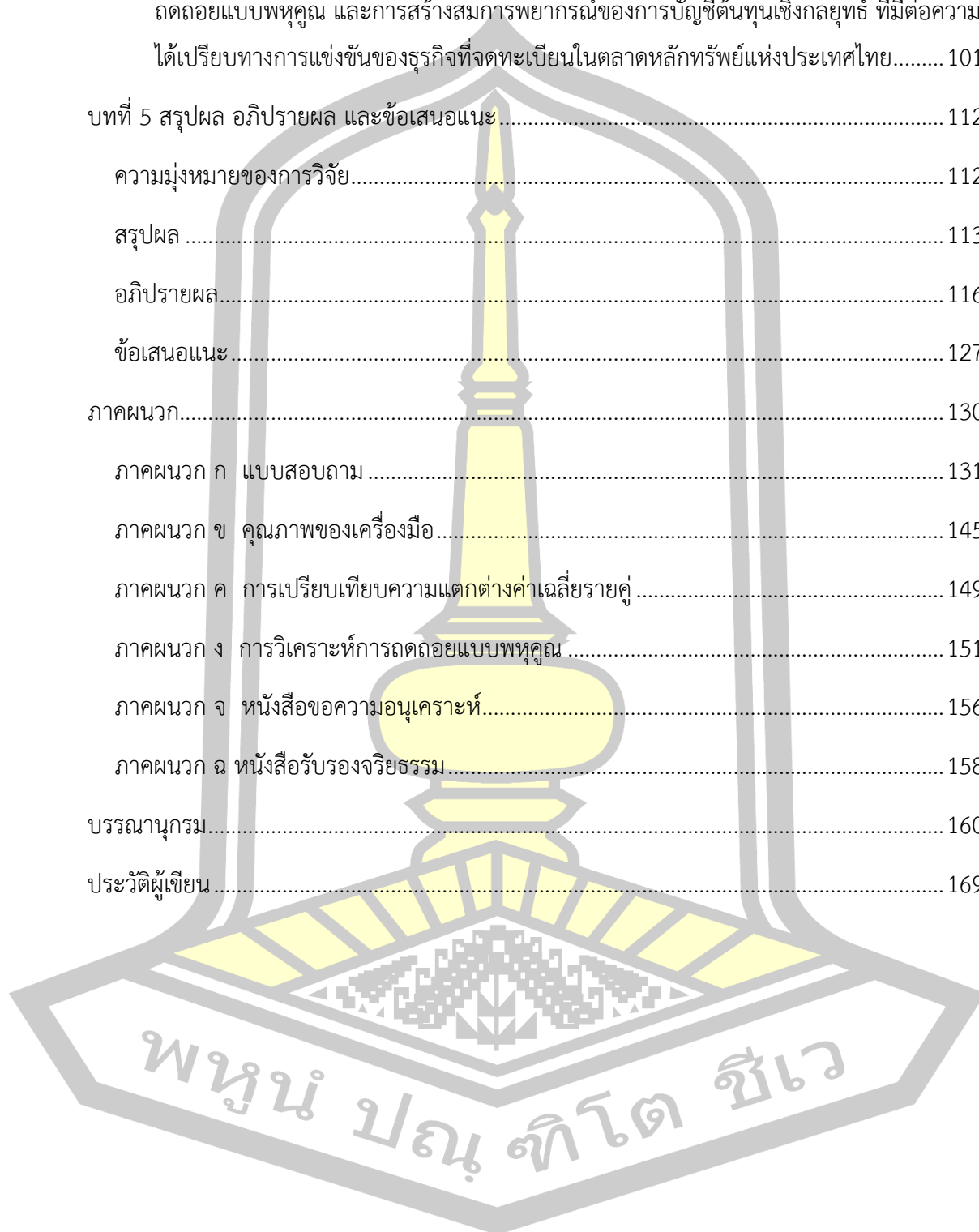
สุกัญญา วรพิมพ์รัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฌ
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญรูปภาพ.....	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	26
แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	56
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	57
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	62
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	63
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	65
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	66
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งปัจจุบัน	66
ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการ ดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน	68
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	71
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	84
ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการ ดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงานและจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน	90
ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จด ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่าง กัน	95

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	101
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	112
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	112
สรุปผล	113
อภิปรายผล.....	116
ข้อเสนอแนะ.....	127
ภาคผนวก.....	130
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	131
ภาคผนวก ข คุณภาพของเครื่องมือ.....	145
ภาคผนวก ค การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่.....	149
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ	151
ภาคผนวก จ หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	156
ภาคผนวก ฉ หนังสือรับรองจริยธรรม.....	158
บรรณานุกรม.....	160
ประวัติผู้เขียน.....	169



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	17
ตาราง 2 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	24
ตาราง 3 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่จดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	57
ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	66
ตาราง 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	68
ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	71
ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรมเป็นรายชื่อของ ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	72
ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะเป็นรายชื่อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	74
ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นรายชื่อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	76
ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ เป็นรายชื่อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	78
ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมายเป็นรายชื่อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	80
ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า เป็น รายชื่อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	82
ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน ของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	84

ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำเป็นรายข้อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	85
ตาราง 15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่างเป็นรายข้อของ ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	86
ตาราง 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่มเป็นรายข้อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	88
ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน (ANOVA).....	90
ตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน (MANOVA)	90
ตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA).....	91
ตาราง 20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)	91
ตาราง 21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA)	92
ตาราง 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านของธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)	92
ตาราง 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA) .	93
ตาราง 24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA) 93	
ตาราง 25 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ธุรกิจที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน (ANOVA).....	94

ตาราง 37 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	102
ตาราง 38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	103
ตาราง 39 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	104
ตาราง 40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	105
ตาราง 41 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความแตกต่าง ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	106
ตาราง 42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความแตกต่าง ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	108
ตาราง 43 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	109
ตาราง 44 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	110
ตาราง 45 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	146
ตาราง 46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน.....	150
ตาราง 47 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	152
ตาราง 48 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	153

ตาราง 49 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	154
--	-----

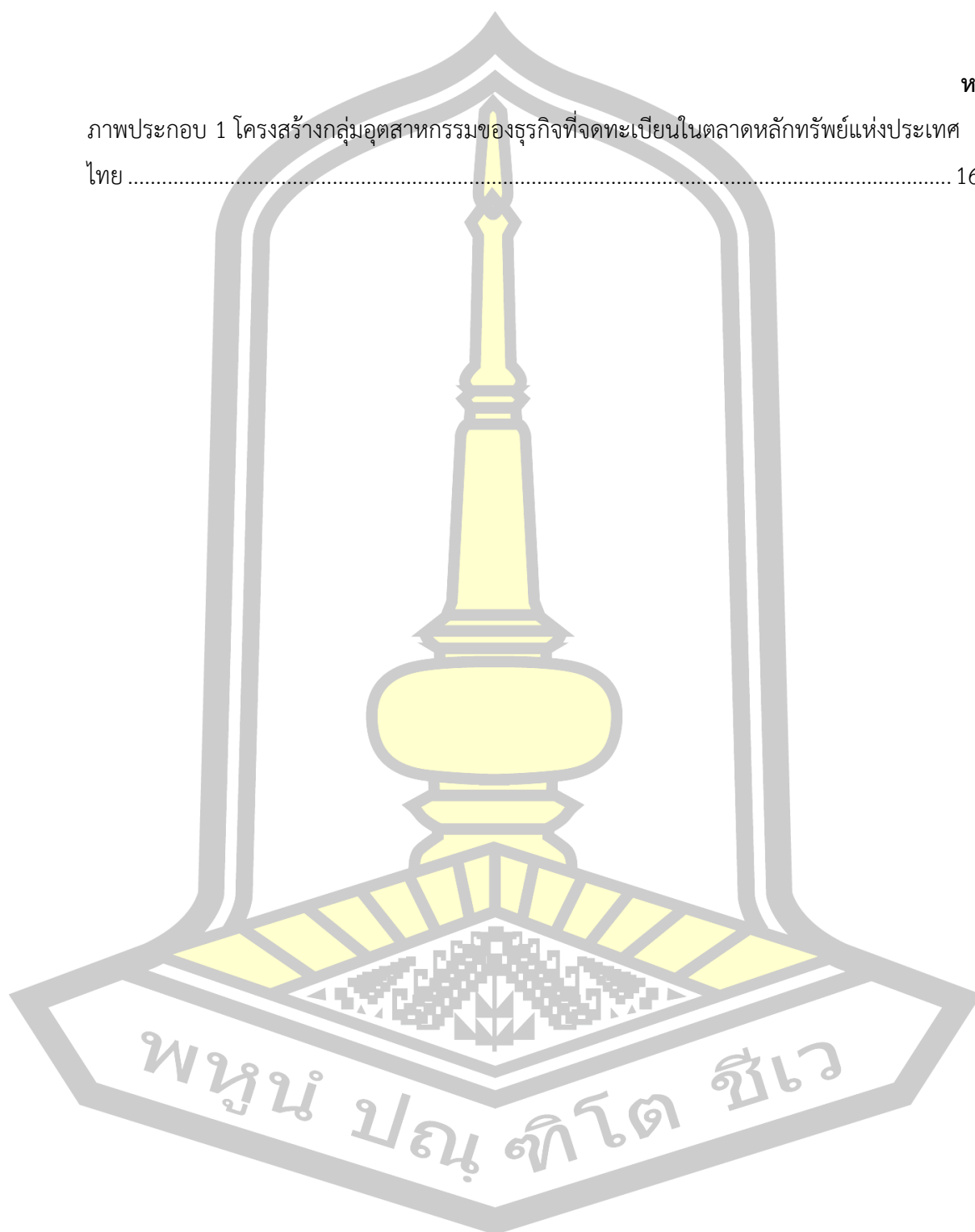
ตาราง 50 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	155
---	-----



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 16



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลกได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคมที่หลากหลาย การเมืองที่ยังไม่มั่นคง การเจริญเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัล สภาวะความรุนแรงของการแข่งขัน ความต้องการของลูกค้าและการตลาดการค้ามีความไม่แน่นอนเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการเปลี่ยนแปลงและผันผวนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีการเคลื่อนไหวและปรับเปลี่ยนอย่างรุนแรง รวมทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ได้สร้างความโกลาหลและทำให้เกิดปัญหาอย่างหนักต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมไปถึงวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนทั่วโลก ส่งผลกระทบให้เกิดเศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรง เกิดการชะลอตัวของการดำเนินธุรกิจ การปิดตัวลงของกิจการหลายกิจการ ส่งผลให้เกิดการเลิกจ้างงาน โดยทุกภาคส่วนได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว (สุนันทา สังขทัตน์, 2564 : 2-3) จากสภาวะการนี้องค์กรธุรกิจต้องมีการปรับตัวและปรับปรุงกระบวนการบริหารขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งเรื่องการนำกลยุทธ์ออกมาใช้เพื่อความอยู่รอด สร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนซึ่งเป็นประเด็นสำคัญหนึ่งที่องค์กรให้ความสนใจและเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยแสดงถึงผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างชัดเจน และเป็นวิธีการที่จะสามารถแข่งขันได้ในตลาดภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงเพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคการแข่งขันปัจจุบันให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นพิเศษ เนื่องจากความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (ฐิกานต์ สุริยะสาร, 2560: 138-151)

การบริหารองค์กรเชิงกลยุทธ์ องค์กรธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารองค์กร การจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม รวมทั้งการให้ข้อมูลบัญชีบริหารที่ถือว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารและผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและบริการรวมทั้งอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งภาคธุรกิจหลายอุตสาหกรรมมีการแข่งขันกันอย่างมาก ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ องค์กรส่วนใหญ่มักใช้การคำนวณต้นทุนการผลิตในรูปแบบดั้งเดิมที่ใช้วิธีคำนวณต้นทุนตามหมวดบัญชีการเงินและการคิดรวมต้นทุนที่เป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ซึ่งทำให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่เป็นข้อมูลสรุป โดยไม่ทราบถึงที่มาของการใช้ไปของต้นทุนที่แท้จริงอาจทำให้เกิดการตัดสินใจที่ล่าช้าไม่ทันต่อสภาพการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบัน (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557) ดังนั้นกลยุทธ์ (Strategy) ปัจจัยที่สำคัญที่องค์กรธุรกิจต้องใช้ศักยภาพ ความสามารถ ความรู้ และทรัพยากรจำนวนมาก เลือกใช้เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value-Added) หรือความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ด้วยสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนต่ำ คุณภาพสูง การเปลี่ยนระบบการผลิตแบบดั้งเดิมเป็น

รูปแบบกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง (Foster & Horngren, 1987) เพื่อสร้างโอกาสและส่งเสริมแนวทางการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้และทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง องค์กรอยู่รอดได้และยั่งยืนตลอดไป (Bhimani, 1994) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและเทคนิคการบริหารงานขององค์กรธุรกิจที่จำเป็นต้องสร้างพัฒนา และประยุกต์ใช้กลยุทธ์และการดำเนินงานที่มีศักยภาพ ในการสนับสนุน ส่งเสริมและผลักดันให้มีโอกาสทางการตลาดอยู่เสมอและเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน อีกปัจจัยสำคัญคือ “การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Cost Accounting Strategic)” เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่มีคุณค่าและประโยชน์ ซึ่งเป็นการวางแผน การจัดเตรียม วิเคราะห์ กำหนด และตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนสินค้า บริการ และการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร (Phornlaphatrachakorn, K., 2020: 309-321) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างโอกาสทางการแข่งขันกับคู่แข่งได้ทีเหนือกว่า เพิ่มโอกาสและการเติบโตของธุรกิจได้อย่างเด่นชัด ส่งผลให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว สร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจ และมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีอย่างยั่งยืน

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Cost Accounting Strategic) เป็นหัวใจสำคัญหรือวิธีการทางบัญชีบริหารที่ช่วยในการกำหนดการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์บริหารจัดการ โดยนำข้อมูลเชิงลึกทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทั้งข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินมาประยุกต์ใช้ ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นักบัญชีนำเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (Ussahawanitchakit, 2018) โดยกลยุทธ์ด้านบริหารและเทคนิคการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญดังกล่าวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 กลวิธี ได้แก่ การบริหารฐานกิจกรรม (Activity-Based-Management) (Phan *et al.*, 2014) การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) (Alsoboa *et al.*, 2015) การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) (Knauer & Möslang, 2018) การบัญชีต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) (ปฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมกิจ, 2560) การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) (Baharudin & Jusoh, 2019) และการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Costing) ดังนั้น เครื่องมือหรือเทคนิคการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ทั้ง 6 วิธีนี้ จะนำมาซึ่งการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ช่วยให้องค์กรบริหารจัดการต้นทุนและสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลลัพธ์การดำเนินงานสู่เป้าหมายความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 3 ประการดังนี้ ประการที่หนึ่ง ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่ง (Collection of Competitor Information) เช่น การวิเคราะห์ตลาดเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น ประการที่สอง การสร้างโอกาสและการใช้ประโยชน์ในการลดต้นทุน (Exploitation of Cost Reduction Opportunities) เช่น การวิเคราะห์ต้นทุนเชิงกลยุทธ์

ปัจจัยนำเข้าต้นทุนการผลิต เป็นต้น และประการที่สาม มุ่งเน้นของสำคัญของการบัญชีกับจุดแข่งขันเชิงกลยุทธ์ (Accounting Emphasis with Strategic Position) เช่น ความแตกต่าง ผู้นำด้านต้นทุน นวัตกรรม การดำเนินงาน ด้านบริหารและเทคนิค เป็นต้น (Hassan et al., 2011; Oyewo, 2021) ซึ่งลักษณะสำคัญดังกล่าว การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์จึงเป็นเทคนิคการบริหารต้นทุนที่สำคัญ จัดเตรียมและวางแผนแนวทาง กระบวนการ วิเคราะห์ปัจจัยและสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุน ปรับปรุงกระบวนการผลิต การเพิ่มความสามารถในการกำไรที่เพิ่มขึ้น สนับสนุน ส่งเสริม และเพิ่มศักยภาพในการตัดสินใจที่ดี ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและบรรลุเป้าหมายความสำเร็จอย่างยั่งยืน เป็นต้น

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นเครื่องมือหรือกลไกที่กิจการจะต้องสร้างศักยภาพและกลยุทธ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งจนทำให้กิจการสามารถผลิตสินค้าหรือเข้าถึงลูกค้าได้ในต้นทุนที่น้อยกว่า และสามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้กิจการผลิตสินค้าที่แตกต่างตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งก็ทำให้กิจการสามารถขายได้มากกว่าหรือทำกำไรได้มากกว่า และสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน (ชลิต ผลอินทร์หอม, 2563) ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันมีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลดต้นทุน (Cost Reduction) เป็นเทคนิคที่นำมาใช้เพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินการของกิจการเป็นไปอย่างประหยัดและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถขายสินค้าและบริการได้ในระดับราคาต่ำกว่าคู่แข่ง โดยการลดต้นทุนทางการจัดการ (Low – Cost Leadership) ซึ่งพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งคู่แข่งทางธุรกิจมาเป็นแนวทางในการลดต้นทุนทางการจัดการขององค์กร 2) ด้านความแตกต่าง (Differentiate) เป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าและบริการที่นำมาซึ่งเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ทั้งในกระบวนการทำงานของกิจการหรือสินค้าและบริการ และ 3) ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus) เป็นเทคนิคที่มีการพิจารณาทั้งลูกค้าผลิตภัณฑ์ และตลาดพร้อมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษาวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจและของอุตสาหกรรมนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารก่อนการตัดสินใจ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการส่งผลต่อเป้าหมายความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Michael E. Porter, 1985); (Mahdi et al., 2019)

กลุ่มธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความหลากหลายของรูปแบบธุรกิจและเป็นดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยจัดประเภทโครงสร้างเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรม 28 หมวดธุรกิจ อาทิ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro & Food Industry) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) กลุ่มธุรกิจการเงิน (Financials) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม (Industrials) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Property & Construction) กลุ่มทรัพยากร (Resources) กลุ่มธุรกิจ

บริการ (Services) และกลุ่มเทคโนโลยี (Technology) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564 : เว็บไซต์) ปัจจุบันธุรกิจทั้ง 8 กลุ่มอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก ผลกระทบจากเหตุการณ์ COVID-19 โดยเฉพาะในหมวดธุรกิจที่มีลูกค้า/Supply Chain ที่เกี่ยวข้องกับจีน อาทิ หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เป็นต้น สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อบริษัทจดทะเบียนในด้านต่างๆ ได้แก่ ผลประกอบการยอดขายหรือจำนวนลูกค้าลดลง รายได้ลดลงจากการปรับลดค่าบริการให้กับลูกค้า ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่งรวมทั้งค่าเชื้อเพลิง และค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการบริหารงานด้านอสังหาริมทรัพย์ การบริหารลูกค้าเพิ่มขึ้น คุณภาพลูกค้าแย่ลง การบริหารทรัพยากรบุคคลทั้งพนักงาน ลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัญหาการเข้าทำงานตามสถานที่ทำงาน (site) ทั้งในประเทศและประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมด้านการผลิตห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) บริษัทจดทะเบียนบางบริษัทเริ่มมีปัญหาด้านวัตถุดิบในกระบวนการผลิตโดยไม่สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้ (ที่มา : รายงานการวิจัย โดยฝ่ายวิจัย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563 : 1-2) ด้วยเหตุข้างต้นนี้ผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยจึงมีความจำเป็นต้องนำวิธีการหรือประยุกต์ใช้แนวทางการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทั้งการพัฒนาเทคโนโลยี พัฒนาบริหารทรัพยากร และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของธุรกิจ เนื่องจากการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นแนวทางการนำข้อมูลและการใช้ข้อมูลการบัญชีเพื่อการจัดการ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนในการพัฒนา ส่งเสริม ผลักดันให้ธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานทางธุรกิจทั้งกระบวนการผลิตสินค้าและบริการทำให้สินค้ามีคุณภาพ การลดต้นทุนการดำเนินงาน เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพิ่มยอดขาย สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและช่วยให้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจ ศึกษาผลกระทบการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของธุรกิจต่อไปได้และยังสามารถนำสารสนเทศที่ได้จากการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตและใช้สนับสนุนข้อมูลในการตัดสินใจของฝ่ายบริหารในการดำเนินงานธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจในอนาคตต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
5. เพื่อเปรียบเทียบการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน
6. เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงบริหารการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจประเภทเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. เพื่อเป็นข้อสนเทศในการนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารตามแนวทางการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และพัฒนาข้อมูลของการบริหารต้นทุนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. เพื่อเป็นแนวทางการบริหารโดยประยุกต์แนวทางการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
5. เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Cost Accounting Strategic) โดยประยุกต์จาก Baharudin & Juuso (2019); Knauer & Möslang (2018); Ussahawanitchakit (2018); Alsoboa และคณะ (2015) และ Phan และคณะ (2014) ประกอบด้วย

- 1.1 การบริหารฐานกิจกรรม (Activity-Based-Management)
- 1.2 การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing)
- 1.3 การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing)
- 1.4 การบัญชีต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing)
- 1.5 การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing)
- 1.6 การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Costing)

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยประยุกต์จาก Michael E. Porter (1980) และ ชลิต ผลอินทร์หอม (2563) ประกอบด้วย

- 2.1 ด้านลดต้นทุน (Cost Reduction)
- 2.2 ด้านความแตกต่าง (Differentiate)
- 2.3 ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 886 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566a: เว็บไซต์)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 269 ตัวอย่าง โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan 1986 โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

2. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. ระยะเวลาที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลวันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2566 - 20 มกราคม พ.ศ. 2567

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.1 กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

4.2 กลุ่มที่ 2 การเปรียบเทียบการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน

ตัวแปรตาม ได้แก่ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สมมติฐานในการวิจัย

1. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีการใช้การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ แตกต่างกัน

4. ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน แตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Cost Accounting Strategic) หมายถึง เทคนิคทางการบัญชีที่ช่วยสร้างระบบข้อมูลต้นทุนที่ดี นำข้อมูลต้นทุนที่มีคุณภาพและใช้ข้อมูลต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผน จัดเตรียม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนในการพัฒนา ส่งเสริม ผลักดันให้ธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานทางธุรกิจให้เป็นไปวัตถุประสงค์และช่วยให้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น พัฒนางค์กรให้มีศักยภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ประกอบกลวิธี 6 ด้าน คือ

1.1 การบริหารฐานกิจกรรม (Activity-Based-Management : ABM) หมายถึง วิธีการหรือกระบวนการที่เน้นการระบุกิจกรรม วิเคราะห์และประเมินกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยประยุกต์ใช้การบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรม เพื่อวิเคราะห์ระบบ วัฏจักร หรือปรับปรุง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2 การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) หมายถึง การบัญชีต้นทุนของสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะที่สามารถดึงดูดลูกค้า มุ่งเน้น ให้ความสนใจและพิจารณาสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน โดยต้นทุนได้ถูกกำหนดตามลักษณะของสินค้า ตรงความชอบความต้องการของลูกค้า

1.3 การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) หมายถึง การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงาน เป็นวิธีการที่เกี่ยวกับการบัญชีในระยะยาวและการดำเนินงานที่มุ่งเน้นตลาด เป็นกระบวนการการคำนวณต้นทุนของสินค้าตลอดวงจรชีวิตตั้งแต่การเข้าสู่ตลาดจนถึงสินค้าล้าสมัย โดยเริ่มต้นจากการออกแบบสินค้าหรือบริการจนถึงระดับการถดถอย มุ่งเน้นการรายงานต้นทุนในแต่ละช่วงการผลิตของวงจรชีวิตสินค้าหรือบริการ และติดตามประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละช่วง ช่วยในการวางแผน เปรียบเทียบในการจัดทำงบประมาณสำหรับสินค้าหรือบริการได้เป็นอย่างดี

1.4 การบัญชีต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) หมายถึง การคำนวณต้นทุนและการรายงานต้นทุนคุณภาพที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร เป็นวิธีที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตและขนาดทรัพยากรที่ให้องค์กรทราบถึงปัญหาและป้องกันปัญหาที่จะส่งผลในด้านคุณภาพการผลิตและสินค้า นำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต มาตรการตรวจสอบคุณภาพ การทดสอบและประเมินกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีประสิทธิภาพ

1.5 การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) หมายถึง วิธีการ กระบวนการ คำนวณต้นทุนเป้าหมายที่สำคัญในการบริหารต้นทุน การวางแผนสำหรับกิจกรรมการผลิตสินค้าและ เป็นเครื่องมือในการควบคุมกระบวนการออกแบบและพัฒนาสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.6 การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Costing) หมายถึง วิธีการ กระบวนการในการปันส่วนต้นทุนที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมขององค์กรที่เชื่อมโยงห่วงโซ่ของ กิจกรรมที่สร้างมูลค่าทั้งหมดเข้าด้วยกันกับการผลิตสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสินค้า และการพัฒนาสินค้า จนถึงการจัดจำหน่ายและการส่งมอบสินค้า เริ่มตั้งแต่ การจัดซื้อ การผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย และการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ลูกค้า

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความได้เปรียบที่ ธุรกิจมีเหนือคู่แข่งจนทำให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าหรือเข้าถึงลูกค้าได้ในต้นทุนที่น้อยกว่า เป็นผู้นำ ด้านต้นทุน มุ่งเน้นเฉพาะจุดด้านต้นทุนต่ำ และสามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้องค์กรผลิต สินค้าที่แตกต่าง ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่า คู่แข่งขัน ซึ่งก็ทำให้ธุรกิจสามารถขายได้มากกว่าหรือทำกำไรได้มากกว่า ซึ่งความได้เปรียบทางการ แข่งขันของธุรกิจ ที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมายความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

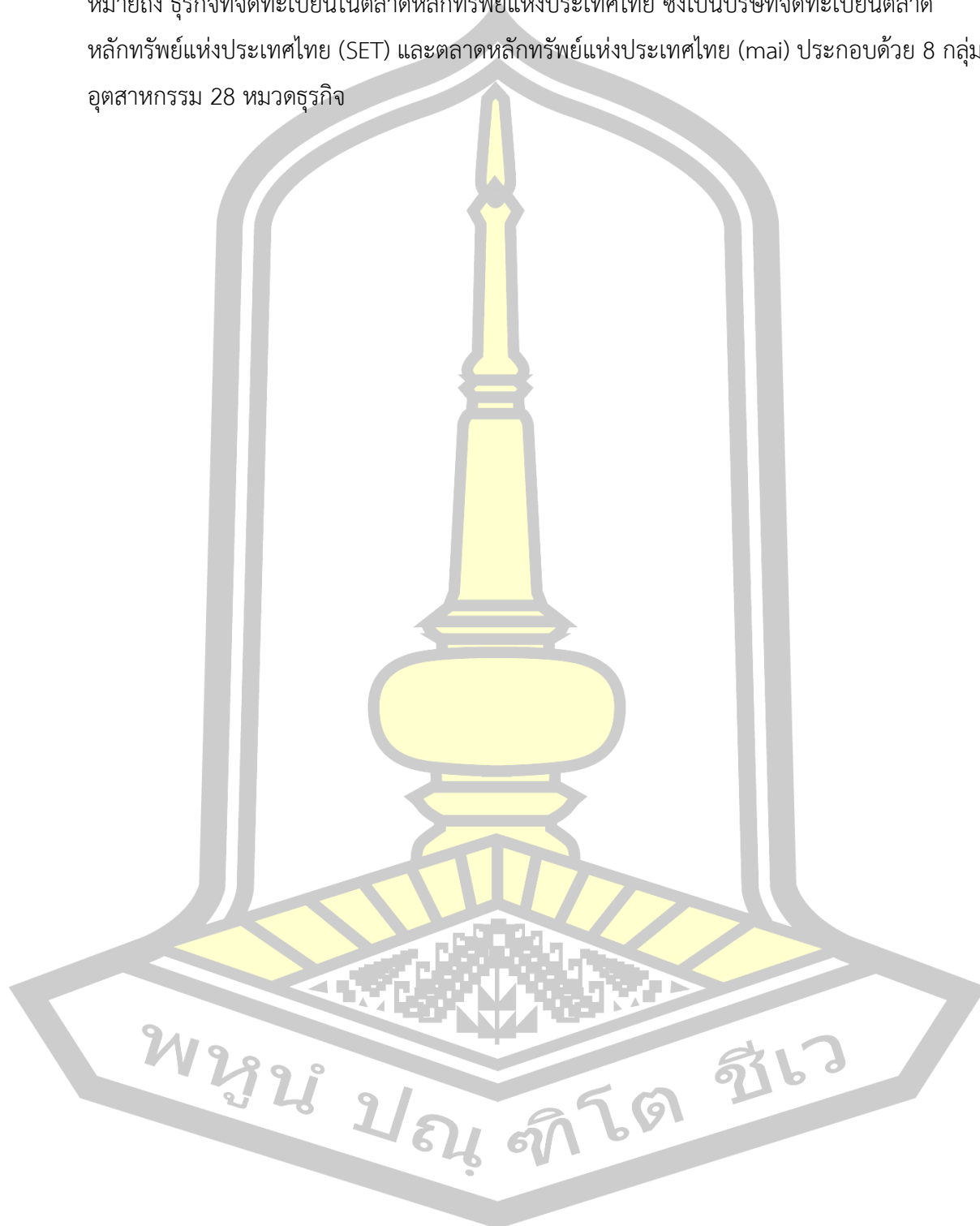
2.1 ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (Cost Reduction) หมายถึง เทคนิคการลดต้นทุน บริษัททำให้ต้นทุนในการทำงานนั้นลดลง ซึ่งต้นทุนในที่นี้คือเงินหรือทรัพยากรที่สูงสูญเสียไปในการผลิต หรือการให้บริการ โดยที่ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับส่วนอื่นได้ ในส่วนของต้นทุนสำหรับการผลิต หรือการบริการนั้น จะสามารถแยกออกเป็นต้นทุนจากกิจกรรมในหลายๆ ส่วน และสามารถแบ่ง ออกเป็น ต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผัน รวมไปถึงต้นทุนแอบแฝง

2.2 ด้านความแตกต่าง (Differentiate) หมายถึง ธุรกิจแสวงหาข้อได้เปรียบในการ แข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือการบริการในลักษณะที่ไม่เหมือนใคร เพื่อให้เกิด คุณค่าที่สูงขึ้นกับลูกค้าและความแตกต่างนี้ต้องทำให้ผู้ซื้ออยากใช้ผลิตภัณฑ์นั้น และยินดีจะจ่ายซื้อ ผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

2.3 ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus) หมายถึง กลยุทธ์ที่เน้นการทำต้นทุนให้ ต่ำในตลาดเฉพาะจุดหรือเฉพาะกลุ่ม องค์กรไม่จำเป็นต้องเสนอราคาต่ำที่สุดในตลาดโดยรวม แค่ ราคาที่เสนอต่ำกว่าคู่แข่งในพื้นที่การแข่งขันของตนก็เพียงพอ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า เฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กและมีความต้องการเป็นพิเศษ (Niche market) หรือลูกค้า ที่มีศักยภาพ และองค์กรสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายที่เลือก และสร้าง ความพึงพอใจและความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการในตลาดให้มากกว่าคู่แข่ง

3. ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Thai Listed Companies)

หมายถึง ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (mai) ประกอบด้วย 8 กลุ่มอุตสาหกรรม 28 หมวดธุรกิจ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. ความเป็นมาของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยตลาดทุนไทยยุคใหม่มีจุดเริ่มต้นจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) เพื่อรองรับการเติบโตและส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ต่อมา แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ได้เสนอให้มีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบขึ้นเป็นครั้งแรก “โดยเน้นให้มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งระดมเงินทุน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ” ซึ่งพัฒนาการของตลาดทุนของไทยในยุคใหม่นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ยุคเริ่มจาก “ตลาดหุ้นกรุงเทพ” (Bangkok Stock Exchange) ซึ่งเป็นองค์กรเอกชน และต่อมาเป็น “ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” ภายใต้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “The Securities Exchange of Thailand (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์)

โดยในปี พ.ศ. 2505 เริ่มจัดตั้งตลาดหุ้นของไทยในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2505 ในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยในปีต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น “ตลาดหุ้นกรุงเทพ” (Bangkok Stock Exchange) ถึงแม้ว่าจะมีพื้นฐานในการจัดตั้งที่ดีการซื้อขายหุ้นในตลาดหุ้นกรุงเทพก็ไม่ได้ได้รับความสนใจมากนัก มูลค่าการซื้อขายมีเพียง 160 ล้านบาทในปี พ.ศ.2511 และ 114 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2512 การซื้อขายมีปริมาณลดลงเป็น 46 ล้านบาทในปี พ.ศ.2513 และลดลง

เหลือ 28 ล้านบาทในปี พ.ศ.2514 การซื้อขายหุ้นกู้มีมูลค่าถึง 87 ล้านบาทในปี พ.ศ.2515 แต่การซื้อขายหุ้นก็ยังคงไม่เป็นที่สนใจ โดยมูลค่าการซื้อขายหุ้นที่ต่ำสุดมีเพียง 26 ล้านบาทเท่านั้น และในที่สุดตลาดหุ้นกรุงเทพก็ต้องปิดกิจการลงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าตลาดหุ้นกรุงเทพไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ประกอบกับประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในเรื่องตลาดทุน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์)

ในช่วงปลายปี 2562 เริ่มขึ้นของสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงอย่างรวดเร็ว และผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนใน SET และ mai (บริษัทจดทะเบียนฯ) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยรายได้รวมในปี 2563 ลดลง 11.4% ขณะที่กำไรสุทธิลดลงถึง 54.2% จากปี 2562 อย่างไรก็ตามแม้ในปี 2564 จะมีการแพร่ระบาดของ COVID-19 อีกหลายระลอกและรุนแรงเพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อพิจารณาผลประกอบการล่าสุดของบริษัทจดทะเบียนฯ ในปี 2564 พบว่า บริษัทจดทะเบียนฯ มีรายได้รวมสูงถึง 13.68 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 23.1% ขณะที่กำไรสุทธิ 1.04 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.6 เท่า ซึ่งถ้าหากพิจารณาผลประกอบการในปี 2564 นี้กลับพบว่าเพิ่มขึ้นมากกว่าผลประกอบการในปี 2562 หรือก่อนช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทจดทะเบียนฯ หลายแห่งสามารถปรับการดำเนินงานได้ดีในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยรายได้จากต่างประเทศของบริษัทจดทะเบียนเติบโตพร้อมทั้งมีการขยายการลงทุนทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบรายได้จากต่างประเทศของบริษัทจดทะเบียนฯ ใน 5 ปีย้อนหลัง (2560-2564) พบว่ามีการเติบโตของรายได้จากต่างประเทศจาก 2.68 ล้านล้านบาท เป็น 4.38 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นกว่า 1.7 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น 63.4% พร้อมทั้งเห็นสัญญาณจากการขยายการลงทุนในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563: เว็บไซต์)

ปัจจุบันธุรกิจหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (mai) ถูกแบ่งออกเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) และ 28 หมวดธุรกิจ (Sector) โดยมีการรวบรวมจัดกลุ่มบริษัทที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกันให้อยู่เป็นกลุ่มเดียวกัน หลายปีที่ผ่านมานักลงทุนสามารถเลือกลงทุนในรายหมวดธุรกิจ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนใกล้เคียงกับดัชนีหมวดธุรกิจ เมื่อพิจารณาสัดส่วนจำนวนบริษัทในแต่ละอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะภาวะอุตสาหกรรมจะปรับตัวดีขึ้นในปี 2565 ตามกลุ่มอุตสาหกรรม (SET Industry group) พบว่าบริษัทจดทะเบียนกว่าครึ่งในกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มบริการ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร คาดว่าอุตสาหกรรมจะปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) มีสัดส่วนบริษัทที่คาดว่าจะอุตสาหกรรมจะดีขึ้นมีสัดส่วนน้อยกว่า 50% (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์)

2. ความสำคัญของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความหลากหลายของรูปแบบธุรกิจและเป็นดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจในหลายกลุ่มอุตสาหกรรมล้วนใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ด้านเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่แต่ละอุตสาหกรรม ทั้งนี้กลุ่มอุตสาหกรรม 8 กลุ่มนั้นถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญสามารถสร้างรายได้ การจ้างงาน การเพิ่มมูลค่าทางการค้าและอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทจดทะเบียนไทยได้วางแผนปรับเปลี่ยนแนวทางและกลยุทธ์ในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง มุ่งปรับกระบวนการให้บริการทำงานแบบดิจิทัล บริษัทจดทะเบียนได้ปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยกำหนดแนวทางในการปรับกลยุทธ์และให้ความสำคัญกับธุรกิจให้ครอบคลุมการดำเนินงานในด้านต่างๆ ประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและการผลิต คือให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ การรับการทำงานตามรูปแบบ remote station การปรับกระบวนการทำงานให้เป็นแบบอัตโนมัติ การเตรียมความพร้อมรองรับการใช้พลังงานทดแทนที่มีการดำเนินงานมากขึ้น 2) ด้านการตลาดคือให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านราคาและการตลาดแบบเจาะจง (Niche Market) ปรับรูปแบบการดำเนินงาน การผลิต การตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าออนไลน์ ทั้งการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางระบบออนไลน์ การเพิ่มสัดส่วนโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น 3) กลยุทธ์การด้านการลงทุน คือให้ความสำคัญกับการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D) ขยายการลงทุนในประเทศเพื่อสร้างพันธมิตรหรือสร้าง supply chain ภายในประเทศในปี 2565 และพบว่าบริษัทที่วางแผนขยายการลงทุนในประเทศเป็นบริษัทจดทะเบียนในหมวดพลังงานและสาธารณูปโภค หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดพาณิชย์ เป็นต้น 4) กลยุทธ์การด้านการปรับตัวขององค์กร คือให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างองค์กรด้วยตนเอง วางแผนในการควบรวมกิจการหรือเปิดให้มีธุรกิจเข้าร่วมลงทุน โดยบริษัทที่ใช้กลยุทธ์นี้ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในหมวดพลังงานและสาธารณูปโภค หมวดพาณิชย์ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดการแพทย์ หมวดบริการรับเหมาก่อสร้าง และหมวดปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์)

3. โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการกำหนดหลักเกณฑ์การจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งพิจารณาองค์ประกอบในการจัดโครงสร้างโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) และหมวดธุรกิจ (Sector) ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

3.1 หลักการและเหตุผลของการจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) และหมวดธุรกิจ (Sector) ของบริษัทจดทะเบียน เพื่อให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกันได้อยู่ในหมวดเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ผู้ลงทุนสามารถเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างบริษัทจดทะเบียนได้และนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุนได้อย่างเหมาะสม โดยแนวทางการจัดกลุ่มนั้นมีหลักการดังนี้

3.1.1 สามารถสะท้อนถึงประเภทธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนได้ชัดเจน และสามารถเปรียบเทียบได้กับการจัดกลุ่มอุตสาหกรรม และหมวดธุรกิจในต่างประเทศ

3.1.2 นิยามและความหมายของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมหรือหมวดธุรกิจสามารถครอบคลุมและรองรับประเภทธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจประเภทใหม่ๆ และคาดว่าจะเข้ามาจดทะเบียนในอนาคตได้

3.2 หลักการโดยรวมการจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) และหมวดธุรกิจ (Sector) โดยแนวทางการจัดกลุ่มนั้นมีหลักการดังนี้

3.2.1 จัดเฉพาะหลักทรัพย์ประเภท หุ้นสามัญ หน่วยลงทุนของกองทุนรวม อสังหาริมทรัพย์ หน่วยลงทุนของกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Fund: IF) และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Investment Trust: REIT) โดยตราสารทางการเงินอื่นยังคงแยกไว้ต่างหากและไม่รวมอยู่ในการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจนี้

3.2.2 ไม่รวมบริษัทที่อยู่ในหมวดบริษัทจดทะเบียนที่แก้ไขการดำเนินงานไม่ได้ตามกำหนด (Non-Performing Group : NPG) และหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน (Non Compliance : NC)

3.2.3 เป็นการรวมกลุ่มของหมวดธุรกิจที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกันหรือธุรกิจที่มีแนวโน้มเคลื่อนไหวในแนวทางเดียวกัน

3.3 หลักเกณฑ์การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ โดยแนวทางการพิจารณาดังนี้

3.3.1 พิจารณาจัดบริษัทจดทะเบียนตามประเภทธุรกิจที่สร้างรายได้ให้บริษัทจดทะเบียน เกินร้อยละ 50 เป็นสำคัญ

3.3.2 หากไม่มีธุรกิจใดที่สร้างรายได้ให้บริษัทจดทะเบียนเกินร้อยละ 50 จะพิจารณาใช้เกณฑ์ด้านกำไรเป็นเกณฑ์รอง อย่างไรก็ตาม ตลาดหลักทรัพย์ฯ อาจพิจารณาใช้หลักเกณฑ์อื่นๆ ประกอบตามที่เห็นสมควร

3.3.3 กรณีที่บริษัทจดทะเบียนดำเนินธุรกิจโดยผ่านการถือหุ้นในบริษัทย่อยหลายแห่ง (Holding Company) บริษัทจดทะเบียนจะถูกจัดตามประเภทธุรกิจของบริษัทย่อยที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทจดทะเบียน

3.4 การพิจารณาทบทวนการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ เนื่องจากบริษัทจดทะเบียนอาจมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของการดำเนินธุรกิจ จึงจำเป็นต้องมีการติดตาม และ ทบทวนการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ โดยสามารถกระทำได้ใน 3 กรณี ซึ่งมีหลักเกณฑ์การพิจารณาทบทวนดังนี้

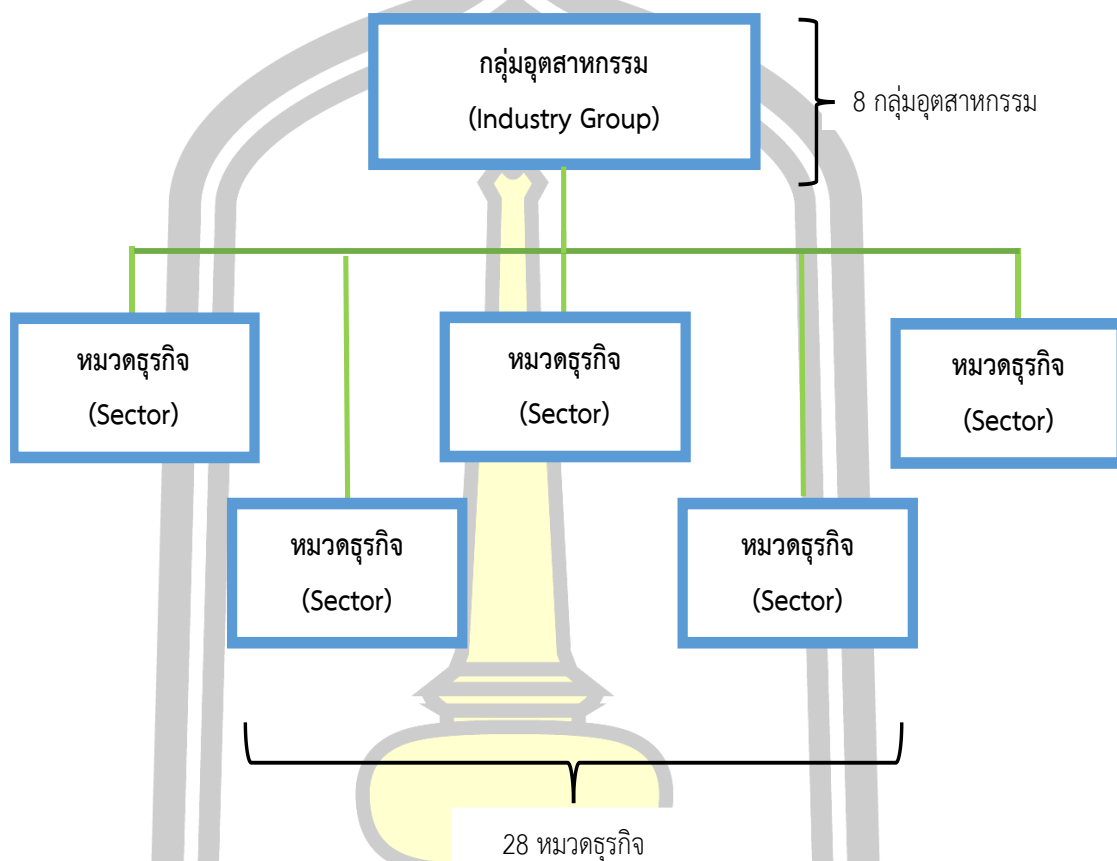
3.4.1 กรณีการพิจารณาประจำปี ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะทบทวนความเหมาะสมของบริษัทจดทะเบียนในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจเป็นประจำทุกปี โดยใช้ข้อมูลจากแบบ 56-1 เป็นหลัก ทั้งนี้ในการดำเนินการหากมีการเปลี่ยนแปลง ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะมีหนังสือแจ้งไปยังบริษัทจดทะเบียนนั้นๆ ล่วงหน้า

3.4.2 กรณีเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของบริษัทจดทะเบียนอย่างชัดเจน ในกรณีที่บริษัทจดทะเบียนมีการปรับเปลี่ยนจนทำให้โครงสร้างของรายได้หลักเปลี่ยนแปลงไป เช่น เกิดการควบกิจการ หรือเปลี่ยนประเภทการประกอบธุรกิจ ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะพิจารณา ทบทวนการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนโดยไม่ต้องรอรอบการพิจารณาประจำปี และการปรับย้ายจะกระทำเมื่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างต่างๆ มีผลแล้วเท่านั้น ทั้งนี้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะส่งหนังสือแจ้งไปยังบริษัทจดทะเบียนให้ทราบล่วงหน้า

3.4.3 กรณีมีการร้องขอ บริษัทจดทะเบียนสามารถร้องขอให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทบทวนหรือทำการปรับเปลี่ยนการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจได้ หากเห็นว่าไม่เหมาะสมให้ทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษร พร้อมทั้งแนบข้อมูลต่างๆ มาที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้ในการพิจารณานั้นให้ถือเป็นสิทธิและดุลพินิจของตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นสำคัญในแต่ละกรณี

จากองค์ประกอบการจัดโครงสร้างของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยดังกล่าวข้างต้น ซึ่งมีการกำหนดกลุ่มประกอบการ แบ่งออกเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรม 28 หมวดธุรกิจ ดังภาพประกอบ 1

โครงสร้างการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจของตลาดหลักทรัพย์ฯ



ที่มา : (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 1 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นอกจากนี้จำแนกโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามลักษณะเพื่อความเหมาะสมในการเปรียบเทียบระหว่างกัน และเป็นข้อมูลด้านการลงทุนได้อย่างเหมาะสม โดยแนวทางการจัดกลุ่มนั้นให้สามารถสะท้อนประเภทธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนได้ชัดเจน และสะท้อนให้เห็นถึงอุตสาหกรรมของประเทศได้มากขึ้นดังตาราง 1

ตาราง 1 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม Industry Group	Sector (En)	หมวดธุรกิจ (ไทย)	ชื่อย่อดัชนี Sector Index
Agro& Food Industry [AGRO] เกษตรและอุตสาหกรรม อาหาร	Agribusiness	ธุรกิจการเกษตร	AGRI *
	Food & Beverage	อาหารและเครื่องดื่ม	FOOD *
Consumer Products [CONSUMP]	Fashion	แฟชั่น	FASHION
	Home & Office Products	ของใช้ในครัวเรือนและ สำนักงาน	HOME
สินค้าอุปโภคบริโภค	Personal Products & Pharmaceuticals	ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์	PERSON
Financials [FINCIAL] ธุรกิจการเงิน	Banking	ธนาคาร	BANK
	Finance & Securities	เงินทุนและหลักทรัพย์	FIN
	Insurance	ประกันภัยและประกันชีวิต	INSUR
Industrials [INDUS] สินค้าอุตสาหกรรม	Automotive	ยานยนต์	AUTO
	Industrial Materials & Machinery	วัสดุอุตสาหกรรมและ เครื่องจักร	IMM
	Packaging	บรรจุภัณฑ์	PKG
	Paper & Printing Materials	กระดาษและวัสดุการพิมพ์	PAPER
	Petrochemicals & Chemicals	ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์	PETRO
	Steel & Metal Products	เหล็ก และ ผลิตภัณฑ์โลหะ	STEEL
Property & Construction [PROPCON] อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	Construction Materials	วัสดุก่อสร้าง	CONMAT
	Construction Services	บริการรับเหมาก่อสร้าง	CONS
	Property Development	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	PROP
	Property Fund & REITs	กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และกองทรัสต์ เพื่อการ ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์	PF&REIT

ตาราง 1 โครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

กลุ่มอุตสาหกรรม Industry Group	Sector (En)	หมวดธุรกิจ (ไทย)	ชื่อย่อดัชนี Sector Index
Resources [RESOUC] ทรัพยากร	Energy & Utilities	พลังงานและสาธารณูปโภค	ENERG
	Mining	เหมืองแร่	MINE
Services [SERVICE] บริการ	Commerce	พาณิชย์	COMM
	Health Care Services	การแพทย์	HEALTH
	Media & Publishing	สื่อและสิ่งพิมพ์	MEDIA
	Professional Services	บริการเฉพาะกิจ	PROF
	Tourism & Leisure	การท่องเที่ยวและ สันทนาการ	TOURISM
	Transportation & Logistics	ขนส่งและโลจิสติกส์	TRANS
Technology [TECH] เทคโนโลยี	Electronic Components	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	ETRON
	Information &	เทคโนโลยีสารสนเทศและ	ICT
	Communication Technology	การสื่อสาร	

ที่มา : (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์)

4. กลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การแบ่งประเภทของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำแนกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจตามคำนิยามและความหมายของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมหรือหมวดธุรกิจ สามารถครอบคลุมและรองรับประเภทธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจประเภทใหม่ๆ และคาดว่าจะเข้ามาจดทะเบียนในอนาคต ที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่คล้ายคลึงกันก็สามารถดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในด้านการผลิต การบริการและศักยภาพในการแข่งขันกันได้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566b: เว็บไซต์) จำแนกตามลักษณะคำนิยามดังนี้

4.1 กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro & Food Industry) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก ทำปศุสัตว์ ทำปศุสัตว์ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 2 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.1.1 หมวดธุรกิจการเกษตร (Agribusiness) ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ผลิต และจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตร เพาะปลูก ทำปาล์ม ประมง ปศุสัตว์ รวมถึงโรงเชือดและชำแหละ ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์เศรษฐกิจ เช่นเพื่อการประมง และการปศุสัตว์ รวมถึงตัวแทนจำหน่าย ผลิตผลทางการเกษตรเบื้องต้นเพื่อนำไปใช้ต่อในอุตสาหกรรมอื่นๆ

ยกเว้น ธุรกิจที่เกี่ยวกับปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืชที่เป็นเคมีภัณฑ์และกิจการที่เกี่ยวข้องกับเส้นใย

4.1.2 หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อเป็นอาหารพร้อมปรุงหรือพร้อมรับประทาน ได้แก่ การตัดแต่ง และชำแหละเนื้อสัตว์ออกเป็นชิ้นส่วนต่างๆปรุงสุก ดำเนินกรรมวิธีเพื่อการเก็บรักษาสินค้า ประกอบกิจการร้านอาหาร ตัวแทนจำหน่ายอาหาร ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรส ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง

4.2 กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคต่างๆ ทั้งที่เป็นสินค้าที่จำเป็นและสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 3 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.2.1 หมวดธุรกิจแฟชั่น (Fashion) ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจ เป็นผู้ผลิต ออกแบบ เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า เครื่องหนัง และกระเป๋า ผู้เจียรไน และแปรรูปอัญมณีและเครื่องประดับต่างๆ ผู้ผลิตวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมนี้ เช่น ผู้ผลิตเส้นใย เส้นด้าย และฟอกหนัง เป็นต้น

4.2.2 หมวดธุรกิจของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (Home & Office Products) ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าประเภทของใช้ในครัวเรือนหรือสำนักงาน ได้แก่ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายของใช้ในครัวเรือน เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งบ้าน อุปกรณ์กีฬา ของเล่น และเครื่องครัว เป็นต้น ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ส่องสว่าง รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน สำนักงาน เช่น โทรศัพท์ เครื่องเสียง เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น ผู้ผลิตของใช้ในสำนักงาน เช่น ปากกา และแฟ้มเอกสารต่าง ๆ

4.2.3 หมวดธุรกิจของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (Personal Products & Pharmaceuticals) ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจต่อไปนี้ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อการอุปโภคส่วนตัวต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ น้ำหอม ผ้าอ้อม และกระดาษชำระ เป็นต้น ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายยา เครื่องมือทางการแพทย์ และสินค้าที่ใช้ไบโอเทคโนโลยี (Biotechnology) ต่าง ๆ

4.3 กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน (Financials) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับผู้ให้บริการทางการเงินประเภทต่างๆ เช่น ธนาคาร บริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ และบริษัทประกันภัย เป็นต้น ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 3 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.3.1 หมวดธุรกิจธนาคาร (Banking) ผู้ประกอบธุรกิจธนาคารตาม พ.ร.บ. การธนาคารพาณิชย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกิจการในลักษณะเดียวกันที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายพิเศษ

4.3.2 หมวดธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ (Finance & Securities) ผู้ประกอบธุรกิจบริษัทเงินทุน ลิขสิทธิ์ เช่าซื้อ แพลกเดอริง บัตรเครดิต สินเชื่อเพื่อการบริโภค บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บริษัทบริหารสินทรัพย์ และผู้ให้บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์อื่น ๆ (ในกรณีของการเช่าซื้อจะต้องไม่เป็นผู้ให้บริการหรือขายสินค้าให้แก่ลูกค้าโดยตรง)

4.3.3 หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต (Insurance) ผู้ประกอบธุรกิจตาม พ.ร.บ. ประกันภัย พ.ร.บ.ประกันชีวิต รวมทั้งกิจการในลักษณะเดียวกันที่จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายพิเศษ

4.4 กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม (Industrials) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบทั่วไปที่สามารถนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม สินค้าขั้นต้นหรือสินค้าขั้นกลาง เครื่องมือและเครื่องจักรต่างๆ ที่นำไปใช้ต่อในอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 6 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.4.1 หมวดธุรกิจยานยนต์ (Automotive) ประกอบด้วยผู้ประกอบธุรกิจต่อไปนี้ ผู้ผลิตหรือประกอบรถยนต์และยานยนต์ประเภทต่างๆ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ประกอบชิ้นส่วนหรืออะไหล่รถยนต์ ผู้ให้บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ ผู้จัดจำหน่าย และศูนย์จำหน่ายรถยนต์ทั้งมือหนึ่งและมือสอง

4.4.2 หมวดธุรกิจวัสดุอุตสาหกรรมและเครื่องจักร (Industrial Materials & Machinery) ประกอบด้วยผู้ประกอบธุรกิจต่อไปนี้ ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องจักรและเครื่องมือทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักรกลหนักหรือเบา อุปกรณ์หรือส่วนประกอบพื้นฐานของเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เช่น สายไฟ หลอดไฟ ฉนวนไฟฟ้า และมอเตอร์ต่างๆ วัตถุดิบที่ใช้ได้ในหลายอุตสาหกรรม ยกเว้น บริษัทที่ผลิตเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ได้เฉพาะในหมวดธุรกิจใดหมวดธุรกิจหนึ่งเท่านั้น (ไม่สามารถนำไปใช้กับการผลิตสินค้าในหมวดอื่นได้เลย) ให้จัดอยู่ในหมวดธุรกิจของสินค้าขั้นปลายนั้นๆ

4.4.3 หมวดธุรกิจบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายบรรจุภัณฑ์และส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำไปผลิตบรรจุภัณฑ์และไม่ได้จัดไว้ในหมวดธุรกิจอื่นๆ

4.4.4 หมวดธุรกิจกระดาษและวัสดุการพิมพ์ (Paper & Printing Materials)

ประกอบด้วย ผู้ประกอบธุรกิจต่อไปนี้ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายเยื่อกระดาษ กระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษทุกชนิด ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายหมึกสำหรับการพิมพ์ต่างๆ (แต่ไม่รวมโรงพิมพ์ซึ่งจะอยู่ในหมวด Media & Publishing)

4.4.5 หมวดธุรกิจปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ (Petrochemicals & Chemicals)

ประกอบด้วยผู้ประกอบธุรกิจต่อไปนี้ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายสินค้าในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเม็ดและผงพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปต่างๆ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายสารเคมี เคมีภัณฑ์พื้นฐาน เคมีภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืช ยกเว้น การผลิตสินค้าพลาสติกขึ้นรูปเพื่อเป็นอุปกรณ์ชิ้นส่วนหรือเครื่องประกอบของสินค้าขั้นสุดท้ายหรือกลุ่มสินค้าใดเป็นการเฉพาะ

4.4.6 หมวดธุรกิจเหล็กและผลิตภัณฑ์โลหะ (Steel & Metal Products) ผู้ผลิต

แปรรูปหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็ก โครงสร้างเหล็ก รวมถึงผลิตภัณฑ์โลหะที่มีส่วนประกอบจากเหล็กเป็นส่วนใหญ่

4.5 กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Property & Construction) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง ผู้พัฒนาและบริหารอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงบริการก่อสร้าง และงานวิศวกรรม ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 4 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.5.1 หมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้าง (Construction Materials) ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผลิตมาจากวัสดุประเภทใดก็ตามที่มีใช้เหล็ก และรวมถึงสุขภัณฑ์

4.5.2 หมวดธุรกิจบริการรับเหมาก่อสร้าง (Construction Services) ผู้ให้บริการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและสิ่งปลูกสร้างอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น บ้านจัดสรร อาคารชุด นิคมอุตสาหกรรม ศูนย์การค้า ถนน สะพาน เป็นต้น รวมถึงการให้บริการรับเหมาตกแต่งภายใน ผู้ให้บริการและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับโครงการก่อสร้าง รวมถึงระบบวิศวกรรมและงานออกแบบที่เกี่ยวข้องกับบริการรับเหมาก่อสร้าง

4.5.3 หมวดธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Property Development) ประกอบด้วยผู้ประกอบธุรกิจต่อไปนี้ ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายหรือให้เช่า รวมถึงบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ เช่น นิติบุคคลอาคารชุด หมู่บ้าน ที่ดิน เป็นต้น ตัวแทนหรือนายหน้าในการขายหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์

4.5.4 หมวดธุรกิจกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (Property Fund & Real Estate Investment Trusts (REITs)) กองทุนรวมหรือกองทรัสต์ที่มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินไปลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ต่างๆรายได้มาจาก ค่าเช่า ดอกเบี้ย และกำไรจากการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

4.6 กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร (Resources) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการแสวงหาหรือจัดการทรัพยากรต่างๆ เช่น การผลิตและจัดสรรเชื้อเพลิง พลังงาน และการทำเหมืองแร่ เป็นต้น ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 2 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.6.1 หมวดธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค (Energy & Utilities) ประกอบด้วยผู้ประกอบการต่อไปนี้ ผู้ผลิต สํารวจ ขุดเจาะ กลั่น และตัวแทนจำหน่ายพลังงานธรรมชาติในรูปต่าง ๆ เช่น น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ผู้ให้บริการสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา และแก๊ส เป็นต้น

4.6.2 หมวดธุรกิจเหมืองแร่ (Mining) ผู้สำรวจแร่ ทำเหมืองแร่ ถลุงแร่ และตัวแทนจำหน่ายแร่โดยแร่เหล่านี้เป็นแร่ธาตุต่างๆ ทั้งที่เป็นโลหะ และอโลหะ แต่ไม่รวมถึงแร่ธาตุที่ให้พลังงาน

4.7 อุตสาหกรรมธุรกิจบริการ (Services) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจในสาขาบริการต่างๆ ยกเว้น บริการทางการเงินและบริการด้านข้อมูลสารสนเทศหรือเทคโนโลยี หรือเป็นบริการที่ถูกจัดไว้ในกลุ่มอุตสาหกรรมหรือหมวดธุรกิจอื่นแล้ว ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 6 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.7.1 หมวดธุรกิจพาณิชย์ (Commerce) พิจารณาจาก 2 ปัจจัยประกอบดังนี้ ผู้ให้บริการจำหน่ายสินค้าทั้งแบบค้าปลีกและค้าส่งให้แก่ผู้บริโภคทั้งที่มีหน้าร้านเป็นสถานที่จัดจำหน่าย เช่น ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า ดิสเคาท์สโตร์ ซูเปอร์สโตร์ ร้านสะดวกซื้อ และการขายที่ไม่มีหน้าร้าน เช่น การขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ (Online) สินค้าที่จำหน่ายต้องเป็นสินค้าขั้นสุดท้ายสำหรับผู้บริโภคจะเป็นสินค้าจากหลายหมวดก็ได้

4.7.2 หมวดธุรกิจบริการทางการแพทย์ (Health Care Services) ผู้ให้บริการทางการแพทย์ ทันตแพทย์ ศัลยกรรมความงาม การฟื้นฟูสุขภาพและสมรรถภาพทางกายอื่นๆ

4.7.3 หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ (Media & Publishing) ประกอบด้วยผู้ประกอบการต่อไปนี้ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายสื่อด้านต่างๆ ได้แก่ สื่อบันเทิง เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ ละคร และรายการบันเทิงต่างๆ รวมถึงผู้ให้บริการด้านความบันเทิงอื่นๆ เช่น โรงภาพยนตร์ โรงละคร เป็นต้น ผู้กระจายภาพและเสียง เช่น สถานีวิทยุและโทรทัศน์ ผู้ผลิตและจัดทำสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น Advertising Agency ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โรงพิมพ์ สำนักพิมพ์ และผู้ผลิตหนังสือวารสาร หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ

4.7.4 หมวดธุรกิจบริการเฉพาะกิจ (Professional Services) บริษัทที่ให้บริการเฉพาะด้านต่างๆ ที่ไม่ได้ระบุไว้หมวดธุรกิจใด เช่น การศึกษา ที่ปรึกษาทางธุรกิจ และผู้ให้บริการบำบัดของเสีย รวมถึงบริการเฉพาะกิจให้กับภาคธุรกิจอื่นๆ ที่ไม่ได้ถูกจัดไว้ในหมวดธุรกิจใด

4.7.5 หมวดธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการ (Tourism & Leisure) ประกอบด้วยผู้ประกอบการต่อไปนี้ ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักชั่วคราวต่างๆ และผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบกิจการสถานที่เพื่อการพักผ่อน สันทนาการ และทัศนศึกษา เช่น สวนสัตว์ สถานบันเทิง สถานที่ออกกำลังกาย และสนามกีฬา เป็นต้น

4.7.6 หมวดธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ (Transportation & Logistics) ประกอบด้วยผู้ประกอบการต่อไปนี ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งในทุกๆช่องทาง เช่น ขนส่งทางอากาศ เช่น สนามบินและสายการบิน ผู้ให้บริการขนส่งทางน้ำ เช่น ท่าเรือและบริษัทเดินเรือ ผู้ให้บริการขนส่งทางรถไฟ และการขนส่งทางบกอื่นๆ และผู้รับส่งสินค้าแบบครบวงจร (Logistics) ผู้รับฝากสินค้า ให้เช่าคลังสินค้าและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.8 กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี (Technology) คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นสินค้าขั้นต้น ขั้นกลางหรือขั้นสุดท้าย และรวมถึงผู้ให้บริการทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งแบ่งหมวดธุรกิจออกเป็น 2 หมวดธุรกิจ ดังนี้

4.8.1 หมวดธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Components) ผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในเครื่องใช้ไฟฟ้าหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยทั่วไป เช่น IC PCB และ Semiconductor ยกเว้น ชิ้นส่วนที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้เฉพาะในคอมพิวเตอร์

4.8.2 หมวดธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information & Communication Technology) ประกอบด้วยผู้ประกอบการต่อไปนี ผู้ให้บริการเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลและการสื่อสาร เช่น ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคม ดาวเทียม เคเบิล ผู้วางระบบ IT และ ผู้ให้บริการเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต จัดทำหรือออกแบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ผู้ผลิตหรือให้บริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เมนเฟรม ผู้ผลิตและหรือผู้จำหน่ายอุปกรณ์สำหรับเทคโนโลยีนี้ เช่น อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมฮาร์ดแวร์ และชิ้นส่วนเฉพาะของคอมพิวเตอร์และผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ เป็นต้น



5. ประเภทและจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (mai) ประกอบด้วย 8 กลุ่มอุตสาหกรรม ดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนผู้ประกอบการ
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	58
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	184
กลุ่มธุรกิจการเงิน	78
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	82
กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	134
กลุ่มทรัพยากร	208
กลุ่มธุรกิจบริการ	80
กลุ่มเทคโนโลยี	62
รวม	886

ที่มา : (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566a: เว็บไซต์)

6. สถานการณ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

6.1 แนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมในปี 2565 จะปรับตัวดีขึ้นจากปี 2564 ขณะที่ ร้อยละ 13 คาดการณ์ภาวะอุตสาหกรรมจะไม่เปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมามากนัก แต่จะมีบางส่วนของภาวะอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะมีแนวโน้มผลการดำเนินงานลดลงนั้นเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ได้แก่ วัสดุก่อสร้างและการก่อสร้าง ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบโดยตรงต่อความผันผวนราคาน้ำมัน ราคาเชื้อเพลิงกลุ่มปิโตรเคมีและพลังงาน ธุรกิจบริการที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมัน กลุ่มขนส่งและโลจิสติกส์ และธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต (วิจัยกรุงศรี, 2565 :เว็บไซต์)

6.2 แนวโน้มผลประกอบการ

ผลประกอบการในปี 2565 จะดีขึ้นเช่นเดียวกับการคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรม ซึ่งคาดการณ์ว่าผลประกอบการจะเติบโตมากกว่า 10% เมื่อพิจารณารายบริษัทพบว่า บริษัทจดทะเบียนที่คาดว่าผลประกอบการในปี 2565 มีทิศทางดีขึ้นเป็นบริษัทที่ได้รับประโยชน์จากสถานการณ์การเปิดประเทศส่งผลบวกต่อธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจการแพทย์ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ธุรกิจที่เป็นแหล่งเงินทุนของกิจการต่างๆ เช่น ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้ชีวิตในรูปแบบปกติ อาทิ ธุรกิจเทคโนโลยี การสื่อสาร ธุรกิจแฟชั่น ธุรกิจของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน เป็นต้น ส่วนหนึ่งจากโครงการภาครัฐที่ช่วยเพิ่มอำนาจซื้อให้ประชาชน

6.3 ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยเสี่ยงและแนวโน้มผลกระทบ

6.3.1 ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเศรษฐกิจไทยปี 2565 พบว่า มีความแตกต่างจากปี 2564 อย่างชัดเจน โดยปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทยปี 2565 ปัจจัยอันดับแรก คือ การท่องเที่ยว ตามมาด้วย อันดับ ที่ 2 คือ การส่งออก ทั้ง 2 ปัจจัยเป็นเครื่องยนต์สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย และปัจจัยอันดับ ที่ 3 คือ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งต่างจากปี 2564 ที่เกิดจากนโยบายการคลังและการใช้จ่ายภาครัฐ ที่ช่วยกระตุ้นกำลังซื้อซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ

6.3.2 ปัจจัยเสี่ยงธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยคือ อัตราเงินเฟ้อ เป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่สุดที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในปี 2565 ตามมาด้วยอันดับที่ 2 คือ ราคาน้ำมันและราคาเชื้อเพลิง และอันดับที่ 3 คือ เสถียรภาพการเมืองโลก เป็นต้น

6.3.3 แนวโน้มผลกระทบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2565 คือการเพิ่มขึ้นในเรื่องต้นทุนการผลิต ต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนเชื้อเพลิง รวมทั้งกำลังซื้อในประเทศที่ลดลง ความล่าช้าในการเบิกจ่ายงบประมาณและการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐและการขาดแคลนแรงงานฝีมือที่ลดลง

6.4 การปรับตัวของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แนวโน้มและผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยการปรับตัวประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและการผลิต เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ ด้านการตลาด เน้นกลยุทธ์ด้านราคาและการตลาดแบบเจาะจง (Niche Market) กลยุทธ์การด้านการลงทุน เน้นการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D) ขยายการลงทุนในประเทศ และกลยุทธ์การด้านการปรับตัวขององค์กร เน้นการปรับโครงสร้างองค์กรด้วยตนเอง การวางแผนในการควบรวมกิจการหรือเปิดให้มีธุรกิจเข้าร่วมลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เป็นแขนงหนึ่งของนวัตกรรมทางการบัญชีบริหาร (Management Accounting Innovations : MAI) หรือเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ด้านการบัญชีบริหารที่สามารถช่วยในการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กรภายใต้สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่รุนแรง ไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งเป็นเครื่องมือหรือเทคนิคที่สำคัญจากแนวคิดเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการกำหนดวิธีการทางบัญชีที่ช่วยในการวางแผน จัดเตรียม วิเคราะห์ และพัฒนากลยุทธ์บริหารจัดการ โดยนำข้อมูลเชิงลึกทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทั้งข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินมาประยุกต์ใช้ข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่นักบัญชีนำเสนอต่อผู้บริหาร เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลลัพธ์การดำเนินงานสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (Cescon et al., 2019; Oyewo, 2021)

1. ความหมายของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยประยุกต์จากการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นศาสตร์ด้านการบัญชีบริหาร โดยนักบัญชีบริหารมีบทบาทในการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุน ในการวางแผน ควบคุม และเสนอผู้บริหารตัดสินใจเพื่อพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานมุ่งเน้นสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์หรือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ไว้ดังนี้

ไพฑูรย์ อินตะชั้น (2564: 25) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการลดต้นทุนแบบบูรณาการกับกลยุทธ์ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลต้นทุนกับกระบวนการตัดสินใจเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ได้โดยรวม

สุนันทา สังขทัตน์ (2564: 1) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การใช้ข้อมูลต้นทุนในการตัดสินใจและการบริหารต้นทุนขององค์กร โดยนำกลยุทธ์ต้นทุนการบริหารมาประยุกต์ใช้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

ชลิต ผลอินทร์หอม (2563: 317) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์มีการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลด้านบัญชีต้นทุน โดยนำข้อมูลต้นทุนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ สามารถนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้ และทำการประเมินกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อประโยชน์สูงสุด เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและเจริญเติบโตยั่งยืนในระยะยาว

ไตรรงค์ สวัสดิกุล และ นภาพรณ พลนิกรกิจ (2562: 43) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การใช้ข้อมูลทางการบัญชีเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารต้นทุน การวางแผนและตัดสินใจ ควบคุมการบริหารเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมธุรกิจสมัยใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ที่ช่วยให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพและองค์กรประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง

ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ (2561: 52) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การใช้มูลต้นทุนทั้งในเชิงกลยุทธ์และการตลาดเพื่อจัดลำดับ พัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ที่เหนือกว่าและเยี่ยมกว่าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีในปัจจุบันและอนาคต และในระยะยาว

Oyewo, B. (2021: 507) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง แนวคิดการบัญชีเพื่อการจัดการเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนในการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานที่ดีกว่า เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายนอกและในอนาคต

Ibrahim, A. และ Hulak, D. (2020: 580) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการที่นำเสนอทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางการเงิน แก่ผู้บริหารในการตัดสินใจ การจัดทำงบประมาณ การวางแผนและการประมาณการ การวัดความสามารถในการทำกำไร การวัดประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผลการดำเนินงาน

Cescon, F. และคณะ (2019: 605) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การบริหารจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินในตลาดผลิตภัณฑ์ ต้นทุนของคู่แข่ง ความสามารถของคู่แข่ง โครงสร้างต้นทุน และตรวจสอบกลยุทธ์ของคู่แข่งในตลาด โดยนำข้อมูลทางบัญชีมาใช้ประโยชน์ ช่วยในการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร ในการแก้ไขและปรับกลยุทธ์ให้ทันเวลาและทันต่อเหตุการณ์

Alamri Mohammed, A. (2018: 48) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการในการระบุ รวบรวม การเลือก และวิเคราะห์ข้อมูลการบัญชีเพื่อช่วยทีมผู้บริหารในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และเพื่อประเมินประสิทธิภาพองค์กร ทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายในและปัจจัยภายนอกกิจการตลอดจนข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงิน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร

Al-Naser, K. (2017: 210) ได้ให้ความหมายว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การนำข้อมูลต้นทุนทางบัญชีมาวิเคราะห์สถานการณ์ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ โครงสร้างต้นทุนของคู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร

จากความหมายของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ข้างต้น การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์หมายถึง เทคนิคทางการบัญชีที่ช่วยสร้างระบบข้อมูลต้นทุนที่ดี นำข้อมูลต้นทุนที่มีคุณภาพและใช้ข้อมูลต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผน จัดเตรียม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนในการพัฒนา ส่งเสริม ผลักดันให้ธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานทางธุรกิจให้เป็นไปวัตถุประสงค์และช่วยให้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น พัฒนางค์กรให้มีศักยภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. ความสำคัญของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

นวัตกรรมได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการดำเนินงานขององค์กรในประเทศไทย จากการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยองค์กรต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล องค์กรจึงต้องหาวิธีการที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กร มาปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และในด้านวิชาชีพบัญชี นักบัญชีจะได้รับผลกระทบอย่างมาก จากการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทางการบัญชีใหม่เข้ามาใช้ในองค์กร ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ยังส่งผลต่อการปฏิบัติงานโดยตรง จากการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพจากการใช้ข้อมูลทางบัญชีมาใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหารและส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ดังนั้นนวัตกรรมการบัญชีบริหาร จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อความยั่งยืนขององค์กร (ชลิต ผลอินทร์หอม, 2563: 317 - 335) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพการยังส่งผลต่อผลดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ข้อมูลทางบัญชีต้นทุนในการบริหารจัดการต้นทุน และตระหนักถึงความสำเร็จในการดำเนินงาน พร้อมทั้งประยุกต์การบริหารต้นทุนเพื่อไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานในองค์กร เพื่อให้องค์กรดำเนินงานไปในทิศทางที่ถูกต้อง ส่งผลให้ธุรกิจมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม และนำมาซึ่งผลกำไรและศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวต่อไป (จิรประภา ประจวบสุข และคณะ, 2556: 26-35)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อสภาพแวดล้อมของการประกอบธุรกิจปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันสูงสภาพการณ์เช่นนี้ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลทางการบัญชี โดยเฉพาะข้อมูลต้นทุนที่สอดคล้องกับทิศทางการบริหารงาน ข้อมูลต้นทุนนั้นจะเป็นประโยชน์ ก็ต่อเมื่อสามารถสนับสนุนฝ่ายบริหารในการวางแผนและตัดสินใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งเป็นเป้าหมายที่มุ่งเน้นความสำเร็จในระยะยาว (ดนุชา คุณพนิชกิจ, 2553: 1-15) การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นแขนงหนึ่งของนวัตกรรมการบัญชีบริหาร เป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่มีคุณค่าและความสำคัญ ซึ่งเป็นเทคนิคหรือวิธีการที่สำคัญหนึ่ง จากแนวคิดการบัญชีเพื่อการจัดการ โดยสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนที่เป็นระบบและ

สะท้อนให้เห็นถึงรูปธรรม ส่งผลให้มีการวางแผนการดำเนินงานและกำหนดจุดมุ่งหมายทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้เกิดความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และมีผลลัพธ์การดำเนินการที่ดีทั้งในปัจจุบันและในอนาคต และในระยะยาว ซึ่งการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับศาสตร์การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีความสำคัญต่อการบริหารงานในภาพรวม (Ussahawanitchakit, P. 2018: 52-68); (Alsoboa, S. et al., 2015: 116-127) ดังนี้

2.1 การลดต้นทุนการตั้งเวลาเครื่องจักร และการยกเลิกกิจกรรมการเก็บรักษาวัตถุดิบ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายเป็นอย่างดี

2.2 การปรับปรุงการออกแบบสินค้าและกระบวนการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงาน และความเข้าใจในกระบวนการผลิตสินค้า ส่งผลให้เกิดกำไรในภาพรวมเพิ่มขึ้น

2.3 การจัดเตรียมข้อมูลสำหรับผู้บริหารเกี่ยวกับผลกระทบกับการกำหนดตัวผลิตภัณฑ์ ต้นทุนที่เป็นสาเหตุก่อให้เกิดต้นทุนภายในกิจการ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนกิจกรรมที่แท้จริงที่มีผลกระทบกับลูกค้าทั้งภายในและภายนอกกิจการ

2.5 การตัดสินใจเกี่ยวกับด้านต้นทุนทั้งสถานการณ์ภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ ทั้งกระบวนการผลิต ผู้ขายวัตถุดิบ ผู้กระจายสินค้า ลูกค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ

2.6 พัฒนาและประยุกต์ใช้การลดต้นทุน ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้และการเรียนรู้กระบวนการดำเนินงานของกิจการ

นอกจากนี้ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ยังเป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการนำกลยุทธ์การบริหารต้นทุนมาประยุกต์ใช้ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่ต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและรูปแบบการผลิต และการบริหารให้ยืดหยุ่นตามสภาพการตลาดการแข่งขัน รวมทั้งการให้ข้อมูลบัญชีบริหารที่ถือว่ามี ความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารและวัดความสำเร็จของกลยุทธ์ในการผลิตสินค้าที่มีความ หลากหลายตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าและให้สามารถแข่งขันได้ การนำเสนอข้อมูล ทางการบัญชีบริหาร จะส่งผลดีต่อองค์กรได้ดีกว่าระบบบัญชีแบบเดิม ซึ่งทำให้ผู้บริหารรับทราบถึงการ เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมและตัดสินใจทันต่อเวลา ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่าง ยั่งยืน ซึ่งทำให้เกิดแนวคิดการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management) ซึ่งผู้บริหาร ต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึง ดังนี้ (สุนันทา สังขทัตน์, 2564: 1-13)

1) การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าทราบถึงความต้องการสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ลักษณะราคาขายเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน

2) มีกระบวนการวิเคราะห์มูลค่าโดยผู้บริหาคำนึงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน

3) การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง รวมถึงการรักษาคุณภาพในการผลิตสินค้า และให้บริการ แก่ลูกค้า และเกิดความเชื่อมั่นในตัวองค์กร โดยการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการอยู่ ตลอดเวลา

3. วัตถุประสงค์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือหรือกลวิธีทำหน้าที่ในการบริหารต้นทุนเชิง กลยุทธ์ให้องค์กรบริหารงานเป็นไปตามจุดหมายและเป้าหมายขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยระบบบัญชี ต้นทุนและระบบสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและทันต่อ เหตุการณ์ สร้างความได้เปรียบด้านข้อมูลที่เหนือกว่าคู่แข่ง (กษมาพร ลาผ่าน, 2563: 31-41) ทั้งด้าน ต้นทุนบริการ ด้านการจัดการคู่แข่ง และด้านการจัดการลูกค้า ส่งผลลัพท์ต่อผลการดำเนินงานและ การบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ซึ่งสรุปได้ว่าการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นหลักการบริหารต้นทุน มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ (อนุชา พุฒิกุลสาคร และปาลวิ พุฒิกุลสาคร, 2564: 148-164) ดังนี้

3.1 เพื่อการจัดทำรายงานการเงินของธุรกิจผลิตที่เสนอต่อหน่วยงานบุคคลภายนอก และรายงานต้นทุนที่ถูกต้องให้แก่ผู้บริหารเพื่อที่จะสามารถใช้ระบุแหล่งที่มาของรายได้ได้อย่างชัดเจน เป็นหน้าที่สำคัญ ลำดับแรกของระบบต้นทุนที่เกิดขึ้นโดยแผนกบัญชีต้นทุน ทำหน้าที่ในการ ประมวลผลจากระบบสารสนเทศทางการบัญชีต้นทุนการผลิตทั้งหมดในโรงงาน เพื่อนำไปคิดต้นทุน สินค้าขายปลายงวดในงบกำไรขาดทุน ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์หลัก ๓ งานระหว่างทำและสินค้า สำเร็จรูปคงเหลือที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงินของกิจการ

3.2 การวัดมูลค่าต้นทุนในรูปแบบต่างๆ ซึ่งในอดีตนักบัญชีจะคำนวณเฉพาะต้นทุนการ ผลิตสินค้าเท่านั้น แต่ในสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ฝ่ายบริหารจะต้องทราบถึงต้นทุนภายใต้แนวคิด การบริหารใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งวงจรของธุรกิจและทราบถึงต้นทุนของกิจกรรมและกระบวนการผลิต ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพ เช่น ต้นทุนบริการ ต้นทุนกิจกรรม ต้นทุนคุณภาพ ต้นทุน ทันต่อเวลา ต้นทุนการใช้ทรัพยากรโดยรวม เป็นต้น ซึ่งแนวคิดนี้อาจไม่สอดคล้องกับระบบต้นทุน แบบเดิม และอาจไม่เป็นที่ยอมรับของผู้สอบบัญชี ไม่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่ถือปฏิบัติใน ปัจจุบัน

3.3 เป็นฐานข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของฝ่ายบริหาร เกี่ยวกับการ ตัดสินใจพัฒนาสินค้าใหม่ การเลือกตลาด การจัดการคู่แข่ง และการจัดการลูกค้า เพื่อพิจารณา กำหนดช่องทางการจัดทำหน่าย ราคาขายและการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ซึ่งข้อมูลที่ฝ่ายบริหาร ต้องทราบจะเป็นข้อมูลที่ไม่ใช่ตัวเงิน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งลัพท์ต่อ การดำเนินงาน บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งผู้บริหารต้องสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูล และต้นทุนได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อเวลา ทั้งอดีต ปัจจุบันและอนาคต

3.4 กำหนดทรัพยากรที่ต้องใช้อย่างประหยัดและวิธีการจัดหาทรัพยากรอย่างมีคุณค่า รวมทั้งวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน โดยสามารถวิเคราะห์ปัจจัยและสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน สนับสนุนและพัฒนา และนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ให้เกิดผลที่ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เป็นการการบริหารต้นทุนแบบบูรณาการจึงเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์อันเป็นปัจจัยสำคัญที่นำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จ ดังนั้นความสามารถในการบริหารต้นทุนแบบบูรณาการจึงถูกกำหนดให้เป็นศักยภาพในการประยุกต์ใช้ข้อมูลบัญชีบริหารขององค์กรตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การเปรียบเทียบ และการเชื่อมโยงข้อมูลการบัญชีต้นทุน การกำหนดข้อมูลที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนการทำงานของผู้บริหารเพื่อประโยชน์ในการวางแผนงาน (Planning) การสั่งการ (Directing) การควบคุม (Controlling) และการตัดสินใจ (Decision-Making)) เพื่อกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานภายใต้การนำระบบการบริหารต้นทุนมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล แนวทางในการออกแบบสายการผลิต การจัดสรรทรัพยากรที่จำกัด และการกำหนดต้นทุนในการผลิตที่เหมาะสม การพัฒนาปรับปรุงและการรักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการให้สามารถแข่งขันได้ ส่งมอบคุณค่าเหล่านั้นแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคหรือผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้องค์กรเกิดความสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สามารถสร้างการเติบโตและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นการบริหารต้นทุนแบบบูรณาการ (ปาลวิพภูมิกุลสาคร และ อนุชาพุมิกุลสาคร, 2563: 3-16) ประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้

- 1) ด้านการมุ่งเน้นประสิทธิผลต้นทุนผลิตภัณฑ์ คือ ความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการผลิต การวิเคราะห์องค์ประกอบการผลิต การจำแนกข้อมูล และการแสดงผลข้อมูลทางการบัญชีบริหารที่สำคัญต่อการวางแผนงาน การควบคุม การติดตาม การปรับปรุงคุณภาพกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาและการรักษาระดับคุณภาพสินค้าและบริการให้สามารถแข่งขันได้ และการผลิตที่ประหยัดต้นทุนและเป็นมิตรต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ
- 2) ด้านการมุ่งเน้นระบบการควบคุมต้นทุน คือ การกำหนดข้อมูลต้นทุนมาตรฐานต้นทุนตามเป้าหมาย การกระบวนการติดตาม การตรวจสอบและประเมินผลคุณภาพในการผลิต การสร้างกลไกในการป้องกัน แก้ไข และปรับปรุงคุณภาพต้นทุนอย่างต่อเนื่อง การจัดทำงบประมาณในการจัดสรรทรัพยากรการผลิตได้อย่างเหมาะสม

3) ด้านการบัญชีต้นทุนมุ่งผลลัพธ์เพื่อการตัดสินใจเป็นความสามารถของกิจการในการประมาณการหรือพยากรณ์ต้นทุน รายได้และสินทรัพย์ในการดำเนินงานการเปรียบเทียบต้นทุนและผลประโยชน์ในแต่ละทางเลือกอย่างเหมาะสมมุ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรหรือส่วนรวม และการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการผลิตที่แม่นยำถูกต้อง

4. ประโยชน์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่ประยุกต์ใช้ระบบการบัญชีต้นทุน โดยกระบวนการบริหารจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายและเป้าหมาย พัฒนากลยุทธ์ขององค์กรที่ดีกว่าและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ซึ่งข้อมูลที่ได้นำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ การวางแผนการบริหารต้นทุนและประยุกต์ใช้ทรัพยากรที่ดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันระยะยาว และบรรลุผลสำเร็จตามที่คาดหวัง (กษมาพร ลาผ่าน, 2563: 31-41); (Ussahawanitchakit, P. 2018: 52-68) ซึ่งประโยชน์การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีดังนี้

4.1 ช่วยให้องค์กรด้านการประหยัดต้นทุนที่สำคัญ สนับสนุน ส่งเสริมและยกระดับกิจกรรมที่สามารถสร้างและก่อให้เกิดมูลค่า กำจัดหรือควบคุมกิจกรรมที่ไม่สร้างมูลค่า และควบคุมดูแลวัตถุดิบได้อย่างชัดเจน

4.2 ช่วยให้อาจเตรียมแนวทาง การกระบวนการ การระบุเป้าหมายในการดำเนินงาน ในการวิเคราะห์ปัจจัยและสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุน ลดต้นทุนด้วยการควบคุมการทำงาน และกิจกรรมที่มีลำดับความสำคัญก่อน และการใช้ข้อมูลต้นทุนประกอบการตัดสินใจในการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ วิธีการผลิต และวิธีการจัดจำหน่ายเพิ่มช่องทางการส่งเสริมทางการตลาด

4.3 ช่วยในการเพิ่มความสามารถและศักยภาพในการตัดสินใจเชิงรุก โดยให้ข้อมูลกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น ประกอบการวางแผนและประเมินมูลค่าเพิ่มในกระบวนการดำเนินงานขององค์กร เช่น การบริหารกระแสเงินสด การทำงานประมาณ การวางแผนการผลิต การวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ รวมไปถึงกระบวนการผลิตและการกำหนดราคาสินค้า คุณภาพของสินค้าเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร

4.4 ช่วยสนับสนุน ส่งเสริมและผลักดัน กระบวนการทำงานจากการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน และการให้รางวัลจากผู้บริหาร การผลักดันองค์ความรู้และพัฒนาการเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ให้เกิดความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขันในระยะยาว และเพิ่มศักยภาพในสร้างยอดขายและการทำกำไรอย่างยั่งยืน

4.5 ช่วยให้ข้อมูลบัญชีต้นทุนเกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงานทางการเงิน เป็นข้อมูลที่ต้อง และครบถ้วน ใช้เป็นฐานในการเปรียบเทียบทั้งอดีต ปัจจุบันและในอนาคต เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนา แนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

5. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Cost Accounting Strategic) หมายถึง เทคนิคทางการบัญชีที่ช่วยสร้างระบบข้อมูลต้นทุนที่ดี นำข้อมูลต้นทุนที่มีคุณภาพและใช้ข้อมูลต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผน จัดเตรียม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนในการพัฒนา ส่งเสริม ผลักดันให้ธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานทางธุรกิจให้เป็นไปวัตถุประสงค์และช่วยให้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น พัฒนางองค์กรให้มีศักยภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Cost Accounting Strategic) คือเทคนิค วิธีการกระบวนการ และแนวทางหรือเครื่องมือที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนและในระยะยาว และมีผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ดังนั้น เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานและการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจากการศึกษาผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของ (Baharudin & Jusoh, 2019); (Knauer & Möslang, 2018); (Ussahawanitchakit, 2018); (Alsoboa et al., 2015) และ(Phan et al., 2014) จำแนกการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ออกเป็น 6 เทคนิค ดังนี้

5.1 การบริหารฐานกิจกรรม (Activity-Based-Management : ABM) หมายถึง วิธีการหรือกระบวนการที่เน้นการระบุกิจกรรม วิเคราะห์และประเมินกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยประยุกต์ใช้การบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรม เพื่อวิเคราะห์ระบบ รื้อระบบ หรือปรับปรุง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วยด้วย 3 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ตัวผลักดัน (Driver Analysis) ระบุสาเหตุเริ่มต้นของต้นทุนในแต่ละกิจกรรม ทั้งทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตและปริมาณที่ผลิตได้ โดยเริ่มตั้งแต่การจำแนกต้นทุนในการผลิตเป็นต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม การวิเคราะห์กิจกรรม (Activity Analysis) ช่วยระบุ อธิบาย และประเมินกิจกรรม มุ่งเน้นกิจกรรมที่ทำ จำนวนพนักงานที่ทำกิจกรรม ระยะเวลา ทรัพยากรที่ใช้ในการทำกิจกรรม มูลค่าของกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า โดยทำการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการผลิตให้กับกลุ่มหรือศูนย์ต้นทุนกิจกรรม และปันส่วนกิจกรรมเข้าสู่ตัวสินค้า โดยแต่ละกลุ่มกิจกรรมได้ใช้ตัวผลักดันต้นทุนเป็นเกณฑ์ในการปันส่วนต้นทุน และการวัดผลการปฏิบัติงาน (Performance Measurement) มุ่งเน้นการวัดและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม เป็นต้น (Rankin, 2020)

การบริหารฐานกิจกรรม (Activity-Based-Management) คือวิธีการ กระบวนการและแนวทางที่ใช้ในการระบุ วิเคราะห์ และประเมินกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการบริหารงาน โดยประยุกต์ใช้การบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรมนำมาใช้ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) หรือการปรับเปลี่ยนระบบ (Re-Engineering) ซึ่งต้องวิเคราะห์ต้นทุนที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า ให้ความสำคัญกับการสร้าง การพัฒนาให้เกิดมูลค่ากับลูกค้า และสร้างกำไรได้ เป็นการวิเคราะห์ภายในกิจการ ให้ความสำคัญกับการลดตัดค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย สิ้นเปลืองของกิจกรรม เน้นกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจำแนกรายละเอียดการบริหารฐานกิจกรรม (Phan et al., 2014) ดังนี้

5.1.1 กิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า (Value-Added Activity) เป็นกิจกรรมที่สร้างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ ซึ่งต้องตรงตามความพึงพอใจของลูกค้าและยินดีที่จะจ่าย จากการใช้ทรัพยากรและมีต้นทุน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของกิจการ เช่น กิจกรรมเพิ่มมูลค่าในโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ การออกแบบสินค้า เครื่องจักร เป็นต้น และกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าสำหรับธุรกิจบริการ ได้แก่ การวิจัย การบริการทางกฎหมาย และการบริการจัดส่งสินค้า เป็นต้น

5.1.2 กิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า (Non-Value-Added Activity) เป็นกิจกรรมการผลิตและให้บริการที่ทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นและใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น เช่น กิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ การซ่อมเครื่องจักร การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ เป็นต้น และกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าสำหรับธุรกิจบริการ ได้แก่ การต้อนรับ การเดินทาง เป็นต้น

การบริหารฐานกิจกรรมเป็นการประยุกต์ใช้การคิดต้นทุนฐานกิจกรรมและการบริหารเชิงกิจกรรม โดยการปันส่วนต้นทุนค่าใช้จ่ายและอาศัยตัวหลักต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกิดขึ้น ตั้งแต่กิจกรรมระดับหน่วย กิจกรรมระดับกลุ่ม กิจกรรมระดับผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมระดับอำนาจการ เป็นการวิเคราะห์มูลค่ากระบวนการ (Process Value Analysis) ทั้งต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อช่วยปรับปรุงประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการดำเนินงาน การเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลลัพธ์การดำเนินงานที่เกิดขึ้นสูงสุดของกิจการ (Obohn & Ajibolade, 2014: 119-137) ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุน (Driver Analysis) ระบุสาเหตุต้นทุนในแต่ละกิจกรรม ทั้งสิ่งที่ป้อนเข้าของกิจกรรม และปริมาณสิ่งที่ผลิตได้ของกิจกรรม 2) การวิเคราะห์กิจกรรม (Activity Analysis) ช่วยระบุ อธิบาย และประเมินกิจกรรม โดยเน้นกิจกรรมที่ทำ จำนวน พนักงาน ระยะเวลา และทรัพยากรที่ใช้ในการทำกิจกรรมเฉพาะที่เพิ่มมูลค่าเท่านั้น และ 3) ประเมินผลการดำเนินงานฐานกิจกรรม (Activity-Based Performance Evaluation) มุ่งเน้นการวัดผลลัพธ์การดำเนินงานกิจกรรมตามแนวคิดการวัดผลลัพธ์แบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) จากองค์ประกอบข้างต้น ช่วยให้กิจการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและมีผลลัพธ์การดำเนินงานอย่างยั่งยืน

5.2 การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) หมายถึง การบัญชีต้นทุนของสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะที่สามารถดึงดูดลูกค้า มุ่งเน้น ให้ความสนใจและพิจารณาสินค้าแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน โดยต้นทุนได้ถูกกำหนดตามลักษณะของสินค้า ความชอบความต้องการของลูกค้า ซึ่งต้นทุนคุณลักษณะเป็นวิธีการและกระบวนการจัดการต้นทุนตามลักษณะสินค้าแต่ละชนิด ได้แก่ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่น การรับประกันสินค้า ความเชื่อมั่นจากผู้นำเข้าวัตถุดิบและผู้จัดหา และการบริการหลังการขาย ซึ่งลักษณะของสินค้า ประกอบด้วย ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ระยะเวลาในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ความสะดวกและคล่องตัวในการขนส่งและจ่ายเงิน ระดับความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า เป็นต้น

การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing) คือต้นทุนของสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะที่สามารถดึงดูดลูกค้า เป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์การดำเนินงาน ความน่าเชื่อถือของสินค้าและการรับประกันสินค้า ความพร้อมของการใช้งาน ความเชื่อมั่นในวัตถุดิบต้นน้ำ ผู้ขายวัตถุดิบและผู้จัดหาสินค้า และการบริการหลังการขาย เป็นต้น (Alsoboa et al., 2015) ซึ่งลักษณะเด่นที่สำคัญของการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ มุ่งเน้นให้ความสนใจ และพิจารณาความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิด ต้นทุนถูกกำหนดตามคุณลักษณะของสินค้าและสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอก กับความต้องการของลูกค้า จำนวนต้นทุนสินค้าเป็นจำนวนรวมยอดทั้งหมดตามต้นทุนของคุณลักษณะสินค้าแต่ละชนิด หลักการในการผลิตเป็นไปตามสินค้าที่ต้องการขายวัดและประเมินคุณภาพโดยตรงของสินค้า สิ่งเหล่านี้กลายเป็นเป้าหมายพื้นฐานในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากความแตกต่างของสินค้าและบริการ

5.3 การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) หมายถึง การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงาน เป็นวิธีการที่เกี่ยวกับการบัญชีในระยะยาวและการดำเนินงานที่มุ่งเน้นตลาด เป็นกระบวนการการคำนวณต้นทุนของสินค้าตลอดวงจรชีวิตตั้งแต่การเข้าสู่ตลาดจนถึงสินค้าล้าสมัย โดยเริ่มต้นจากการออกแบบสินค้าหรือบริการจนถึงระดับการถดถอย มุ่งเน้นการรายงานต้นทุนในแต่ละช่วงการผลิตของวงจรชีวิตสินค้าหรือบริการ และติดตามประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละช่วง ช่วยในการวางแผน เปรียบเทียบในการจัดทำงบประมาณสำหรับสินค้าหรือบริการได้เป็นอย่างดี ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ขั้นตอนการแนะนำตลาด ขั้นตอนการขยายตัว ขั้นตอนเจริญเติบโตเต็มที่ และขั้นตอนการถดถอย เป็นต้น

การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing) คือการประเมินต้นทุนที่เกิดขึ้นตามความยาวของช่วงสินค้าหรือบริการ โดยเริ่มจากการออกแบบสินค้าหรือบริการจนถึงภาวะการถดถอย ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ขั้นแนะนำตลาด (Introduction) การขยายตัว (Growth) การเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity) การถดถอย (Decline) และการออกจากตลาด (Abandonment) ซึ่งนำมาเป็นเครื่องมือในการประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร ตั้งแต่การวิจัย

และออกแบบจนถึงตลอดช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์ (Ussahawanitchakit, P.2017: 1-27) เป็นมุมมองการบัญชีในระยะยาวและการดำเนินงานที่มุ่งเน้นตลาด เป็นกระบวนการคำนวณต้นทุนของสินค้าตลอดวงจรชีวิตทั้งหมดจากการเข้าตลาดจนถึงความล้าสมัย มุ่งเน้นการรายงานต้นทุนของแต่ละช่วงการผลิต และช่วยในการวางแผนและจัดทำงบประมาณสำหรับสินค้าใหม่ภายใต้ระบบการรายงานการบัญชีเพื่อการจัดการที่ใช้ในปัจจุบัน (Knauer & Möslang, 2018) ซึ่งจะพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรจากจุดที่เหมาะสมที่สุดจนถึงตลอดช่วงชีวิตสินค้า และนักบัญชีจะต้องให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมและผลักดันที่มียุติในการพัฒนาสินค้า ออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

5.3.1 ต้นทุนการออกแบบสินค้า (Designing Costs Out of the Product) ต้นทุนส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกิจกรรมการออกแบบ สามารถช่วยลดต้นทุนที่สิ้นเปลืองให้เหลือน้อยที่สุดตลอดช่วงชีวิตสินค้า ทั้งกระบวนการควบคุมและการเก็บรักษาวัตถุดิบ ส่งผลดีต่อความสามารถในการทำกำไรและการบริโภคสินค้า

5.3.2 การลดลงของระยะเวลาเข้าสู่ตลาด (Minimizing Time to Market) ซึ่งเป็นช่วงของการติดตามสินค้าใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด นักบัญชีต้องสามารถเข้าใจและบริหารจัดการและรับรู้ถึงคุณลักษณะตลาดแข่งขันสำหรับสินค้าใหม่ ช่วยในการให้ข้อมูลต้นทุนในการปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการทำกำไรที่ถูกต้องตลอดช่วงวงจรชีวิตสินค้า

5.3.3 การปรับปรุงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้น (Maximizing the Life Cycle) เป็นการเข้าสู่ตลาดการแข่งขันที่รวดเร็ว ช่วยให้มียาววงจรชีวิตสินค้าที่ยาวนานกว่าโดยเพิ่มอายุของวงจรชีวิต จากการออกแบบสินค้ารวบรวมข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะหลังจากนำสินค้าออกสู่ตลาด สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในตลาดต่างๆ และนำสินค้าออกสู่ตลาดในช่วงเวลาที่เหมือนกันในตลาดที่มีความแตกต่างกัน

5.4 การบัญชีต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) หมายถึง การคำนวณต้นทุนและการรายงานต้นทุนคุณภาพที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร เป็นวิธีที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตและขนาดทรัพยากรที่ทำให้องค์กรทราบถึงปัญหาและป้องกันปัญหาที่จะส่งผลในด้านคุณภาพการผลิตและสินค้า นำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต มาตรการตรวจสอบคุณภาพ การทดสอบและประเมินกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อการยกระดับคุณภาพของสินค้าและสินค้ามีคุณภาพมากขึ้นเป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง ลดจำนวนของเสียที่เกิดจากสินค้าและบริการเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า เพิ่มยอดขายและกำไรให้กับองค์กรและเพิ่มขีดความสามารถและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน จำแนกต้นทุนออกเป็น ต้นทุนป้องกัน ต้นทุนการประเมิน และต้นทุนของเสีย เป็นต้น

การบัญชีต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing) คือเครื่องมือในการปรับปรุงและพัฒนา และการลดต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร โดยการคำนวณต้นทุนที่เกิดขึ้น จากการระบุ การซ่อมแซม และการป้องกันของเสีย ซึ่งการรายงานข้อมูลต้นทุนคุณภาพกำหนดวัตถุประสงค์และ เป้าหมายเพื่อมุ่งเน้นให้ผู้บริหารตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหาด้านคุณภาพเป็นลำดับแรก โดยองค์กรสามารถนำการบริหารต้นทุนไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการต้นทุน ตามกระบวนการ ทำงาน การผลิตสินค้าและบริการ เพื่อกำหนดนโยบาย การวางแผน การควบคุม และการดำเนินงาน ของธุรกิจ ปัจจัยที่สำคัญหลัก 3 ด้าน คือ 1) ด้านต้นทุนป้องกัน 2) ต้นทุนกาประเมิน และ 3) ด้านต้นทุน ความผิดพลาด เพื่อให้การบริหารต้นทุนคุณภาพมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถลดต้นทุนการ ผลิตและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจน ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าหรือ กลุ่มลูกค้าเฉพาะได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำธุรกิจไปสู่ความเจริญเติบโต มั่นคง และยั่งยืนตลอดไป กษมาพร ลาผ่าน และคณะ (2563: 31-41)

การบัญชีต้นทุนคุณภาพเป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตและขนาดของ ทรัพยากรในการป้องกันสินค้าคุณภาพต่ำ การประเมินคุณภาพของสินค้า และความผิดพลาดหรือความ เสียหายที่เกิดจากภายในและภายนอกกิจการ ซึ่งจากที่กล่าวมา ต้นทุนคุณภาพ ประกอบด้วย 2 ประเภทหลัก (ปพฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมศึกษา, 2560: 145-157) ดังนี้

5.4.1 ต้นทุนคุณภาพที่ดี (Cost of Good Quality) กระบวนการจัดการคุณภาพใน การดำเนินงานเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าทำการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง ประกอบด้วย

1) ต้นทุนการป้องกัน (Prevention Cost) ต้นทุนที่กิจการได้จ่ายออกไปเพื่อ ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดและความสูญเสียใน การผลิตหรือดำเนินงาน เช่น ค่าใช้จ่ายการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร วิศวกรรมคุณภาพ และการ คัดเลือกวัตถุดิบที่ดีจากผู้ขาย เป็นต้น

2) ต้นทุนการประเมิน (Appraisal Cost) ต้นทุนที่กิจการได้จ่ายออกไปเพื่อ ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งต้นทุนนี้ได้เกิดจากการตรวจสอบ ตรวจสอบ และการตรวจการณ้อย่างละเอียด โดยต้นทุนประเมิน เช่น ค่าใช้จ่ายบุคลากรในการตรวจสอบชิ้นส่วน และอะไหล่ที่กำลังเข้ามาและใช้ไป การทำลายสินค้าภายใต้กระบวนการทดสอบ ค่าเสื่อมราคาและ ค่าเสื่อมสภาพของอุปกรณ์ เป็นต้น

5.4.2 ต้นทุนคุณภาพที่แย่ (Cost of Poor Quality) หรือต้นทุนความผิดพลาด (Failure Cost) เป็นกระบวนการดำเนินงานหรือผลิตภัณฑ์และบริการ มีความผิดพลาดและเกิดความ สูญเสีย อาจส่งผลให้ต้องเสียเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแก้ไข ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

เช่น งานที่ต้องแก้ไขใหม่ งานที่เป็นของเสียและใช้ประโยชน์ไม่ได้ เป็นต้น แบ่งการพิจารณาด้านทุนความผิดพลาดเป็น 2 แบบ คือ

1) ต้นทุนของเสียภายใน (Inter Failure Cost) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เมื่อสินค้าที่มีข้อบกพร่องได้ถูกผลิตขึ้นทั้งสินค้าที่ต้องทำการปรับปรุงใหม่และของเหลือทิ้ง ซึ่งต้นทุนสินค้าที่ต้องทำการปรับปรุงใหม่ถือว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมาก

2) ต้นทุนของเสียภายนอก (External Failure Cost) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อสินค้าที่มีข้อบกพร่องได้ถูกผลิตขึ้น ซึ่งรวมถึงต้นทุนของสินค้าที่มีการเรียกสินค้ากลับคืนมา การรับประกันสินค้าและการเรียกร้อง การฟ้องร้องจากลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า รวมถึงต้นทุนเกี่ยวกับการสูญเสียจำนวนลูกค้าที่มีศักยภาพมากขึ้น

5.5 การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) หมายถึง วิธีการ กระบวนการคำนวณต้นทุนเป้าหมายที่สำคัญในการบริหารต้นทุน การวางแผนสำหรับกิจกรรมการผลิตสินค้าและเป็นเครื่องมือในการควบคุมกระบวนการออกแบบและพัฒนาสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งต้นทุนของสินค้าต้องเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดและแน่ใจว่าสินค้าสามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมาย ราคาของสินค้าถูกกำหนดโดยราคาขายที่สามารถแข่งขันได้ การคำนวณต้นทุนเป้าหมายนั้นสามารถทำได้ด้วยการหักกำไรที่ต้องการจากราคาเป้าหมาย ซึ่งอ้างอิงจากกลุ่มลูกค้าที่ยินดีจะจ่ายประกอบกับราคาที่กำหนดโดยคู่แข่ง รวมถึงช่วยสนับสนุนส่งเสริม และผลักดันให้มีการตั้งราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด และมีประสิทธิภาพประสิทธิผลสูงสุดภายใต้ตลาดและสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง เพื่อให้เกิดความเปรียบเทียบการแข่งขัน

การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) คือกระบวนการออกแบบและพัฒนาการผลิตสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้นทุนของสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และกำไรของสินค้าของแต่ละชนิดไปตามที่ต้องการด้วย ซึ่งการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นการผลิตสินค้าโดยตั้งราคาของสินค้าตามที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้หรือราคาตลาด 2) ต้นทุนของสินค้าเป็นเหมือนตัวแปรที่อยู่ระหว่างการกำหนดองค์ประกอบสำคัญและจำเป็นของสินค้า และ 3) การดำเนินงานและทำงานเชิงรุกเพื่อให้บรรลุความสำเร็จในการมีต้นทุนเป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้น การบัญชีต้นทุนเป้าหมายเป็นวิธีการประมาณการต้นทุนของสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่ส่งผลจากราคาขายสินค้าของคู่แข่งในตลาด เน้นปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานด้านต้นทุน ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดต้นทุนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สนับสนุน ส่งเสริม ผลักดันให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีทั้งปัจจุบันและในอนาคต (Baharudin & Jusoh, 2019)

การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดราคาสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งกิจการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้ระดับกำไรตามที่ต้องการและยอมรับได้ มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการประมาณการราคาขายสินค้าตามราคาตลาด จำนวนหน่วยสินค้าที่ขาย และการปฏิบัติหน้าที่ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งมีกระบวนการสำคัญ 3 องค์ประกอบ คือ 1) ระบุราคาเป้าหมาย เปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้าในตลาดกับสินค้าตามแนวคิดในการผลิต ราคาที่กำหนดสะท้อนสถานะการแข่งขัน ความสามารถของสินค้าและกิจการ 2) ระบุกำไรเป้าหมาย คำนวณต้นทุนที่ถูกกำหนดให้เกิดขึ้น วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการขายคุณราคาเป้าหมายก็จะสามารถระบุกำไรเป้าหมายได้ นำราคาเป้าหมาย หัก กำไรเป้าหมาย จะเป็นต้นทุนที่ถูกกำหนดให้เกิดขึ้น และ 3) คำนวณต้นทุน ปัจจุบัน คำนวณต้นทุนที่ต้องบริหาร โดยกิจการต้องคำนวณต้นทุนเพื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่ถูกกำหนดให้เกิดขึ้น (ไตรรงค์ สวัสดิกุลและ นภาพรณ พลนิกรกิจ, 2562)

นอกจากนี้ การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1) ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต 2) ด้านความต้องการของลูกค้า 3) ด้านการสร้างห่วงโซ่คุณค่าต้นทุนกิจกรรม 4) ด้านการบริหารทีมงานบุคลากรแบบข้ามสายงาน 5) ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนวงจร ผลิตภัณฑ์ 6) ด้านการวิเคราะห์ด้านราคาในตลาด ทั้งนี้การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) เป็นกระบวนการจัดการ วางแผนต้นทุน และควบคุมการ ออกแบบกระบวนการผลิตตลอดจนการจัดการ กิจกรรมต่างๆ รวมถึงห่วงโซ่คุณค่าของทุกกิจกรรม เพื่อให้สินค้าขายได้ในราคาที่กำหนดตามเป้าหมาย และสามารถทำกำไรหรือผลตอบแทนโดยนำสินค้า ออกสู่ตลาดและสามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ภายใต้ราคาที่กำหนดไว้ย่อมส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธัญญธร ศรีวิเชียร, 2560)

5.6 การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Costing) หมายถึง วิธีการกระบวนการในการปันส่วนต้นทุนที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมขององค์กรที่เชื่อมโยงห่วงโซ่ของกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทั้งหมดเข้าด้วยกันกับการผลิตสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสินค้าและการพัฒนาสินค้า จนถึงการจัดจำหน่ายและการส่งมอบสินค้า เช่น การจัดซื้อ การผลิต การตลาด การจำหน่าย และการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ลูกค้า เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการบัญชีต้นทุนที่รวมทุกโครงสร้างต้นทุน การควบคุมตัวหลักต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่ง ความสามารถในการทำกำไร และความพึงพอใจของลูกค้า นำส่งไปสู่การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดและตำแหน่งของสินค้าหรือบริการในการแข่งขันที่มีประสิทธิผลมากกว่า ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขัน (Ussahawanitchakit, P.2017: 230-250)

การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Costing) คือการบริหารเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกระบวนการหลักของกิจการ ประกอบด้วย การวางแผนและการพัฒนาระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบบริการลูกค้า (ดวงมณี โกมารัตน์, 2554) การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่ามุ่งเน้นและมองภาพรวมขององค์กร โดยเชื่อมโยงห่วงโซ่ของกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทั้งหมดเข้าด้วยกันกับการผลิตสินค้าและบริการที่เกิดขึ้น เป็นการเชื่อมโยงระหว่างกิจการผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบและศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดและผลลัพธ์ที่ได้จากการประยุกต์ใช้คือ ประสิทธิภาพการจัดการต้นทุน คุณภาพการตอบสนองลูกค้า ความได้เปรียบทางการแข่งขันและบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ซึ่งสามารถจำแนกขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุน (จันทิมา พรหมเกษ และกนกกาญจน์ วิชาศิลป์, 2564: 89-102) ดังนี้

5.6.1 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบเพื่อเลือกหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ตามแนวความคิดต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและช่วยให้ประหยัดต้นทุน

5.6.2 การวิเคราะห์ผู้จัดส่งวัตถุดิบ เนื่องจากต้นทุนเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานการเปรียบเทียบตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า

5.6.3 การวิเคราะห์กระบวนการผลิต เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้ลดต้นทุนและการผลิตเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และช่วยให้กิจการเลือกแบบผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดต้นทุนและส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

5.6.4 การวิเคราะห์ลูกค้า เป็นการวิเคราะห์รายได้และต้นทุนในการให้บริการของลูกค้าแต่ละรายเพื่อวิเคราะห์กำไรที่เกิดจากลูกค้าแต่ละราย ลูกค้ามีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ให้ลูกค้าตระหนักถึงอำนาจต่อรองที่เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่ามีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันในด้านต้นทุนและผลการดำเนินงานขององค์กร สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดศักยภาพทางการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งปัจจัยสำคัญ 5 ปัจจัยประกอบด้วย 1) วิสัยทัศน์การอยู่รอด 2) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร 3) ความรู้ในการบริหารต้นทุน 4) ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสมัยใหม่ และ 5) แรงกดดันทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนและการดำเนินงาน สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารควรสนับสนุนและให้ความสำคัญปัจจัยสำคัญดังกล่าว เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดและแนวทางที่ดีให้ผู้บริหาร และควรสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณสำหรับกลยุทธ์นี้ เพื่อให้การบริหารเกิดประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลอดจนโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ (สรินยา สุภัทรานนท์ และคณะ, 2562: 114-130)

ดังนั้น องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากทำให้ทราบถึง กระบวนการ และวิธีการ ซึ่งเกิดจากการนำเทคนิคการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ทั้ง 6 วิธี ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว ส่งผลต่อ ผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีทั้งที่เป็นเป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และสามารถสร้างความเข้าใจในการ ประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานและบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งที่องค์กรนำแนวคิดหลักการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มาใช้เป็นหลักบริหารจัดการต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่ง การที่องค์กรดำเนินการหรือ กระทำบางอย่างที่คู่แข่งไม่สามารถดำเนินการได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน และการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว ความได้เปรียบทางการแข่งขันมี 2 ชนิดพื้นฐาน ได้แก่ ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และความเป็นผู้นำด้านความแตกต่าง (Porter, 1990) นอกจากนี้จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมธุรกิจ การพิจารณาองค์ประกอบของกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบที่สำคัญอีกประการ คือ การตอบสนองความต้องการ มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม (Porter, 1985) ได้มีผู้ให้ความหมายของความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน ไว้ดังนี้

กฤษฎา ดิเรกวัฒน์ (2565: 407) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร ต้องวิเคราะห์ถึงทรัพยากรที่มีคุณค่าหายาก ยากต่อการลอกเลียนแบบ และองค์กรต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรนั้นๆ

ชลิต ผลอินทร์หอม (2563: 317) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญมี 2 อย่าง ซึ่งองค์กรระดับโลกจะมีอย่างใดอย่างหนึ่งระหว่าง การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน กับการเป็นผู้นำด้านความแตกต่าง องค์กรที่พยายามจะเป็นทั้ง 2 อย่าง มักจะจบลงที่ความไม่ชัดเจนในกลยุทธ์ และจะไม่สามารถเข้าถึงหรือรักษาความเป็นผู้นำไว้ได้

กษมาพร ลาผ่าน (2563: 31) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ผลของการบริหารงานและสร้างกลยุทธ์ ทำให้องค์กรสร้างผลงานที่แตกต่าง จากการผลิตสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่า เหนือกว่าคู่แข่ง ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ และด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า

จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และ วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล (2562: 19) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถในการสร้างความได้เปรียบด้วยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า สร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลงและความยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา และเพื่อสร้างความแตกต่างอันจะเป็นจุดแข็งและโอกาสทางธุรกิจ

กรรวิวัฒน์ สกกลคุณเดช และคณะ (2560: 32) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการที่องค์กรมีทรัพยากรและความสามารถ ประกอบด้วย ความมีคุณค่าของทรัพยากร (Value Resource) การหาได้ยาก (Rare Resource) การลอกเลียนแบบไม่ได้ (Imperfectly Imitate Resource) และการที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non - Substitutable) จะนำองค์กรไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ได้

ชนินทร สุภา (2560: 30) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรหนึ่งจากการผลิตสินค้าหรือการให้บริการได้เหนือกว่าธุรกิจอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริการ อีกทั้งยังสามารถบริหารทรัพยากรด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา

สุภาวดี วัฒนานิมิตกุล และคณะ (2560: 1477) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ผู้ประกอบการสร้างความแตกต่าง ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์หรือการทำภาพลักษณ์ขององค์กรให้โดดเด่นกว่าคู่แข่ง

สิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร และสวีสดี วรรณรัตน์ (2560: 36) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่ทำได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยที่องค์กรนั้นอาจมีความสามารถพิเศษที่แตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่นในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตนั้นการสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่องนั้น ได้แก่ ราคา คุณภาพ รวมทั้งความน่าเชื่อถือ และความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า รวมทั้งระยะเวลาในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

อมรรัตน์ ตะโคตม (2560: 30) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ผลของการปฏิบัติที่ทำให้องค์กรสร้างผลงานเหนือจากองค์กรอื่น จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า โดยมีความเหนือกว่าในด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Alamri Mohammed Ahmad (2018: 48-64) ความสำเร็จในการแข่งขัน หมายถึง ความสำเร็จในการแข่งขัน จะต้องดำเนินตามกลยุทธ์การสร้างแตกต่างที่เน้นการตอบสนองลูกค้า นวัตกรรม ความยั่งยืนและคุณภาพผลิตภัณฑ์

Bashir และ Verma (2017: 2-3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการแข่งขัน หมายถึง การสร้างกลยุทธ์ความแตกต่างในธุรกิจ ให้มีผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง และเพิ่มมูลค่าตัวผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อสร้างความสำเร็จในการแข่งขันให้ธุรกิจเกิดความสำเร็จ

Maximova (2017: 1-3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการแข่งขัน หมายถึง การบริหารกลยุทธ์ในการปรับปรุง แก้ไข และค้นหาวิธีการดำเนินงาน ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความแตกต่างในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการแข่งขันในธุรกิจ

Abdelraheem Abubkr. และคณะ (2017: 337) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความเหนือกว่าคู่แข่ง การตอบรับการเปลี่ยนแปลงและยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา และการสร้างความแตกต่าง เพื่อสร้างจุดแข็งและโอกาส เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการแข่งขัน

Porter (2005: 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการแข่งขัน หมายถึง การที่องค์กรสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) ผู้นำความแตกต่าง (Differentiation Leadership) และการมุ่งเน้นเฉพาะจุดด้านต้นทุนต่ำหรือการสร้างแตกต่าง (Focused Strategies) เพื่อให้ผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง อันนำไปสู่การเป็นผู้การตลาดและองค์กรอื่นไม่สามารถเลียนแบบได้

จากความหมายความสำเร็จในการแข่งขัน หมายความว่า ความสำเร็จที่ธุรกิจมีเหนือคู่แข่งจนทำให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าหรือเข้าถึงลูกค้าได้ในต้นทุนที่น้อยกว่า เป็นผู้นำด้านต้นทุน มุ่งเน้นเฉพาะจุดด้านต้นทุนต่ำ และสามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้องค์กรผลิตสินค้าที่แตกต่าง ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งก็ทำให้ธุรกิจสามารถขายได้มากกว่าหรือทำกำไรได้มากกว่า

2.ความสำคัญของความสำเร็จในการแข่งขัน

ในสภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่องค์กรจะต้องสร้างกลยุทธ์ให้เหนือกว่า ความสำเร็จในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ตามแนวคิดของ Porter (1980) สามารถนำมาวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์ความสำเร็จในการแข่งขันให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น การขายสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า คือ การขายสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่าง ในด้านคุณภาพ วัตถุดิบที่ใช้ เป็นต้น การขายสินค้าที่ถูกกว่าโดยจะต้องผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า โดยการเลือกใช้นวัตกรรมในการดำเนินงาน การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่างๆ

การตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถสร้างสินค้าได้ถูกกลุ่มเป้าหมายและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยสินค้าและบริการต้องพิเศษไปจากสินค้าและบริการของคู่แข่งรายอื่นไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเลือกซื้อสินค้าหรือบริการและยินดีที่จะจ่ายซื้อสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่น (Chaengploy & Jadesalug, 2016) ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่นจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าโดยที่ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) ด้านนวัตกรรม (Innovation) และด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Responsiveness) ที่เหนือกว่าคู่แข่งการสนับสนุนและเสริมสร้างความสามารถทั้ง 4 ด้านให้กับพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าจึงถือเป็นความสำเร็จหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรได้เป็นอย่างดี (วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล, 2559)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์กร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์จากผลการดำเนินการด้านกลยุทธ์ที่ใช้สร้างคุณค่าแก่องค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่ง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อหรือคุณค่าที่แตกต่าง จากการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ลูกค้าต้องการโดยการสร้างคุณค่าที่สูงกว่าคู่แข่งในต้นทุนที่ต่ำ สร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่องค์กร ที่อยู่บนพื้นฐานความต้องการและการยอมรับของลูกค้า

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมาด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่างๆ ที่บุคลากรมีเพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กร ทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ขยายสินค้าที่ถูกกว่า (cost leadership) คือ ผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน คือ องค์กรสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง 2) ขยายสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า (differentiation) คือ ขยายสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่างสินค้าและบริการขององค์กรที่พิเศษไปจากสินค้าและบริการขององค์กรอื่นไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง หรือหลายๆ ทาง และ 3) การตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง (quick response) คือ ความเร็วในการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจทางการบริหารที่รวดเร็วที่ส่งผลโดยตรงต่อลูกค้า การตอบสนองโดยรวดเร็วแสดงให้เห็นถึงการมีความยืดหยุ่นขององค์กร (วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์, 2561: 2148); (ชำนาญ กิ่งสกุล และคณะ, 2560) โดยองค์กรจะต้องพิจารณาองค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 4 ด้าน คือ

3.1 เป้าหมายทางธุรกิจ องค์กรมีการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจ โดยการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพเครื่องจักร คุณภาพกระบวนการผลิต คุณภาพวัตถุดิบ จากการศึกษาพบว่าการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าและตอบสนองตามความต้องการ โดยการสร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ตั้งแต่ การคัดเลือกผู้ขาย การนำเข้ากระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ลักษณะสินค้าตรงตามมาตรฐาน ราคาและบริการที่เหมาะสม ทำให้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ซึ่งการวิเคราะห์จะมีหลายปัจจัยที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย

3.2.1 ศักยภาพของธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า องค์กรต้องให้ความสำคัญและพิจารณาถึงศักยภาพองค์กรในการสร้างโอกาสทางการแข่งขันและความได้เปรียบ ซึ่งมีหลายด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสมบูรณ์ของกระบวนการต้นน้ำ เช่น วัตถุดิบมีความพร้อมและได้คุณภาพ ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต 2) ด้านความรู้เกี่ยวกับระบบ ความรู้ความชำนาญด้านวิศวกรรม 3) ผู้ประกอบการมากด้วยประสบการณ์ ด้านการบริหารการผลิต ความเชี่ยวชาญการบริหารต้นทุน ในการนำทรัพยากรมาใช้เพื่อให้ความสามารถแข่งขันได้ คือ มีมูลค่า หายาก ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และไม่มีสิ่งใดทดแทน 4) การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง เกิดจากความร่วมมือของพนักงานทุกระดับกับผู้บริหารในการปฏิบัติงาน 5) ความมั่นคงด้านการเงินและองค์กรไม่ต้องสำรองเงินสด จากการซื้อขายวัตถุดิบระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เกิดความเชื่อมั่น ซึ่งมีเงินทุนในการบริหารด้านอื่นๆ 6) การมีส่วนร่วมทางการค้า โดยการสร้างเครือข่ายหรือร่วมงานกับหลายองค์กร และ 7) การพัฒนาระบบใหม่ๆ เพิ่มช่องและมูลค่าทางการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เป็นต้น

3.2.2 ปัญหาในการดำเนินงาน จากการศึกษาพบว่า องค์กรต้องวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งปัญหาที่สำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรไม่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ 1) การขาดแคลนพนักงานที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญเฉพาะ และ 2) การขนส่งเครื่องจักรอุปกรณ์ องค์กรต้องมีการจ้างขนส่งบรรทุกในหลายรอบหลายครั้ง ทำให้เกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

3.2.3 โอกาสในการประกอบธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า องค์กรจะต้องวิเคราะห์โอกาสในการประกอบธุรกิจเพื่อให้เกิดความได้เปรียบและบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งมีปัจจัยหลายด้าน เช่น ด้านราคา ความพึงพอใจและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการส่งเสริมจากภาครัฐ ในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต เป็นต้น

3.2.4 อุปสรรคในการประกอบธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า อุปสรรคที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ปัจจัยหลักๆ คือ ปัจจัยด้านสภาพทางเศรษฐกิจ วัตถุดิบมีราคาที่สูง อัตราค่าจ้างของลูกค้ำลดลง ไม่มีแหล่งเงินทุนด้านสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และปัจจัยด้านการแข่งขันของการเกิดคู่แข่งรายใหม่หรือลูกค้ำขาดการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อกระบวนการผลิต

3.3 การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตและแนวโน้มการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งองค์กรต้องวิเคราะห์โดยคำนึงถึงหลักแนวคิดการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย ในการวิเคราะห์อัตราการเติบโตโดยเปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นจากผลการดำเนินงานปีที่ผ่านมา ซึ่งองค์กรต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ ตลาด และลูกค้ำ นอกจากนี้การวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขัน องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ ตลาดใหม่ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันที่สูงขึ้น

4. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความได้เปรียบที่ธุรกิจมีเหนือคู่แข่งจนทำให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าหรือเข้าถึงลูกค้ำได้ในต้นทุนที่น้อยกว่า เป็นผู้นำด้านต้นทุน มุ่งเน้นเฉพาะจุดด้านต้นทุนต่ำ และสามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้องค์กรผลิตสินค้าที่แตกต่าง ตรงตามความต้องการของลูกค้ำแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งก็ทำให้ธุรกิจสามารถขายได้มากกว่าหรือทำกำไรได้มากกว่า

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) คือผลจากการใช้แนวคิดการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มาในการบริหารต้นทุนทางศาสตร์ระบบบัญชีบริหาร โดยใช้กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่ดีกว่าคู่แข่งส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของ (Michael E. Porter, 1980); (ชลิต ผลอินทร์หอม, 2563); (วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์, 2561) และ (สุภาวดี วัฒนานิมิตกุล และคณะ, 2560) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

4.1 ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (Cost Reduction) หมายถึง เทคนิคการลดต้นทุนบริษัท คือการที่องค์กรทำให้ต้นทุนในการทำงานนั้นลดลง ซึ่งต้นทุนในที่นี้หมายถึงเงินหรือทรัพยากรที่สูญเสียไปในการผลิตหรือการให้บริการ โดยที่ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับส่วนอื่นได้ ในส่วนของต้นทุนสำหรับการผลิตหรือการบริการนั้น จะสามารถแยกออกเป็นต้นทุนจากกิจกรรมในหลายๆ ส่วน และสามารถแบ่งออกเป็น ต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผัน รวมไปถึงต้นทุนแอบแฝง เป็นต้น ซึ่งด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (Cost Reduction) คือการใช้กลยุทธ์ในการผลิตสินค้าด้วยต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า องค์กรจะต้องมุ่งเน้นในการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตหรือบริการ โดยจะต้องพยายามลดต้นทุนการผลิต ด้วยวิธีการพัฒนาเครื่องจักรเครื่องมือต่าง

ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด และต้องลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้ต่ำที่สุด ซึ่งความได้เปรียบทางด้านต้นทุนนั้นจะเป็นป้องกันหรือสกัดกั้นการลงทุนของนักลงทุนใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม และช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรอง ป้องกันการกดดันจากกลุ่มลูกค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิตขององค์กรได้อีกด้วย

4.2 ด้านความแตกต่าง (Differentiate) หมายถึง ธุรกิจแสวงหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือการบริการในลักษณะที่ไม่เหมือนใคร เพื่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นกับลูกค้าและความแตกต่างนี้ต้องทำให้ผู้ซื้ออยากใช้ผลิตภัณฑ์นั้น และยินดีจะจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ซึ่งด้านความแตกต่าง (Differentiate) คือกลยุทธ์ที่องค์กรจะต้องสร้างความแตกต่างในด้านสินค้าและบริการ ให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้และความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้า ซึ่งการสร้างความแตกต่างในสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถกระทำได้นั้นจะนำไปสู่การที่องค์กรสามารถที่จะตั้งราคาได้สูงกว่าบริษัทคู่แข่ง ซึ่งการสร้างความแตกต่างนั้นอาจสร้างขึ้นได้จากความโดดเด่นหรือความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงฐานะและความเหมาะสมตามระดับของกลุ่มลูกค้า ความโดดเด่นหรือความมีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นเลิศทางด้านเทคโนโลยี ความโดดเด่นหรือความมีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพ ความโดดเด่นหรือความมีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นผู้นำทางการให้บริการ และความโดดเด่นหรือความมีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นผู้นำทางการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แก่ลูกค้า ซึ่งลักษณะความแตกต่างนี้ต้องตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้า และลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่น

4.3 ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus) หมายถึง กลยุทธ์ที่เน้นการทำต้นทุนให้ต่ำในตลาดเฉพาะจุดหรือเฉพาะกลุ่ม องค์กรไม่จำเป็นต้องเสนอราคาต่ำที่สุดในตลาดโดยรวม แต่ราคาเสนอต่ำกว่าคู่แข่งในพื้นที่การแข่งขันของตนก็เพียงพอ มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กและมีความต้องการเป็นพิเศษ (Niche market) หรือลูกค้าที่มีศักยภาพ และองค์กรสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายที่เลือก และสร้างความพึงพอใจในตลาดให้มากกว่าคู่แข่ง โดยด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus) คือกลยุทธ์ที่องค์กรเน้นการทำต้นทุนให้ต่ำ ในตลาดเฉพาะจุด มุ่งเน้นความต้องการหรือความชอบของลูกค้าแบบเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กและมีความต้องการเป็นพิเศษ (Niche market) ซึ่งจะแตกต่างกับตลาดในภาพที่ใหญ่กว่า เช่น Niche Market ของธุรกิจขายเสื้อผ้าแฟชั่นคือ ธุรกิจขายเสื้อผ้าแฟชั่นแบบไซส์ XXL โดยเฉพาะ เพราะฉะนั้นสิ่งสำคัญคือการทำความเข้าใจลูกค้า และเอาจุดแข็งของธุรกิจนั้นไปเป็นแรงขับเคลื่อนหรือไปเชื่อมต่อกับความต้องการของลูกค้าใน Niche Market

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสรุปได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นความได้เปรียบที่ธุรกิจมีเหนือคู่แข่งจนทำให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ 2) ด้านความแตกต่าง และ 3) ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ มีความสำคัญต่อการความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่เหนือคู่แข่งให้กับองค์กรในระยะสั้นและระยะยาวได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.งานวิจัยในประเทศ

ปทุมพร หิรัญสาลี (2566: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจด้วยการวัดผลเชิงดุลยภาพ: กรณีศึกษา บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมภาคใต้ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการวัดผลเชิงดุลยภาพอยู่ในระดับมาก และการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ และด้านการตัดสินใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการวัดผลเชิงดุลยภาพ ผลลัพธ์จากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมภาคใต้ควรให้ความสำคัญของการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อให้การใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

จุฬารักษ์ อังศุพานิชย์ และ กฤตชน วงศ์รัตน์ (2565: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดสมุทรสาคร ศึกษากระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่าความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจและความเจริญเติบโตของธุรกิจ 2) ศึกษาอิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและความเจริญเติบโตของธุรกิจ 3) ศึกษาอิทธิพลของความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ และ 4) ศึกษาอิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า 1) กระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่าความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ และความเจริญเติบโตของธุรกิจโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) การจัดการห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความเจริญเติบโตของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 4) การ

จัดการห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางบวกต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีตัวแปรความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน กล่าวคือ การจัดการห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ

ไพฑูรย์ อินตะชนัน (2564: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง อิทธิพลของการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความเปรียบในต้นทุนและผลการดำเนินงาน : หลักฐานจากสถานประกอบการที่ได้รับรอง GMP พบว่า การจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความได้เปรียบในต้นทุน และผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นแล้ว ความได้เปรียบในต้นทุนมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และ การสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นตัวแปรกำกับของอิทธิพลของการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบในต้นทุน ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในต้นทุนและผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กรต่อไป

ชลิต ผลอินทร์หอม (2563: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบของการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการในนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed methods) พบว่า ในสภาวะการแข่งขันทางการค้าทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างและรูปแบบการผลิตและการบริหารให้ยืดหยุ่นตามสภาพการตลาดจึงก่อให้เกิดการนำเอาแนวคิดของการบริหารต้นทุนยุคใหม่มาทำการพัฒนาหลักการและการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ขึ้นมาใหม่ โดยใช้เครื่องมือในการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ถือเป็นเครื่องมือต้นทุน ได้แก่ ต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute costing) ต้นทุนคุณภาพ(Quality Costing) ต้นทุนเป้าหมาย (Target costing) ต้นทุน/การบริหารฐานกิจกรรม (Activity Based Costing / Management) ต้นทุนวงจรชีวิต (Life-cycle costing) และการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value chain costing) นำมาเป็นเครื่องมือเพื่อให้ผู้บริหารได้ทราบถึงข้อมูลหลักและข้อมูลรองในการปฏิบัติงาน ช่วยในการตัดสินใจว่าผู้ประกอบการหรือองค์กรนั้นๆ สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เหนือกว่าคู่แข่งแล้วทั้งด้านผู้นำในด้านการความแตกต่าง (Differentiation) ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) และ การเป็นผู้นำเฉพาะจุด (Focus) ในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถก่อให้เกิดประสิทธิภาพผลการดำเนินงานของกิจการ (Firm Performance) ซึ่งประกอบด้วย 1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) หมายถึง ตัวเลขกำไรขาดทุนของกิจการ และ 2) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน (Non-Financial Performance) รวมถึงการนำไปสู่โอกาสในการทำกำไร และอุปสรรคต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กรในอนาคต โดยสามารถทำให้ผู้บริหารให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำข้อมูลต้นทุนไปประยุกต์ใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งการปรับเปลี่ยนแนวคิดในการบริหารต้นทุนการผลิตแบบใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน ใช้วิธีการวิเคราะห์และการวางแผนต้นทุนที่ถูกต้องและเหมาะสมและเท่าทันกับสถานการณ์ เพื่อนำไปใช้เป็น

เครื่องมือในการตัดสินใจด้วยการพัฒนาระบบการบริหารแบบดั้งเดิมให้เป็นระบบการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ไตรรงค์ สวัสดิกุล และ นภาพรณ์ พลนิกรกิจ (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบของเทคนิคการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานของกิจการ พบว่า บริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ถูกพัฒนาเพื่อให้องค์กรให้อยู่รอดจากความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อควบคุมต้นทุนทั้งในกระบวนการผลิตและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้าและบริการผ่านความเชื่อมโยงการดำเนินกิจกรรมภายในกิจการ เทคนิคการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ระบุว่าการบริหารต้นทุนที่มีความสอดคล้องกันและครอบคลุมหลักการบริหาร ประกอบด้วย การหว่านโซ่คุณค่า การต้นทุนเป้าหมาย และการบัญชีแบบสิ้น ใช้กรอบแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีกิจการอุตสาหกรรมในประเทศไทย จำนวน 213 คน โดยใช้แบบสอบถามให้แสดงความคิดเห็น ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านหว่านโซ่คุณค่า ด้านการต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีแบบสิ้น นอกจากนี้ การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์เหล่านั้นยังส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวมและทุกด้านของกิจการ ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงถึงการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารฝ่ายบัญชีนั่นเอง

กษมาพร ลาผ่าน (2561: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า การบริหารต้นทุนคุณภาพด้านต้นทุนป้องกัน ด้านต้นทุนการประเมิน และด้านต้นทุนความผิดพลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ดังนั้นผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย การวางแผน การควบคุม และการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้การบริหารต้นทุนคุณภาพมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถลดต้นทุน การผลิตและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจน ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำธุรกิจไปสู่ความเจริญเติบโต มั่นคง และยั่งยืนตลอดไป

วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ และปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิง

เส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขต กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 88 ($R^2 = 0.880$) เมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่ามีตัวแปร 4 ตัว ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การแข่งขันเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง ความเป็นตัวของตัวเอง และความมีนวัตกรรม ตามลำดับ

อัจฉรา สุขกลิ่น และคณะ (2561: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะในประเทศไทย ประชากรส่วนใหญ่ ล้วนประกอบอาชีพเกษตรกร ซึ่งสินค้าเกษตรมีลักษณะและช่วงฤดูกาลที่ออกผลผลิตที่ใกล้เคียงกัน เมื่อ เข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมจึงได้มีการเปลี่ยนจากเกษตรกรแบบดั้งเดิมมาเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร อัจฉริยะ โดย ผู้ประกอบการเกษตรที่มีความรู้ เน้นการใช้เครื่องจักร เทคโนโลยีสารสนเทศ และ นวัตกรรม เข้ามาช่วยในด้านการจัดการวัตถุดิบ การผลิต จนถึงการส่งออกไปสู่ตลาดโลก ซึ่งการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ เกษตรอัจฉริยะเพื่อสร้างสิ่ง ที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง และทำให้ธุรกิจเกษตรมุ่งไปสู่ความสำเร็จ ดังนั้น บทความนี้จะรวบรวมทฤษฎีที่ สำคัญและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะ เพื่อกำหนดกลยุทธ์การ สร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันของผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้าง ความ ได้เปรียบด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบด้านสื่อสังคมออนไลน์ กลยุทธ์การ สร้างความได้เปรียบด้านนวัตกรรม และกลยุทธ์การสร้างวิีครองใจผู้บริโภค

ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ และ คณะ (2560: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า 1) ธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้เบ้ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรูปแบบเจ้าของคนเดียว 2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการ แข่งขัน 3) กลยุทธ์ความคงที่เพื่อรักษาสภาพขนาดและการดำเนินการเสนอสินค้าหรือบริการเดิมใน ตลาดเดิมซึ่งการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกทางการแข่งขันทำให้ทราบถึงความได้เปรียบในธุรกิจ ทางด้านต้นทุนเพื่อป้องกันแรง กดดันทั้ง 5 ประการ ได้แก่ คู่แข่งในปัจจุบันคู่แข่งในอนาคตสินค้า ทดแทนอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อและ อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

ภาพิมล ธารุ่งเจริญกิจ และ คณะ(2560: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง กลยุทธ์การ ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม จากการศึกษาพบว่า 1) รูปแบบและวิธีการดำเนินธุรกิจของร้าน Mr. Ice Cream เป็นธุรกิจที่มีลักษณะ เป็นเจ้าของคนเดียวโดยพี่น้อง 2 คน บริหารงานร่วมกันด้วยการแบ่งหน้าที่กันทำงานในแต่ละขั้นตอน อย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงคุณภาพและประสิทธิภาพในการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนแรกคือ การเลือกวัตถุดิบ ไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ การจำหน่ายและบริการแก่ลูกค้า 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ร้าน Mr. Ice Cream โดยใช้ SWOT เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จากปัจจัยภายในร่วมกับการ

วิเคราะห์จากจุดแข็งและจุดอ่อน โดยใช้ 4Ps พบว่าร้าน Mr. Ice Cream มีจุดแข็งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคาและช่องทางจัดจำหน่ายและมีจุดอ่อนในด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยภายนอกวิเคราะห์จากโอกาสและอุปสรรค โดยใช้ 5 force model เป็นเครื่องมือพบว่าร้าน Mr. Ice Cream มีโอกาสในการดำเนินธุรกิจในเรื่องการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้าและการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่ และมีอุปสรรคในเรื่องอำนาจการต่อรองจากผู้ขายและสินค้าทดแทน 3) กลยุทธ์ที่ใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream พบว่าเจ้าของธุรกิจใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้า และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่นประโยชน์ที่รับจากงานวิจัยนี้ คือ เจ้าของธุรกิจสามารถนำกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้นจากการที่สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จะทำให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

2.งานวิจัยในต่างประเทศ

Sadyojathappa, S. (2022: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง แนวโน้มการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์ปัจจุบัน พบว่าการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ไม่สนับสนุนการตัดสินใจด้านการจัดการที่สำคัญอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในสถานการณ์ตลาดปัจจุบันการควบคุมต้นทุนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ และบริษัทจำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่การจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในปัจจุบันบริษัทต่างๆต้องเผชิญกับการแข่งขัน ทั้งจากบริษัทในประเทศ และบริษัทต่างประเทศ ซึ่งบริษัทต้องเปลี่ยนแปลงและนำเสนอคุณภาพที่ดีที่สุดในการราคาต่ำสุด ซึ่งจะพบบ่อยในกลุ่มผู้นำในตลาด กลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนด้วยตลาดมีบทบาทสำคัญโดยที่บริษัทต้องพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยมุมมองที่ครอบคลุมและกลุ่มลูกค้าหลากหลาย ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญในการครองตลาดในระดับชาติและระดับนานาชาติ เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน การศึกษาในปัจจุบันส่งผลให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รวมทั้งกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นใหม่สำหรับเทคนิคการจัดการต้นทุน นอกจากจะช่วยให้การลดต้นทุนแล้วนั้น ยังส่งผลต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมและผลการดำเนินงานของบริษัท และในขณะเดียวกันก็ช่วยในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในราคาที่ต่ำกว่า คุณภาพดีที่สุด ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นนักวิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิเพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่ในการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์

Mamunur Rashid et al., (2021: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง แนวทางการบัญชี การจัดการเชิงกลยุทธ์: การทบทวนวรรณกรรมและโอกาสในการวิจัยในอนาคต วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือการทบทวนการศึกษาเชิงประจักษ์ที่มุ่งเน้นไปที่การกำหนดประโยชน์และความเกี่ยวข้องของเทคนิคบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (SMA) และผลกระทบของการนำไปใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของบริษัท ในบริบทของทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนา ในการทบทวนวรรณกรรม การศึกษามุ่งเน้นไปที่ผลการวิจัยของเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว แยกจากเศรษฐกิจที่กำลังพัฒนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับความแตกต่างในการปฏิบัติของเศรษฐกิจทั้งสองชุด จากการทบทวนวรรณกรรมสำหรับแนวทางการศึกษาวิจัยในอนาคตที่มีการระบุไว้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเทคนิค (SMA) หลายอย่างเช่น การบัญชีคู่แข่ง การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ การเปรียบเทียบและการบัญชีลูกค้าได้รับการยอมรับอย่างสูงหรือปานกลางในประเทศที่พัฒนาแล้ว หลายประเทศ ในขณะที่เทคนิคอื่นๆ ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับต่ำของการยอมรับ อย่างไรก็ตาม การทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในการปฏิบัติ (SMA) ระหว่างสองชุดของเศรษฐกิจในแง่ของระดับการยอมรับปัจจัยที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบของการยอมรับ

Phornlaphatrachakorn, K., & Na-Kalasindhu, K. (2020: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการบริหารบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานของบริษัท: หลักฐานจากธุรกิจการเงินในประเทศไทย พบว่า ทุกมิติของการบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองทรัพยากรของบริษัท ผู้บริหารของบริษัท จำเป็นต้องจัดหาทรัพยากรและความสามารถอันมีค่าเพื่อสนับสนุนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดทำบัญชีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

Zeliha and Yusuf (2020: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง การคำนวณต้นทุนตามวิธีการบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารแห่งหนึ่ง โดยภายในงานวิจัยนี้ทำการคำนวณ ต้นทุนตามกิจกรรม ซึ่งในธุรกิจร้านอาหารในงานวิจัยนี้แบ่งกิจกรรมออกเป็น 8 กิจกรรมและทำการ กำหนดตัวหลักต้นทุนกิจกรรม คือ เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมนั้น ๆ ได้แก่ (1) กิจกรรมการเตรียมอาหาร (Preparation) (2) กิจกรรมการประกอบอาหาร (Cooking) (3) กิจกรรมรับรายการอาหารและการยกอาหารบริการ (Order and Dish Assembly) (4) กิจกรรมการคิดเงิน (Payment) (5) กิจกรรมทำความสะอาดโต๊ะ (Cleaning Table) (6) กิจกรรมการล้างจาน (Washing) (7) กิจกรรมการบริการ (Service) และ (8) กิจกรรมการจัดการครัว (Kitchen General) หลังจากนั้นทำการกำหนดค่าใช้จ่าย โสหุ่ยและตัวหลักต้นทุน เช่น ค่าใช้จ่ายค่าเช่าพื้นที่ร้าน มีตัวหลักต้นทุน คือ พื้นที่ร้าน (หน่วยเป็นตารางเมตร) หรือ ต้นทุนแรงงานทางอ้อม มีตัวหลักต้นทุน คือ ชั่วโมงการทำงานของแรงงาน เป็นต้น จากนั้นทำการ คำนวณต้นทุนเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ งานวิจัยพบว่าการคำนวณต้นทุนโดยวิธีการบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรมให้ข้อมูลต้นทุนที่มีความแม่นยำแก่ร้านอาหารมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการ

คำนวณต้นทุนโดย วิธีการบัญชีต้นทุนแบบเดิม นอกจากนี้ยังพบว่าร้านอาหารแห่งนี้มีต้นทุนแรงงาน และค่าใช้จ่ายวัสดุที่สูงมาก ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ

Alamri Mohammed Ahmad. (2018: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง การบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์และมิติของความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขัน: การทดสอบภาคอุตสาหกรรมของ ซาอุดีอาระเบีย จากการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในสภาพแวดล้อมขององค์กรได้นำไปสู่พื้นฐานการเปลี่ยนแปลงในกรอบแนวปฏิบัติทางการบัญชีเพื่อการจัดการ โดยการศึกษาเชิงสำรวจนี้ตรวจสอบผลกระทบของกลยุทธ์การบัญชีการจัดการในมิติของความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้ข้อมูลจากผู้บริหาร 289 ราย นักบัญชีและผู้จัดการอาวุโส 289 ราย ในบริษัทอุตสาหกรรมของ ซาอุดีอาระเบีย ที่ตั้งอยู่ในเมืองอุตสาหกรรมริยาด การศึกษาปัจจุบันพบว่า การใช้บัญชีการจัดการจากมุมมองเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญส่งผลต่อมิติของความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน (เช่น ต้นทุน คุณภาพ ความยืดหยุ่น และการส่งมอบ) แบบจำลองที่เสนอ การศึกษาในปัจจุบันสนับสนุนว่าบริษัทอุตสาหกรรมของซาอุดีอาระเบียสามารถเพิ่มความสามารถของตนได้ บรรลุความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการใช้บัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์ในแง่ของการยอมรับและการใช้เทคนิคการบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์และการมีส่วนร่วมของฝ่ายบริหาร นักบัญชีในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

Al-Naser Khalis and Rapihah Mohamed. (2017: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง บูรณาการระหว่างเทคนิคการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัทผู้ผลิต ประเทศอิรัก ประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในอิรักลดลงในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา บริษัทภาคการผลิตในอิรักยังไม่ได้นำดัชนีชี้วัดที่สมดุล (BSC) มาใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัท แม้จะมีประสิทธิภาพการทำงานให้แน่ใจว่าบรรลุความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันและประสิทธิภาพที่ดีขึ้น การศึกษาครั้งนี้ตรวจสอบการบูรณาการระหว่างการจัดการคุณภาพโดยรวม (TQM) และ (BSC) ของอุตสาหกรรมการผลิต 4 มุมมอง ในอิรัก ซึ่งข้อมูลถูกรวบรวมโดยการสำรวจแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายและอัลกอริทึมเทคนิคที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า (TQM) มีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อ (BSC) ผ่านการวัดมุมมองของลูกค้า มุมมองทางการเงิน นวัตกรรมและมุมมองการเรียนรู้ และมุมมองกระบวนการทางธุรกิจภายใน ผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมการผลิตของอิรักสามารถบรรลุผลการดำเนินงานของบริษัท ในมุมมองที่แตกต่างกันของ (BSC) โดยการใช้งานที่เหมาะสมของเทคนิค (TQM)

Sudi Apak et al., (2012: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง การใช้การพัฒนาร่วมสมัย ในการบัญชีต้นทุนในการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ สำหรับกระบวนการผลิตและการจัดการกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพในสถานประกอบการอุตสาหกรรมมาตรการแรกที่จะดำเนินการคือการใช้การพัฒนาร่วมสมัยที่เหมาะสมกับโครงสร้างขององค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประสบความสำเร็จควรกำหนดและจัดการระบบการคิดต้นทุนในแต่ละระบบการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้ระบบการจัดการต้นทุนเป็นพื้นฐานคือการช่วยเพิ่มผลกำไรสูงสุดขององค์กร สำหรับการบรรลุเป้าหมายนี้องค์กรร่วมสมัยควรเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตโดยการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและการแข่งขันภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงของโลกปัจจุบันและการลดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์อย่างค่อยเป็นค่อยไปทำให้องค์กรต่างๆต้องบรรลุวัตถุประสงค์ด้านต้นทุนเวลาและคุณภาพพร้อมกัน สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้องค์กรเปิดตัวผลิตภัณฑ์ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า คุณภาพที่สูงขึ้นและเร็วขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการและความต้องการของลูกค้าและความสำเร็จนี้สามารถรับรู้ได้โดยใช้ระบบต้นทุนที่ทันสมัยในการผลิต ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับตรวจสอบการใช้การพัฒนาร่วมสมัยในการบัญชีต้นทุนในการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวิธีการดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 886 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2566 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566a: เว็บไซต์) ประกอบด้วย 8 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร กลุ่มธุรกิจบริการ และกลุ่มเทคโนโลยี

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 269 ตัวอย่าง โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan, 1970 โดยผู้วิจัย ดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

2.1 จำแนกผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามประเภทธุรกิจ

2.2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตามสัดส่วน

2.3 ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2.2 โดยคอมพิวเตอร์ ดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	58	26	14
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค	184	84	38
กลุ่มธุรกิจการเงิน	78	35	16
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	82	37	31
กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	134	60	33
กลุ่มทรัพยากร	208	94	61
กลุ่มธุรกิจบริการ	80	36	14
กลุ่มเทคโนโลยี	62	28	10
รวม	886	400	217

ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566a : เว็บไซต์)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 30 ข้อ ประกอบด้วย การบริหารฐานกิจกรรม จำนวน 5 ข้อ การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ จำนวน 5 ข้อ การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ข้อ การบัญชีต้นทุนคุณภาพ จำนวน 5 ข้อ การบัญชีต้นทุนเป้าหมาย จำนวน 5 ข้อ และการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ จำนวน 5 ข้อ ด้านความแตกต่าง จำนวน 5 ข้อ และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม จำนวน 5 ข้อ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมติฐานในการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตามวิธีการวัดค่า IOC (Index of Item Objective) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย ประกอบด้วย

4.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูลพล อาจารย์ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศววิช ครอบขอบ อาจารย์ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมินทร เป้าธรรม อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการบัญชี สาขาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

จากนั้นรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Item Objective Congruence Index) โดยใช้สูตรของ IOC ดังนี้ (สุมินทร เป้าธรรม, 2558: 114)

$$\text{สูตร } IOC = \frac{EX}{N}$$

เมื่อ IOC = แทนดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

EX = ผลรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

+1 = คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

- 1 = คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

เกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่า IOC $\geq$ 0.05 หมายความว่า คำถามนั้นตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ค่า IOC $<$ 0.05 หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

5. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้ผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.67 ซึ่งพบว่ามีค่าดัชนีสอดคล้องกับนิยามศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับ สุมินทร เป้าธรรม (2558: 114) ได้เสนอว่าค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่า 0.50 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ถือได้ว่าข้อคำถามดังกล่าวมีความเหมาะสม จากนั้นผู้วิจัยได้นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง เพื่อไปสู่กระบวนการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

6. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดสอบ (try-out) กับผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ฉบับแรกที่ได้รับการตอบกลับ เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้การทดสอบค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อและการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

6.2 การทดสอบค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.498 – 0.919 (ตาราง 45 ภาคผนวก ข) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.575 – 0.878 (ตาราง 45 ภาคผนวก ข) สอดคล้องกับ ไพศาล วรคำ (2561: 309) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับดีมาก แสดงว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยได้

6.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) เป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.818 - 0.944 (ตาราง 45 ภาคผนวก ข) และความเปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.865 – 0.914 (ตาราง 45 ภาคผนวก ข) ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006) ได้เสนอความเชื่อมั่นของเครื่องมือต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ แสดงว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยได้

7. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

8. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

พูน ปณ จิตโต ชีเว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พร้อมกับตรวจสอบ ความถูกต้องครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเพื่อเตรียมนำส่งทางไปรษณีย์
2. ขออนุญาตราชการจากคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบพร้อมกับแบบสอบถามส่งยังกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้ประกอบการของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เริ่มส่งแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2566 จำนวน 400 ชุด ตามชื่อที่อยู่ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์ไปพร้อมกับแบบสอบถาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม
4. เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 15 วัน ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 76 ฉบับ และถูกส่งกลับเนื่องจากย้ายและไม่ทราบที่อยู่ใหม่ จำนวน 24 ฉบับ ผู้วิจัยจึงดำเนินการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตอบ เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอีกครั้ง หลังจากนั้นจนถึง 20 มกราคม 2567 ได้รับแบบสอบถามกลับมามีจำนวน 141 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล 86 วัน
5. ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนในเนื้อหาของแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับมาทั้งหมด 217 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 217 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 54.25 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามมีอัตราตอบกลับเกินร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้
6. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

พูน ปรณ จิตโต ชีเว

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 และ 4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินงานวิจัย โดยกำหนดให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 120-121)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลงความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 120-121)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00	หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50	หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50	หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50	หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50	หมายถึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 และ 6 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน โดยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA)

ตอนที่ 7 ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
 - 2.1 การหาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlations
 - 2.2 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณลักษณะตัวแปร คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs)
4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่
 - 4.1 t - test
 - 4.2 F - test (ANOVA และ MANOVA)
 - 4.3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)
 - 4.4 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณา F – distribution
SS	แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
p – value	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
VIFs	แทน ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระ (Variance Inflation Factors)
Adj R ²	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุง
a	แทน ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Constant)
CAS	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม (Cost Accounting Strategic)
ABM	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (Activity-Based-Management)
AAC	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์

ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute Costing)	
APC	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Costing)
AQC	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (Quality Costing)
ATC	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing)
AVC	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Costing)
TCA	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวม (Competitive Advantage)
CAR	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (Cost Reduction)
CAD	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (Differentiate)
CAN	แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus)

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทรธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทรธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งปัจจุบัน แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	78	35.94
1.2 หญิง	139	64.06
รวม	217	100.00
2. อายุ		
2.1 31 - 40 ปี	27	12.44
2.2 41 - 50 ปี	106	48.85
2.3 มากกว่า 50 ปี	84	38.71
รวม	173	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	12	5.53
3.2 ปริญญาโท	186	85.71
3.3 ปริญญาเอก	19	8.76
รวม	217	100.00
4. ประสบการณ์ในการทำงาน		
4.1 6 – 10 ปี	15	6.91
4.2 11 – 15 ปี	44	20.28
4.3 มากกว่า 15 ปี	158	72.81
รวม	217	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5.1 40,001 – 50,000 บาท	14	6.45
5.2 50,001 – 60,000 บาท	49	22.58
5.3 มากกว่า 60,000 บาท	154	70.97
รวม	217	100.00
6. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
6.1 เจ้าของกิจการ/ประธานกรรมการ	4	1.84
6.2 กรรมการผู้จัดการ	62	28.57
6.3 ผู้อำนวยการ	23	10.60
6.4 ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	115	53.00
6.5 อื่นๆ ได้แก่ ผู้ช่วยจัดการฝ่ายบัญชีและหัวหน้าฝ่าย งบประมาณ	13	5.99
รวม	217	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 64.06) อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 48.85) รองลงมา มากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 38.71) ระดับการศึกษาปริญญาโท (ร้อยละ 85.71) รองลงมา ปริญญาเอก (ร้อยละ 8.76) ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 72.81) รองลงมา 11 - 15 ปี (ร้อยละ 20.28) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 60,000 บาท (ร้อยละ 70.97) รองลงมา รายได้ 50,0001 – 60,000 บาท (ร้อยละ 22.58) และตำแหน่งปัจจุบัน คือผู้จัดการฝ่ายบัญชี (ร้อยละ 53.00) รองลงมา กรรมการผู้จัดการ (ร้อยละ 28.57)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน แสดงดังตาราง 5

ตาราง 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทธุรกิจ (กลุ่มอุตสาหกรรม)		
1.1 ประกอบธุรกิจการเงิน	16	7.37
1.2 ประกอบธุรกิจบริการ	14	6.45
1.3 ประกอบธุรกิจเทคโนโลยี	10	4.61
1.4 ประกอบธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม	31	14.29
1.5 ประกอบธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค	38	17.51
1.6 ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	33	15.21
1.7 ประกอบธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	14	6.45
1.8 ประกอบธุรกิจทรัพยากร พลังงานและสาธารณูปโภค	61	28.11
รวม	217	100.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
2. ทุนในการดำเนินงาน		
2.1 ไม่เกิน 100 ล้านบาท	7	3.23
2.2 101 – 200 ล้านบาท	17	7.83
2.3 201 – 300 ล้านบาท	33	15.21
2.4 มากกว่า 300 ล้านบาท	160	73.73
รวม	217	100.00
3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
3.1 6 - 10 ปี	5	2.30
3.2 11 - 15 ปี	37	17.05
3.3 มากกว่า 15 ปี	175	80.65
รวม	217	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน		
4.1 ไม่เกิน 500 ล้านบาท	16	7.37
4.2 501 – 1,000 ล้านบาท	22	10.14
4.3 1,001 – 1,500 ล้านบาท	48	22.12
4.4 มากกว่า 1,500 ล้านบาท	131	60.37
รวม	217	100.00
5. จำนวนพนักงาน		
5.1 ไม่เกิน 1,000 คน	115	53.00
5.2 1,001 – 2,000 คน	62	28.57
5.3 2,001 – 3,000 คน	29	13.36
5.4 มากกว่า 3,000 คน	11	5.07
รวม	217	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจทรัพยากร พลังงานและสาธารณูปโภค (ร้อยละ 28.11) รองลงมา ประกอบธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (ร้อยละ 17.51) ทุนในการดำเนินงาน มากกว่า 300 ล้านบาท (ร้อยละ 73.73) รองลงมา 201 – 300 ล้านบาท (ร้อยละ 15.21) ระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 80.65) รองลงมา 11 - 15 ปี (ร้อยละ 17.05) รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน มากกว่า 1,500 ล้านบาท (ร้อยละ 60.37) รองลงมา 1,001 – 1,500 ล้านบาท (ร้อยละ 22.12) และจำนวนพนักงาน ไม่เกิน 1,000 คน (ร้อยละ 53.00) รองลงมา 1,001 – 2,000 คน (ร้อยละ 28.57)



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงดังตาราง 6 – ตาราง 12

ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการบริหารฐานกิจกรรม	4.47	0.41	มาก
2. ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ	4.49	0.41	มาก
3. ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	4.42	0.52	มาก
4. ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ	4.44	0.51	มาก
5. ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย	4.47	0.48	มาก
6. ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า	4.36	0.53	มาก
โดยรวม	4.44	0.37	มาก

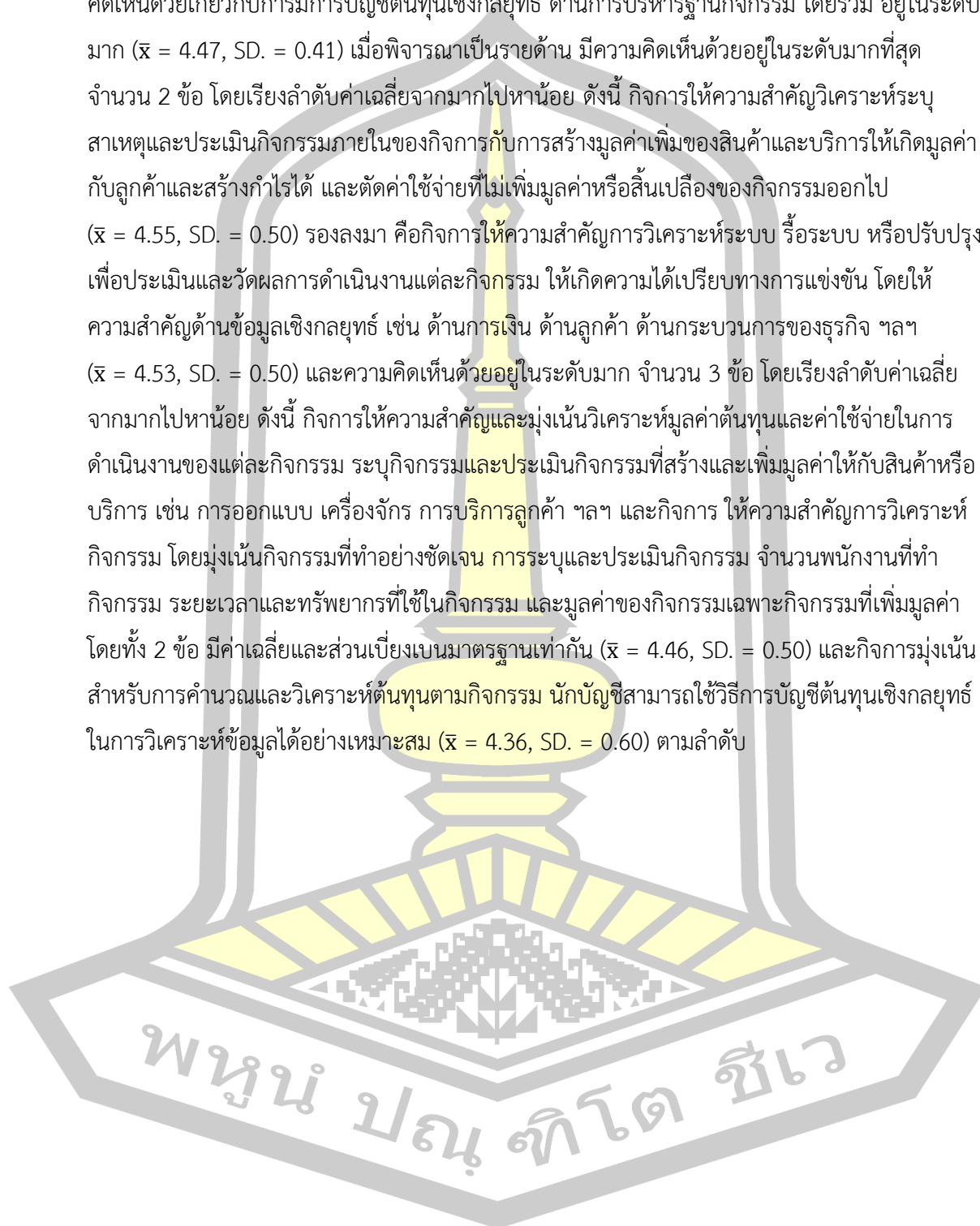
จากตาราง 6 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$, $SD. = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ($\bar{x} = 4.49$, $SD. = 0.41$) ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย ($\bar{x} = 4.47$, $SD. = 0.48$) ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ($\bar{x} = 4.47$, $SD. = 0.41$) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ($\bar{x} = 4.44$, $SD. = 0.51$) ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.42$, $SD. = 0.52$) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ($\bar{x} = 4.36$, $SD. = 0.53$)

พูน ปณ จิต ชเว

ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรมเป็นรายชื่อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นวิเคราะห์มูลค่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม ระบุกิจกรรมและประเมินกิจกรรมที่สร้างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ เช่น การออกแบบ เครื่องจักร การบริการลูกค้า ฯลฯ	4.46	0.50	มาก
2. กิจการให้ความสำคัญวิเคราะห์ ระบุสาเหตุ และประเมินกิจกรรมภายในของกิจการกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ให้เกิดมูลค่ากับลูกค้าและสร้างกำไรได้ และตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่เพิ่มมูลค่าหรือสิ้นเปลืองของกิจกรรมออกไป	4.55	0.50	มากที่สุด
3. กิจการให้ความสำคัญการวิเคราะห์กิจกรรม โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่ทำอย่างชัดเจน การระบุและประเมินกิจกรรมจำนวนพนักงานที่ทำกิจกรรม ระยะเวลาและทรัพยากรที่ใช้ในกิจกรรม และมูลค่าของกิจกรรมเฉพาะกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า	4.46	0.50	มาก
4. กิจการให้ความสำคัญการวิเคราะห์ระบบ ไร้ระบบ หรือปรับปรุง เพื่อประเมินและวัดผลการดำเนินงานแต่ละกิจกรรมให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญด้านข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการของธุรกิจ ฯลฯ	4.53	0.50	มากที่สุด
5. กิจการมุ่งเน้นสำหรับการคำนวณและวิเคราะห์ต้นทุนตามกิจกรรม นักบัญชีสามารถใช้วิธีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.36	0.60	มาก
โดยรวม	4.47	0.41	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.47$, $SD. = 0.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมให้ความสำคัญวิเคราะห์ระบบสาเหตุและประเมินกิจกรรมภายในของกิจการกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการให้เกิดมูลค่ากับลูกค้าและสร้างกำไรได้ และตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่เพิ่มมูลค่าหรือสิ้นเปลืองของกิจกรรมออกไป ($\bar{x} = 4.55$, $SD. = 0.50$) รองลงมา คือกิจกรรมให้ความสำคัญการวิเคราะห์ระบบ รื้อระบบ หรือปรับปรุงเพื่อประเมินและวัดผลการดำเนินงานแต่ละกิจกรรม ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญด้านข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการของธุรกิจ ฯลฯ ($\bar{x} = 4.53$, $SD. = 0.50$) และความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมให้ความสำคัญและมุ่งเน้นวิเคราะห์มูลค่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม ระบุกิจกรรมและประเมินกิจกรรมที่สร้างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ เช่น การออกแบบ เครื่องจักร การบริการลูกค้า ฯลฯ และกิจกรรม ให้ความสำคัญการวิเคราะห์กิจกรรม โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่ทำอย่างชัดเจน การระบุและประเมินกิจกรรม จำนวนพนักงานที่ทำกิจกรรม ระยะเวลาและทรัพยากรที่ใช้ในกิจกรรม และมูลค่าของกิจกรรมเฉพาะกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า โดยทั้ง 2 ข้อ มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากัน ($\bar{x} = 4.46$, $SD. = 0.50$) และกิจกรรมมุ่งเน้นสำหรับการคำนวณและวิเคราะห์ต้นทุนตามกิจกรรม นักบัญชีสามารถใช้วิธีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 4.36$, $SD. = 0.60$) ตามลำดับ



ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะเป็นรายชื่อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นต้นทุนคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณสมบัติสามารถดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจในคุณลักษณะของสินค้าแต่ละชนิด	4.54	0.54	มากที่สุด
2. กิจการให้มุ่งเน้นและให้ความสนใจพิจารณาความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิด และตรวจสอบการคำนวณต้นทุนสินค้าและรายงานต้นทุนของสินค้าแต่ละชนิดอย่างสม่ำเสมอ	4.45	0.54	มาก
3. กิจการตระหนักถึงการกำหนดและระบุกลุ่มสินค้าตามลักษณะของสินค้า ความแตกต่างของสินค้า สภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอก ความต้องการของลูกค้า เพื่อแก้ไขปัญหาความผิดพลาดของสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น	4.47	0.50	มาก
4. กิจการมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ข้อมูลต้นทุนคุณลักษณะและวิธีการคำนวณต้นทุนสินค้านำมาบวกรวมทั้งหมดตามต้นทุนลักษณะสินค้าแต่ละชนิด	4.45	0.52	มาก
5. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในหลักการผลิตสินค้าเป็นไปตามสินค้าที่ต้องการขาย 1) การรับประกันการจัดหา 2) การบริการหลังการขาย และ 3) วัดและประเมินคุณภาพโดยตรงของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.54	0.51	มากที่สุด
โดยรวม	4.49	0.41	มาก

พูน ปรณ จิตโต ชีเว

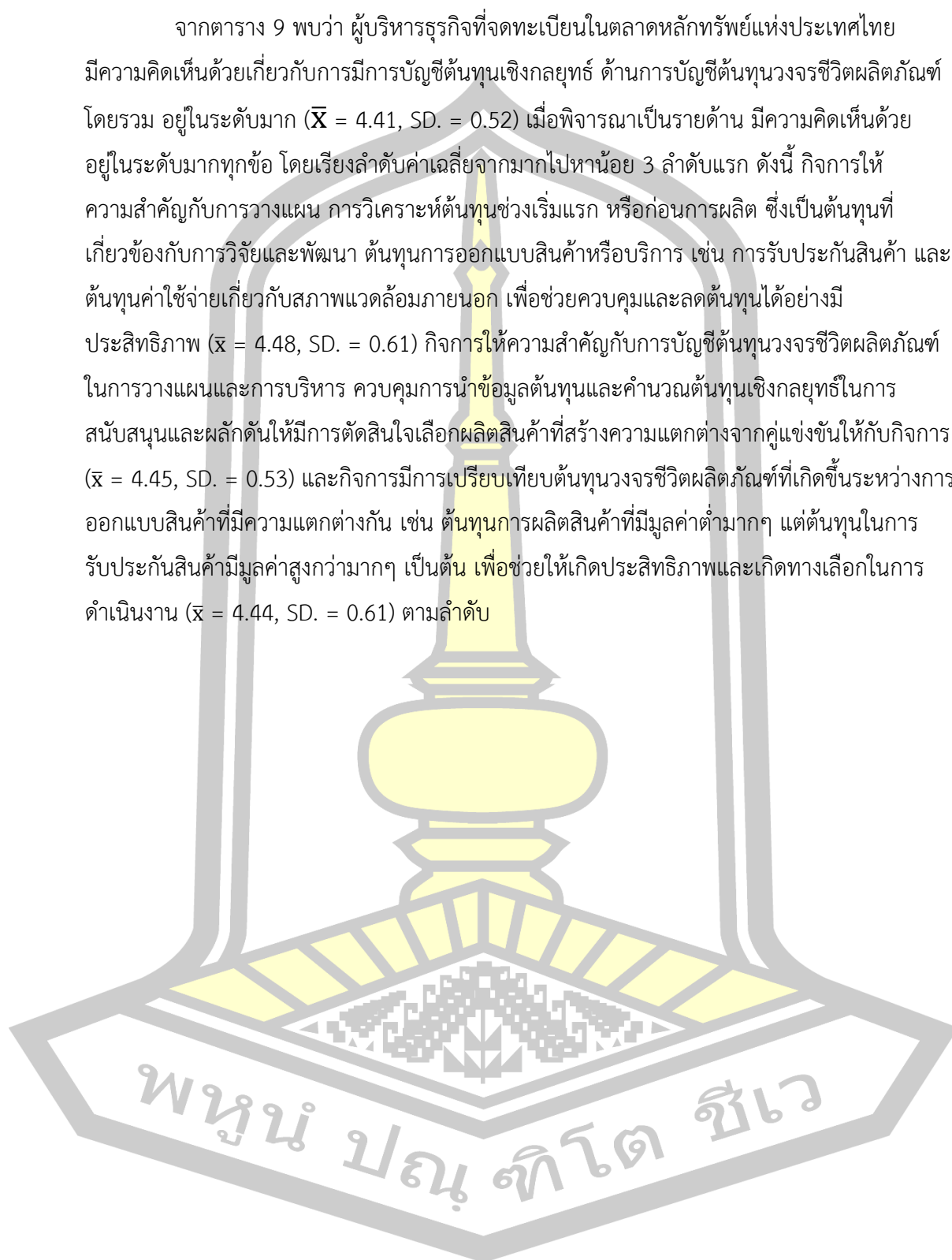
จากตาราง 8 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.49$, $SD. = 0.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากที่สุด จำนวน 2 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมให้ ความสำคัญและมุ่งเน้นต้นทุนคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณสมบัติสามารถดึงดูดลูกค้าให้ เกิดความสนใจในคุณลักษณะของสินค้าแต่ละชนิด ($\bar{x} = 4.54$, $SD. = 0.54$) กิจกรรมให้ความสำคัญ และมุ่งเน้นในหลักการผลิตสินค้าเป็นไปตามสินค้าที่ต้องการขาย 1) การรับประกันการจัดหา 2) การบริการหลังการขาย และ 3) วัดและประเมินคุณภาพโดยตรงของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 4.54$, $SD. = 0.51$) มีและมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ คือ กิจกรรมตระหนัก ถึงการกำหนดและระบุกลุ่มสินค้าตามลักษณะของสินค้าความแตกต่างของสินค้า สภาพแวดล้อม หรือ ปัจจัยภายนอก ความต้องการของลูกค้า เพื่อแก้ไขปัญหาความผิดพลาดของสินค้าและบริการที่อาจจะ เกิดขึ้น ($\bar{x} = 4.47$, $SD. = 0.50$) ตามลำดับ



ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
เป็นรายข้อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญกับการวางแผน การวิเคราะห์ต้นทุนช่วง เริ่มแรก หรือก่อนการผลิต ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และพัฒนา ต้นทุนการออกแบบสินค้าหรือบริการ เช่น การ รับประกันสินค้า และต้นทุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ภายนอก เพื่อช่วยควบคุมและลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.48	0.61	มาก
2. กิจการให้ความสำคัญกับต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในระยะเข้า สู่ตลาด เช่น การติดตามสินค้าใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด และเน้นการ พัฒนาสินค้าใหม่ให้ออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่งรายอื่นๆ เพื่อให้ นัก บัญชีเข้าใจและรับรู้คุณลักษณะตลาดการแข่งขันสำหรับสินค้าใหม่ และช่วยปรับปรุงพัฒนาความสามารถในการทำกำไรที่ถูกต้อง ตลอดช่วงวงจรชีวิตสินค้าหรือบริการ	4.36	0.65	มาก
3. กิจการมีการเปรียบเทียบต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้น ระหว่างการออกแบบสินค้าที่มีความแตกต่างกัน เช่น ต้นทุนการ ผลิตสินค้าที่มีมูลค่าต่ำมากๆ แต่ต้นทุนในการรับประกันสินค้ามี มูลค่าสูงกว่ามากๆ เป็นต้น เพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและเกิด ทางเลือกในการดำเนินงาน	4.44	0.61	มาก
4. กิจการให้ความสำคัญกับการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ใน การวางแผนและการบริหาร ควบคุม การนำข้อมูลต้นทุนและ คำนวณต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในการสนับสนุนและผลักดันให้มีการ ตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง	4.45	0.53	มาก
5. กิจการมุ่งเน้นรายงานต้นทุนในแต่ละช่วงการผลิตสินค้าหรือ บริการตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่ ขึ้นแนะนำตลาด ขึ้น การขายตัว ขึ้นการเจริญเติบโต และขึ้นการถดถอยเพื่อช่วย ปรับปรุง พัฒนา และรวบรวมต้นทุนสินค้าที่เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง	4.36	0.64	มาก
โดยรวม	4.41	0.52	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, $SD. = 0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วย อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมให้ความสำคัญกับการวางแผน การวิเคราะห์ต้นทุนช่วงเริ่มแรก หรือก่อนการผลิต ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา ต้นทุนการออกแบบสินค้าหรือบริการ เช่น การรับประกันสินค้า และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อช่วยควบคุมและลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 4.48$, $SD. = 0.61$) กิจกรรมให้ความสำคัญกับการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ในการวางแผนและการบริหาร ควบคุมการนำข้อมูลต้นทุนและคำนวณต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการสนับสนุนและผลักดันให้มีการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้กับกิจการ ($\bar{x} = 4.45$, $SD. = 0.53$) และกิจกรรมมีการเปรียบเทียบต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการออกแบบสินค้าที่มีความแตกต่างกัน เช่น ต้นทุนการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าต่ำมากๆ แต่ต้นทุนในการรับประกันสินค้ามีมูลค่าสูงกว่ามากๆ เป็นต้น เพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดทางเลือกในการดำเนินงาน ($\bar{x} = 4.44$, $SD. = 0.61$) ตามลำดับ



ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ เป็นรายชื่อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญกับกิจกรรมการป้องกัน เช่น ส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมฝึกทักษะและความชำนาญ การบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องจักร เพื่อป้องกันและลดความผิดพลาดระหว่างกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ	4.50	0.58	มาก
2. กิจการให้ความสำคัญกับการวางแผนและการออกแบบสินค้า กระบวนการผลิต การคัดเลือกคู่ค้าหรือผู้จัดส่งวัตถุดิบ ให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความสูญเสียในการผลิตสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น	4.43	0.58	มาก
3. กิจการตระหนักถึงการกำหนดมาตรการตรวจสอบคุณภาพ การทดสอบและประเมินกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่างๆ อย่างเป็นระบบด้วยเครื่องมือที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้เกิดคุณภาพเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง	4.49	0.59	มาก
4. กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ปัญหาในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อป้องกันและลดจำนวนของเสียของสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงลดอัตราการปรับเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้า	4.39	0.64	มาก
5. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการลดจำนวนของเสียที่เกิดจากสินค้าและบริการ การเรียกคืนสินค้า ลดปัญหาและค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงแก้ไข และลดการถูกร้องเรียนจากลูกค้าที่เกิดจากคุณภาพสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน	4.37	0.60	มาก
โดยรวม	4.44	0.51	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, $SD. = 0.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมให้ความสำคัญกับ กิจกรรมการป้องกัน เช่น ส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมฝึกทักษะและความชำนาญ การบำรุงรักษา อุปกรณ์ เครื่องจักร เพื่อป้องกันและลดความผิดพลาดระหว่างกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ($\bar{x} = 4.50$, $SD. = 0.58$) กิจกรรมตระหนักถึงการกำหนดมาตรการตรวจสอบคุณภาพ การทดสอบและ ประเมินกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบด้วยเครื่องมือที่ เป็นมาตรฐาน เพื่อให้เกิดคุณภาพเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง ($\bar{x} = 4.49$, $SD. = 0.59$) และกิจกรรมให้ ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการออกแบบสินค้า กระบวนการผลิต การคัดเลือกคู่ค้าหรือผู้จัดส่ง วัตถุดิบ ให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความสูญเสียในการผลิตสินค้า และบริการที่อาจเกิดขึ้น ($\bar{x} = 4.43$, $SD. = 0.58$) ตามลำดับ



ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมายเป็นรายชื่อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญวิธีการบริหารจัดการต้นทุน และการวางแผนกำไรอย่างเป็นระบบ โดยการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตามต้นทุนของสินค้าเป็นไปตามเป้าหมาย	4.49	0.55	มาก
2. กิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า การกำหนดราคาสินค้าและบริการ จำนวนสินค้าที่ขาย การคำนวณต้นทุนสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายและกำไรตามที่กำหนดไว้	4.45	0.60	มาก
3. กิจการให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าและพัฒนาสินค้า และผลิตสินค้าเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และได้รับระดับกำไรตามที่กำหนดเป้าหมายที่ต้องการ	4.51	0.52	มากที่สุด
4. กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และกำหนดความเหมาะสมของต้นทุนเป้าหมายและต้นทุนรวมของปัจจัยการผลิตทั้งหมด มุ่งเน้นวิธีการและแนวทางการลดต้นทุนในกระบวนการพัฒนาสินค้าจนถึงการผลิตสินค้า	4.43	0.60	มาก
5. กิจการให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีศักยภาพและความสามารถในการทำกำไรที่ดีกว่า จากต้นทุนสินค้าที่กำหนดจากราคาสินค้าที่เหมาะสมที่ลูกค้ายอมรับและพร้อมที่จะจ่าย	4.45	0.55	มาก
โดยรวม	4.47	0.48	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, $SD. = 0.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย 3 ลำดับแรก มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ คือ กิจการให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าและพัฒนาสินค้า และผลิตสินค้าเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และได้รับระดับกำไรตามเป้าหมายที่ต้องการ ($\bar{x} = 4.51$, $SD. = 0.52$) และมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ข้อ ดังนี้ กิจการให้ความสำคัญวิธีการบริหารจัดการ ต้นทุน และการวางแผนกำไรอย่างเป็นระบบ โดยการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตามต้นทุนของสินค้าเป็นไปตามเป้าหมาย ($\bar{x} = 4.49$, $SD. = 0.55$) และกิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า การกำหนดราคาสินค้าและบริการ จำนวนสินค้าที่ขาย การคำนวณต้นทุนสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายและกำไรตามที่กำหนดไว้ ($\bar{x} = 4.45$, $SD. = 0.60$) ตามลำดับ



ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า เป็น
รายชื่อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ต้นทุนและ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การปันส่วนต้นทุน รายได้ สินทรัพย์และทรัพยากรเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานที่เพิ่ม มูลค่าให้สินค้าและบริการทั้งระบบของกิจการ	4.48	0.58	มาก
2. กิจการตระหนักถึงการวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุนที่เหมาะสม แต่ละขั้นตอน สอดคล้องกับคุณลักษณะแต่ละกิจกรรม เพื่อ ผลักดันให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขัน	4.35	0.54	มาก
3. กิจการให้ความสำคัญกับกิจกรรมขององค์กรที่เชื่อมโยงห่วงโซ่ ของกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทั้งหมดเข้าด้วยกันกับการผลิตสินค้า และบริการที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสินค้าและการพัฒนาสินค้า จนถึงการจำหน่ายและการส่งมอบสินค้า	4.31	0.63	มาก
4. กิจการให้ความสำคัญและคำนึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายหลังการ ขายที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และนำไปสู่การ กำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดและตำแหน่งของสินค้าที่การ แข่งขันที่มีประสิทธิผลมากกว่า	4.32	0.67	มาก
5. กิจการให้ความสำคัญการกำหนดกลยุทธ์การบริหารทั้งระบบ ในการวิจัยพัฒนา การออกแบบ การผลิต การตลาด และการจัด จำหน่าย เพื่อการควบคุมตัวหลักต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่งและ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ	4.32	0.69	มาก
โดยรวม	4.36	0.53	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, $SD. = 0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วย อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ต้นทุนและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การปันส่วนต้นทุน รายได้สินทรัพย์และทรัพยากรเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานที่เพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการทั้งระบบของกิจการ ($\bar{x} = 4.48$, $SD. = 0.58$) กิจกรรมตระหนักถึงการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนที่เหมาะสมแต่ละขั้นตอน สอดคล้องกับคุณลักษณะแต่ละกิจกรรม เพื่อผลักดันให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขัน ($\bar{x} = 4.35$, $SD. = 0.54$) และกิจกรรมให้ความสำคัญการกำหนดกลยุทธ์การบริหารทั้งระบบ ในการวิจัยพัฒนา การออกแบบ การผลิต การตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อการควบคุมตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่งและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ ($\bar{x} = 4.32$, $SD. = 0.69$) ตามลำดับ

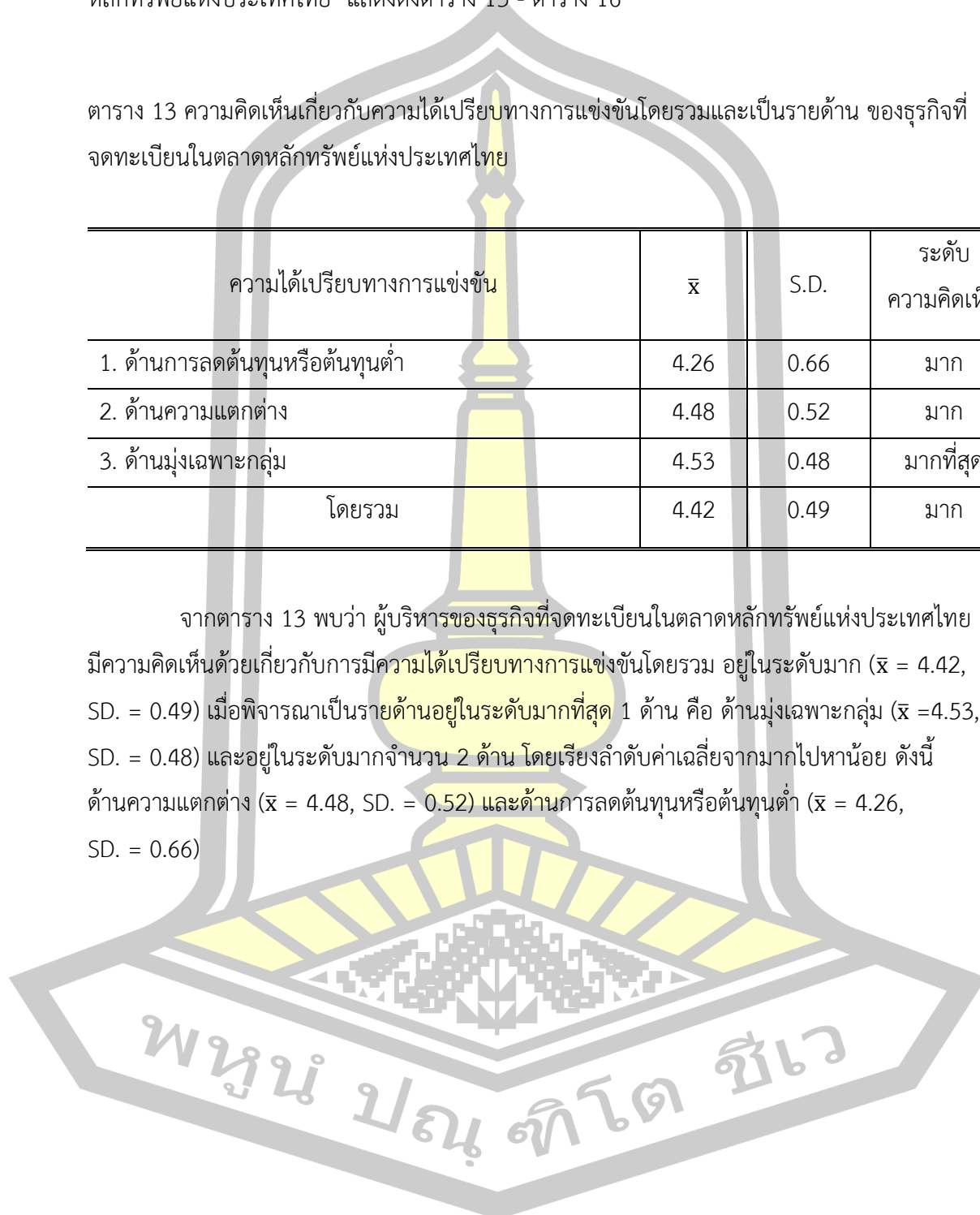


ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงดังตาราง 13 - ตาราง 16

ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ	4.26	0.66	มาก
2. ด้านความแตกต่าง	4.48	0.52	มาก
3. ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม	4.53	0.48	มากที่สุด
โดยรวม	4.42	0.49	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.42$, $SD. = 0.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ($\bar{x} = 4.53$, $SD. = 0.48$) และอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความแตกต่าง ($\bar{x} = 4.48$, $SD. = 0.52$) และด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ($\bar{x} = 4.26$, $SD. = 0.66$)



ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำเป็นรายข้อ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมุ่งเน้นและ การใช้วิธีการในการบริหารต้นทุน กระบวนการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	4.18	0.81	มาก
2. กิจการมีการเสนอราคาและขายสินค้าหรือบริการที่ถูกกว่า คู่แข่งอย่างมีคุณภาพ	4.14	0.94	มาก
3. กิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต สถานที่ผลิต สถานที่ประกอบการ เครื่องจักร แหล่งวัตถุดิบ หรือแรงงาน รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่างๆ ด้วยการลดต้นทุน การผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ	4.30	0.74	มาก
4. กิจการมีการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเครื่องมือ ต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งที่ช่วยให้เกิดการ ประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่าย	4.38	0.71	มาก
5. กิจการเข้าถึงแหล่งปัจจัยการผลิตและทรัพยากร มีอำนาจ ต่อรองและซื้อปัจจัยการผลิตได้ต่ำกว่าคู่แข่ง	4.29	0.73	มาก
โดยรวม	4.26	0.66	มาก

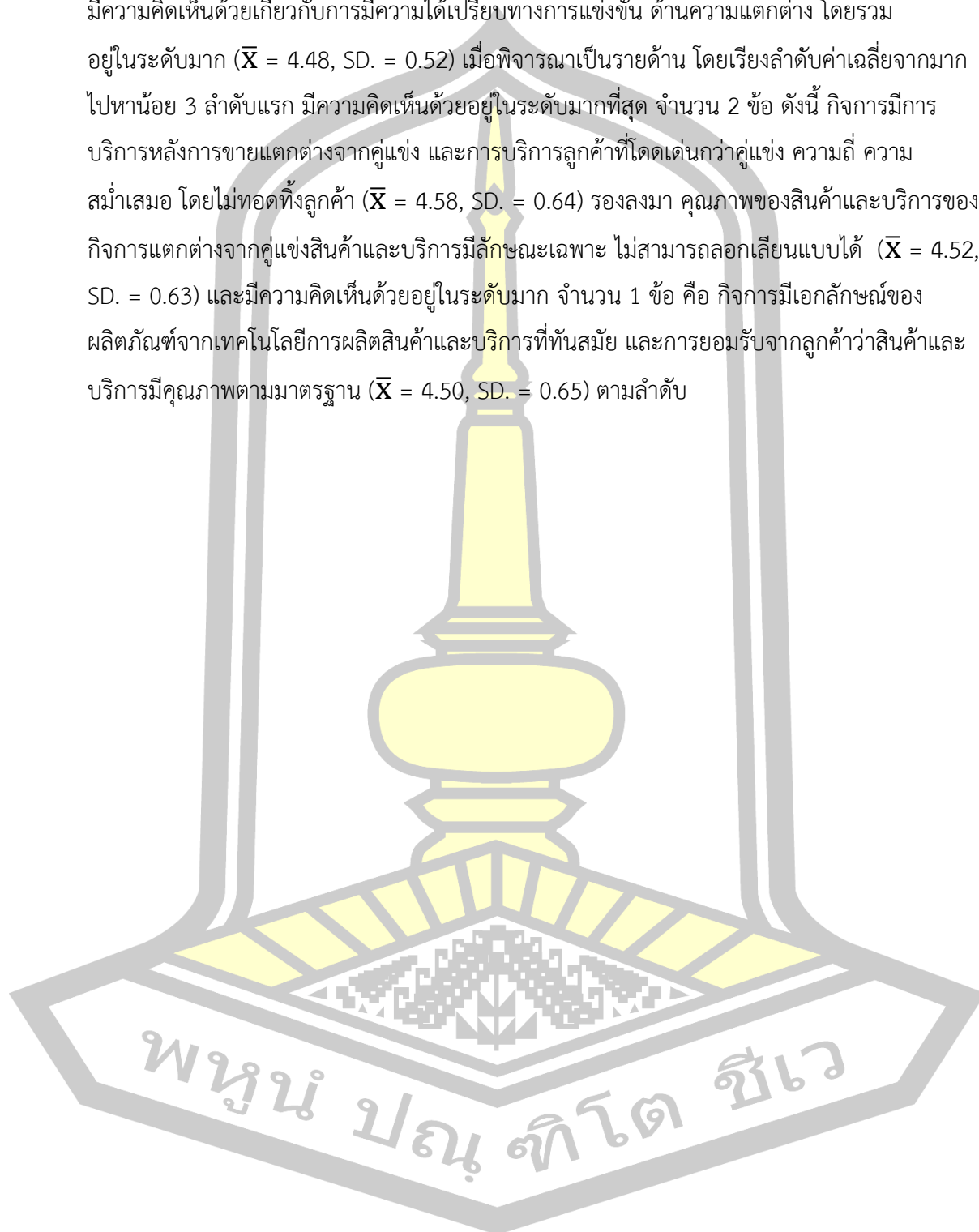
จากตาราง 14 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, $SD. = 0.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วย อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการมีการ พัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเครื่องมือต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งที่ช่วยให้เกิดการ ประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่าย ($\bar{x} = 4.38$, $SD. = 0.71$) กิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับ กระบวนการผลิต สถานที่ผลิต สถานที่ประกอบการ เครื่องจักร แหล่งวัตถุดิบหรือแรงงาน รวมทั้ง ปัจจัยการผลิตต่างๆ ด้วยการลดต้นทุนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ ($\bar{x} = 4.30$, $SD. = 0.74$) และกิจการเข้าถึงแหล่งปัจจัยการผลิตและทรัพยากร มีอำนาจต่อรองและซื้อ ปัจจัยการผลิตได้ต่ำกว่าคู่แข่ง ($\bar{x} = 4.29$, $SD. = 0.73$) ตามลำดับ

ตาราง 15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่างเป็นรายข้อของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการสามารถผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ให้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการผลิตสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ยาก	4.43	0.69	มาก
2. กิจการมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากเทคโนโลยีการผลิตสินค้าและบริการที่ทันสมัย และการยอมรับจากลูกค้าว่าสินค้าและบริการมีคุณภาพตามมาตรฐาน	4.50	0.65	มาก
3. กิจการมีการบริการหลังการขายแตกต่างจากคู่แข่ง และการบริการลูกค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ความถี่ ความสม่ำเสมอโดยไม่ทอดทิ้งลูกค้า	4.58	0.64	มากที่สุด
4. กิจการมีฐานข้อมูลลูกค้าที่แตกต่าง ที่มีการเลือกใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างและประวัติการกลับมาซื้อซ้ำ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้หลากหลาย	4.40	0.75	มาก
5. คุณภาพของสินค้าและบริการของกิจการแตกต่างจากคู่แข่งสินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้	4.52	0.63	มากที่สุด
โดยรวม	4.48	0.52	มาก

พูน ปณ จิต ชีเว

จากตาราง 15 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, $SD. = 0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย 3 ลำดับแรก มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ดังนี้ กิจกรรมมีการ บริการหลังการขายแตกต่างจากคู่แข่ง และการบริการลูกค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ความถี่ ความ สม่ำเสมอ โดยไม่ทอดทิ้งลูกค้า ($\bar{X} = 4.58$, $SD. = 0.64$) รองลงมา คุณภาพของสินค้าและบริการของ กิจกรรมแตกต่างจากคู่แข่งสินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ($\bar{X} = 4.52$, $SD. = 0.63$) และมีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ คือ กิจกรรมมีเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์จากเทคโนโลยีการผลิตสินค้าและบริการที่ทันสมัย และการยอมรับจากลูกค้าว่าสินค้าและ บริการมีคุณภาพตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.50$, $SD. = 0.65$) ตามลำดับ



ตาราง 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่มเป็นรายชื่อ
ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีการเสนอราคาและขายสินค้าหรือบริการที่ถูกกว่า คู่แข่งในตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	4.37	0.65	มาก
2. กิจการมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ใน การมุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนต่ำในตลาด เฉพาะกลุ่ม	4.43	0.61	มาก
3. กิจการมีฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าพิเศษ การให้บริการและ ตอบสนองความต้องการหรือความชอบของลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ ตรงจุด	4.59	0.51	มากที่สุด
4. กิจการมีน้ำจืดแข็งของธุรกิจเฉพาะ และมีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม สร้างความ น่าเชื่อถือของสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษอย่างต่อเนื่อง	4.65	0.54	มากที่สุด
5. กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตาม ความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และโฆษณาประชาสัมพันธ์ เน้นลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนคู่แข่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง	4.60	0.51	มากที่สุด
โดยรวม	4.53	0.48	มากที่สุด

พูน ปณ จิตโต ชีเว

จากตาราง 16 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.53$, $SD. = 0.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับ มากที่สุด จำนวน 3 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมที่น่าจุด แสงของธุรกิจเฉพาะ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม สร้างความ น่าเชื่อถือของสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.65$, $SD. = 0.54$) รองลงมา กิจกรรมมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ เน้นลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนคู่แข่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ อย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.60$, $SD. = 0.51$) และกิจกรรมมีฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าพิเศษ การให้บริการและ ตอบสนองความต้องการหรือความชอบของลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ตรงจุด ($\bar{x} = 4.59$, $SD. = 0.51$) ตามลำดับ



ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงานและจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน แสดงดังตาราง 17 – ตาราง 26

5.1 ประเภทธุรกิจ

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน (ANOVA)

การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7	1.020	0.146	1.073	0.382
	ภายในกลุ่ม	209	28.398	0.136		
	รวม	216	29.418			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	6 ด้าน	42	960.297	0.951	0.562

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน ความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

5.2 ทู่นในการดำเนินงาน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.345	0.115	0.842	0.472
	ภายในกลุ่ม	213	29.073	0.136		
	รวม	216	29.418			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	6 ด้าน	18	588.798	0.703	0.809

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้าน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

5.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.421	0.211	1.555	0.214
	ภายในกลุ่ม	214	28.997	0.136		
	รวม	216	29.418			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	6 ด้าน	12	418.000	0.956	0.491

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

5.4 รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.312	0.104	0.761	0.517
	ภายในกลุ่ม	213	29.106	0.137		
	รวม	216	29.418			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	6 ด้าน	18	588.798	1.517	0.078

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

5.5 จำนวนพนักงาน

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.028	0.009	0.067	0.977
	ภายในกลุ่ม	213	29.391	0.138		
	รวม	216	29.418			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 26 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบัญชีต้นทุน เชิงกลยุทธ์	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	6 ด้าน	18	588.798	1.298	0.182

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน แสดงดังตาราง 27 – ตาราง 36

6.1 ประเภทธุรกิจ

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน (ANOVA)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.536	0.219	0.916	0.495
	ภายในกลุ่ม	209	50.040	0.239		
	รวม	216	51.576			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	3 ด้าน	21	594.942	0.980	0.486

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีประเภทธุรกิจ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

6.2 ทุนในการดำเนินงาน

ตาราง 29 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

ความได้เปรียบทาง การแข่งขัน	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.365	0.129	0.317	0.018
	ภายในกลุ่ม	213	49.211	0.407		
	รวม	216	51.576			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย เป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่มีทุนในการดำเนินงาน 101 – 200 ล้านบาท ทุนการในการดำเนินงาน 201 – 300 ล้านบาท และทุนการในการดำเนินงาน มากกว่า 300 ล้านบาท มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม มากกว่า ทุนในการดำเนินงาน ไม่เกิน 100 ล้านบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 46 ภาคผนวก ค)

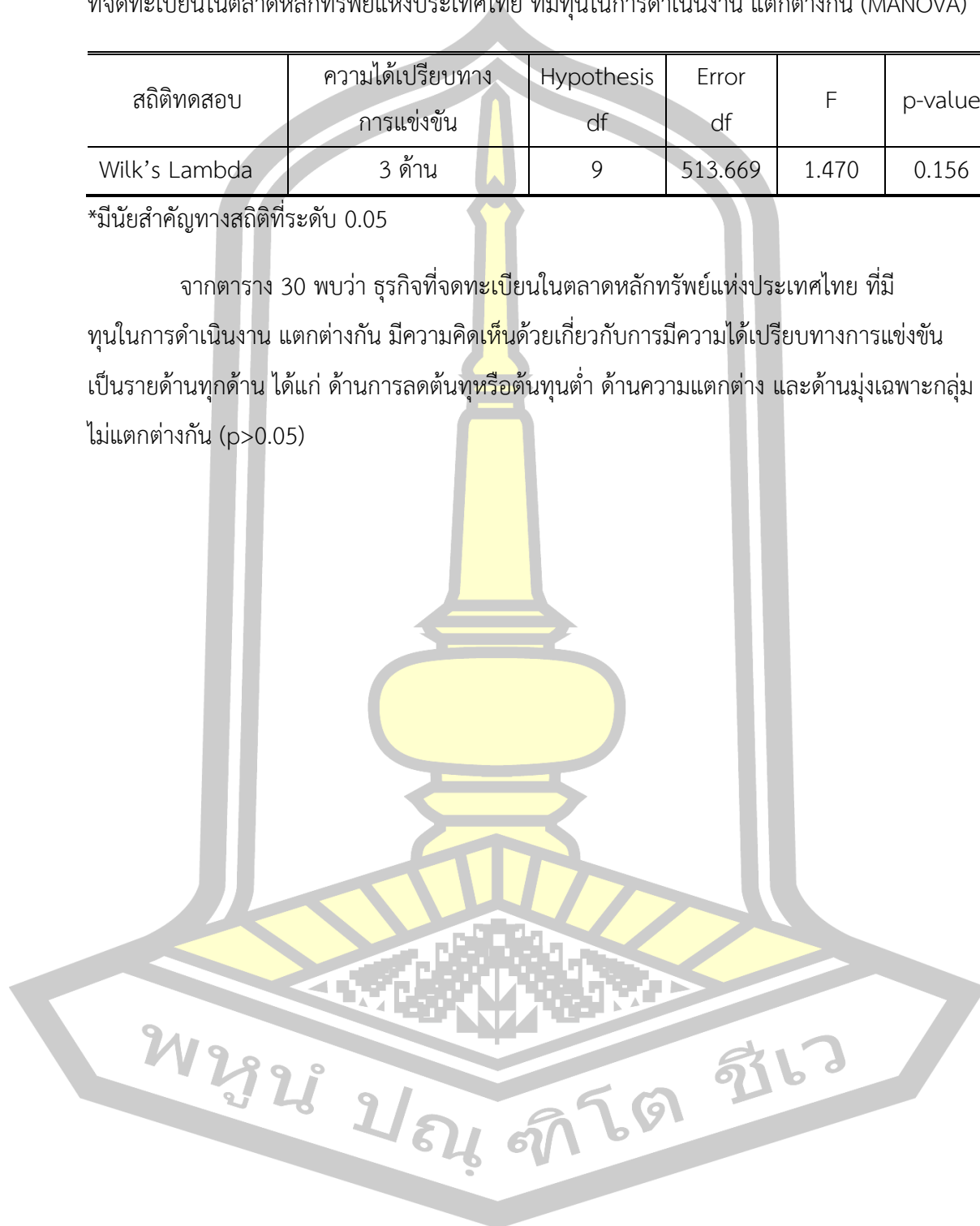
พูน ปณ จิต ชีเว

ตาราง 30 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความได้เปรียบทาง การแข่งขัน	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	3 ด้าน	9	513.669	1.470	0.156

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่มไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)



6.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 31 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน(ANOVA)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.505	0.253	1.058	0.349
	ภายในกลุ่ม	214	51.071	0.239		
	รวม	216	51.576			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 32 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	3 ด้าน	6	424.000	1.869	0.085

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

6.4 รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน

ตาราง 33 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.534	0.178	0.743	0.527
	ภายในกลุ่ม	213	51.041	0.240		
	รวม	216	51.576			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 34 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	3 ด้าน	9	513.669	1.529	0.135

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

6.5 จำนวนพนักงาน

ตาราง 35 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน (ANOVA)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.521	0.174	0.725	0.538
	ภายในกลุ่ม	213	51.055	0.240		
	รวม	216	51.576			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 36 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilk's Lambda	3 ด้าน	9	513.669	0.860	0.561

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์
ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้าง
สมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_1 : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรมมีความสัมพันธ์และ
ผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_2 : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะมีความสัมพันธ์และ
ผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_3 : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์
และผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย

H_4 : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพมีความสัมพันธ์และ
ผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_5 : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมายมีความสัมพันธ์และ
ผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_6 : การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่ามีความสัมพันธ์และ
ผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์

ตาราง 37 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	TCA	ABM	AAC	APC	AQC	ATC	AVC	VIFs
$\bar{x}$	4.425	4.471	4.490	4.419	4.437	4.466	4.356	
S.D.	0.489	0.411	0.410	0.524	0.508	0.482	0.528	
TCA	-	0.505*	0.538*	0.368*	0.223*	0.492*	0.680*	
ABM		-	0.565*	0.469*	0.406*	0.532*	0.407*	1.676
AAC			-	0.772*	0.575*	0.513*	0.465*	3.033
APC				-	0.769*	0.563*	0.374*	4.208
AQC					-	0.505*	0.275*	2.534
ATC						-	0.591*	2.160
AVC							-	1.673

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าตั้งแต่ 1.673 – 4.208 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์แต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.223 – 0.680 จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) ดังนี้

$$TCA = 0.431 + 0.231ABM + 0.356AAC - 0.048APC - 0.142AQC + 0.048ATC + 0.457AVC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 45.717$; $p < 0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($\text{Adj } R^2$) เท่ากับ 0.554 (ตาราง 38) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์แต่ละด้านกับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) ปรากฏผลดังตาราง 38

ตาราง 38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวม (TCA)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.431	0.291	1.481	0.140
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	0.231	0.070	3.308	0.001*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.356	0.094	3.776	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC)	-0.048	0.087	-0.553	0.581
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.142	0.070	-2.039	0.043*
ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC)	0.048	0.068	0.705	0.482
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.457	0.054	8.406	0.000*
$F = 45.717$ $p < 0.0001$ $\text{Adj } R^2 = 0.554$				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 4 และ 6 สำหรับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC) และด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC) ไม่มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA)

เมื่อนำการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (TCA) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.557 (ตาราง 47 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$TCA = 0.475 + 0.245ABM + 0.327AAC - 0.153AQC + 0.474AVC$$

ตาราง 39 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	CAR	ABM	AAC	APC	AQC	ATC	AVC	VIFs
$\bar{x}$	4.258	4.471	4.490	4.419	4.437	4.466	4.356	
S.D.	0.666	0.411	0.410	0.524	0.508	0.482	0.528	
CAR	-	0.297*	0.455*	0.300*	0.155*	0.411*	0.739*	
ABM		-	0.565*	0.469*	0.406*	0.532*	0.407*	1.676
AAC			-	0.772*	0.575*	0.513*	0.465*	3.033
APC				-	0.769*	0.563*	0.374*	4.208
AQC					-	0.505*	0.275*	2.534
ATC						-	0.591*	2.160
AVC							-	1.673

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าตั้งแต่ 1.673 – 4.208 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ แต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.155 – 0.739 จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) ดังนี้

$$CAR = 0.028 - 0.098ABM + 0.443AAC - 0.029APC - 0.182AQC - 0.038ATC + 0.867AVC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 49.136$; $p < 0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.572 (ตาราง 40) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์แต่ละด้านกับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) ปรากฏผลดังตาราง 40

ตาราง 40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.028	0.383	0.072	0.943
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	-0.098	0.092	-1.063	0.289
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.443	0.124	3.582	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC)	-0.029	0.114	-0.250	0.803
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.182	0.091	-1.985	0.048*
ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC)	-0.038	0.089	-0.423	0.673
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.867	0.071	12.127	0.000*
$F = 49.136$ $p < 0.0001$ $Adj R^2 = 0.572$				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 4 และ 6 สำหรับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC) และด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC) ไม่มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR)

เมื่อนำการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($\text{Adj } R^2$) เท่ากับ 0.575 (ตาราง 48 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$\text{CAR} = -0.134 + 0.380\text{AAC} - 0.216\text{AQC} + 0.837\text{AVC}$$

ตาราง 41 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความแตกต่าง ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	CAD	ABM	AAC	APC	AQC	ATC	AVC	VIFs
$\bar{x}$	4.485	4.471	4.490	4.419	4.437	4.466	4.356	
S.D.	0.521	0.411	0.410	0.524	0.508	0.482	0.528	
CAD	-	0.471*	0.434*	0.288*	0.211*	0.319*	0.486*	
ABM		-	0.565*	0.469*	0.406*	0.532*	0.407*	1.676
AAC			-	0.772*	0.575*	0.513*	0.465*	3.033
APC				-	0.769*	0.563*	0.374*	4.208
AQC					-	0.505*	0.275*	2.534
ATC						-	0.591*	2.160
AVC							-	1.673

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าตั้งแต่ 1.673 – 4.208 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ แต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.211 - 0.486 จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD) ดังนี้

$$CAD = 0.917 + 0.382ABM + 0.301AAC - 0.095APC - 0.016AQC - 0.125ATC + 0.356AVC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ (CAQ) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 19.122$; $p < 0.0001$) และ ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.335 (ตาราง 42) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ แต่ละด้านกับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD) ปรากฏผลดังตาราง 42



ตาราง 42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ด้านความแตกต่าง ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.917	0.379	2.418	0.016*
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	0.382	0.091	4.200	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.301	0.123	2.458	0.015*
ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC)	-0.095	0.113	-0.839	0.403
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.016	0.091	-0.173	0.863
ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC)	-0.125	0.088	-1.415	0.158
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.356	0.071	5.034	0.000*
F = 19.122 p < 0.0001 Adj R ² = 0.335				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 และ 6 สำหรับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) และด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC) ไม่มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD)

เมื่อนำการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.328 (ตาราง 49 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$CAD = 0.848 + 0.335ABM + 0.176AAC + 0.310AVC$$

ตาราง 43 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	CAN	ABM	AAC	APC	AQC	ATC	AVC	VIFs
$\bar{x}$	4.531	4.471	4.490	4.419	4.437	4.466	4.356	
S.D.	0.480	0.411	0.410	0.524	0.508	0.482	0.528	
CAN	-	0.627*	0.551*	0.403*	0.242*	0.597*	0.541*	
ABM		-	0.565*	0.469*	0.406*	0.532*	0.407*	1.676
AAC			-	0.772*	0.575*	0.513*	0.465*	3.033
APC				-	0.769*	0.563*	0.374*	4.208
AQC					-	0.505*	0.275*	2.534
ATC						-	0.591*	2.160
AVC							-	1.673

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าตั้งแต่ 1.673 – 4.208 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ แต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.242 - 0.627 จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) ดังนี้

$$CAN = 0.350 + 0.409ABM + 0.322AAC - 0.021APC - 0.228AQC + 0.306ATC + 0.148AVC$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 47.490$; $p < 0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.564 (ตาราง 44) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์แต่ละด้านกับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) ปรากฏผลดังตาราง 44

ตาราง 44 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.350	0.283	1.235	0.218
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	0.409	0.068	6.026	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.322	0.091	3.522	0.001*
ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC)	-0.021	0.084	-0.246	0.806
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.228	0.068	-3.379	0.001*
ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC)	0.306	0.066	4.646	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.148	0.053	2.809	0.005*

$F = 47.490$ $p < 0.0001$ $\text{Adj } R^2 = 0.564$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พหุ ประสิทธิภาพ

จากตาราง 44 พบว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 4 5 และ 6 สำหรับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (APC) ไม่มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN)

เมื่อนำการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) และด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม (CAN) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.356 (ตาราง 50 ภาคผนวก ค) โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$CAN = 0.363 + 0.410ABM + 0.309AAC - 0.238AQC + 0.303ATC + 0.149AVC$$



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยทำการสรุปและมีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
5. เพื่อเปรียบเทียบการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน
6. เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีประเภทธุรกิจ ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน

สรุปผล

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงอายุ 41 -50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท และตำแหน่งปัจจุบันคือ ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

2. ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทธุรกิจ ประกอบธุรกิจทรัพยากร พลังงานและสาธารณูปโภค ทุนในการดำเนินงาน มากกว่า 300 ล้านบาท ระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 15 ปี รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน มากกว่า 1,500 ล้านบาท และจำนวนพนักงานไม่เกิน 1,000 คน

3. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ เช่น กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นต้นทุนคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจในคุณลักษณะของสินค้าแต่ละชนิด กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในหลักการผลิตสินค้าเป็นไปตามสินค้าที่ต้องการขาย 1) การรับประกันการจัดหา 2)การบริการหลังการขาย และ 3)วัดและประเมินคุณภาพโดยตรงของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และกิจการตระหนักถึงการกำหนดและระบุกลุ่มสินค้าตามลักษณะของสินค้า ความแตกต่างของสินค้าสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอก ความต้องการของลูกค้า เพื่อแก้ไขปัญหาความผิดพลาดของสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย เช่น กิจการให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าและพัฒนาสินค้า และผลิตสินค้าเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และได้รับระดับกำไรตามเป้าหมายที่ต้องการ กิจการให้ความสำคัญวิธีการบริหารจัดการต้นทุน และการวางแผนกำไรอย่างเป็นระบบ โดยการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตามต้นทุนของสินค้าเป็นไปตามเป้าหมาย และกิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า การกำหนดราคาสินค้าและบริการ จำนวนสินค้าที่ขาย การคำนวณต้นทุนสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายและกำไรตามที่กำหนดไว้ และกิจการให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีศักยภาพและความสามารถในการทำกำไรที่ดีกว่า จากต้นทุนสินค้าที่กำหนดจากราคาสินค้าที่เหมาะสมที่ลูกค้ายอมรับและพร้อมที่จะจ่าย ด้านการบริหารฐานกิจกรรม เช่น กิจการให้ความสำคัญวิเคราะห์ ระบุสาเหตุ และประเมินกิจกรรมภายในของกิจการกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ให้เกิดมูลค่ากับลูกค้าและสร้างกำไรได้ และตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่เพิ่มมูลค่าหรือสิ้นเปลืองของกิจกรรมออกไป กิจการให้ความสำคัญการวิเคราะห์ระบบ รื้อระบบ หรือปรับปรุงเพื่อประเมินและวัดผลการดำเนินงานแต่ละกิจกรรม ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

โดยให้ความสำคัญด้านข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการของธุรกิจ ฯลฯ และกิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นวิเคราะห์มูลค่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม ระบุกิจกรรมและประเมินกิจกรรมที่สร้างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ เช่น การออกแบบ เครื่องจักร การบริการลูกค้า ฯลฯ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ เช่น กิจการให้ความสำคัญกับกิจกรรมการป้องกัน เช่น ส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมฝึกทักษะและความชำนาญ การบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องจักร เพื่อป้องกันและลดความผิดพลาดระหว่างกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ กิจกรรมตระหนักถึงการกำหนดมาตรการตรวจสอบคุณภาพ การทดสอบและประเมินกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่างๆ อย่างเป็นระบบด้วยเครื่องมือที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้เกิดคุณภาพเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง และกิจการให้ความสำคัญกับการวางแผน และการออกแบบสินค้า กระบวนการผลิต การคัดเลือกคู่ค้าหรือผู้จัดส่งวัตถุดิบ ให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความสูญเสียในการผลิตสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เช่น กิจการให้ความสำคัญกับการวางแผน การวิเคราะห์ต้นทุนช่วงเริ่มแรก หรือก่อนการผลิต ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา ต้นทุนการออกแบบ สินค้าหรือบริการ เช่น การรับประกันสินค้า และต้นทุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อช่วยควบคุมและลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจการให้ความสำคัญกับการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในการวางแผนและการบริหาร ควบคุม การนำข้อมูลต้นทุนและคำนวณต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการสนับสนุนและผลักดันให้มีการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้กับกิจการ และกิจการมีการเปรียบเทียบต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการออกแบบสินค้าที่มีความแตกต่างกัน เช่น ต้นทุนการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าต่ำมากๆ แต่ต้นทุนในการรับประกันสินค้ามีมูลค่าสูงกว่ามากๆ เป็นต้น เพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดทางเลือกในการดำเนินงาน และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า เช่น กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ต้นทุนและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การปันส่วนต้นทุน รายได้ สิทธิประโยชน์และทรัพยากรเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานที่เพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการทั้งระบบของกิจการ กิจการตระหนักถึงการวิเคราะห์ตัวผลักดันต้นทุนที่เหมาะสมแต่ละขั้นตอน สอดคล้องกับคุณลักษณะแต่ละกิจกรรม เพื่อผลักดันให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขัน และกิจการให้ความสำคัญการกำหนดกลยุทธ์การบริหารทั้งระบบ ในการวิจัยพัฒนา การออกแบบ การผลิต การตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อการควบคุมตัวผลักดันต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่งและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ

4. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เช่น กิจการมีน้ำจุดแข็งของธุรกิจเฉพาะ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม สร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษอย่างต่อเนื่อง กิจการมีการ

ปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และโฆษณาประชาสัมพันธ์ เน้นลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนคู่แข่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และกิจการมีฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าพิเศษ การให้บริการและตอบสนองความต้องการหรือความชอบของลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ตรงจุด ด้านความแตกต่าง เช่น กิจการมีการบริการหลังการขาย แตกต่างจากคู่แข่ง และการบริการลูกค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ความถี่ ความสม่ำเสมอ โดยไม่ทอดทิ้งลูกค้า คุณภาพของสินค้าและบริการของกิจการแตกต่างจากคู่แข่งสินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และกิจการมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากเทคโนโลยีการผลิตสินค้าและบริการที่ทันสมัย และการยอมรับจากลูกค้าว่าสินค้าและบริการมีคุณภาพตามมาตรฐาน และด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ เช่น กิจการมีการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเครื่องมือต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งที่ช่วยให้เกิดการประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่าย กิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต สถานที่ผลิต สถานที่ประกอบการ เครื่องจักร แห่ลงวัตถุดิบหรือแรงงาน รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่างๆ ด้วยการลดต้นทุนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ และกิจการเข้าถึงแหล่งปัจจัยการผลิตและทรัพยากร มีอำนาจต่อรองและซื้อปัจจัยการผลิตได้ต่ำกว่าคู่แข่ง

5. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มี ประเภทธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน

6. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มี ประเภทธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ทุนในการดำเนินงาน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม แตกต่างกัน เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ที่มีทุนในการดำเนินงาน 101 – 200 ล้านบาท ทุนในการดำเนินงาน 201 – 300 ล้านบาท และทุนในการดำเนินงาน มากกว่า 300 ล้านบาท มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม มากกว่า ทุนในการดำเนินงาน ไม่เกิน 100 ล้านบาท

7. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม และตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (TCA) ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC) ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC) และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC) ซึ่งสามารถสร้างสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$TCA = 0.475 + 0.245ABM + 0.327AAC - 0.153AQC + 0.474AVC$$

เมื่อพิจารณาสมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ

$$CAR = -0.134 + 0.380AAC - 0.216AQC + 0.837AVC$$

2. ด้านความแตกต่าง

$$CAD = 0.848 + 0.335ABM + 0.176AAC + 0.310AVC$$

3. ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม

$$CAN = 0.363 + 0.410ABM + 0.309AAC - 0.238AQC + 0.303ATC + 0.149AVC$$

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริหารนำกลยุทธ์การบริหารมาประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนทั้งในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ โดยการวางแผน การจัดเตรียมข้อมูล การวิเคราะห์ต้นทุนและค่าใช้จ่าย การกำหนดตัวแปรด้านต้นทุน การตัดสินใจเกี่ยวกับต้นทุนของสินค้าและบริการ รวมทั้งการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กร โดยการใช้ข้อมูลต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ข้อมูลด้านการตลาด ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การพัฒนาและปรับปรุง เพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารที่ดีกว่าและเหนือกว่า ทั้งต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการลดลง การสร้างความแตกต่าง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี มีศักยภาพด้านการแข่งขันที่ดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นตัวแปรสำคัญและปัจจัยหลักที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบ

ทางการแข่งขันให้กับองค์กร ทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ussahawanitchakit, P. (2018: 52-68) กล่าวว่า การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการบัญชีเพื่อการจัดการที่ผู้บริหารนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุน โดยมีการวางแผนการดำเนินงานและกำหนดจุดมุ่งหมายทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และมีความสำคัญต่อการบริหารในการลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย การพัฒนาและการปรับปรุงทั้งกระบวนการผลิตทั้งระบบ การจัดเตรียมข้อมูลและผลกระทบสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุน การวิเคราะห์ข้อมูลทุกกิจกรรมมาเพื่อตัดสินใจเกี่ยวกับด้านต้นทุนทั้งกระบวนการผลิต การพัฒนาและการประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์กร ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้ในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดของ สุนันทา สังขทัตน์ (2564: 1-13) กล่าวว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เป็นการนำกลยุทธ์ที่ผู้บริหารมาประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กรในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและรูปแบบการผลิตและการบริหารตามสภาพการแข่งขันในตลาด การใช้ข้อมูลบัญชีบริหารมาเป็นกลยุทธ์ในการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งผู้บริหารให้ความสำคัญและคำนึงถึงการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและทราบความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงทุกกิจกรรมและการวิเคราะห์มูลค่า และการมีเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตสินค้าและบริการ มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในองค์กรและก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ ดนุชา คุณพนิชกิจ (2553 : 1-15) กล่าวว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อสภาพแวดล้อมของการประกอบธุรกิจปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันสูงสภาพการณ์เช่นนี้ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลทางการบัญชี โดยเฉพาะข้อมูลต้นทุนที่สอดคล้องกับทิศทางของการบริหารงาน ข้อมูลต้นทุนนั้นจะเป็นประโยชน์ ก็ต่อเมื่อสามารถสนับสนุนฝ่ายบริหารในการวางแผนและตัดสินใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งเป็นเป้าหมายที่มุ่งเน้นความสำเร็จในระยะยาว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรประภา ประจวบสุข (2556 : 69) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติก มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม และเป็นรายต้น อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า เช่น กิจกรรมตระหนักถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของต้นทุนที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนทั้งกระบวนการ และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร กิจกรรมให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงานภายในที่เป็นลำดับขั้นตอนและมีความสัมพันธ์กัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร และกิจกรรมให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์หน้าที่ขององค์กรในกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กันตลอดทั้งระบบทั้งในระดับภายในและภายนอก เป็นต้น ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งยุทธศาสตร์ เช่น กิจกรรมมุ่งเน้นให้มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการดำเนินงานภายใน

ให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ และปฏิบัติตามกลยุทธ์ขององค์กรอย่างเคร่งครัด กิจการให้ความสำคัญกับการประเมินโอกาสและข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อนำมาพิจารณาเลือกกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมและส่งผลให้องค์กรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน และกิจการส่งเสริมให้มีการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม และสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นได้ เป็นต้นด้านการวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุน เช่น กิจการให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์กิจกรรมในแต่ละขั้นตอนของการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นแนวทางจัดการระบบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการผลิตและการบริหารได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทุกขั้นตอน กิจการสนับสนุนให้มีการวิเคราะห์ความสำคัญของกิจกรรมต่างๆ ในระดับองค์กรหรือระดับปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางในการลดต้นทุนที่เกิดจากกิจกรรมนั้น และกิจการให้ความสำคัญกับการเลือกเกณฑ์การคำนวณต้นทุนของกิจกรรมหรือกลุ่มกิจกรรมให้สอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้คำนวณต้นทุนได้ถูกต้อง เป็นต้น

2. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่างและด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก องค์กรมีกลยุทธ์ด้านการแข่งขันทางธุรกิจด้วยกระบวนการและวิธีการที่แตกต่างกันออกไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์กรและแสดงถึงความสามารถการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มศักยภาพการแข่งขันและกลยุทธ์ทางการผลิตสินค้าหรือบริการให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างคุณค่าที่สูงกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน กลุ่มลูกค้าเข้าถึงต้นทุนที่น้อยกว่า องค์กรเป็นผู้นำด้านต้นทุน มุ่งกลุ่มลูกค้าเฉพาะจุด มีเอกลักษณ์เฉพาะและตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีทำให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaengploy & Jadesalug, (2016) ความสามารถขององค์กรในการเลือกใช้นวัตกรรมในการดำเนินงานและบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในกระบวนการผลิตสินค้าด้วยต้นทุนต่ำกว่า ทำให้สามารถขายสินค้าที่ถูกกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน การลดค่าใช้จ่ายต่างๆที่ไม่จำเป็นและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการสร้างสินค้าได้ถูกกลุ่มเป้าหมายและตรงตามความต้องการมากที่สุด โดยสินค้าหรือบริการต้องมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของคู่แข่งรายอื่น ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเกิดการรับรู้และเลือกสินค้าหรือบริการ และยินดีที่จะจ่ายค่าสินค้าหรือบริการในมูลค่าที่สูงกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ วราลักษณ์ ลลิตศิริวิมล (2559) ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานที่เหนือกว่าองค์กรอื่นจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า โดยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองลูกค้า และเสริมสร้างความสามารถทั้ง 4 ด้าน ให้พนักงานในการบริการดูแลลูกค้า ทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างดียิ่ง สอดคล้องกับ

งานวิจัย วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561: บทคัดย่อ) พบว่า ระดับการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่างตามลำดับ และปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่ามีตัวแปร 4 ตัว ที่ส่งผลต่อการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การแข่งขันเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง ความเป็นตัวของตัวเอง และความมีนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ ตะโคตม (2560: 74) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นความสามารถขององค์กรที่จะบริการลูกค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด การตรวจสอบมาตรฐานของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่และผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป็นต้น ซึ่งข้อได้เปรียบนี้เป็นความสามารถขององค์กรที่สามารถทำได้หรือทำได้ดีกว่าในขณะที่ยังคงคนอื่นไม่สามารถทำได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินทร สุภา (2560: 90) พบว่า ธุรกิจจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง มีการปรับองค์กรให้มีความยืดหยุ่นกับสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงความต้องการของมนุษย์ที่เปลี่ยนไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ดังนั้นธุรกิจจึงต้องสร้างความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าได้ดีที่สุด มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ และความเชี่ยวชาญของพนักงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจนั้นมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง รวมถึงการสร้างความสำเร็จและได้รับยอมรับจากลูกค้า และ สอดคล้องกับงานวิจัย ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ (2560: บทคัดย่อ) กลยุทธ์ที่ใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream พบว่าเจ้าของธุรกิจใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้า และ กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น ประโยชน์ที่รับ เจ้าของธุรกิจสามารถนำกลยุทธ์ด้านต่างๆ ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้นจากการที่สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จะทำให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

3. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มี ประเภทธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวม และเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น เป็นธุรกิจที่มีการดำเนินงานอย่างหลากหลายและมีกลุ่มธุรกิจที่แตกต่างทั้งประเภทและขนาดขององค์กร

เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ซึ่งการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมทุกกระบวนการขององค์กรมีความซับซ้อนและกลไกวิธีการดำเนินการที่หลากหลายมากขึ้น ธุรกิจจึงมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการปรับปรุงพัฒนาและเปลี่ยนแปลงกระบวนการดำเนินงานโดยใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือมีการนำการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนทั้งกระบวนการผลิต บริหารทุกระดับกิจกรรม การวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุน วงจรผลิตผลิตภัณฑ์ ลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการ คุณภาพและความแตกต่างที่เชื่อมโยงและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร ส่งผลให้การบริหารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัย กรไชย พรภักดิ์สรชกร และ ขจิต ภาฬสิทธิ์ (2563: บทคัดย่อ) พบว่า ทุกมิติของการบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์มีบทบาทความสำคัญในการกำหนดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองทรัพยากรของบริษัท ผู้บริหารของบริษัทจำเป็นต้องจัดทำทรัพยากรและความสามารถอันมีค่าเพื่อสนับสนุนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดทำบัญชีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่สูง สอดคล้องกับงานวิจัย ปทุมพร หิรัญสาล (2566: 83-97) พบว่า การประยุกต์ใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ และด้านการตัดสินใจ มีส่งผลผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการวัดผลเชิงคุณภาพ ผลลัพธ์และพบว่าบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมภาคใต้ควรให้ ความสำคัญของการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อทำให้ใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัย ปาลวิ พุฒิกุลสาคร และอนุชา พุฒิกุลสาคร (2563: 3-16) พบว่า การบริหารต้นทุนแบบบูรณาการของธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีความเห็นความสามารถในการบริหารต้นทุนแบบบูรณาการ ในกระบวนการผลิตสินค้าโดยมุ่งเน้นประสิทธิผลต้นทุนผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานและความสำเร็จและประสิทธิภาพของระบบการบัญชีบริหาร และเป็นแนวทางสำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างเสถียรภาพในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนและบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรทั้งปัจจุบันและอนาคต

4. ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มี ประเภทธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม และเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ในปัจจุบันอัตราการเติบโตและแนวโน้มการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัญหาในการดำเนินงาน และโอกาสที่จะทำให้อธุรกิจดำเนินต่อไปได้ ผู้บริหารจึงต้องสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง และบริหารจัดการได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ จากการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม หรือเป้าหมายที่แตกต่างในตลาดการแข่งขัน จากความได้เปรียบด้านต้นทุนทำให้ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเกิดความได้เปรียบทางราคา สร้างเอกลักษณ์และลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างจากองค์กรอื่น และตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เร็วกว่าคู่แข่ง ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นักเกษม (2561: 2148 – 2163) พบว่า ผู้บริหารธุรกิจบริการในกรุงเทพมหานคร สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่า ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา พร้อมกับการพัฒนาความพร้อมของบุคลากรให้มีการปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอต่อการให้บริการ และเป็นผู้นำต้นทุนจากกลยุทธ์ด้านต้นทุน ธุรกิจสามารถควบคุมต้นทุนเข้าถึงแหล่งทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ ด้านสร้างความแตกต่าง การรักษาภาพลักษณ์เอกลักษณ์ให้กิจการให้มีความน่าเชื่อถือและบริการที่หลากหลายมีระบบบริการที่ดี และด้านการแข่งขันเชิงรุกทำให้ธุรกิจมีโอกาสที่สูงกว่าคู่แข่งส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพทั้งด้านการเงิน และไม่ใช้การเงิน สอดคล้องกับงานวิจัย ชลิต ผลอินทร์หอม (2563: 317-335) พบว่า กลยุทธ์ของผู้บริหารในการบริหารจัดการธุรกิจและเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้ประกอบการหรือองค์กรนั้น ๆ จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เหนือกว่าคู่แข่ง การที่องค์กรสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในด้านความแตกต่าง จะต้องมีส่วนหรือบริการที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง การที่องค์กรเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ธุรกิจสามารถควบคุมต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่งและสามารถขายสินค้าหรือบริการให้ถูกกว่าคู่แข่ง ส่งผลให้ยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น และการที่องค์กรเป็นผู้นำเฉพาะจุด เลือกที่จะแตกต่างหรือเลือกที่จะเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของตลาดก็เพียงพอในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ

5. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการบริหารฐานกิจกรรม เป็นกระบวนการบริหารที่ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการวิเคราะห์มูลค่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม วิเคราะห์กิจกรรม ระบุสาเหตุ และมุ่งเน้นกิจกรรมที่ทำอย่างชัดเจนและประเมินกิจกรรมภายในหรือปรับปรุงระบบการดำเนินงานภายในกิจกรรม ทั้งในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ควบคุมและลดค่าใช้จ่ายกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าหรือสิ้นเปลืองออกไป นำข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านต้นทุน และด้านกระบวนการของธุรกิจมาวิเคราะห์ข้อมูลด้านบัญชีเชิงกลยุทธ์เพื่อประเมินและวัดผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ส่งผลให้องค์กรสามารถลดต้นทุนหรือควบคุมต้นทุนของกระบวนการผลิตสินค้าและบริการได้ในต้นทุนที่ต่ำ สร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะ

กลุ่มของลูกค้าได้ชัดเจนและยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phan et al., (2014: 783-803) พบว่า หน่วยธุรกิจระยะการเติบโตเต็มที่หรือระยะถดถอยที่ต้องฟื้นฟูใช้กลยุทธ์การบริหารฐานกิจกรรมเป็น เครื่องมือการบริหารหรือวิธีการแต่ละระดับในระดับที่มากกว่าหน่วยธุรกิจในระยะเริ่มแรกเข้าสู่ตลาด และระยะการเติบโตของธุรกิจ ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าหรือปรับปรุงระบบ ซึ่งต้องวิเคราะห์ ข้อมูลต้นทุนในแต่ละกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า นอกจากนี้ แม้ว่า ระดับความสำเร็จของการบริหารฐานกิจกรรมจะไม่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตของ องค์กรหรือกระบวนการดำเนินงานทั้งระบบขององค์กร แต่ความสำเร็จของการบริหารฐานกิจกรรม ขึ้นอยู่กับหน่วยธุรกิจที่ใช้แนวทางปฏิบัติในการบริหารฐานกิจกรรมแต่ละรายการในระดับสูงสุด ซึ่งจะ ช่วยให้ผู้บริหารมีข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้แนวทางปฏิบัติในขั้นตอนของวงจร ชีวิตองค์กรที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลักดัน ส่งเสริมและสนับสนุนให้มี ผลลัพธ์การดำเนินงานที่ดีกว่า

สำหรับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารฐานกิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ เนื่องจาก ปัจจุบัน สถานะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก องค์กรมุ่งที่ จะลดต้นทุนหรือบริหารด้วยต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งการบริหารกิจกรรมเป็นกระบวนการวิเคราะห์กิจกรรม ภายในองค์กร อาจจะมีวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าตัวผลักดันต้นทุนหรือการปรับปรุงหรือระบบกระบวนการ ผลิตสินค้าและบริการที่อาจส่งผลทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าและใช้ เวลาในการทำงานมากขึ้น เกิดความเสี่ยงในปฏิบัติงาน การดำเนินงาน และการบริหารกิจการได้ ซึ่ง การวิเคราะห์กิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าและไม่เพิ่มมูลค่าในปัจจุบันเป็นการวิเคราะห์ระยะสั้น ประโยชน์ที่ เกิดขึ้นอาจต้องใช้ระยะเวลาที่มากกว่า ซึ่งการบริหารฐานกิจกรรมจะกลายเป็นแค่ส่วนหนึ่งในการ วิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินงาน ผู้บริหารองค์กรให้ความสำคัญกับการบริหารฐานกิจกรรมอยู่ใน ระดับที่น้อย จึงส่งผลให้การบริหารฐานกิจกรรมไม่ส่งผลโดยตรงต่อการลดต้นทุนของสินค้าและการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากสินค้าต้นทุนต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิต ผลอินทร์หอม (2563: 325) พบว่า ระบบต้นทุนหรือการบริหารฐานกิจกรรม เป็นการคิดต้นทุนในการผลิตทางอ้อม ของผลิตภัณฑ์โดยใช้ตัวผลักดันต้นทุนเพื่อแทนที่ระบบต้นทุนแบบเดิมไม่สามารถให้รายละเอียดของ ต้นทุนหรือข้อมูลที่มีคุณภาพสำหรับการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งไม่สามารถกำหนดข้อมูลต้นทุนการ ผลิตได้อย่างถูกต้อง แต่สามารถใช้เป็นแนวทางการบริหารเชิงกลยุทธ์ร่วมกับแนวเทคนิคการบริหาร เชิงกลยุทธ์ด้านอื่น ๆ ร่วมด้วย เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัย Obohn & Ajibolade. (2014: 119-137) พบว่า การประยุกต์ใช้การคิดต้นทุนฐานกิจกรรมและการบริหารเชิง กิจกรรมโดยการปันส่วนต้นทุนค่าใช้จ่ายและอาศัยตัวผลักดันต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกิดขึ้น ตั้งแต่กิจกรรมระดับหน่วย กิจกรรมระดับกลุ่ม กิจกรรมระดับผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมระดับ

อำนวยการ เพื่อช่วยปรับปรุงประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการดำเนินงาน การเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันและคุณค่าในองค์กร ซึ่งไม่สัมพันธ์หรือสอดคล้องกับการประยุกต์ใช้การบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในการลดต้นทุนหรือวางตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ และส่วนแบ่งทางการตลาด ของสถาบันการเงินในประเทศไนจีเรีย

6. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะเป็นกระบวนการด้านบัญชีบริหารที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การคำนวณต้นทุนของสินค้าและการรายงานต้นทุนของสินค้าแต่ละชนิดอย่างสม่ำเสมอ เน้นลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ พิจารณาและระบุกลุ่มสินค้าตามลักษณะของสินค้า ความแตกต่างของสินค้า สภาพแวดล้อม หรือปัจจัยภายนอก ความต้องการของลูกค้า เน้นหลักการผลิตสินค้าเป็นไปตามสินค้าที่ต้องการขาย การรับประกันคุณภาพและบริการหลังการขาย รวมทั้งการวัดและประเมินคุณภาพโดยตรงของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแก้ไขปัญหาและลดข้อผิดพลาดของสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น ตรงตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alsoboa Sliman et al., (2015: 116-127) พบว่า ผู้บริหารของบริษัทผู้ผลิตที่จดทะเบียนในประเทศจอร์แดน มีการประยุกต์ใช้เทคนิคการคิดต้นทุนเชิงกลยุทธ์มาตรวจสอบผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการเปรียบเทียบกับประสิทธิภาพช่วงเวลาก่อนที่จะใช้เทคนิคการคิดต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งตัวแปรสำคัญอย่างหนึ่งที่ทางผู้บริหารเลือกมาทำการตรวจสอบผลกระทบคือ ต้นทุนคุณลักษณะ ซึ่งผลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และประสิทธิภาพทางการตลาด สะท้อนให้เห็นว่าหลังจากที่นำเทคนิคการคิดต้นทุนเชิงกลยุทธ์ด้านต้นทุนคุณลักษณะเฉพาะมาใช้ สามารถดึงดูดลูกค้า เกิดความน่าเชื่อถือของสินค้า ความเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และการบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นลักษณะเด่นที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่าง และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก สภาพแวดล้อมการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบันมีการแข่งขันการค้าในตลาดเสรีและตลาดโลกมีความรุนแรงมากขึ้นรวมทั้งการค้าในแบบออนไลน์จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการด้านบัญชีบริหารเป็นองค์กรใช้ในการวางแผนและวิเคราะห์ต้นทุนตั้งแต่ช่วงเริ่มแรกหรือก่อนการผลิตช่วงกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ จนถึงระยะการเข้าสู่ตลาด มุ่งเน้นการประมาณการ และคาดการณ์รายได้ที่จะได้รับในอนาคตจากการวิจัยตลาด ทำให้ระบบภาพรวมของการดำเนินไม่มีประสิทธิภาพ และไม่มีความยืดหยุ่นเพียงพอเมื่อตลาดและแข่งขันภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

ตลอดเวลา ทำให้องค์กรอาจไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการเลือกผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ส่งผลกระทบต่อช่วงชีวิตของสินค้าและบริการของกิจการมีระยะสั้นกว่าทำให้คู่แข่งสามารถผลิตสินค้าที่เหมือนกันหรือที่มีคุณลักษณะที่ดีกว่าเข้าสู่ตลาดได้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Knauer, T, & Möslang, K. (2018: 188-215) พบว่า ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะได้รับการยอมรับในทางทฤษฎี แต่ทางปฏิบัติเทคนิค เงื่อนไขของการนำไปใช้ประโยชน์และผลกระทบของการบริหารจัดการต้นทุน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจัดการต้นทุน ซึ่งผู้บริหารบริษัทในประเทศเยอรมันมีการยอมรับว่าประโยชน์ของกลยุทธ์การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการองค์กรในการรับรู้ถึงการเกิดค่าใช้จ่ายด้านการรับประกัน ค่าใช้จ่ายด้านการติดตามหรือประเมินผลหลังการบริการ แต่ไม่ส่งผลต่อกระบวนการประเมินต้นทุนทั้งระบบ ซึ่งไม่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นตัวขับเคลื่อนต้นทุนในการบริหารเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่มุ่งเน้นรายงานต้นทุนของแต่ละช่วงกระบวนการผลิต และช่วยในการวางแผนการจัดทำงบประมาณสำหรับสินค้าใหม่ภายใต้ระบบการรายงานทางบัญชี เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมผลักดันในการพัฒนาสินค้าต่าง ๆ กับกลยุทธ์การบริหารด้านอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัย Ussahawanitchakit, P. (2017: 1-27) พบว่า การบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตจะส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร ศักยภาพการแข่งขัน การบรรลุเป้าหมาย และผลการดำเนินงานของธุรกิจออฟแวร์ กิจการจำเป็นต้องจัดสรรทรัพยากรและศักยภาพที่มีคุณค่ามาประยุกต์ใช้ระบบการบัญชีต้นทุนวงจร ตั้งแต่เริ่มการวิจัยและการออกแบบตลอดช่วงชีวิตผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จและผลการดำเนินงานที่ให้กับองค์กร

8. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ และด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก การบัญชีต้นทุนคุณลักษณะเป็นกระบวนการด้านบัญชีบริหารที่ช่วยบริหารต้นทุนและสนับสนุนให้ผู้บริหารวางแผนและบริหารจัดการต้นทุนในกระบวนการผลิตสินค้า การออกแบบสินค้า การคัดเลือกผู้ค้าและแหล่งวัตถุดิบ รวมถึงการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพ ประเมินกระบวนการผลิตสินค้าและบริการอย่างเป็นระบบด้วยเครื่องมือที่มีมาตรฐาน และการปรับปรุงคุณภาพสินค้า แก้ไขสินค้าและบริการที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานให้มีคุณภาพและเกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานสูงสุด ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตลดลงและสินค้ามีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้า และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ส่งผลต่อการดำเนินงานและบรรลุตามเป้าหมายความสำเร็จที่กำหนดไว้ สำหรับด้านความแตกต่าง ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก เนื่องจาก สภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง องค์กรมุ่งเน้นที่จะลดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งหากองค์กรสามารถลดขั้นตอนการประเมินการตรวจสอบ ลดการพัฒนาปรับปรุงระบบหรือต้นทุนด้านการป้องกัน และลดกระบวนการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการที่

ลง และนำเครื่องมือทางคุณภาพมาวิเคราะห์กิจกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง การบัญชีต้นทุนคุณภาพอาจมีความยุ่งยากในการกำหนดกิจกรรมและต้นทุนของสินค้าและบริการที่แอบแฝง จึงส่งผลให้บัญชีต้นทุนคุณภาพไม่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความแตกต่างของสินค้าและบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กษมาพร ลาผ่าน. (2563: 31-41) พบว่า การบริหารต้นทุนคุณภาพสำหรับธุรกิจในประเทศไทยในแต่ละธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีการนำการบริหารต้นทุนไปประยุกต์ใช้ตามกระบวนการทำงาน การผลิตสินค้าและบริการ เพื่อกำหนดนโยบาย การวางแผน การควบคุม และการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้การบริหารต้นทุนคุณภาพมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถลดต้นทุนการผลิตและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจน ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าหรือกลุ่มลูกค้าเฉพาะได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำธุรกิจไปสู่ความเจริญเติบโต มั่นคง และยั่งยืนตลอดไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฟฤกษ์บารมี อุตสาหะวานิชกิจ. (2560: 145-157) พบว่า การบัญชีต้นทุนคุณภาพมีผลกระทบเชิงบวกต่อการบริหารงานที่มุ่งเน้นคุณภาพ ภาพพจน์องค์กร การยอมรับของตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด นอกจากนี้ การบริหารงานที่มุ่งเน้นคุณภาพส่งผลต่อภาพพจน์ องค์กรและการยอมรับของตลาด ส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด และยืนยันอย่างชัดเจนว่า การปฏิบัติทางการบัญชีต้นทุนคุณภาพมีความสำคัญรับกิจการในการบริหารจัดการธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น กิจการจะต้องจัดสรรทรัพยากรอย่างเพียงพอในการพัฒนาและการประยุกต์ใช้ การบัญชีต้นทุนคุณภาพให้มีประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุผลการดำเนินงานที่ดีในสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

9. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ และด้านความแตกต่าง สำหรับบัญชีต้นทุนเป้าหมาย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก การบัญชีต้นทุนเป้าหมายเป็นกระบวนการวางแผนและเทคนิคทางการบริหารที่มีประสิทธิภาพของผู้บริหารในการคำนวณต้นทุนสินค้าที่กำหนดจากราคาสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขัน และจากเงื่อนไขทางการตลาด และขึ้นอยู่กับลักษณะความเหมือนความต่างของสินค้า ระดับการแข่งขัน ต้นทุนและค่าใช้จ่าย โดยการควบคุมต้นทุนของสินค้า ขณะที่การควบคุมราคาสินค้าเป็นไปได้ยากหรือไม่สามารถควบคุมได้ กิจกรรมการลดต้นทุนและการปรับปรุงพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าที่สร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันเดียวกัน อาจส่งผลกระทบต่อหรือเป็นแรงกดดันละเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้ นอกจากนี้ ความต้องการหรือเป้าหมายเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน ผู้บริหารนำการประยุกต์ใช้ต้นทุนเป้าหมาย ในการควบคุมต้นทุนและกำหนดความแตกต่างของสินค้าหรือบริการมาสนับสนุนในการวางแผนผลิตภัณฑ์ การดำเนินการผลิตสินค้า ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มและมีความ

ต้องการพิเศษ เพื่อส่งผลต่อการดำเนินงานและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรรงค์ สวัสดิกุล และ นภาพรณ พลนิกรกิจ (2562: 43-58) พบว่า สภาพการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมเครื่องต้มไทย ทำให้การบริหารต้นทุนซึ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งด้านคุณภาพของสินค้าและราคาที่เหมาะสม ซึ่งผู้บริหารนำการประยุกต์ใช้ต้นทุนเป้าหมายของกิจการ ในการวางแผนผลิตภัณฑ์ การดำเนินการผลิต และการควบคุมต้นทุน ส่งผลให้การดำเนินงานโดยรวมของกิจการ ทั้งลูกค้า กระบวนการภายใน การเรียนรู้และการเติบโตของกิจการ มีประสิทธิภาพดีขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญธร ศรีวิเชียร (2560: 203-217) พบว่า การบริหารต้นทุนเป้าหมาย ด้านการออกแบบกระบวนการผลิต ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนวงจรผลิตภัณฑ์ และด้านการวิเคราะห์ด้านราคาในตลาด มีส่งผลความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ด้านความแตกต่าง สินค้าหรือบริการมีลักษณะพิเศษไปจากสินค้าหรือบริการของกิจการอื่น ด้านการมุ่งเน้นบางส่วนของตลาด สร้างระบบการผลิต การออกแบบสายผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าอย่างเจาะจง ผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยีที่เหนือกว่าและบริการให้แก่ลูกค้าที่มีความต้องการพิเศษเฉพาะ ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญในการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการออกแบบการผลิตรวมถึงการผลิต ที่จัดต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า การสร้างห่วงโซ่คุณค่าของต้นทุนกิจกรรม โดยทำการวิเคราะห์การเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ พร้อมทั้งมีการวิเคราะห์และจัดสรรงบประมาณเกี่ยวกับต้นทุนวงจรผลิตภัณฑ์การบริหาร ทีมงานโดยส่งเสริมบุคลากรมีการทำงานข้ามสายงานและสอดคล้องกันในการดำเนินงานและมีการเรียนรู้ นวัตกรรมใหม่ๆ และการนำเทคโนโลยีการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การใช้ข้อมูลสารสนเทศมาปรับใช้การ ปฏิบัติงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าการเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในเวลาอย่างรวดเร็ว

10. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ด้านความแตกต่างและด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก การบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่าเป็นกระบวนการบัญชีบริหารที่ช่วยให้ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ต้นทุน สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การปันส่วนต้นทุนหรือกำหนดต้นทุนเหมาะสมและเชื่อมโยงต้นทุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นและกระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอนเข้าด้วยกันทั้งระบบ ตั้งแต่กระบวนการออกแบบสินค้า การพัฒนาสินค้า จนถึงการจัดจำหน่ายและการส่งมอบสินค้า เพื่อบริหารต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่งและควบคุมบริหารจัดการค่าใช้จ่ายหลังการขายที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพทางการแข่งขัน สามารถกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดและตำแหน่งสินค้าที่มีการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่า สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริินยา สุภัทรานนท์ (2562: 114-130) พบว่า ตามสภาพแวดล้อมที่

เปลี่ยนแปลงไปทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้มีความเหมาะสมตามบริบทและมีความยืดหยุ่นสำหรับบริษัท และเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในบางสถานการณ์อาจไม่ดีที่สุดสำหรับอีกสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งศักยภาพทางการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนและผลการดำเนินงานของกิจการ ได้แก่ วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร ความรู้ในการบริหารต้นทุน ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสมัยใหม่ และแรงกดดันทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อศักยภาพทางการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารควรสนับสนุนและให้ความสำคัญทั้ง 4 ปัจจัย นอกจากนี้ความรู้ด้านการบริหารต้นทุนถือเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อเป็นแนวทางที่ดีให้ผู้บริหาร และควรสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณสำหรับกลยุทธ์นี้ เพื่อให้การบริหารเกิดประสิทธิภาพทางการแข่งขัน ตลอดจนโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา พรหมเกษ (2564: 89-102) พบว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่า ประกอบด้วย การจัดหาวัตถุดิบคุณภาพ การขนส่งทันเวลา การลดต้นทุนการบริหารคลังสินค้า การกระจายสินค้ารวดเร็วที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยเป็นปัจจัยหลักในการวางแผนเกี่ยวกับกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่าเพื่อทำให้บริษัทมีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำที่สุดในอุตสาหกรรม ซึ่งโดยปกติแล้วกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ถูกนำมาใช้จะแบ่งออกเป็นกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของราคา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่แบรนด์ชั้นนำที่อยู่ในตลาดให้ความสำคัญ ขณะเดียวกัน ยังมีกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่าเกี่ยวกับต้นทุนรวมที่ลดลงเป็นการลดต้นทุนแบบทั้งกระบวนการ รวมถึง อาจเกิดจากการใช้เทคโนโลยีที่เหนือกว่าหรือการประหยัดต่อขนาด หรืออาจจะมาจากความสามารถ ในการเข้าถึงแหล่งของวัตถุดิบที่ดีกว่า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารธุรกิจควรนำการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในด้านการบริหารฐานกิจกรรมด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย และด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า มาประยุกต์ใช้ระบบการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อบริหารจัดการควบคุมลดต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ เกิดความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร ปรับปรุงไม่ให้เกิดความผิดพลาดหรือความเสียหายทุกกระบวนการ เพื่อใช้สินค้าและบริการมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ทำให้เกิดความเชื่อถือสินค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2 ผู้บริหารธุรกิจควรนำระบบการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เข้ามาส่งเสริมพัฒนางานเกี่ยวกับการจัดเตรียมแนวทาง การวางแผน การวิเคราะห์ และการผลักดันต้นทุน กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยและสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุน การลดต้นทุนด้วยการควบคุมการทำงานและกิจกรรมที่มีลำดับความสำคัญก่อน เนื่องจากการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีความเกี่ยวข้องและสามารถสะท้อนถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งที่เป็นการเงินและไม่ใช้การเงินได้เป็นอย่างดี ช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อประโยชน์สูงสุดกับการดำเนินธุรกิจ

1.3 ผู้บริหารธุรกิจควรตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลทางการบัญชี ในการให้ข้อมูลทางด้านต้นทุนที่สอดคล้องกับทิศทางของการบริหารงาน ข้อมูลต้นทุนนั้นจะเป็นประโยชน์ก็ต่อเมื่อสามารถใช้สนับสนุนฝ่ายบริหาร โดยเชื่อมโยงการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ทุกระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานและการดำเนินงานทุกกิจกรรมให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และยกระดับและเพิ่มความสามารถและศักยภาพในการทำกำไรได้อย่างยั่งยืน ส่งผลต่อการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์กร

1.4 ผู้บริหารธุรกิจควรศึกษากลยุทธ์เกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการมีต้นทุนของสินค้าและบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง สร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้มีลักษณะพิเศษไปจากสินค้าหรือบริการรายอื่น สร้างระบบการผลิตโดยนำ เทคโนโลยีที่เหนือกว่าและบริการให้แก่ลูกค้าที่มีความต้องการพิเศษ ซึ่งมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืนภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในยุคปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

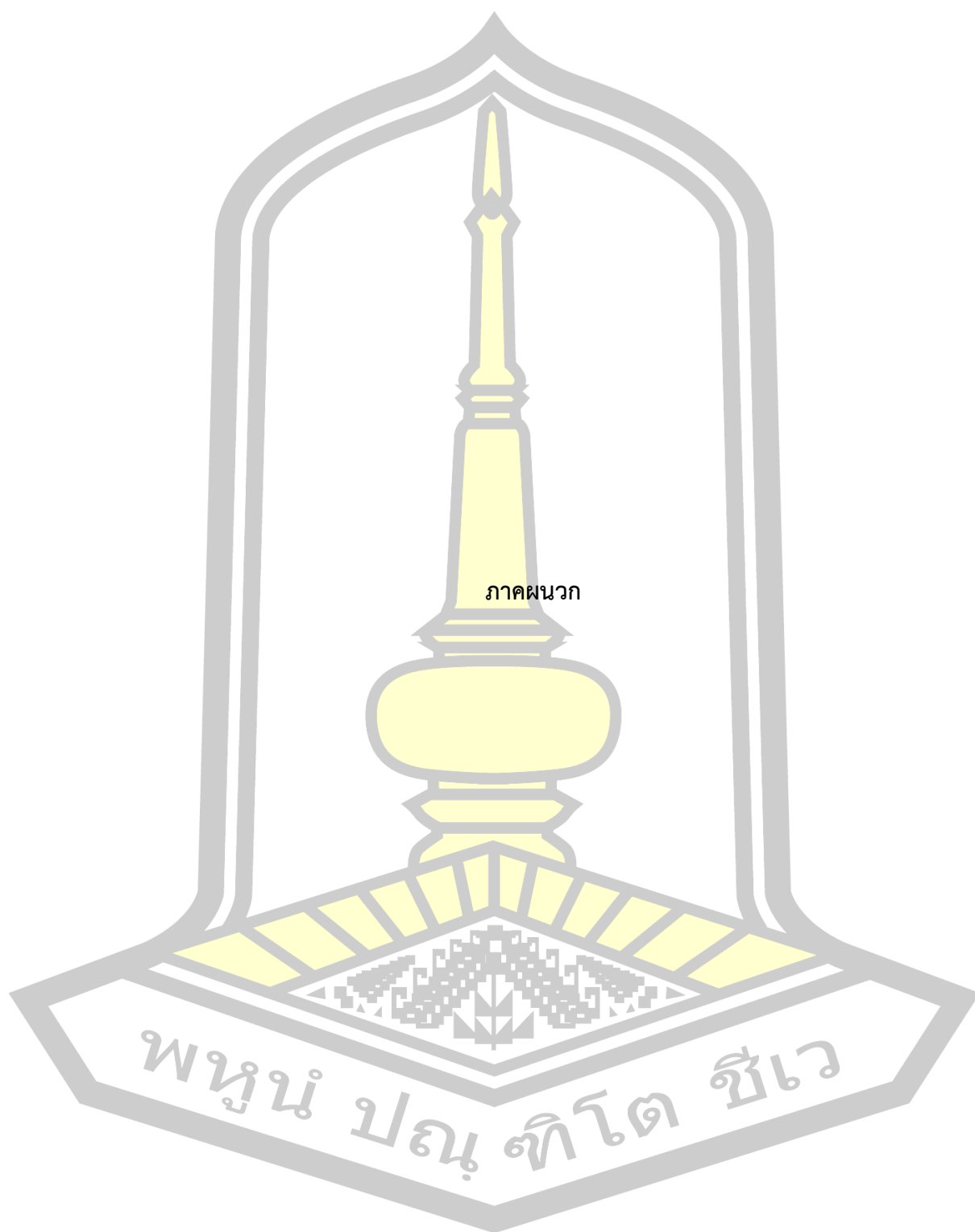
2.1. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นการศึกษาวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาในด้านอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพื่อจะสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นการศึกษาวิจัยในอนาคตควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่นที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การบัญชีลูกค้า การบัญชีคู่แข่ง แบบงบประมาณแบบมีส่วนร่วม ระบบควบคุมการบริหาร เป็นต้น

2.3 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมซึ่งอาจมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง การวิจัยครั้งต่อไปอาจทบทวนตัวแปรอื่นมาใช้ศึกษากับบริบทที่แตกต่างจากธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อนำไปสู่การขยายวรรณกรรมที่กว้างขึ้น

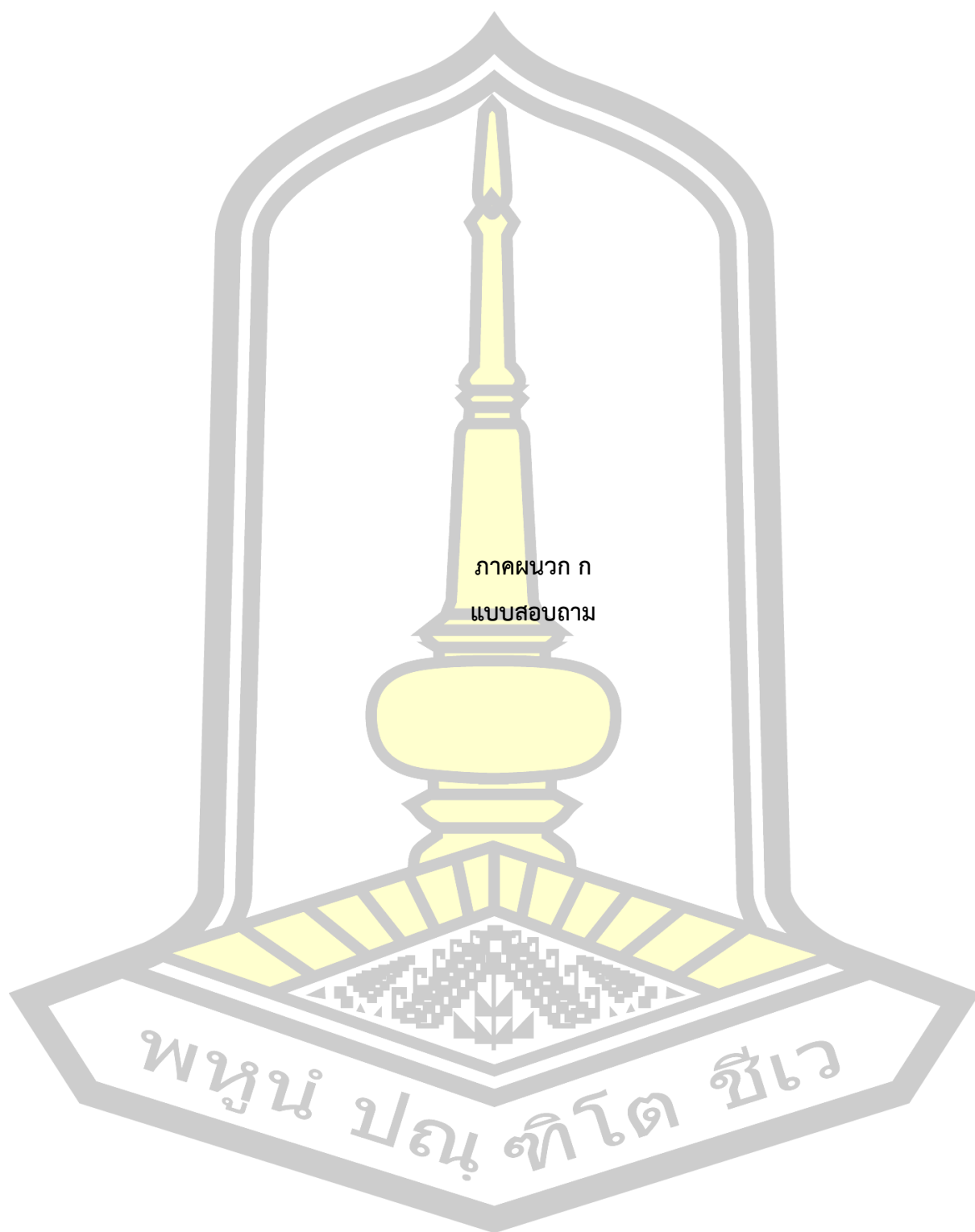
2.4 ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนั้นการศึกษารังต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด และถูกต้อง สามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด





ภาคผนวก

พูน ปณ จิต ชีเว



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย”

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” เพื่อประกอบการศึกษาในระดับปริญญาโทของผู้วิจัย หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยใคร่ ขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่านโปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกคำถามและส่งกลับคืนภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 15 ข้อ

2. การตอบแบบสอบถามฉบับนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อทุกตอนเพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

3. ข้อมูลที่ท่านแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

4. ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณที่ท่านได้สละเวลาตอบแบบสอบถามทุกข้ออย่างถูกต้องครบถ้วน หากท่านมีความสนใจที่จะขอรับรายงานสรุปเกี่ยวกับโครงการวิจัยนี้ โปรดแนบนามบัตรของท่านมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้ หากมีข้อสงสัยประการใดที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถามชุดนี้โปรดติดต่อข้าพเจ้านางสุกัญญา วรพิมพ์รัตน์ หมายเลขโทรศัพท์ 0968931488 E-mail: 63010981004@msu.ac.th

นางสุกัญญา วรพิมพ์รัตน์

นิสิตปริญญาโทหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลองค์กรของผู้กรอกแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 30 ปี

() 31 – 40 ปี

() 41 – 50 ปี

() มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

() ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

() ปริญญาโท

() ปริญญาเอก

4. ประสบการณ์ในการทำงาน

() ไม่เกิน 5 ปี

() 6 – 10 ปี

() 11 – 15 ปี

() มากกว่า 15 ปี

5. รายได้ต่อเดือน

() ไม่เกิน 40,000 บาท

() 40,001 – 50,000 บาท

() 50,001 - 60,000 บาท

() มากกว่า 60,000 บาท

6. ตำแหน่งปัจจุบัน

() เจ้าของกิจการ/ประธานกรรมการ

() ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

() กรรมการผู้จัดการ

() หัวหน้าผู้จัดการ

() ผู้อำนวยการ

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลองค์กรของผู้กรอกแบบสอบถาม

1. ประเภทธุรกิจ

- () ประกอบธุรกิจการเงิน
- () ประกอบธุรกิจบริการ
- () ประกอบธุรกิจเทคโนโลยี
- () ประกอบธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม
- () ประกอบธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค
- () ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
- () ประกอบธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร
- () ประกอบธุรกิจทรัพยากร พลังงานและสาธารณูปโภค

2. ทุนในการดำเนินงาน

- () ไม่เกิน 100 ล้านบาท
- () 101 – 200 ล้านบาท
- () 201 – 300 ล้านบาท
- () มากกว่า 300 ล้านบาท

3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

- () ไม่เกิน 5 ปี
- () 6 - 10 ปี
- () 11 - 15 ปี
- () มากกว่า 15 ปี

4. รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการดำเนินงาน

- () ไม่เกิน 500 ล้านบาท
- () 501 – 1,000 ล้านบาท
- () 1,001 – 1,500 ล้านบาท
- () มากกว่า 1,500 ล้านบาท

5. จำนวนพนักงาน

- () ไม่เกิน 1,000 คน
- () 1,001 – 2,000 คน
- () 2,001 – 3,000 คน
- () มากกว่า 3,000 คน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดแสดงเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม					
1. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นวิเคราะห์มูลค่าต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม ระบุกิจกรรมและประเมินกิจกรรมที่สร้างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ เช่น การออกแบบ เครื่องจักร การบริการลูกค้า ฯลฯ					
2. กิจการให้ความสำคัญวิเคราะห์ ระบุสาเหตุ และประเมินกิจกรรมภายในของกิจการกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ ให้เกิดมูลค่ากับลูกค้าและสร้างกำไรได้ และตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่เพิ่มมูลค่าหรือสิ้นเปลืองของกิจกรรมออกไป					
3. กิจการให้ความสำคัญการวิเคราะห์กิจกรรม โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่ทำอย่างชัดเจน การระบุและประเมินกิจกรรม จำนวนพนักงานที่ทำกิจกรรม ระยะเวลาและทรัพยากรที่ใช้ในกิจกรรม และมูลค่าของกิจกรรมเฉพาะกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า					
4. กิจการให้ความสำคัญการวิเคราะห์ระบบ รื้อระบบ หรือปรับปรุง เพื่อประเมินและวัดผลการดำเนินงานแต่ละกิจกรรม ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญ ด้านข้อมูลเชิงกลยุทธ์ เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการของธุรกิจ ฯลฯ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. กิจการมุ่งเน้นสำหรับการคำนวณและวิเคราะห์ต้นทุนตามกิจกรรม นักบัญชีสามารถใช้วิธีการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม					
<u>ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ</u>					
6. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นต้นทุนคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณสมบัติสามารถดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจในคุณลักษณะของสินค้าแต่ละชนิด					
7. กิจการให้มุ่งเน้นและให้ความสนใจพิจารณาความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิด และตรวจสอบการคำนวณต้นทุนสินค้าและรายงานต้นทุนของสินค้าแต่ละชนิดอย่างสม่ำเสมอ					
8. กิจการตระหนักถึงการกำหนดและระบุกลุ่มสินค้าตามลักษณะของสินค้า ความแตกต่างของสินค้า สภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอก ความต้องการของลูกค้า เพื่อแก้ไขปัญหาค่าความผิดพลาดของสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น					
9. กิจการมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ข้อมูลต้นทุนคุณลักษณะและวิธีการคำนวณต้นทุนสินค้านำมาพิจารณาทั้งหมดตามต้นทุนลักษณะสินค้าแต่ละชนิด					
10. กิจการให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในหลักการผลิตสินค้าเป็นไปตามสินค้าที่ต้องการขาย 1) การรับประกันการจัดหา 2) การบริการหลังการขาย และ 3) วัตถุประสงค์และประเมินคุณภาพโดยตรงของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์					
11. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการวางแผน การวิเคราะห์ ต้นทุนช่วงเริ่มแรก หรือก่อนการผลิต ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา ต้นทุนการออกแบบสินค้าหรือบริการ เช่น การรับประกันสินค้า และต้นทุนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อช่วยควบคุมและลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
12. กิจกรรมให้ความสำคัญกับต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในระยะเข้าสู่ตลาด เช่น การติดตามสินค้าใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด และเน้นการพัฒนาสินค้าใหม่ให้ออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่งชั้นรายอื่นๆ เพื่อให้ นักบัญชี เข้าใจและรับรู้คุณลักษณะตลาด การแข่งขันสำหรับสินค้าใหม่และช่วยปรับปรุงพัฒนาความสามารถในการทำกำไรที่ถูกต้องตลอดช่วงวงจรชีวิตสินค้าหรือบริการ					
13. กิจกรรมมีการเปรียบเทียบต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการออกแบบสินค้าที่มีความแตกต่างกัน เช่น ต้นทุนการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าต่ำมากๆ แต่ต้นทุนในการรับประกันสินค้ามีมูลค่าสูงกว่ามากๆ เป็นต้น เพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดทางเลือกในการดำเนินงาน					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
14. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในการวางแผนและการบริหาร ควบคุม การนำข้อมูลต้นทุนและคำนวณต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ในการสนับสนุนและผลักดันให้มีการตัดสินใจเลือกผลิตสินค้าที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งให้กับกิจการ					
15. กิจกรรมมุ่งเน้นรายงานต้นทุนในแต่ละช่วงการผลิตสินค้าหรือบริการตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่ ขั้นตอนตลาด ขั้นตอนขยายตัว ขั้นตอนเจริญเติบโต และขั้นตอนการถดถอยเพื่อช่วยปรับปรุง พัฒนา และรวบรวมต้นทุนสินค้าที่เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง					
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ 16. กิจกรรมให้ความสำคัญกับกิจกรรมการป้องกัน เช่น ส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมฝึกทักษะและความชำนาญ การบำรุงรักษาอุปกรณ์ เครื่องจักร เพื่อป้องกันและลดความผิดพลาดระหว่างกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ					
17. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการวางแผนและการออกแบบสินค้า กระบวนการผลิต การคัดเลือกคู่ค้าหรือผู้จัดส่งวัตถุดิบ ให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อป้องกันความผิดพลาดและความสูญเสียในการผลิตสินค้าและบริการที่อาจเกิดขึ้น					
18. กิจกรรมตระหนักถึงการกำหนดมาตรการตรวจสอบคุณภาพ การทดสอบและประเมินกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่างๆ อย่างเป็นระบบด้วยเครื่องมือที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้เกิดคุณภาพเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
19. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ปัญหาในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อป้องกันและลดจำนวนของเสียของสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงลดอัตราการปรับเปลี่ยนสินค้าให้กับลูกค้า					
20. กิจกรรมให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการลดจำนวนของเสียที่เกิดจากสินค้าและบริการ การเรียกคืนสินค้า ลดปัญหาและค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงแก้ไข และลดการถูกร้องเรียนจากลูกค้าที่เกิดจากคุณภาพสินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน					
ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย					
21. กิจกรรมให้ความสำคัญวิธีการบริหารจัดการต้นทุน และการวางแผนกำไรอย่างเป็นระบบ โดยการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตามต้นทุนของสินค้าเป็นไปตามเป้าหมาย					
22. กิจกรรมมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า การกำหนดราคาสินค้าและบริการ จำนวนสินค้าที่ขาย การคำนวณต้นทุนสินค้าเป็นไปตามเป้าหมายและกำไรตามที่กำหนดไว้					
23. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าและพัฒนาสินค้า และผลิตสินค้าเป็นไปตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และได้รับระดับกำไรตามเป้าหมายที่ต้องการ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
24.กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และกำหนดความเหมาะสมของต้นทุนเป้าหมายและต้นทุนรวมของปัจจัยการผลิตทั้งหมด มุ่งเน้นวิธีการและแนวทางการลดต้นทุนในกระบวนการพัฒนาสินค้าจนถึงการผลิตสินค้า					
25.กิจการให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญและความสามารถในการทำกำไรที่ดีกว่า จากต้นทุนสินค้าที่กำหนดจากราคาสินค้าที่เหมาะสมที่ลูกค้ายอมรับและพร้อมที่จะจ่าย					
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า 26.กิจการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ต้นทุนและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การปันส่วนต้นทุน รายได้สินทรัพย์และทรัพยากรเข้าไปในกระบวนการดำเนินงานที่เพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการทั้งระบบของกิจการ					
27.กิจการตระหนักถึงการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนที่เหมาะสมแต่ละขั้นตอน สอดคล้องกับคุณลักษณะแต่ละกิจกรรม เพื่อผลักดันให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขัน					
28.กิจการให้ความสำคัญกับกิจกรรมขององค์กรที่เชื่อมโยงห่วงโซ่ของกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทั้งหมดเข้าด้วยกันกับการผลิตสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นจากการออกแบบสินค้าและการพัฒนาสินค้า จนถึงการจัดจำหน่ายและการส่งมอบสินค้า					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
29.กิจการให้ความสำคัญและคำนึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายหลังการขายที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และนำไปสู่การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดและตำแหน่งของสินค้าที่การแข่งขันที่มีประสิทธิผลมากกว่า					
30.กิจการให้ความสำคัญการกำหนดกลยุทธ์การบริหารทั้งระบบ ในการวิจัยพัฒนา การออกแบบ การผลิต การตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อการควบคุมตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนให้ดีกว่าคู่แข่งและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ					



ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดแสดงเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<u>ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ</u>					
1.กิจการมุ่งเน้นและการใช้วิธีการในการบริหารต้นทุน กระบวนการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง					
2.กิจการมีการเสนอราคาและขายสินค้าหรือบริการที่ถูกกว่าคู่แข่งอย่างมีคุณภาพ					
3.กิจการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต สถานที่ผลิต สถานประกอบการ เครื่องจักร แหล่งวัตถุดิบ หรือแรงงาน รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่างๆ ด้วยการลดต้นทุนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ					
4.กิจการมีการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรเครื่องมือต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งที่ช่วยให้เกิดการประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่าย					
5.กิจการเข้าถึงแหล่งปัจจัยการผลิตและทรัพยากร มีอำนาจต่อรองและซื้อปัจจัยการผลิตได้ต่ำกว่าคู่แข่ง					
<u>ด้านความแตกต่าง</u>					
6.กิจการสามารถผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ให้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการ ผลิตสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ยาก					
7.กิจการมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากเทคโนโลยีการผลิต สินค้าและบริการที่ทันสมัย และการยอมรับจากลูกค้าว่าสินค้าและบริการมีคุณภาพตามมาตรฐาน					

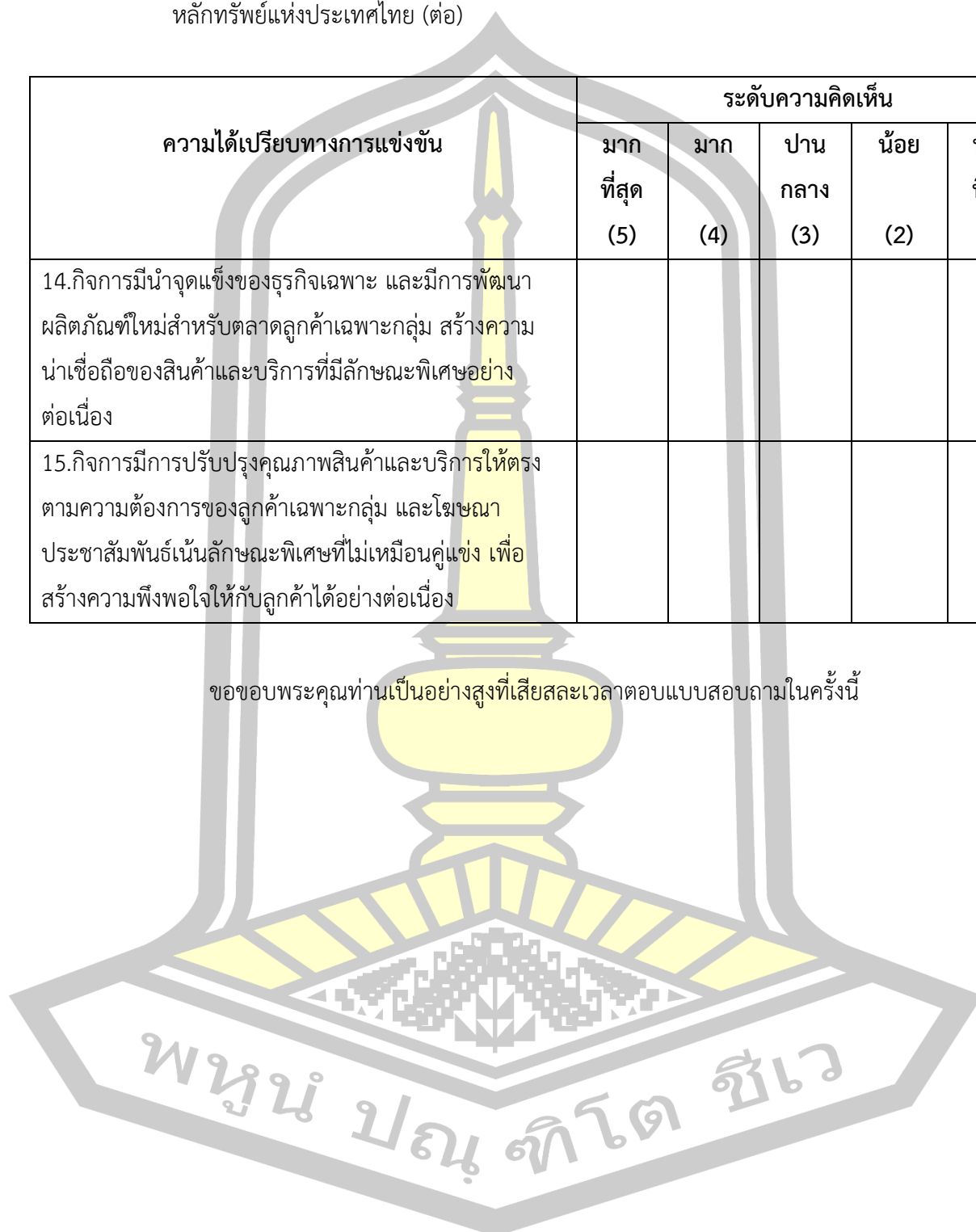
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

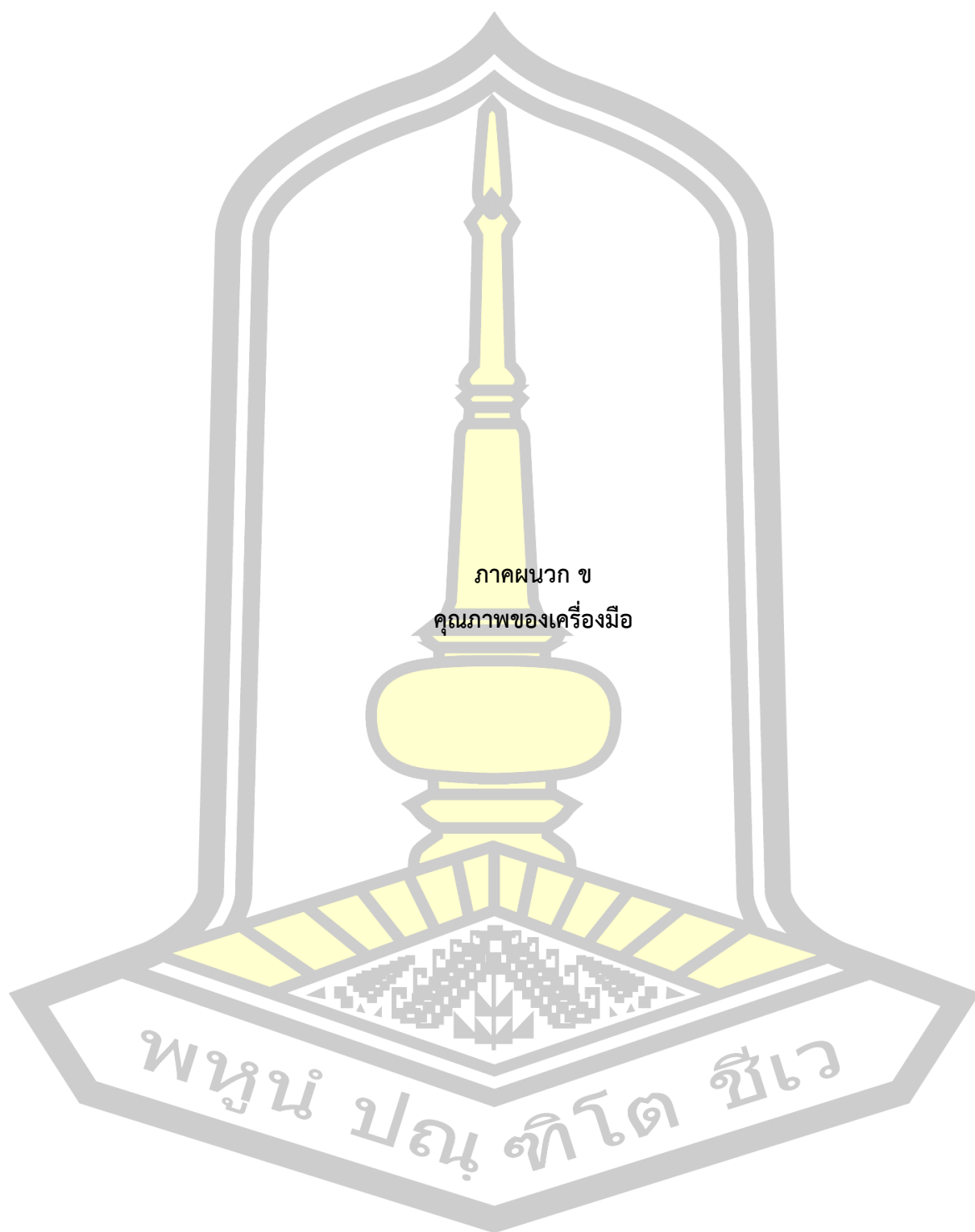
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8.กิจการมีการบริการหลังการขายแตกต่างจากคู่แข่ง และการบริการลูกค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ความถี่ ความสม่ำเสมอ โดยไม่ทอดทิ้งลูกค้า					
9.กิจการมีฐานข้อมูลลูกค้าที่แตกต่าง ที่มีการเลือกใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างและประวัติการกลับมาซื้อซ้ำ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าให้สามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้หลากหลาย					
10.คุณภาพของสินค้าและบริการของกิจการแตกต่างจากคู่แข่งสินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้					
<u>ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม</u>					
11.กิจการมีการเสนอราคาและขายสินค้าหรือบริการที่ถูกกว่าคู่แข่งในตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม					
12.กิจการมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ในการมุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนต่ำในตลาดเฉพาะกลุ่ม					
13.กิจการมีฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าพิเศษ การให้บริการและตอบสนองความต้องการหรือความชอบของลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ตรงจุด					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้บริหารของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
14.กิจการมีนำจุดแข็งของธุรกิจเฉพาะ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม สร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษอย่างต่อเนื่อง					
15.กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และโฆษณาประชาสัมพันธ์เน้นลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนคู่แข่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง					

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้





ตาราง 45 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

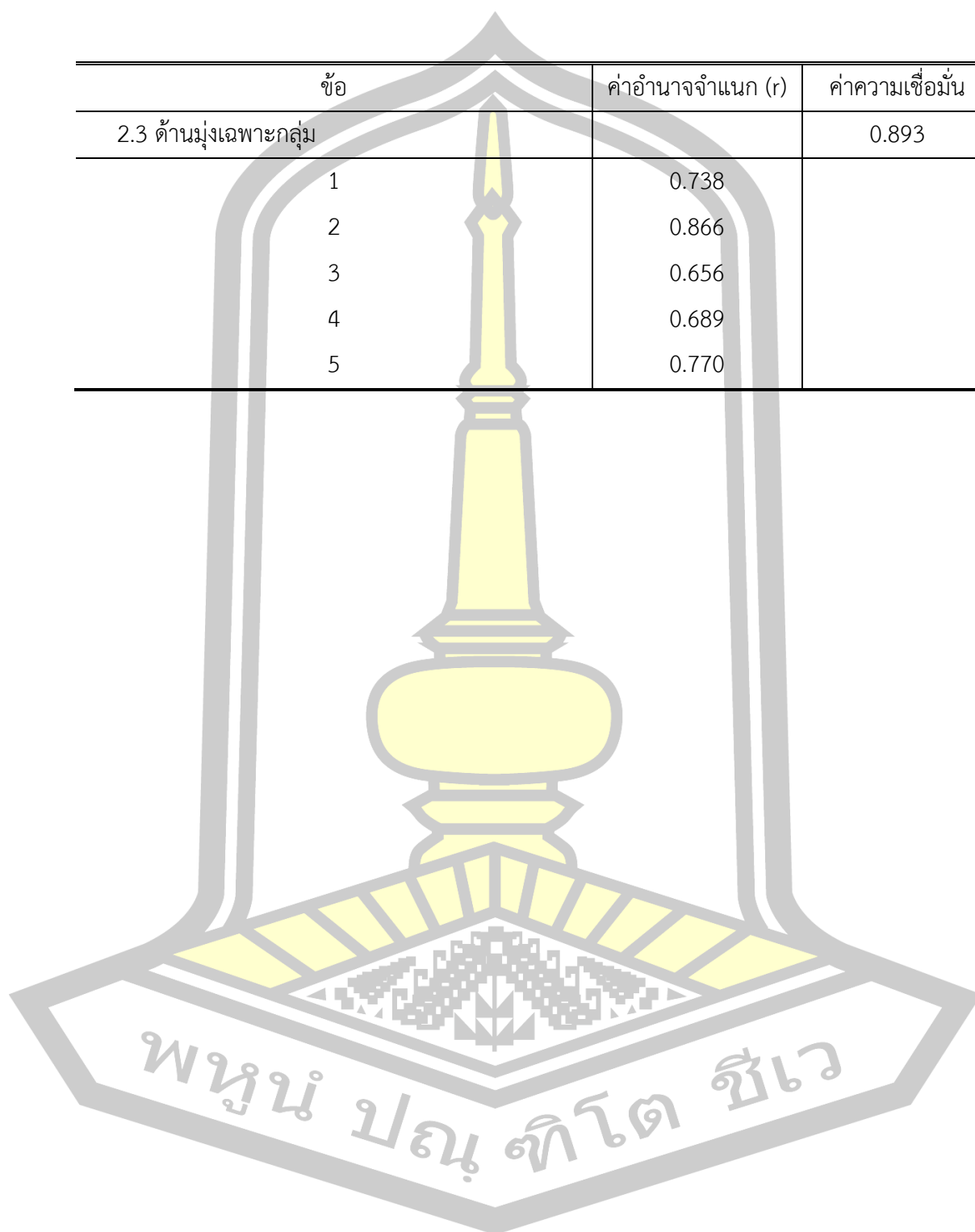
ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1. การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์		
1.1 ด้านการบริหารฐานกิจกรรม		0.818
1	0.726	
2	0.628	
3	0.605	
4	0.498	
5	0.620	
1.2 ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ		0.902
1	0.755	
2	0.775	
3	0.732	
4	0.803	
5	0.759	
1.3 ด้านการบัญชีต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์		0.893
1	0.620	
2	0.747	
3	0.776	
4	0.788	
5	0.830	
1.4 ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ		0.875
1	0.619	
2	0.780	
3	0.736	
4	0.609	
5	0.809	

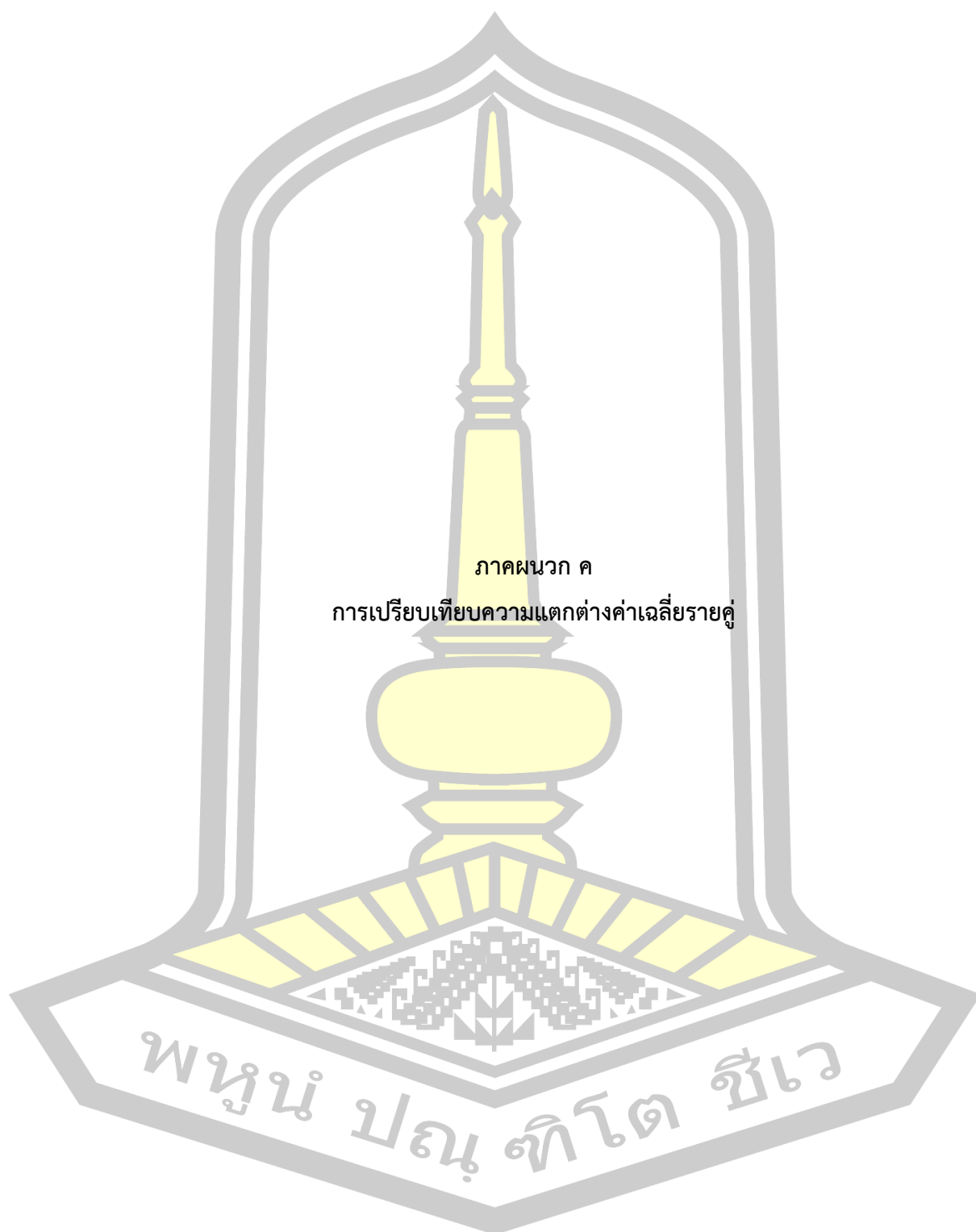
ตาราง 45 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1.5 ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย		0.939
1	0.798	
2	0.919	
3	0.728	
4	0.919	
5	0.839	
1.6 ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า		0.944
1	0.819	
2	0.911	
3	0.868	
4	0.845	
5	0.857	
2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน		
2.1 ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ		0.914
1	0.878	
2	0.721	
3	0.810	
4	0.730	
5	0.790	
2.2 ด้านความแตกต่าง		0.865
1	0.575	
2	0.772	
3	0.742	
4	0.590	
5	0.793	

ตาราง 45 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
2.3 ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม		0.893
1	0.738	
2	0.866	
3	0.656	
4	0.689	
5	0.770	





ภาคผนวก ค

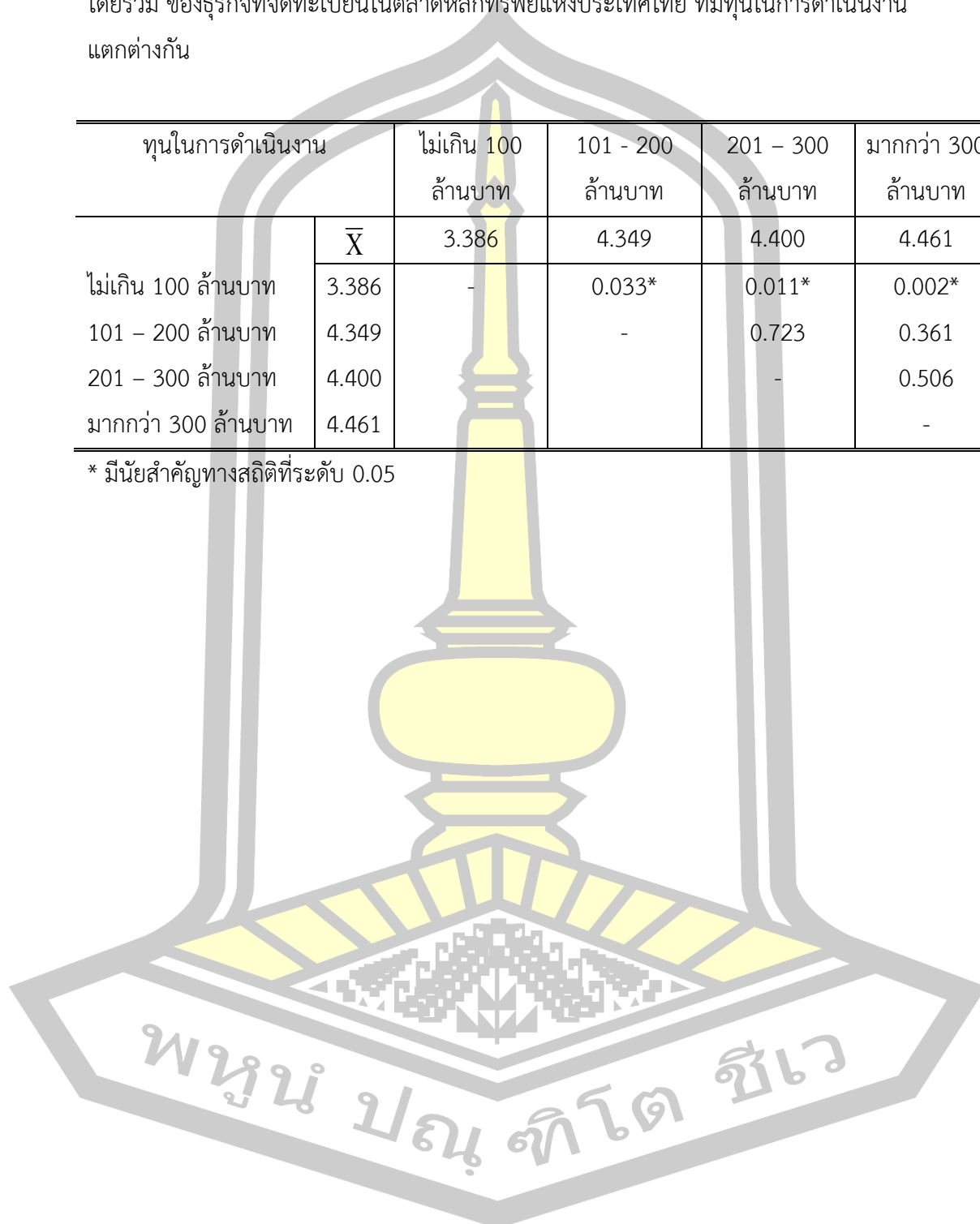
การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่

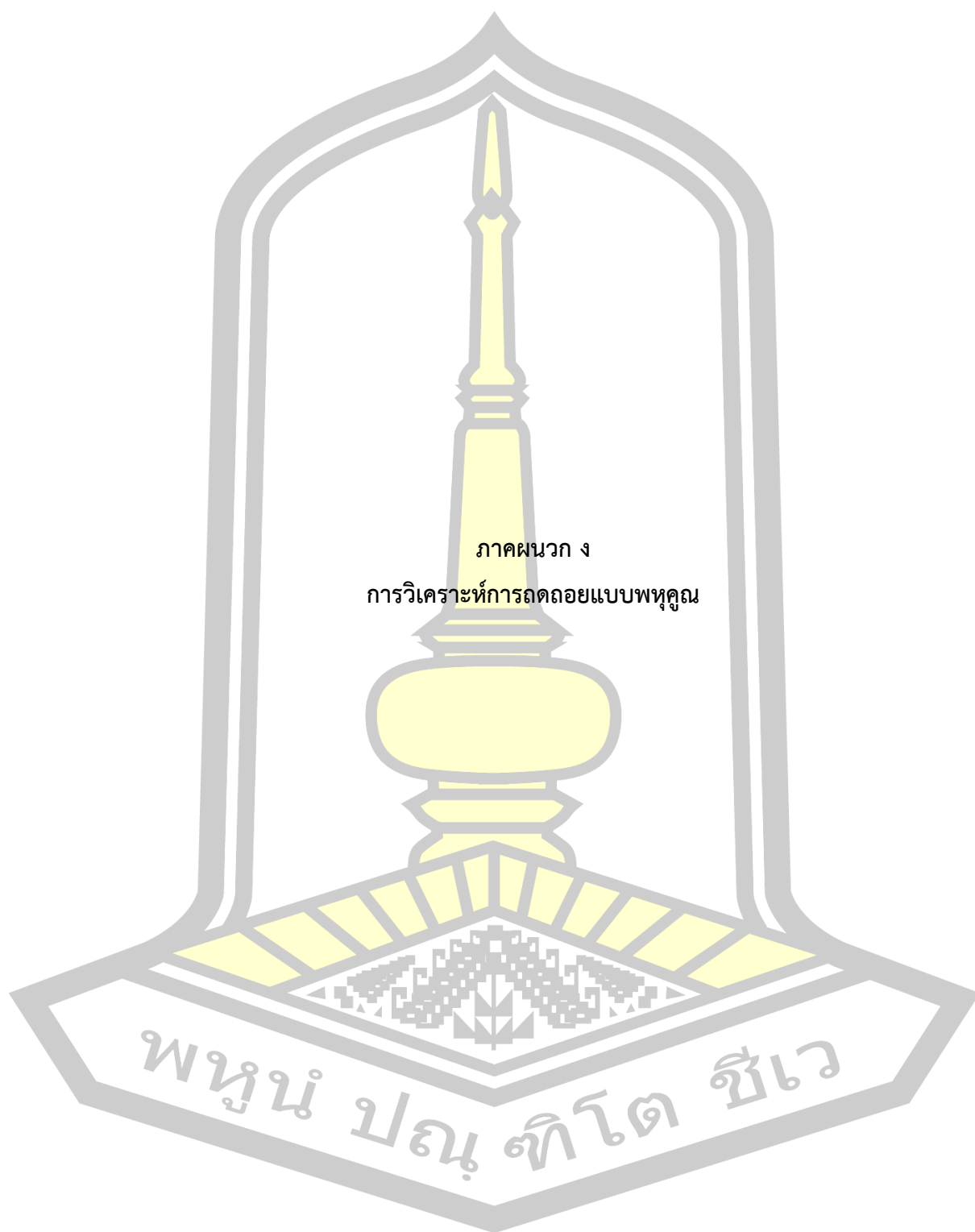
พหุ ประยูร จิโรต ชีวะ

ตาราง 46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงาน แตกต่างกัน

ทุนในการดำเนินงาน		ไม่เกิน 100 ล้านบาท	101 - 200 ล้านบาท	201 - 300 ล้านบาท	มากกว่า 300 ล้านบาท
	$\bar{X}$	3.386	4.349	4.400	4.461
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	3.386	-	0.033*	0.011*	0.002*
101 - 200 ล้านบาท	4.349		-	0.723	0.361
201 - 300 ล้านบาท	4.400			-	0.506
มากกว่า 300 ล้านบาท	4.461				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



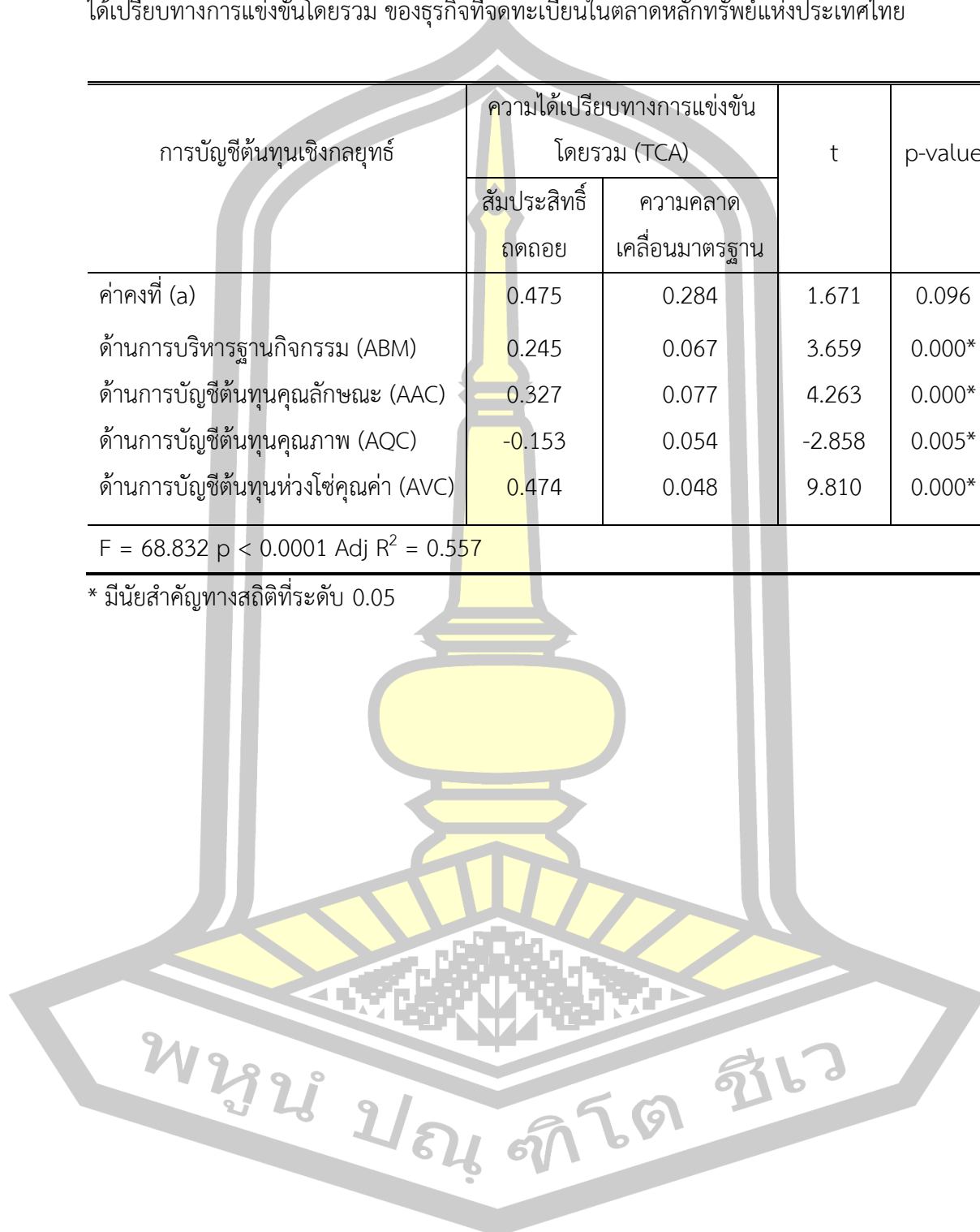


ตาราง 47 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวม (TCA)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.475	0.284	1.671	0.096
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	0.245	0.067	3.659	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.327	0.077	4.263	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.153	0.054	-2.858	0.005*
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.474	0.048	9.810	0.000*

F = 68.832 p < 0.0001 Adj R² = 0.557

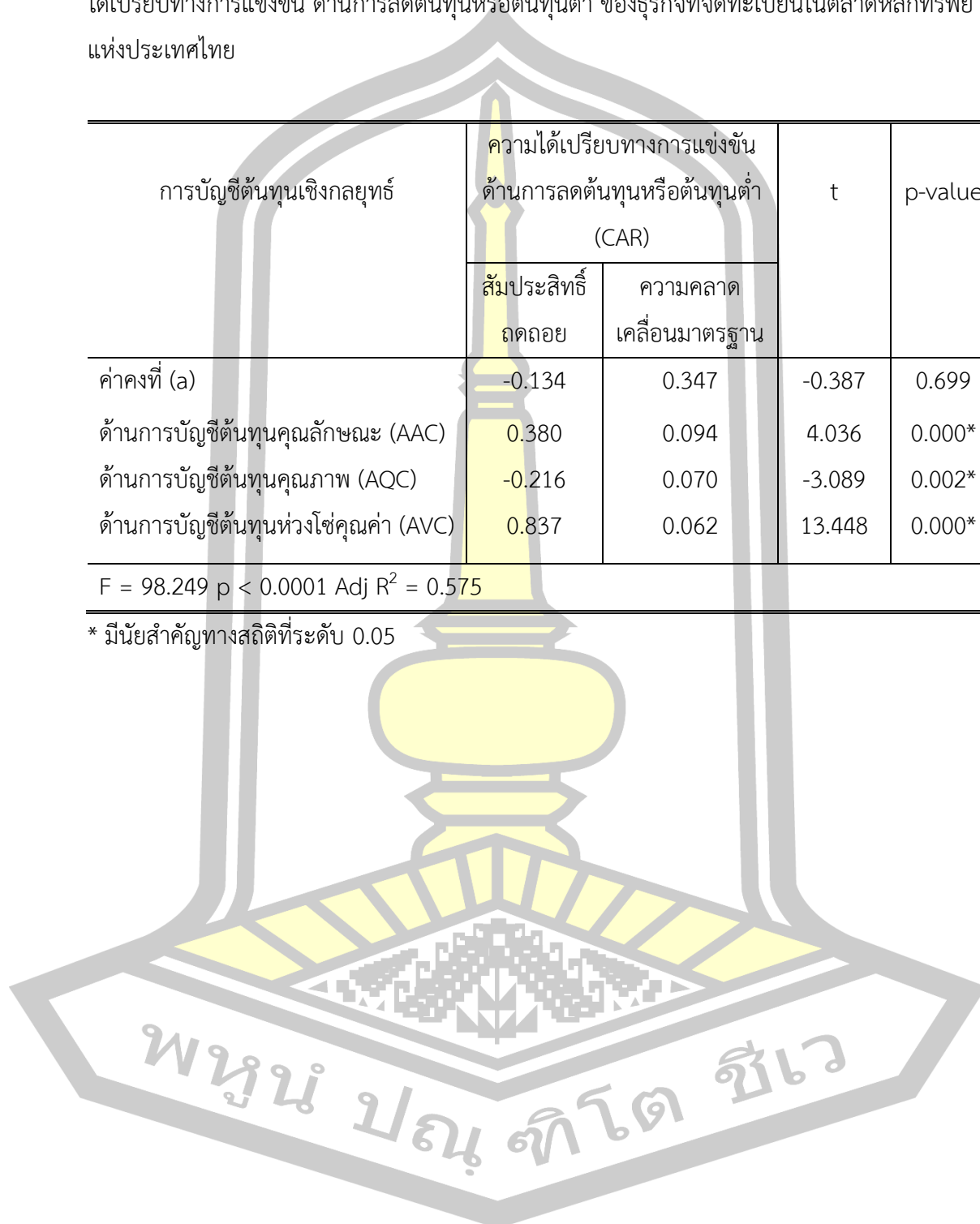
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 48 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ (CAR)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	-0.134	0.347	-0.387	0.699
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.380	0.094	4.036	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.216	0.070	-3.089	0.002*
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.837	0.062	13.448	0.000*
F = 98.249 p < 0.0001 Adj R ² = 0.575				

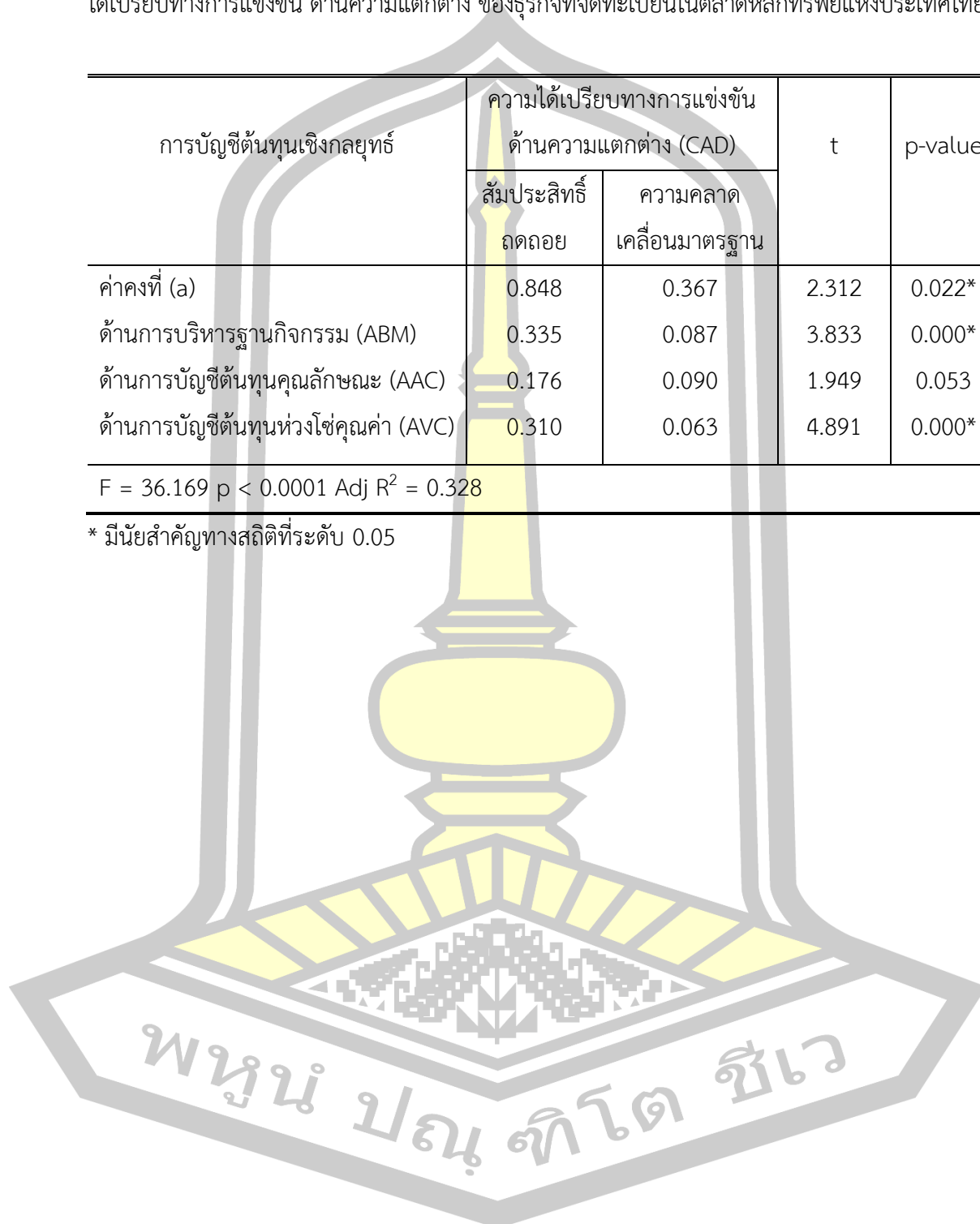
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 49 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.848	0.367	2.312	0.022*
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	0.335	0.087	3.833	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.176	0.090	1.949	0.053
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.310	0.063	4.891	0.000*
F = 36.169 p < 0.0001 Adj R ² = 0.328				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

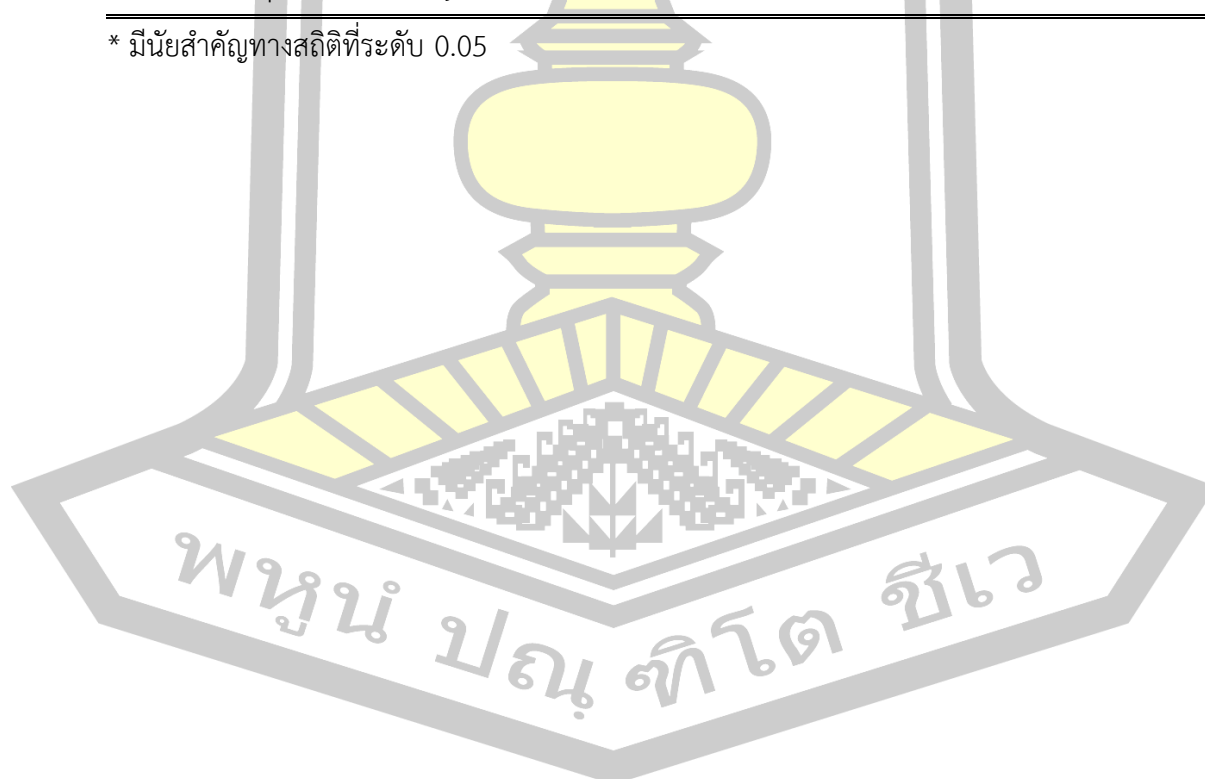


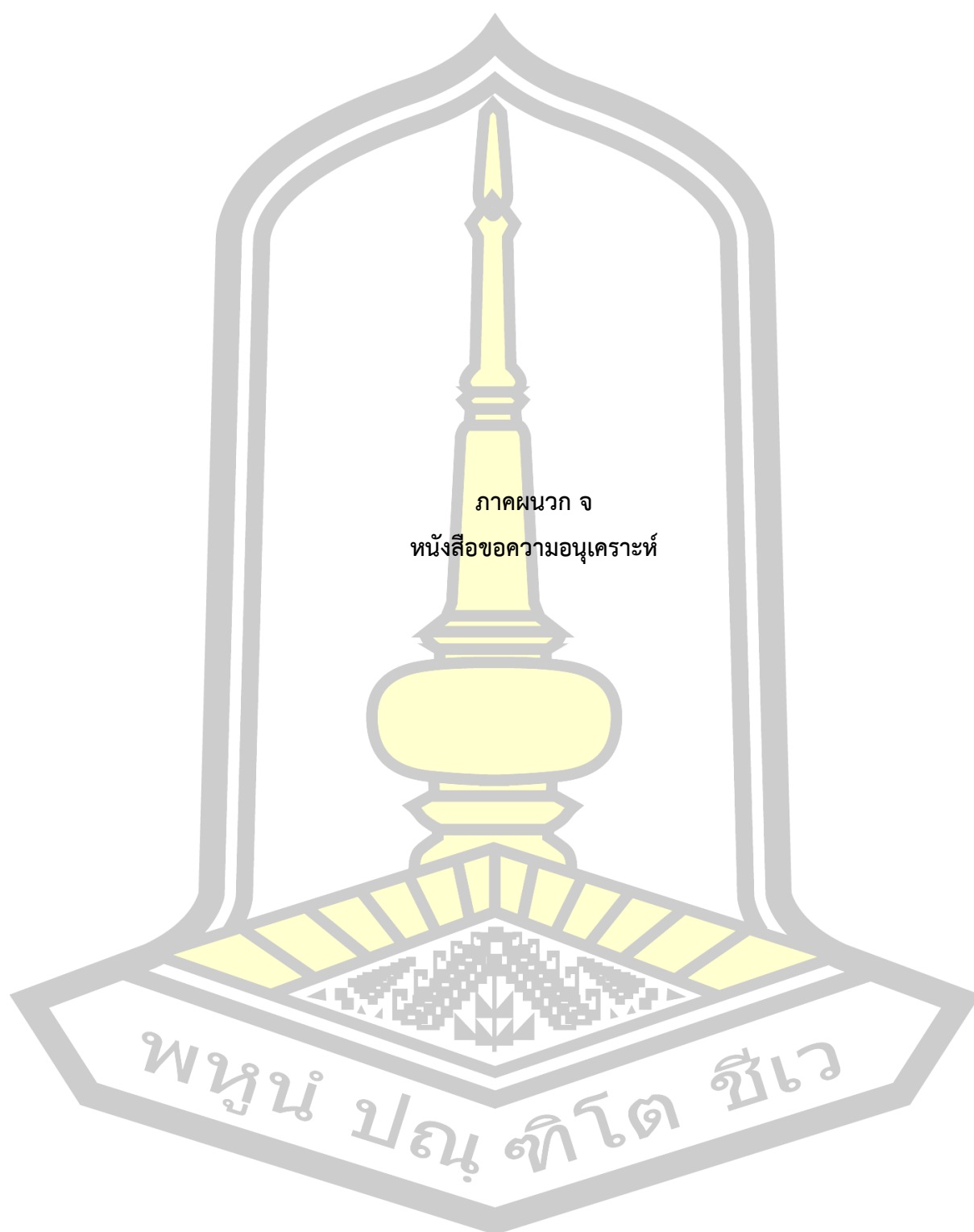
ตาราง 50 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านมุ่งเฉพาะกลุ่ม ของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง (CAD)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.363	0.277	1.313	0.191
ด้านการบริหารฐานกิจกรรม (ABM)	0.410	0.068	6.071	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณลักษณะ (AAC)	0.309	0.075	4.143	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนคุณภาพ (AQC)	-0.238	0.055	-4.336	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนเป้าหมาย (ATC)	0.303	0.065	4.688	0.000*
ด้านการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (AVC)	0.149	0.053	2.834	0.005*

F = 57.231 p < 0.0001 Adj R² = 0.566

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05







ที่ อว 0605.10/ ๗๕๖

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม
44150

24 ตุลาคม 2566

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถาม

เรียน กรรมการบริษัท/ผู้บริหารธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้วย นางสาวสุกัญญา วรพิมพ์รัตน์ รหัสนิติ 63010981004 นิสิตหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (บช.ม.) แผนการเรียนแบบ ก2 ระบบนอกเวลาราชการ คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังศึกษาวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุตามวัตถุประสงค์ คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวสุกัญญา วรพิมพ์รัตน์ ศึกษาและเก็บรวบรวมในรายละเอียดตามแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้

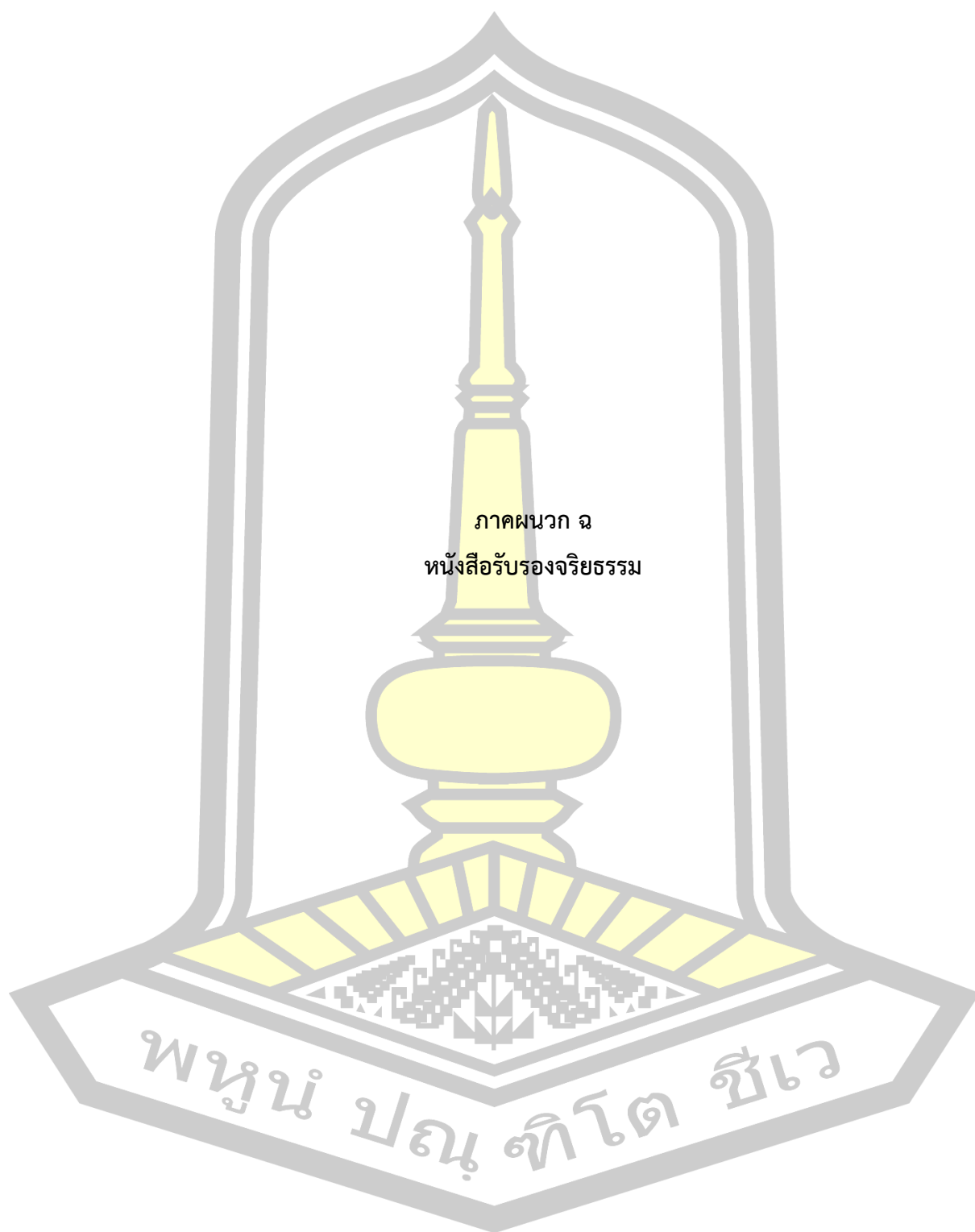
คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู)

คณบดีคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
โทรศัพท์ 0-4375-4333 ต่อ 5630 โทรสาร 0-4375-4422



ภาคผนวก ฉ
หนังสือรับรองจริยธรรม

พูน ปณ ทิโต ชีเว



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 367-397/2566

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ผลกระทบของการบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) The Impact of Cost Accounting Strategic on Competitive Advantage of Thai Listed Companies.

ผู้วิจัย : นางสาวกัญญา วรพิมพ์รัตน์

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการบัญชีและการจัดการ

สถานที่ทำการวิจัย : ธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 25 กันยายน 2566

วันหมดอายุ : 24 กันยายน 2567

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงร่างงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

.....ภอรั.....สรวจิต.....

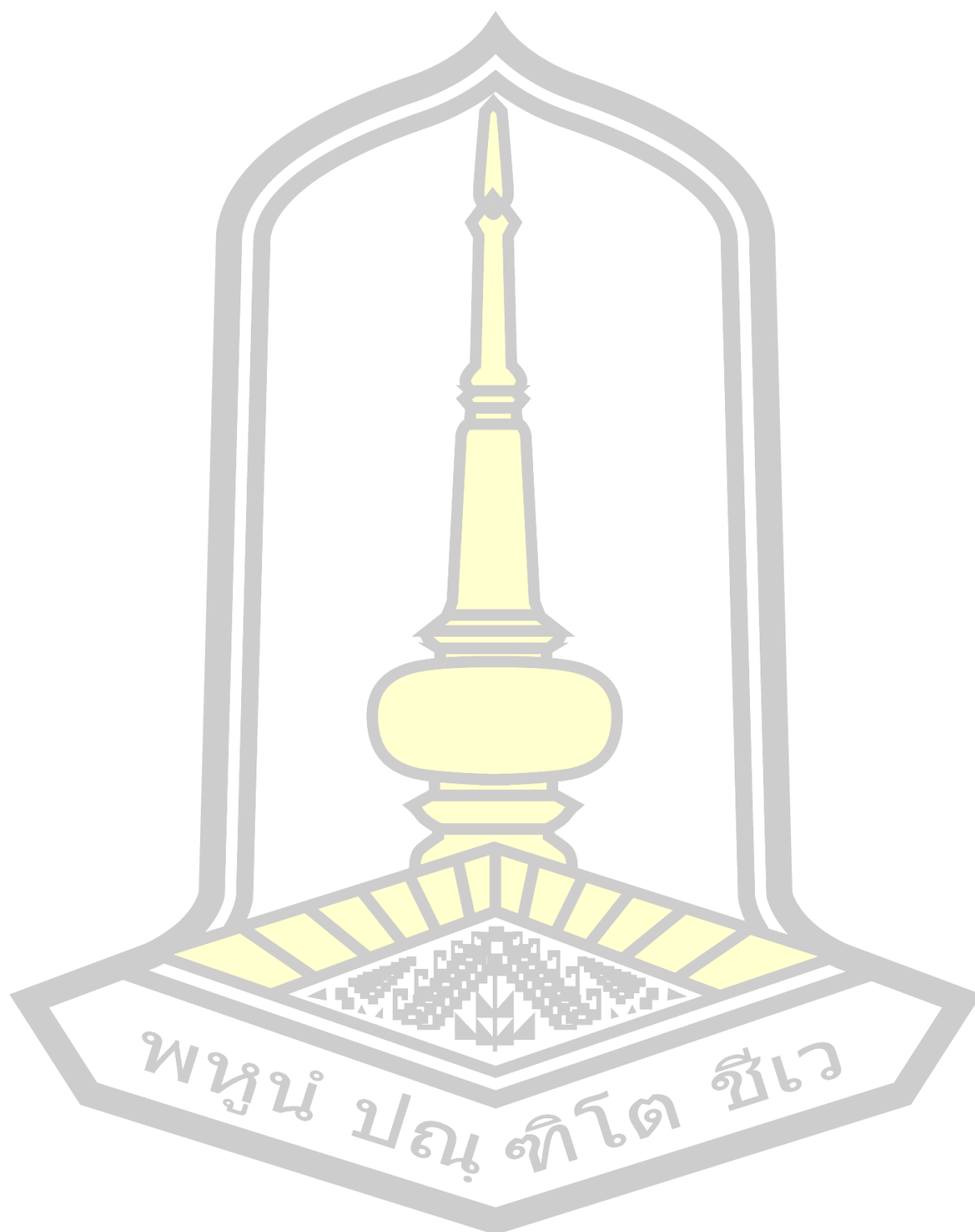
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกสัชกรหญิงราตรี สรวจิต)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรธวัฒน์ สกลคฤหเดช และคณะ. (2560). โมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของความสามารถเชิงพลวัต ความสำเร็จของการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 12(1), 32-44
- เกษมพร ลาผ่าน, สุวรรณ หวังเจริญเดช และนาถนภา นิลนิยม. (2563). ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อความสำเร็จของการแข่งขันของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(1), 31-41
- กฤษฎา ตีระวัฒน์. (2565). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในภาคเกษตรโดยใช้ตัวแบบ VRIO. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 16(2), 407-414
- จันทิมา พรหมเกษ และกนกกาญจน์ วิชาศิลป์. (2564). กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่าและความสามารถในการวางแผนการตลาดที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 34(1), 89-102.
- จิรประภา ประจวบสุข, จุลสุชาดา ศิริสม และ นภาพรณพลนิกรกิจ. (2556). ผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 33(1), 26-35.
- จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และวรลักษณ์ ลลิตศิริวัฒน์. (2562). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและ นวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย : การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 16(2), 19-39
- จุฬารักษ์ อังศุพานิชย์ และ กฤตชน วงศ์รัตน์. (2565). อิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตของธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารบริหารธุรกิจครุฑนครินทร์วิโรฒ*, 13(1), 56-71.
- ชนินทร สุภา. (2560). ผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.

ชลิต ผลอินทร์หอม, (2563). ผลกระทบของการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความ
เปรียบเทียบการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการในนิคมอุตสาหกรรมใน
ประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*,
17(1), 317-335

ชำนาญ กิ่งสกุล และคณะ. (2560). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ
สร้างโรงสกัดน้ำมันปาล์มแบบไม่ใช้น้ำ บริษัท ปาล์ม เพรสซิ่ง เทคโนโลยี จำกัด.
วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 10(1),
441-457

ฐิติกานต์ สุริยะสาร. (2560). ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อการพัฒนาการบริการ
และความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ
สมัยใหม่*, 10(1), 138-151

ดนูชา คุณพนิชกิจ. (2553). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงมณี โกมารัตต์. (2554). *การบริหารต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไตรรงค์ สวัสดิกุล และ นภาพรณ พลนิกรกิจ, (2562). ผลกระทบของเทคนิคการบริหารต้นทุนเชิง
กลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานของกิจการ. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 13(19),
43-58.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566a). *รายชื่อผู้ประกอบการ*. Retrieved 16 กุมภาพันธ์ 2566,
Retrieved from <https://www.set.or.th/th/education-research/research/article-paper/main>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566b). *โครงการกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ*. Retrieved
16 กุมภาพันธ์ 2566, Retrieved from <https://www.set.or.th/th/education-research/research/article-paper/main>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). *SET CEO Survey (Special Issue) การรับมือของบริษัท
จดทะเบียนต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ:
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ธัญญธร ศรีวิเชียร. (2560) . ผลกระทบของการบริหารต้นทุนเป้าหมายที่มีต่อความได้เปรียบทางการ
แข่งขันและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 36(6), 204-217.

- ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ. (2553). การประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 6(17), 86-89.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.
- ปฏิพัทธ์เพชรศิริ, สิริวัฒน์สุขศรีสวัสดิ์, ศิรินทิพย์ เหลืองสุดใจชื่น, ศิลป์ชัย เกษม เทวินทร์, สวรรยา รักอาชีพ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้แบ้ กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 517 – 530
- ปทุมพร หิรัญสาลี. (2566). อิทธิพลของการประยุกต์ใช้การบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการวัดผลเชิงคุณภาพ: กรณีศึกษาบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมภาคใต้. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 5(2), 83-97
- ปพฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมวานิชกิจ. (2560). การบัญชีต้นทุนคุณภาพและผลการดำเนินงานทางการตลาด: หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจที่ได้รับ ISO9000 ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัย พาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 12(1), 145–157.
- ปาลวิพภูมิกุลสาคร และ อนุชาพุมิกุลสาคร. (2563). ผลกระทบของความสามารถในการบริหารต้นทุนแบบบูรณาการที่มีต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *การประชุมวิชาการระดับนานาชาติและระดับชาติด้านบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 3-16
- ไพฑูรย์ อินตะชน. (2564). อิทธิพลการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบในต้นทุนและผลการดำเนินงาน : หลักฐานจากสถานประกอบการที่ได้รับรอง GMP. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(1), (25-43)
- ไพศาล วรคำ. (2561). *การวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ, ศศิรัศม์ โสมโสพิน, ฐนิชา คล้าชานาม, วัชรภัสร์ แซบัว, และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(1), 1152-1167
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 11(1), 2148-2167

วิจัยกรุงศรี. (2565). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565 – 2567. ได้จาก:

<https://krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/>.

[สืบค้นเมื่อ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2566]

วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล. 2559. แบบจำลองสมการโครงสร้างการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจเอกชนในจังหวัดสงขลา. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*. 3(2). 79-99.

สรินยา สุภัทรานนท์, กรไชย พรลภัสสรกร และ การุณย์ ประทุม. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการบัญชีต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า งานวิจัยเชิงประจักษ์ธุรกิจผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย. *ลักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(3). หน้า 114-130.

สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรศร และสวส์ดี วรรณรัตน์. (2560). ผลกระทบของความสามารถและความอ่อนแอของห่วงโซ่อุปทานที่มีผลต่อความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทานและส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(2), 36-48

สุนันทา สังขทัตน์. (2564). กลยุทธ์การบริหารต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้าในสถานการณ์โควิด-19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(1), 1-13.

สุภาวดี วัฒนานิมิตกุล และคณะ. (2560). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเบเกอรี่: กรณีศึกษาเค้กโอ่ง ร้านอาตี๋โกปี จังหวัดราชบุรี. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(1), 1477-1492

สุมินทร เบ้าธรรม. (2558). *วิจัยทางการบัญชี*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ทริบเพิล เอ็ดดูเคชั่น.

สุวรรณ หวังเจริญเดช . (2557). กลยุทธ์การบริหารต้นทุนในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารนักบริหารมหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 34(1), 60-68

อัจฉรา สุขกลิ่น, เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ และนนทิกัด เพียรโรจน์. (2561). กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะ. *วารสารนักบริหาร*, 38(1), 91-100

อนุชา พุฒิกุลสาคร และปาลวี พุฒิกุลสาคร. (2564). ผลกระทบของระบบสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ : การตรวจสอบเชิงประจักษ์ธุรกิจโรงแรมระดับสี่และห้าดาวในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 13(4). 148-164

อมรรัตน์ ตะโคตม. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสามารถในการแข่งขันธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Aaker, D.A., Kumar, V. and Day, G.S. (2001). *Marketing Research*. 7th ed. New York: John Wiley and Sons.

Abdelraheem Abubkr, Serajeldin Badreldin & Jedo Aldouma. (2017). Strategic Cost and Activating Competitive Advantage. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 1(4), 337-342.

Al-Naser Khalis, & Rapih Mohamed (2017). The Integration between Strategic Cost Management Techniques to Improve the Performance of Iraqi Manufacturing Companies. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 9(1), 210-223.

Alsoboa Sliman, Al-Ghazzawi Ali & Joudeh Abdulhakim. (2015). The impact of strategic costing techniques on the performance of Jordanian listed manufacturing companies. *Research Journal of Finance and Accounting*. 6(10), 116-127.

Alamri Mohammed Ahmad. (2018). Strategic Management Accounting and the Dimensions of Competitive Advantage: Testing the Associations in Saudi Industrial International. *Journal of Academic Research in Accounting*, 8(2), 48-64.

Baharudin, N., & Jusoh, R. (2019). Implementtation of target cost management in a nonjapanese environment. *Qualitative Research in Accounting and Management*, 16(1), 35-59.

Bashir, M.and Verma, R. (2017). Why Business Model Innovation Is the New Competitive Advantage. *The IUP Journal of Business Strategy*, 15(1), 7-17.

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporarydecision marking*. (4th ed). USA: John Wiley & Sons.

Cescon, F., Costantini, A., & Grassetti, L. (2019). Strategic choices and strategic management accounting in large manufacturing firms. *Journal of Management and Control*, 23, 605-636.

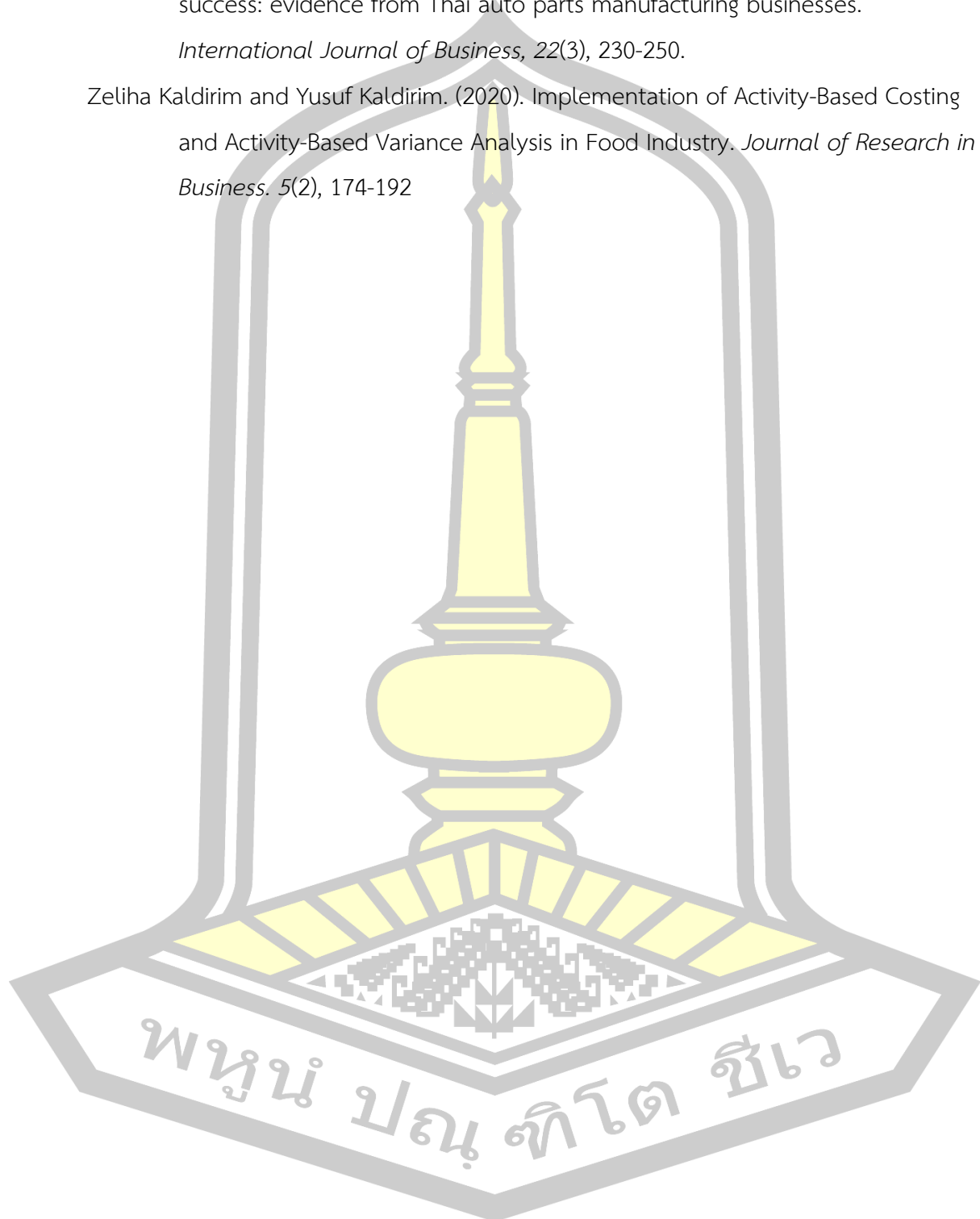
- Chaengploy, W. & Jadesalug, V. (2016). Competitive advantage strategy in coffee shop business of retail entrepreneurs in Muaeng district, Ratchaburi province, *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 1331-1349.
- Hair, J.F., Black, W.C. and Erson, R.E. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. New Jersey: Pearson.
- Hassan, N. H. N., Muhammad, N. M. N., & Ismail, Z. (2011). Strategic management accounting practice in Malaysia: case of manufacturing sector. *Journal of Finance, Accounting and Management*, 2(2), 23-38.
- Knauer, T., & Möslang, K. (2018). The adoption and benefits of life cycle costing. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 14(2), 188-215.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Mahdi, O. R., Nassar, I. A., & Almsafir, M. K. (2019). Knowledge management processes and sustainable competitive advantage: An empirical examination in private universities. *Journal of Business Research*, 94, 320-334.
- Mamunur Rashid, Mohobbot Ali, & Dewan Mahboob Hossain. (2020). Strategic management accounting practices: a literature review and opportunity for future research. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(1), 109-132
- Maximova, V. (2017). Measures of Competitive Advantage. *FAIMA Business and Management Journal*, 5(3), 27-28.
- Obohn & Ajibolade. (2014). Strategic management accounting and decision making: A survey of the Nigerian Banks. *Future Business Journal*, 3(1), 119-137.
- Oyewo, B. (2021). Do innovation attributes really drive the diffusion of management accounting innovations: Examination of factors determining usage intensity of strategic management accounting. *Journal of Applied Accounting Research*, 22(3), 507-538.
- Phan et al., (2014). The use of success of activity-based management practices at different organizational life cycle stages. *International Journal of Production Research*, 52(3), 787-803.

- Phornlaphatrachakorn, K., Na-Kalasindhu, K. (2020): Strategic management accounting and firm performance: evidence from finance businesses in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8),309-321.
- Phornlaphatrachakorn, K. (2017). Target costing and firm profitability: empirical evidence from auto parts business in Thailand. *NIDA Business Journal*, 21(November), 18-44
- Porter, M. E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Rankin, R. (2020). The predictive impact contextual factors on activity-based adoption. *Journal of Accounting Finance*, 20(1), 66-81.
- Sadyojathappa, S. (2022). Emerging Strategic Cost Management Trends for Effective Cost Management in the Present Scenario. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 9(4), 683-692.
- Sudi Apaka, Mikail Erolb, İsmail Elagöz, & Metin Atmacad. (2012). The Use of Contemporary Developments in Cost Accounting in Strategic Cost Management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41:528–534
- Ussahawanitchakit, P. (2018). Strategic costing and business growth: evidence from beverage businesses in Thailand. *Journal of Accounting Profession*, 14(42), 52-68.
- Ussahawanitchakit, P. (2017). Activity-based costing of canned and processed foods businesses in Thailand: effects on organizational development, business competitiveness and corporate success. *Business: Theory and Practice*, 18, 215-225.
- Ussahawanitchakit, P. (2017). Life cycle costing as a Strategic approach for achieving firm performance: evidence from software businesses in Thailand. *Journal of Management Sciences*, 34(2), 1-27.

Ussahawanitchakit, P. (2017). Value chain costing, competitive advantage and firm success: evidence from Thai auto parts manufacturing businesses.

International Journal of Business, 22(3), 230-250.

Zeliha Kaldirim and Yusuf Kaldirim. (2020). Implementation of Activity-Based Costing and Activity-Based Variance Analysis in Food Industry. *Journal of Research in Business*. 5(2), 174-192



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสุกัญญา วรพิมพ์รัตน์
วันเกิด	14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดสุรินทร์ ประเทศไทย
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	87 หมู่ 19 บ้านจบก ตำบลตาเบา อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นักวิชาการเงินและบัญชี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2548 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประสาทวิทยาคาร อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ พ.ศ.2551 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัย มหาสารคาม พ.ศ.2567 จบการศึกษาระดับปริญญาโท บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย มหาสารคาม

