Keywords: Effective strategic tax planning, Competitive advantage, Performance success

---

[1] นักศึกษาปริญญาเอก คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม จ. กรุงเทพฯ 10290 email: mon-noi@hotmail.com

[2] อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม จ.กรุงเทพฯ 10290

-หุ้นสามัญมีสิทธิในกำไรสำหรับงวดรองจากหุ้นประเภทอื่น เช่น หุ้น...

วันอาทิตย์ที่ 24 พฤษภาคม 2558

ประธานการนำเสนอผลงาน : ดร.พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ (ห้อง 306) (ต่อ)		
11.00 – 11.20 น.	ความแตกต่างด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการและพนักงานราชการภายในกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	ฐานิดา คงต่อ
11.20 – 11.40 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานรุ่นใหม่ (Generation Y) ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่	วิภาวรรณ ก้อนคง
ประธานการนำเสนอผลงาน : ดร.พรพรรณ ดำรงสุขนิวัฒน์ (ห้อง 307)		
09.00 – 09.20 น.	ผลกระทบของการควบรวมธุรกิจที่มีต่อผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย	จิราภรณ์ แสงใส
09.20 – 09.40 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกการกำกับดูแลกิจการกับต้นทุนเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น	กุณฑีรา อาษาศรี
09.40 – 10.00 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	ฐิติพร วรฤทธิ์
10.00 – 10.20 น.	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการควบคุมภายในระบบสารสนเทศทางการบัญชีภายใต้การบริหารงานการเงินการคลังภาครัฐของหน่วยงานสนับสนุนภารกิจฝ่ายการเมือง	ธารินี เณรวงค์
10.20 – 10.40 น.	ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารสินทรัพย์กับการสร้างผลกำไรของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	วิวัฒน์ จุลอำพันธ์
10.40 – 11.00 น.	การประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมในการคำนวณต้นทุนการผลิตนักเรียนของวิทยาลัยการอาชีพ	ผกามาศ มูลวันดี
11.00 – 11.20 น.	ผลของการจัดการเรียนรู้แบบใช้คำถามที่มีต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในรายวิชาหลักการบัญชีขั้นต้น 2	จิตรลดา วิวัฒน์เจริญวงศ์
11.20 – 11.40 น.	ทักษะการบัญชีสืบสวนที่มีต่อผลการปฏิบัติงานตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ	อภิศักดิ์ เจียรสุคนธ์
11.40 – 12.00 น.	ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจสอบธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	วลัยรัตน์ เพิ่มพูน
12.00 – 12.20 น.	ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ	สุวรรณี รุ่งจตุรงค์
ประธานการนำเสนอผลงาน : ผศ.ดร.สุรางค์ เห็นสว่าง (ห้อง 405)		
09.00 – 09.20 น.	เปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนตามประเภทกองทุนระหว่างบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนในเครือธนาคารพาณิชย์ไทยกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่ไม่อยู่ในเครือธนาคารพาณิชย์ไทย	อนุพงษ์ จันทร์จิเรศรัศมี
09.20 – 09.40 น.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย	จรูญศักดิ์ ชัยประสิทธิ์จินดา
09.40 – 10.00 น.	การศึกษาและการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทน ความเสี่ยง และผลการดำเนินงานระหว่างการลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุน (Equity Fund) และการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long – Term Equity Fund : LTF)	อมรรัตน์ ธรรมกร
10.00 – 10.20 น.	ปัจจัยอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนหลักทรัพย์กลุ่มของใช้ในครัวเรือนและสำนักงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ชนาพร พิพัฒน์รัตนถาวร
10.20 – 10.40 น.	การวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในหมวดธุรกิจธนาคาร	พรนิตย์ แดงรัศมีโสภณ
10.40 – 11.00 น.	การแบ่งกลุ่มหลักทรัพย์ในกลุ่ม SET100 โดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน และอัตราผลตอบแทนระยะสั้น	อรรถพล ขาวคม
11.00 – 11.20 น.	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกำไรของสหกรณ์การเกษตร	พิชริญา เงินเนย
11.20 – 11.40 น.	ปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ หมวดธุรกิจธนาคาร หมวดธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และหมวดธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการ ก่อนและหลัง วิกฤตการเงิน	วัลภา สุภาพรรค

วันอาทิตย์ที่ 24 พ...

ประธานการนำเสน...

09.00 – 09.20 น.

09.20 – 09.40 น.

09.40 – 10.00 น.

10.00 – 10.20 น.

10.20 – 10.40 น.

10.40 – 11.00 น.

11.00 – 11.20 น.

11.20 – 11.40 น.

ประธานการนำเส...

09.00 – 09.20 น.

09.20 – 09.40 น.

09.40 – 10.00 น.

10.00 – 10.20 น.

10.20 – 10.40 น.

10.40 – 11.00 น.

11.00 – 11.20 น.

11.20 – 11.40 น.

11.40 – 12.00 น.

ประธานการนำ...

09.00 – 09.20

09.20 – 09.40

09.40 – 10.00

10.00 – 10.20

10.20 – 10.40

ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

Relationships between the Effectiveness of Strategic Tax Planning and Competitive Advantages on Performance Success of Limited Companies in Lower-Northeast Region of Thailand

ฐิติพร วรฤทธิ์, ผกามาศ มูลวันดี, พรชัย วีระนันทาเวทย์, ณวรานุช เกตุทิม, อัจฉรารัตน์ มั่งคั่ง[1] และ สุรีย์ โบษกรนัฏ[2]

Titiporn Walalite, Pakamat Moonwundee, Phornchai Weerananthawet, Nawaranuch Kettim, and Atchararat Mangkang[1] and Suree Bosakoranut[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นแนวคิดในการวิจัยซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง 1. ประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ และ 2. ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างจำนวน 380 บริษัท โดยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับ อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินงาน

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการวางแผนภาษี, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ความสำเร็จในการดำเนินงาน

Abstract

This article is a concept in conducting quantitative research aiming to study the relationship between effective 1. strategic tax planning and 2. the competitive advantage on the performance success by using questionnaire. The samples were 380 limited companies with simple random sampling. The data obtained were analyzed in terms of percentage, mean and standard deviation, multiple correlation and regression analysis. The expected results are: the explanation of how strategic tax planning and competitive advantages affect the performance success of the companies, and being a guideline for improving and increasing proficiency of strategic tax planning, competitive advantages, and successful performance.

Keywords: Effective strategic tax planning, Competitive advantage, Performance success

---

[1] นักศึกษาปริญญาเอก คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม จ. กรุงเทพฯ 10290 email: mon-noi@hotmail.com

[2] อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม จ.กรุงเทพฯ 10290

1. บทนำ

การแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน เป็นที่ทราบว่าการดำเนินธุรกิจทุกขนาดต่างต้องดำเนินการอยู่ท่ามกลางกระแสความรุนแรงของการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลง หรือการพัฒนาอย่างรุนแรงและต่อเนื่องของเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงการเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางด้านการผลิต การให้บริการ และความเจริญทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลให้ธุรกิจเกิดการปรับตัวโดยไม่สามารถยึดยุทธ์ศาสตร์หรือกรอบแนวคิดแบบเดิม ๆ ได้อีกต่อไป (ดวงมณี โกมารทัต และคณะ, 2545) ธุรกิจจึงมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความสำเร็จแก่องค์กร และก้าวทันตามสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในระยะยาว ซึ่งการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการหนึ่งในการบริหารธุรกิจเช่นกัน การวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์มีลักษณะทั่วไปเช่นเดียวกับการวางแผนในการบริหารงานของธุรกิจเพื่อให้การปฏิบัติงานเกี่ยวกับภาษีอากรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเป็นไปโดยถูกต้องและครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ (กฤตกร มั่นสุวรรณ, 2555)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำไปใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทจำกัดอันจะก่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

2. ทบทวนวรรณกรรม

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์

การวางแผนภาษี หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจเตรียมการเพื่อการปฏิบัติในอนาคตเกี่ยวกับภาษีอากรทั้งระบบที่กิจการต้องเสี่ยงในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเสียภาษีอากรและการปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีอากรขององค์กรให้เป็นไปโดยถูกต้องและครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในกฎหมายภาษีอากรทุกประเภท และเสียภาษีอากรเป็นจำนวนน้อยที่สุดหรือประหยัดที่สุดและเป็นการลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (รัตนา เลิศภิรมย์ลักษณ์, 2548) การวางแผนภาษี หมายถึง การเตรียมการเพื่อเสียภาษีให้ถูกต้องครบถ้วนและประหยัด การทำให้เสีย ไม่ต้องเสียหรือเสียภาษีน้อยที่สุดโดยวิธีการที่ไม่ผิดกฎหมาย การจัดการธุรกิจหรืองานส่วนตัวเพื่อช่วยให้เสียภาษีน้อยที่สุด (ชัยสิทธิ์ ตราชูธรรม, 2548) การวางแผนภาษี หมายถึง การตัดสินใจเตรียมการเพื่อการปฏิบัติในอนาคตเกี่ยวกับภาษีอากรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวโดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้การเสียภาษีอากรและการปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีอากรขององค์กรเป็นไปโดยถูกต้องและครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดไว้ตามกฎหมายภาษีอากรและต้องเสียภาษีอากรเป็นจำนวนที่น้อยที่สุดหรือประหยัดที่สุดโดยไม่อาศัยการทุจริตหลีกเลี่ยงภาษีอากร (สุเทพ พงษ์พิทักษ์, 2545) การวางแผนภาษี หมายถึง การกำหนดแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีอากร โดยมีเจตนาที่จะเสียภาษีอากรเป็นจำนวนน้อยที่สุดหรือประหยัดที่สุดอย่างถูกต้องตามกฎหมายภาษีอากร และในกรณีที่ต้องอาศัยการตีความกฎหมาย

ภาษีอากร ก็จะตีความสอดคล้องตามเจตนารมณ์ของกฎหมายภาษีอากรเป็นการกระทำที่ถูกกฎหมายภาษีอากรและมีจริยธรรม (กัลยาณี กิตติจิตต์, 2549)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความหมาย การวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ (Strategic Tax Planning) หมายถึง กระบวนการในวางแผนและการตัดสินใจเกี่ยวกับการเสียภาษีอากรของระบบของกิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมของกิจการที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมีการเสียภาษีให้น้อยที่สุดและถูกต้องตามกฎหมายภาษีอากรทุกประเภท

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ayers, Jiang และ Laplante (2009) ได้ศึกษาการประเมินสมรรถภาพของกิจการซึ่งเป็นผลกระทบมาจากการวางแผนภาษี (Tax Planning) และคุณภาพกำไร (Earnings Quality) พบว่า ความสัมพันธ์ในข้อมูลรายการเงินได้สุทธิระหว่างการวางแผนภาษีอากรกับคุณภาพกำไร หากมีการวางแผนภาษีอากรที่ดีจะส่งผลให้เงินได้สุทธิต่ำลง และหากมีคุณภาพกำไรที่ต่ำจะส่งผลให้เงินได้สุทธิสูงขึ้น ซึ่งการที่การวางแผนภาษีอากรกับคุณภาพกำไรต่ำลงแตกต่างกันนั้น เป็นผลกระทบต่อข้อมูลรายการเงินได้สุทธิ ช่วยให้สามารถประเมินสมรรถภาพของกิจการได้ Stolz (2010) ได้ศึกษาการวางแผนภาษีอากรสำหรับช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนเพื่อสร้างโอกาส ความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ และมุมมองในระยะยาวของกิจการในสหรัฐอเมริกาพบว่า นักวางแผนด้านการเงินในสหรัฐอเมริกามีบทบาทในการวางแผนภาษีทั้งระยะสั้นและระยะยาวในเรื่องของการขายหุ้น ซึ่งการขายหุ้นแก่ผู้บริหารนั้นมีทางเลือกในการวางแผนภาษีอากรโดยการวางแผนการขายหุ้นจาก 2 ทางคือ ราคาใช้สิทธิ (ISOs) และราคาตลาด (Market Price) การขายหุ้นในราคาใช้สิทธินั้นเป็นการให้สิทธิในการซื้อหุ้นของผู้บริหารในราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด ซึ่งส่วนต่างราคานั้นถือเป็นกำไรที่ผู้บริหารจะได้รับ อาจเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการบริหารงานให้กับกิจการ อย่างไรก็ตามกำไรดังกล่าวย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับภาษีอากร ส่งผลให้การขายหุ้นในราคาใช้สิทธิและราคาตลาดนั้นมีการชำระภาษีที่แตกต่างกัน ทำให้การวางแผนภาษีอากรจากทางเลือกทั้ง 2 ทางนั้นแตกต่างด้วยเช่นกัน ซึ่งหากต้องการวางแผนภาษีอากรให้ได้รับประโยชน์สูงสุดนั้น ผู้วางแผนด้านการเงินควรศึกษาถึงอัตราการชำระภาษี การเปลี่ยนแปลงข้อบังคับทางภาษี และวางแผนภาษอากรโดยการมองภาพในระยะยาวเพื่อช่วยให้ผู้เสียภาษีได้รับประโยชน์สูงสุด Weihuan (2011) ได้ศึกษาการวางแผนภาษีอากรในธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) พบว่า การวางแผนภาษีอากรเป็นส่วนสำคัญที่เข้ามาช่วยในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดย่อม เนื่องจากในปัจจุบันมีการก่อตั้งธุรกิจขนาดย่อมขึ้นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นตามมาเช่นกัน การวางแผนภาษีอากรที่ดีนั้นช่วยส่งผลให้กิจการมีการบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยลดภาระและค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้กิจการที่มี การวางแผนภาษีอากรที่ดีนั้นได้เปรียบคู่แข่งขัน อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดย่อมนั้นยังคงมีข้อจำกัดใน การวางแผนภาษีอากรอยู่หลายด้าน เช่น ขาดผู้เชี่ยวชาญเรื่องภาษีอากรในการให้คำปรึกษาบุคคลากรมีความรู้ความเข้าใจในกฎ ข้อบังคับทางภาษีอากรที่น้อย ข้อจำกัดในการเพิ่มสมรรถนะขององค์กร และความเสี่ยงจากการเพิ่ม ลด หรือปรับเปลี่ยนกฎ ข้อบังคับทางภาษีอากรที่เกิดขึ้นหากกิจการสามารถพัฒนาข้อจำกัดแต่ละด้านให้ดีขึ้นได้ ย่อมส่งผลให้ความสามารถในการวางแผนภาษีอากรสูงขึ้นและมีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงขึ้นตามมาเช่นกัน

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แนวทางการศึกษาในครั้งนี้ มีที่มาจากการศึกษาแนวคิดทางการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีผู้ให้คำจำกัดความ และการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ ดังนี้

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันว่า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งขัน องค์การต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขัน 3 ด้าน ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Overall cost leadership) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และกลยุทธ์การเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Focus) Porter (2005) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การสร้างรากฐานที่สำคัญของผลการดำเนินงานที่ดีคือรักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเอาไว้ และการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจะบังคับให้องค์กรต้องเลือกวิธีที่จะสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และขอบเขตของการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหล่านั้น (สมยศ นาวีการ, 2548)

จากนิยามหรือที่มาของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การสร้างความสามารถที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งขันและส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งอื่นในตลาด โดยการนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบหรือทำได้ดีเท่า ทั้งนี้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในการวิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดการบริหารเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Miller and Dess (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542) ที่กล่าวไว้ข้างต้น

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

แนวทางการศึกษาในครั้งนี้ มีที่มาจากการศึกษาแนวคิดทางการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินงาน มีผู้ให้คำจำกัดความ และการวัดความสำเร็จในการดำเนินงานไว้ ดังนี้

ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การที่ธุรกิจมีผลงานในลักษณะที่สำคัญอันส่งผลสำเร็จต่อองค์กร นั่นคือ ธุรกิจต้องสามารถทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่งขัน เติบโตเร็วกว่าคู่แข่งขัน (ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์, 2544) ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ความมีประสิทธิผลซึ่งเป็นการวัดผลงานที่ทำได้เปรียบเทียบกับเป้าหมาย (ธงชัย สันติวงษ์, 2541) ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การที่องค์กรสามารถดำเนินงานต่าง ๆ ตามภารกิจหน้าที่ขององค์กรโดยใช้ทรัพยากรปัจจัยต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าที่สุด (สมใจ ลักษณะ, 2549)

จากความหมายของความสำเร็จในการดำเนินงานข้างต้น สรุปได้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการและสร้างความพึงพอใจแก่บุคลากรในองค์กร

การวัดผลสำเร็จของธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญอย่ายิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงผลการปฏิบัติงานที่แท้จริง ซึ่งบ่งบอกถึงสถานะของธุรกิจ และสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต (นภดล ร่มโพธิ์, 2546) ระบบการวัดผลสำเร็จของธุรกิจแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นการวัดด้านการเงินเป็นหลัก แต่ด้านการเงินเป็นการบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ในอดีต ซึ่งเหมาะสมกับยุคของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ลงทุนในกำลังการผลิตสำหรับระยะยาว และความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งไม่ใช่จุดสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในยุคเทคโนโลยี (ดนัย เทียนพุฒ, 2544) ดังนั้น การวัดผลในปัจจุบันจึงมุ่งเน้นการให้ความสำคัญของตัววัดที่ไม่เกี่ยวกับข้องกับเงิน (Nonfinancial Measure) เท่าเทียมกับตัววัดทางด้านการเงิน (Financial Measure) ซึ่งในปี 2003 Garrison และ Noreen (ปพฤกษ์ อุสาหะวาณิชกิจ, 2547) ได้นำเสนอให้องค์กร

เห็นถึงความสำคัญในสิ่งต่าง ๆ ในการวัดผลให้เกิดการสมดุลโดยใช้เทคนิคการวัดผลที่เรียกว่า Balance Scorecard (BSC) โดยทำการวัดผลใน 4 มุมมอง ได้แก่

มุมมองทางด้านการเงิน (Financial Perspective)

มุมมองทางด้านลูกค้า (Customer Perspective)

มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)

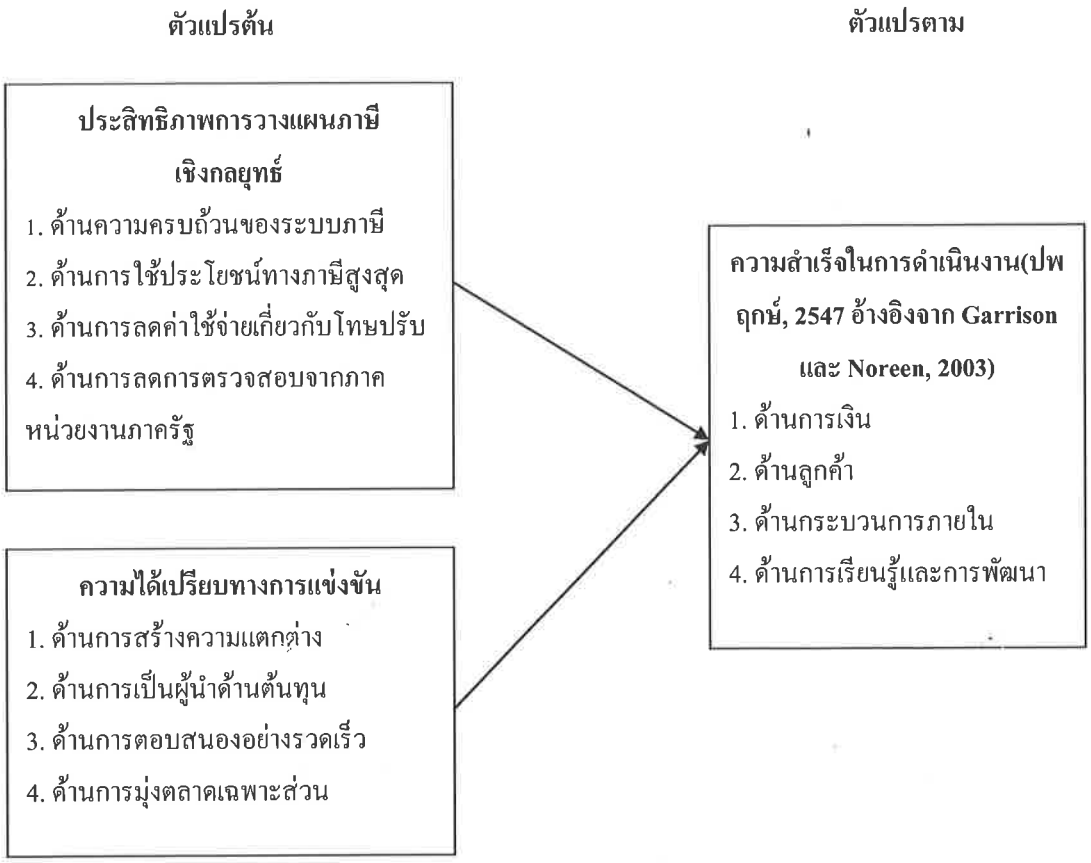
มุมมองทางด้านการเรียนรู้พัฒนา (Learning and Growth Perspective)

จากมุมองทั้ง 4 ด้านตามแนวคิดของการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกันในเชิงเหตุและผล โดยเริ่มต้นจากมุมมองทางด้านการเรียนรู้และการเติบโตจะส่งผลไปยังการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของมุมมองด้านกระบวนการภายใน และเมื่อกระบวนการภายในเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจกับกิจการมากขึ้นจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินที่กิจการต้องการในระยะยาว

3. วิธีการศึกษา

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นมาตรวัดหรือเครื่องมือวัด (Instrument) กับบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เนื่องจากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เป็นการให้ข้อมูลในแนวกว้างที่ให้ข้อสรุปที่สามารถนำมาใช้ได้ทั่วทุกพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรต้น ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ (ด้านความครบถ้วนของระบบภาษี ด้านการใช้ประโยชน์ด้านภาษีสูงสุด ด้านการลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโทษปรับ และด้านการลดการตรวจสอบจากภาครัฐ) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ความความสำเร็จในการดำเนินงาน (ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)



กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ ยโสธร ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ จำนวน 7,236 บริษัท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ ยโสธร ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ จำนวน 380 บริษัท และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.3 เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งการสร้างเครื่องมือการวิจัยนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา จากนั้นคณะผู้วิจัยได้ทำการสร้างข้อคำถามตามนิยามเชิงปฏิบัติการที่ได้มีผู้ทำการพัฒนาเครื่องมือวัดและประเด็นคำถามที่ได้ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัย และคณะผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่ได้พัฒนาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบ

ความตรงตามเนื้อหาของข้อคำถาม เพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างดังกล่าวมาทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) และหาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ของแบบสอบถาม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในหัวข้อการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaire)

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย จำนวนพนักงานในองค์กร ระยะเวลาการดำเนินงาน ทุนดำเนินงาน และลักษณะการจัดทำบัญชีขององค์กร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิง กลยุทธ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมาตรวัดที่ใช้ในการวัดประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ เป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ (5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก (3) ระดับความคิดเห็นปานกลาง (2) ระดับความคิดเห็นน้อย (1) ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ซึ่งประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมาตรวัดที่ใช้ในการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ (5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก (3) ระดับความคิดเห็นปานกลาง (2) ระดับความคิดเห็นน้อย (1) ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมาตรวัดที่ใช้ในการวัดความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นมาตรวัดแบบ Five-point Likert-type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ (5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก (3) ระดับความคิดเห็นปานกลาง (2) ระดับความคิดเห็นน้อย (1) ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นข้อคำถามแบบ Multi-item Scale

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

2.1 คณะผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการนำ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคาถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2545)

2.2 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับบริษัทจำกัดที่มิใช่บริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวน 30 บริษัท โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2545)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อทำให้คณะผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัยและนำมาใช้ในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นคณะได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กับบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งเป็นบุคคลที่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการ วางแผนกลยุทธ์ให้แก่กิจการจึงเป็นบุคคลที่เหมาะสมที่สุดในการให้ข้อมูล ซึ่งตรงกับสิ่งที่คณะผู้วิจัยต้องการจะศึกษา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่าง (Sample) จำนวน 380 บริษัท เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ (ด้านความครบถ้วนของระบบภาษี ด้านการใช้ประโยชน์ด้านภาษีสูงสุด ด้านการลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับโทษปรับ และด้านการลดการตรวจสอบจากภาครัฐ) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน) ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน (ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา) ของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailing) เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เสียค่าใช้จ่ายต่ำ ผู้ตอบมีเวลาคิดใคร่ครวญหาคำตอบได้มาก กำจัดความเอนเอียงของพนักงานภาคสนาม (กัลยา, 2549ข., กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549ก) นอกจากนี้ Armstrong & Overton. (1997) กล่าวว่า การรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ผู้ตอบจะไม่มีอคติต่อการตอบแบบสอบถาม (Non - response Bias) แต่การเก็บรวบรวมในการรอคำตอบนาน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549ข., กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549ค., กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549ก)

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). *ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์*. วันที่ค้นข้อมูล 15 มกราคม 2558, สืบค้นจากเว็บไซต์: http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/main.html.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549ก). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2549ค). *การวิเคราะห์สถิติสาหรับการบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2549ข). *สถิติสำหรับงานวิจัย.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กฤตกร มั่นสุวรรณ. (2555). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการวางแผนภาษีเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

กัลยาณี กิตติจิตต์. (2549). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสอบบัญชี การบัญชีภาษีอากรและการวางแผนภาษี 32322 หน่วยที่ 9-15.* นนทบุรี: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชัยสิทธิ์ ตราชูธรรม. (2548). *กฎหมายภาษีอากร.* กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือเนติบัณฑิตยสภา.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์ และคณะ. (2544). *TQM กลยุทธ์การสร้างองค์กรคุณภาพ.* กรุงเทพฯ: เอกซ์เปอร์เน็ท.

ธงชัย สันติวงษ์. (2541). *ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ดวงมณี โกมารทัต และคณะ. (2545). *การบัญชีบริหาร.* กรุงเทพฯ: เมคกรอ-อิล.

ดนัย เทียนพุฒ. (2544). *ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: นาโกด้า.

นภดล ร่มโพธิ์. (2546). *แนวคิดการประเมินผลการปฏิบัติงานองค์กรสมัยใหม่.* วารสารบริหารธุรกิจ, (100), 25-36.

ปพฤกษ์ อุสาหะวาณิชกิจ. (2547). *เอกสารสำสอนวิชาการบริหารขั้นสูง.* มหาสารคาม, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

รัตนา เลิศภิรมย์ลักษณ์. (2548). *การวางแผนภาษี Tax planning.* กรุงเทพฯ: โครงการศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานิประศาสน์. (2545). *ระเบียบวิธีการวิจัย.* กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *การบริหารเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษา.* กรุงเพทฯ: ธีระฟิลม์และไซเท็กส์.

สมยศ นาวีการ. (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

สมใจ ลักษณะ. (2549). *การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เพิ่มทรัพย์.

สุเทพ พงษ์พิทักษ์. (2545). *การบัญชีภาษีอากร.* กรุงเทพฯ: สุทธิรัตน์ โปรเฟสชันเนล แท็กซ์เซ็นเตอร์.

Armstrong, S.J., & Overton T.S. (1997). Estimating non-response bias in mail surveys. Journal of Marketing Research, 14(3), 396-402.

Ayers Benjamin, Jiang John, and Laplante Stacie. (2009) Taxable Income as a Performance Measure: The Effects of Tax Planning and Earnings Quality. Contemporary Accounting Research, 26(1), 15-54.

Porter, Michael E. (2005). The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance. The Free Press.

Stolz, Richard F. (2010). Tax Planning for Uncertain Times: Opportunities, Flexibility, and the Long View. Journal of Financial Planning, 23(11), 24-30, 2010.

Weihuan, Ma. (2011). Probes into tax planning of SMEs. Science and Social Research (CSSR), 4, 49-53.

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
โทร : 02 942 8777 แฟกซ์ : 02 942 8778
www.bus.ku.ac.th